













**Klíčové právní novinky
pro e-shopy 2022**




Klíčové právní novinky pro e-shopy 2022

Internetové obchody čekají nejrozsáhlejší změny v regulaci prodeje zboží spotřebitelům od roku 2014. Asociace pro elektronickou komerci (APEK) ve spolupráci s advokátní kanceláří MKA Nosko připravila přehled těch nejdůležitějších novinek, které na e-shopy dopadnou a kterým se musí přizpůsobit. **A to již od 6. ledna 2023!**

Novelizace občanského zákoníku a zákona o ochraně spotřebitele má zapracovat nové směrnice EU, jež přinášejí důležité změny do oblasti prodeje zboží. Má za cíl také odstranit řadu chyb z předchozích českých implementací směrnic EU, a to včetně řádného zapracování ustanovení směrnice o právech spotřebitelů. Každý e-shopář by tak měl tomuto materiálu věnovat pozornost!

Co se mění a na co se připravit?

-  Prezentování slev
-  Uživatelské recenze
-  Odpovědnost za vady zboží a nároky spotřebitele z nich vyplývající, a to včetně digitálních prvků
-  Označení objednávkového „tlačítka“
-  Poskytování služeb či digitálního obsahu na internetu
-  Maximální lhůta pro dodání zboží
-  Přednastavené souhlasy spotřebitele s dalšími placenými plněními
-  Dynamická cenotvorba
-  Povinnost vydat potvrzení o uzavřené smlouvě
-  Regulace zprostředkovatelských platforem

-  Možnost požadovat skladné v případě nepřevzetí věci po vyřízení reklamace
-  Stav vráceného zboží po odstoupení od smlouvy spotřebitelem do 14 dnů
-  Povinnost informovat spotřebitele, že nemá právo odstoupit od smlouvy

Jak zobrazovat slevy nově a správně?

Nově bude platit základní obecné pravidlo => (předchozí) referenční cenou při zobrazování slev bude **nejnižší cena zboží nabízená obchodníkem za posledních 30 dnů před poskytnutím slevy**. Smyslem této novinky je, aby obchodníci informovali o slevách spotřebitele férově a jednotně.

„Informace o slevě z ceny výrobku obsahuje informaci o nejnižší ceně výrobku, za kterou jej prodávající nabízel a prodával v době 30 dnů před poskytnutím slevy...“

Zobrazování slev je jedním z největších témat, o kterých se mezi e-shopaři mluví. Pojďme najít základní odpovědi na nekonečnou záplavu příkladů a dotazů!

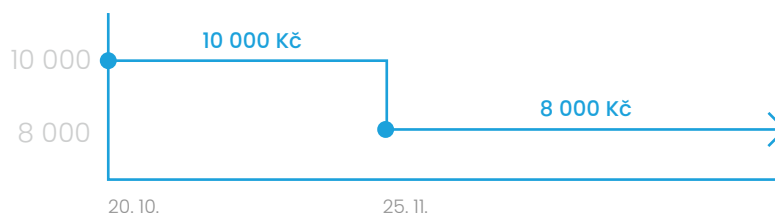
Chce obchodník uvádět u ceny zboží slevu?

- Musí vždy uvést, kolik činila nejnižší předchozí cena zboží.
- Předchozí (referenční) cena nesmí být starší než 30 dnů (před poskytnutím slevy).
- Pokud je výrobek v prodeji méně než 30 dnů, je referenční cenou nejnižší cena od okamžiku první nabídky.
- Zvláštní pravidla platí pro postupné snižování cen.

Praktický příklad 1: Jedna změna ceny

Obchodník nabízí spotřebitelům zboží za cenu 10 000,- Kč. Následně takový obchodník zboží zlevní na 8 000,- Kč, přičemž toto zlevnění prezentuje jako slevu.

Obchodník musí v takovém případě uvést, že **cena zboží před slevou činila 10.000,- Kč**.



Mobilní telefon

Mobilní telefon na telefonování a pro ukázkou praktického příkladu prezentace slev.

Sleva 2 000 Kč Referenční cena: 10 000 Kč

8 000 Kč

Koupit

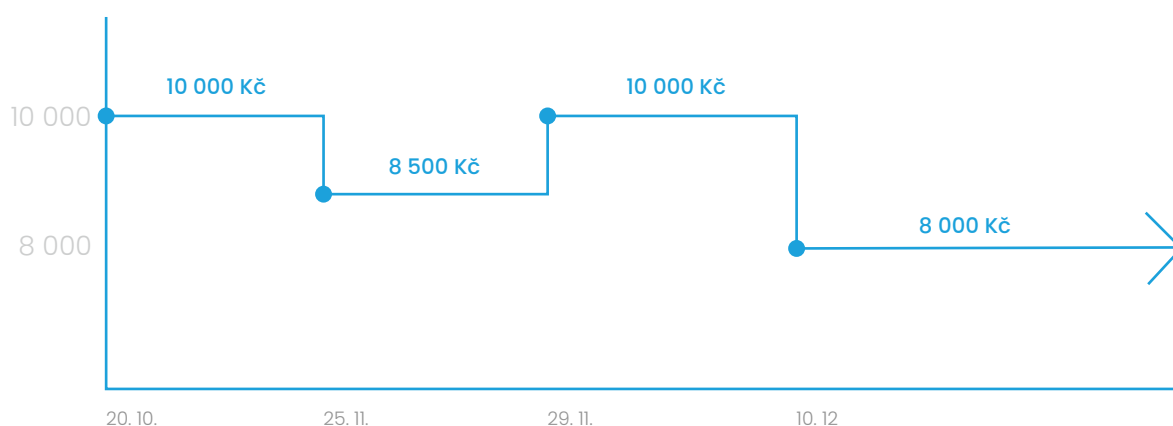
Na jaké situace regulace dopadá?

- Presentace slev konkrétního zboží i oznámení o slevě učiněná obchodníkem prostřednictvím obecného oznámení.
- Všechna oznámení, která vytvářejí dojem snížení ceny, jako jsou „sleva“, „speciální nabídka“ nebo „nabídka Black Friday“, přičemž u zboží dotčeného oznámením musí být vždy uvedena „předchozí“ cena.
- Na všechny distribuční kanály obchodníka (např. kamenné obchody, online).

Praktický příklad 2 : Opakované změny ceny

Obchodník nabízí spotřebitelům zboží za 10.000,- Kč, které následně v rámci akce Black Friday nabízí za 8.500,- Kč. Po skončení této akce je zboží obchodníkem opětovně nabízeno za 10.000,- Kč. Ještě před uplynutím 30 dnů od skončení akce Black Friday obchodník zboží opět zlevní na 8.000,- Kč a toto zlevnění prezentuje jako slevu.

V takovém případě musí obchodník uvést, že **cena před slevou činila 8.500,- Kč.**



Mobilní telefon

Mobilní telefon na telefonování a pro ukázkou praktického příkladu prezentace slev.

Sleva 500 Kč Referenční cena: 8 500 Kč

8 000 Kč

Koupit

Uvádění slevy při postupném snižování ceny je velmi zajímavé. Ve svém důsledku umožňuje prolomit třicetidenní období pro předchozí (referenční) cenu.

„Informace o slevě z ceny výrobku obsahuje informaci o nejnižší ceně výrobku, za kterou jej prodávající nabízel a prodával v době 30 dnů před prvním poskytnutím slevy, zvyšuje-li prodávající slevu z ceny postupně.“

To by mělo znamenat, že pokud dochází k postupnému snižování ceny označované jako sleva u jednoho výrobku, mělo by být možné jako předchozí (referenční) cenu uvádět původní cenu (před prvním zlevněním) – po „přiměřenou dobu“.

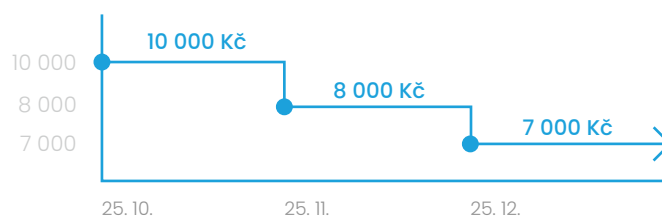
Praktický příklad 3: Postupné snižování ceny zboží – PREZENTACE slevy

Obchodník nabízí spotřebitelům zboží za 10 000,- Kč. Po měsíci obchodník zlevní takové zboží na 8 000,- Kč a toto zlevnění prezentuje jako slevu. Po uplynutí dalšího měsíce obchodník dále sníží cenu tohoto zboží tentokrát na 7 000,- Kč a toto zlevnění prezentuje jako slevu.

Obchodník může v takovém případě po celou dobu uvádět, že cena tohoto zboží před slevou činila 10 000,- Kč (tzv. referenční cena) – to by mělo platit za předpokladu, že bylo zboží bez přestávky nabízeno „ve slevě“.

1. Původní cena 10 000 Kč
2. Nová cena po slevě 8 000 Kč (=> sleva z 10 000 Kč)
3. Aktualizovaná cena po dalších 30 dnech 7 000 Kč => sleva z 10 000 Kč

Po celou dobu je zboží v nabídce uváděno s cenou „ve slevě“!



Mobilní telefon

Mobilní telefon na telefonování a pro ukázkou praktického příkladu prezentace slev.

Sleva 3 000 Kč Referenční cena: 10 000 Kč

7 000 Kč

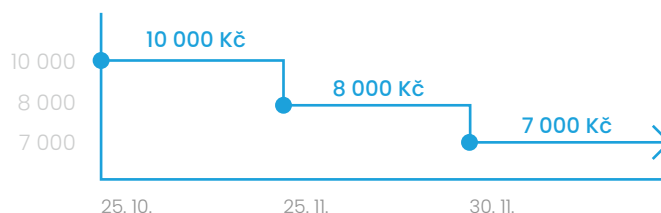
Koupit

4. Postupné snižování ceny zboží – NEPREZENTOVÁNÍ slevy v první fázi

Obchodník nabízí spotřebitelům zboží za 10 000,- Kč. Po měsíci obchodník zlevní takové zboží na 8 000,- Kč a toto zlevnění NEprezentuje jako slevu. Po uplynutí pěti (5) dnů obchodník dále sníží cenu tohoto zboží tentokrát na 7 000,- Kč a toto zlevnění již prezentuje jako slevu. Referenční cena (cena před slevou) v tomto případě činí 8 000,- Kč.

1. Původní cena 10 000 Kč
2. Nová cena 8 000 Kč (není uváděno jako ve slevě)
3. Aktualizovaná cena po dalších 5 dnech 7 000 Kč => sleva z 8 000 Kč

Zboží bylo označeno jako ve slevě až v bodě 3!



Mobilní telefon

Mobilní telefon na telefonování a pro ukázkou praktického příkladu prezentace slev.

Sleva 1 000 Kč Referenční cena: 8 000 Kč

7 000 Kč

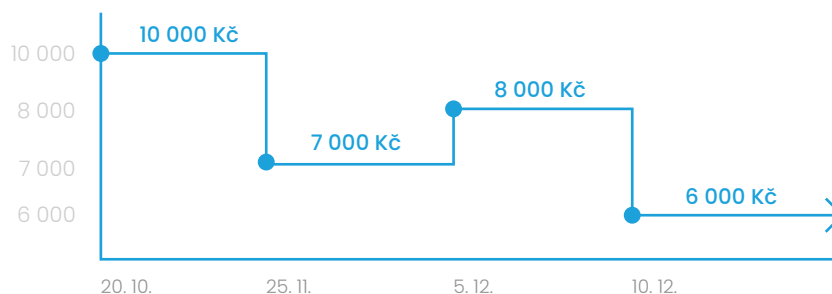
Koupit

5. Postupné snižování ceny zboží – s přechodným NAVÝŠENÍM ceny

Obchodník nabízí spotřebitelům zboží za 10 000,- Kč. Po měsíci obchodník zlevní takové zboží na 7 000,- Kč a toto zlevnění prezentuje jako slevu. Po uplynutí 10 dnů obchodník však zvýší cenu tohoto zboží na 8 000,- Kč. Po pěti dalších dnech dojde ke snížení ceny na 6 000,- Kč a toto zlevnění prezentuje obchodník jako slevu. Referenční cena v tomto případě tedy činí 7 000,- Kč.

1. Původní cena 10 000 Kč
2. Nová cena 7 000 Kč (= > sleva z 10 000 Kč)
3. Navýšení ceny po 10 dnech na 8 000 Kč
4. Nová cena po dalších 5 dnech 6 000 Kč => sleva z 7 000 Kč

Cena nebyla postupně snižována a sleva je z nejnižší ceny v předchozích 30 dnech!



Mobilní telefon

Mobilní telefon na telefonování a pro ukázkou praktického příkladu prezentace slev.

Sleva 1 000 Kč Referenční cena: 7 000 Kč

6 000 Kč

Koupit

Odpovědnost za vady (Reklamáce)

Změny čekají na všechny obchodníky také v oblasti odpovědnosti za vadné plnění (práva vyplývající přímo ze zákona) i záruční odpovědnosti (záruka nad rámec stanovený zákonem). **V tomto dokumentu** se ale budeme věnovat **pouze zákonem stanovené** odpovědnosti za vadné plnění!

Jaké jsou hlavní změny?

- Nároky spotřebitele z vadného plnění (reklamáce)
- Subjektivní a objektivní požadavky na vlastnosti zboží
- Odpovědnost prodávajícího za vady způsobené kupujícím při montáži či instalaci zboží podle chybného návodu
- Obrácené důkazní břemeno má být prodlouženo z 6 na 12 měsíců
- Rozšířený koncept odpovědnosti za zboží s digitálním prvkem
 - Funkčnost takového obsahu
 - Zajištění aktualizací
- Upřesnění v rámci vyřizování reklamací

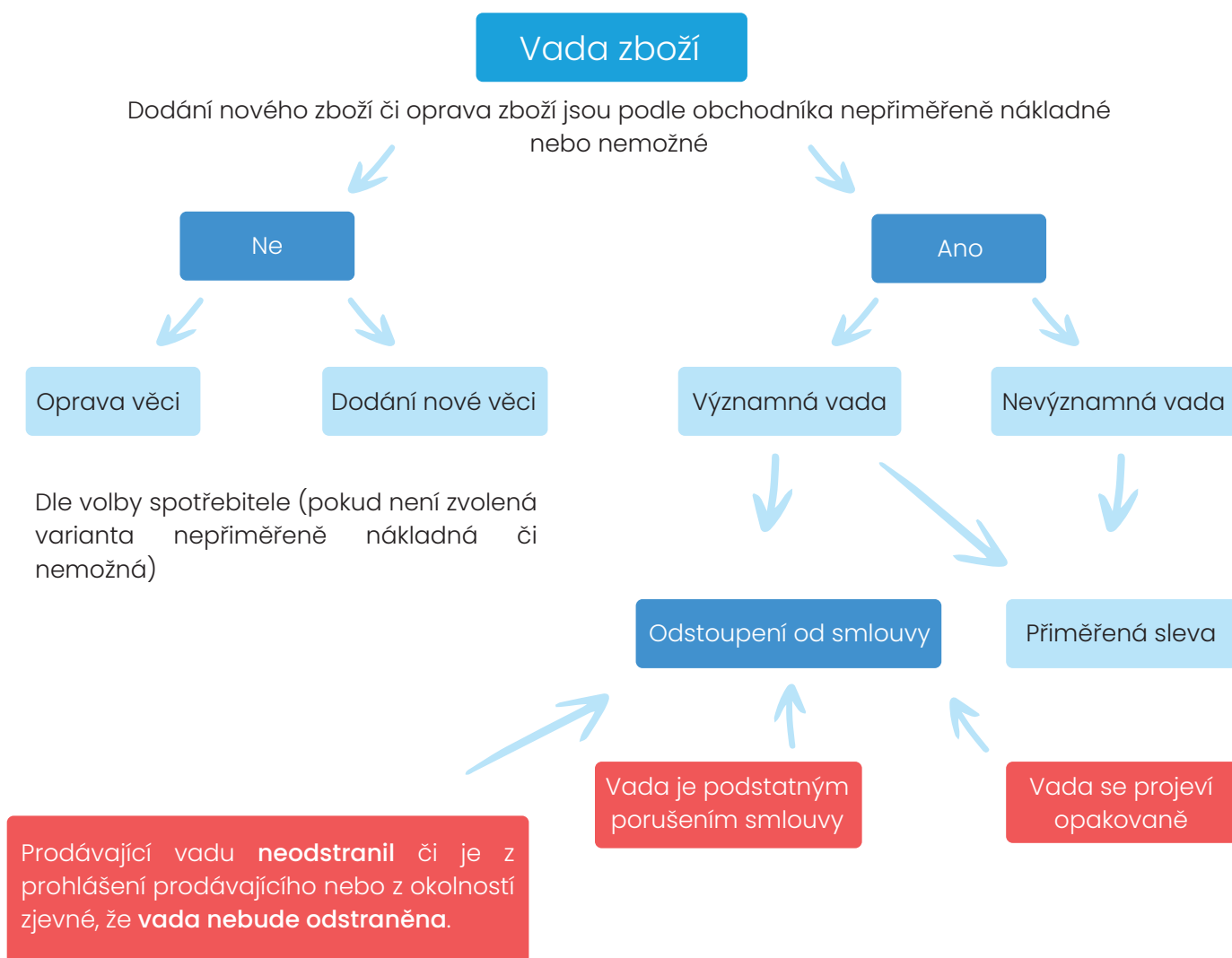


Odpovědnost za vady (Reklamace)

Nároky spotřebitele z vadného plnění

Primárním způsobem nápravy vadného zboží bude dle nového znění občanského zákoníku odstranění vady. Odstranění vady má mít ale dvě podoby, a to dodání nové věci bez vady nebo opravu věci. Nicméně prodávající bude moci odstranění vady zboží těmito dvěma způsoby odmítnout, bude-li takové odstranění vady „nemožné nebo nepřiměřeně nákladné zejména s ohledem na význam vady a hodnotu, kterou by věc měla bez vady.“ Pokud dojde k takovému odmítnutí odstranění vady obchodníkem, kupující bude oprávněn „požadovat přiměřenou slevu nebo odstoupit od smlouvy“.

Jak na nároky spotřebitele z vadného plnění?



Odpovědnost za vady (Reklamace)

Vlastnosti zboží

Občanský zákoník bude obsahovat úpravu souladu zboží se smlouvou, přičemž nově se setkáme s požadavky na soulad zboží na požadavky subjektivní (na kterých se prodávající s kupujícím dohodli) a na požadavky objektivní.

Subjektivní požadavky na zboží	Objektivní požadavky na zboží
a) věc odpovídá ujednanému popisu, druhu a množství, jakož i jakosti, funkčnosti, kompatibilitě, interoperabilitě a jiným ujednaným vlastnostem;	a) věc je vhodná k účelu, k němuž se věc tohoto druhu obvykle používá (i s ohledem na práva třetích osob, právní předpisy, technické normy);
b) věc je vhodná k účelu, pro který ji kupující požaduje a s nímž prodávající souhlasil;	b) věc odpovídá obvyklým vlastnostem věcí téhož druhu, které může kupující rozumně očekávat, i s ohledem na veřejná prohlášení učiněná prodávajícím nebo jinou osobou, zejména reklamou nebo označením zboží;
c) věc je dodána s ujednaným příslušenstvím a pokyny k použití, včetně návodu k montáži nebo instalaci.	c) věc je dodána s příslušenstvím, včetně obalu, návodu k montáži a jiných pokynů k použití, které může kupující rozumně očekávat;
	d) věc odpovídá jakostí nebo provedením vzorku nebo předloze, které prodávající kupujícímu poskytl před uzavřením smlouvy.

Odpovědnost za vady (Reklamace)

Další významné změny a novinky

Nově vzniká **odpovědnost prodávajícího i za vady věci způsobené při montáži či instalaci kupujícím**, pokud kupující postupoval podle chybného návodu dodaného se zbožím.

Zákonná domněnka vady zboží se prodlužuje ze 6 měsíců na 1 rok. Podle této domněnky se má za to, že zboží bylo vadné již při převzetí spotřebitelem. V tomto období se uplatňuje obrácené důkazní břemeno – je na obchodníkovi, aby prokázal, že zboží bylo v době dodání v pořádku.

Lhůta pro vytknutí vady zboží zůstává **24 měsíců!** U použitého zboží může být dohodou zkrácena na 12 měsíců.

Zboží s digitálními vlastnostmi

Zcela nový institut: *„...movitá věc, která je propojena s digitálním obsahem nebo službou digitálního obsahu takovým způsobem, že by bez nich nemohla plnit své funkce...“*

Za nedílnou součást zboží se budou nově považovat například:

- Operační systémy
- Aplikace
- Další software

Tento **digitální obsah bude součástí zboží** i v případě, kdy:

- nebude nainstalován ve zboží při jeho převzetí,
- bez ohledu na skutečnost, zda jej poskytuje třetí osoba (kupující uzavře další smlouvu s poskytovatelem digitálního obsahu).

To ovšem **neplatí**, bude-li z obsahu smlouvy i z povahy věci zjevné, že jsou digitální obsah nebo služby digitálního obsahu poskytovány samostatně.

Odpovědnost za vady (Reklamace)

Pozor! Prodávající má také nově zabezpečit pro kupujícího aktualizace digitálního obsahu nebo služby digitálního obsahu, a to kromě případů, kdy „prodávající kupujícího před uzavřením smlouvy zvláště upozornil, že aktualizace poskytovány nebudou a kupující s tím při uzavírání smlouvy výslovně souhlasil.“

Zvažte tedy zavedení check-boxu či jiného obdobného nástroje pro případ, že nebudete moci aktualizaci pro kupujícího zajistit.



Odpovědnost za vady (Reklamace)

Uplatňování a vyřizování reklamací

Dochází k dalšímu upřesnění povinností při vydávání písemného potvrzení o přijetí zboží do reklamačního řízení. Prodávající je tedy povinen **vydat písemné potvrzení**:

- Kdy spotřebitel právo **uplatnil**,
- **co je obsahem** reklamace,
- **způsob vyřízení reklamace požadovaný spotřebitelem**,
- **kontaktní údaje** spotřebitele pro jeho informování o vyřízení reklamace.

Drobných změn se dočkaly i požadavky na **způsob vyřízení reklamace**:

- Reklamace musí být vyřízena **nejpozději do 30 dnů**,
- prodávající se spotřebitelem se mohou nadále **dohodnout na delší lhůtě**,
- prodávající je **povinen informovat spotřebitele** o vyřízení reklamace,
- **na závěr reklamačního řízení** vydat spotřebiteli potvrzení o datu a způsobu vyřízení reklamace, včetně potvrzení o provedení opravy, a době jejího trvání, případně písemné odůvodnění zamítnutí reklamace.



Odpovědnost za vady (Reklamace)

Na co si dát v souvislosti s odpovědností za vady a reklamacemi nově pozor?

1.

Správně posoudit a určit nároky spotřebitele plynoucí z jeho reklamace.

2.

Nezapomenout, že zboží musí splňovat nově subjektivní i objektivní požadavky na jeho vlastnosti.

3.

Uvědomit si, že zákonná domněnka vady zboží (obrácené důkazní břemeno) se prodlužuje ze 6 na 12 měsíců.

4.

Podrobně se připravit na nové povinnosti související s prodejem zboží s digitálním obsahem.

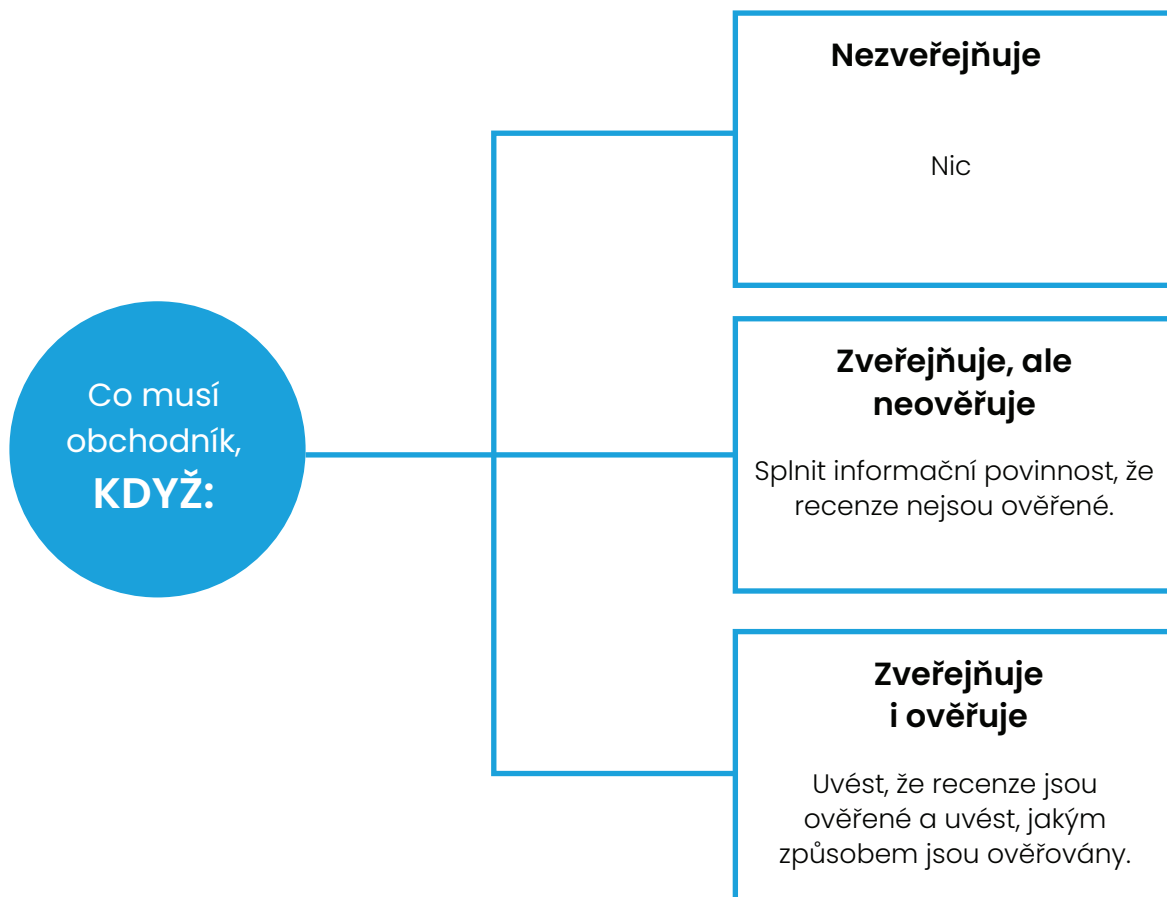
5.

Zpracovat změny v oblasti uplatňování a vyřizování reklamací. A to jak v praxi, tak i v rámci plnění informačních povinností na e-shopu.



Jestliže obchodník zveřejňuje na svém e-shopu uživatelské recenze, přibude mu nová povinnost – informovat, zda prodávající zajišťuje ověření pravosti recenze. Přesněji, že jí napsal spotřebitel, který si zboží zakoupil.

Obchodník a recenze



Mohou tedy nastat dvě základní situace:

- obchodník **nezajišťuje**, zdali recenze pochází od spotřebitele, který výrobek nebo službu skutečně použil nebo si je zakoupil, nebo
- toto obchodník **zajišťuje**.

● Zveřejňuje, ale neověřuje

Přímo k textu recenzí přidat informaci, že nezajišťuji, zda zveřejněná recenze pochází od spotřebitele, který výrobek nebo službu skutečně použil nebo si je zakoupil. APEK ale doporučuje se zveřejňování neověřených recenzí spíše vyhnout.

● Zveřejňuje i ověřuje

Přímo k textu recenzí přidat informaci, že zajišťuji, že zveřejněná recenze pochází od spotřebitele, (který výrobek nebo službu skutečně použil nebo si je zakoupil), doplněnou o hypertextový odkaz na podrobnější informace, jakým způsobem zajišťuji.

Nekalá obchodní praktika?

Nekalou obchodní praktikou má být, pokud obchodník bude uvádět, že „recenze výrobku nebo služby podává spotřebitel, který produkt skutečně použil nebo jej zakoupil, **aniž by přijal přiměřená opatření** k ověření toho, zda pocházejí od takového spotřebitele. A dále pokud obchodník bude zveřejňovat „**falešné spotřebitelské recenze**“ či doporučení nebo zadává jiné osobě, aby takové recenze či doporučení podala“ nebo bude zkreslovat „spotřebitelské recenze nebo doporučení na sociálních sítích s cílem propagovat výrobek nebo službu.“



Označení objednávkového „tlačítka“

Tlačítko, pomocí kterého dokončí zákazník nákupní proces, bude muset být nově označeno snadno čitelným nápisem „Objednávka zavazující k platbě“ nebo jinou odpovídající jednoznačnou formulací. V prosinci 2021 vydala Evropská komise Pokyny ke směrnici o právech spotřebitelů, podle kterých „*musí být příslušné označení na samotném tlačítku nebo bezprostředně vedle něj.*“ Rozhodnutí Soudního dvora EU v dubnu 2022 ovšem uvádí, že „*je třeba vycházet pouze z výrazu uvedeného na tomto tlačítku nebo této podobné funkci.*“ Z pohledu APEK je tak vhodné upravit vhodným způsobem samotné tlačítko a označit jej jako například „koupit“, „kupte nyní“, „zaplatte nyní“ nebo „potvrďte nákup“. Pokud podnikatel nedodrží tuto povinnost, je smlouva neplatná, ledaže se jí spotřebitel dovolá.



Poskytování služeb či digitálního obsahu v prostředí internetu

Do občanského zákoníku má být doplněn celý nový oddíl. Z hlediska legislativního budou rozlišovány jednotlivé varianty poskytování těchto služeb. Například služby na principu „software-as-a-service, sdílení videa a audiozáznamů a jiných souborů, zpracování textu nebo her nabízených v prostředí cloud computingu a sociálních médií.“

Povinnost spotřebitele informovat, že nemá právo odstoupit od smlouvy

Obchodník bude muset explicitně **předem informovat** o tom, že spotřebitel **nebude moci u konkrétního objednávaného zboží odstoupit** od kupní smlouvy do 14 dnů.

Přednastavené souhlasy spotřebitele s dalšími úplatnými plněními

Explicitně bude stanoveno, že není možné přidávat do objednávky jakákoli plnění bez výslovného souhlasu nakupujícího. Předem zaškrtnutý check-box např. u pojištění bude tedy nerelevantní a navíc přestupkem.



- Pojistit zásilku
- Prodloužená záruka 36 měsíců
- Myš k notebooku 300 Kč

- Pojistit zásilku
- Prodloužená záruka 36 měsíců
- Myš k notebooku 300 Kč



Povinnost vydat potvrzení o uzavřené smlouvě

Obchodník bude muset vydat spotřebiteli potvrzení o uzavřené smlouvě v textové podobě, a to nejpozději v okamžiku dodání zboží.

Regulace zprostředkovatelských platform

Nové informační povinnosti provozovatele on-line tržiště, včetně povinnosti poskytnout informaci o tom, na základě jakých kritérií jsou provozovatelem řazeny nabídky v rámci takového tržiště.

Stav vráceného zboží po odstoupení od smlouvy do 14 dnů

Dochází k nápravě chybně implementované evropské legislativy. Nově již bude zcela jasné, že spotřebitel ponese odpovědnost za snížení hodnoty zboží v důsledku jeho užívání nad rámec běžného vyzkoušení.

Možnost požadovat skladné v případě nepřevzetí věci po vyřízení reklamace

Podobně jako v případě nepřevzetí zakoupeného zboží bude vznikat prodávajícímu právo požadovat úplatu za uskladnění výrobku v případě jeho nevyzvednutí po vyřízení reklamace kupujícím.

Maximální lhůta pro dodání zboží

Obchodník bude mít nově pevně danou povinnost **dodat zboží nejpozději do 30 dnů** od uzavření kupní smlouvy (nebude-li oběma stranami výslovně domluveno jinak).

Dynamická cenotvorba

Obchodník bude muset informovat zákazníka předem o tom, zda došlo v jeho případě k automatizovanému přizpůsobení ceny.

APEK jako partner pro státní správu i podnikatele

Asociace pro elektronickou komerci (APEK) zastupuje více než 600 subjektů z oblasti e-commerce. Dlouhodobě se věnuje jak edukaci a rozvoji celého odvětví, tak i spolupráci se státní správou či orgány EU. Jedním z hlavních cílů činnosti APEK je podpora on-line podnikání, jehož dalšího rozvoje nelze dosáhnout bez komunikace a podpory ze strany České republiky a EU. APEK je také partnerem řady organizací, akcí a je součástí Svazu průmyslu a dopravy ČR (SPČR), Svazu obchodu a cestovního ruchu (SOCR) a E-commerce Europe.



Jan Vetyška

Výkonný ředitel APEK

mobil: +420 775 692 735

tel.: +420 222 510 100

mail: jan.vetyška@apek.cz

V případě zájmu o další podrobnější informace nás neváhejte kontaktovat:

APEK – Asociace pro elektronickou komerci

Sokolská 23, 120 00 Praha 2

Tel./fax: +420 222 510 100

Mail: info@apek.cz

Web: www.apek.cz

Odkazy:

APEK Eventy

<https://www.apek.cz/kalendar-akci>

APEK Právní oběžník

<https://www.apek.cz/nase-projekty#pravniobeznik>

APEK Certifikovaný obchod

<https://www.apek.cz/apek-certifikovany-obchod>

APEK Vzorové obchodní podmínky

<https://www.apek.cz/vzorove-obchodni-podminky-apek>