

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta právnická

Diplomová práce

Ochrana spotřebitele v právu EU

Jakub Gregorec

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta právnická

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Jakub GREGOREC**
Osobní číslo: **R17M0070P**
Studijní program: **M6805 Právo a právní věda**
Studijní obor: **Právo**
Téma práce: **Ochrana spotřebitele v právu EU**
Zadávající katedra: **Katedra ústavního a evropského práva**

Zásady pro vypracování

1. Úvod
2. Prameny a vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele
3. Orgány a organizace pro ochranu spotřebitele v EU
4. Ochrana právních zájmů spotřebitelů
5. Postupy alternativního řešení sporů a řešení sporů on-line
6. Evropská soudní síť pro občanské a obchodní věci a povinnost orgánů členských států vzájemně spolupracovat
7. Zástupné žaloby na ochranu společných zájmů spotřebitelů
8. Závěr

Rozsah diplomové práce:

Rozsah grafických prací:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

- Domáci
- Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů / Jarmila Pokorná, Eva Večerková, Tereza Levická, Jana Dudová. – Vydání první. – Praha : Wolters Kluwer, 2017. – xvi, 300 stran ; 21 cm. – (Právo prakticky). – ISBN 978-80-7552-625-0
- Transpozice směrnice o právech spotřebitelů do českého a slovenského právního řádu / Blanka Vítová. – 1. vydání. – Olomouc : Iuridicum Olomoucense, o.p.s., 2016. – 240 stran ; 21 x 30 cm. – Vydáno ve spolupráci s Právnickou fakultou Univerzity Palackého v Olomouci. – ISBN 978-80-87382-84-4
- KYSELOVSKÁ, Tereza et al. Rozhodování Soudního dvora EU ve věcech příslušnosti: (analýza rozhodnutí dle nařízení Brusel Ibis), Brno: Masarykova Univerzita, Právnická fakulta, 2014
- HAVLÍK, Richard. Ochrana spotřebitele v EU při obchodování po internetu: implementace směrnice o ochraně spotřebitele 85/577/EHS (smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory) a 97/7/ES (smlouvy uzavřené na dálku) v zemích EU a změny v nové harmonizační směrnici o ochraně spotřebitele 2011/83/EU. Ostrava: Key Publishing v koedici s B. I. B. S., 2012. Monografie. ISBN 978-80-7418-095-8
- Cizojazyčné
- BENÓHR, Iris. EU Consumer Law and Human Rights. Oxford university press 2013. ISBN 978-0-19-965197-9
- Rethinking EU Consumer Law / Geraint Howells, Christian Twigg-Flesner, Thomas Wilhelmsson. – First published. – London : Routledge, 2018. – 349 stran ; 24 cm. – (Market and the law). – ISBN 978-0-367-27935-6
- Zákony (komentáře):
- Zákon o ochraně spotřebitele : komentář / Blanka Vítová. – Vydání první. – Praha : Wolters Kluwer, 2016. – xv, 347 stran ; 24 cm. – (Komentáře Wolters Kluwer). – „Právní stav publikace je k 1.5.2016“ –Rub titulní stránky. – Přehled souvisejících právních předpisů. – ISBN 978-80-7478-984-7
- Občanský zákoník : komentář / Petrov, Výtisk, Beran a kol.. – 2. vydání. – V Praze : C.H. Beck, 2019. – lxx, 3276 stran ; 25 cm. – (Beckova edice komentované zákony). – ISBN 978-80-7400-747-7
- Další zdroje
- Smlouva o fungování Evropské unie
- Smlouva o Evropské unii
- Listina základních práv Evropské unie

Vedoucí diplomové práce:

JUDr. Tomáš Pezl, Ph.D.
Fakulta právnická

Datum zadání diplomové práce:

23. února 2021

Termín odevzdání diplomové práce:

31. března 2022



JUDr. et PhDr. Stanislav Balík, Ph.D.
děkan



Doc. JUDr. Monika Forejtová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 24. září 2021

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta právnická
Katedra ústavního a evropského práva

Diplomová práce

Ochrana spotřebitele v právu EU

Zpracoval: Jakub Gregorec

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Tomáš Pezl, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Ochrana spotřebitele v právu EU“ vypracoval samostatně a použil pouze uvedených pramenů a literatury.

V Plzni dne 31. 3. 2022

.....

Jakub Gregorec

Abstrakt

Tato diplomová práce zpracovává problematiku ochrany spotřebitele v právu EU. Činí tak ze tří hlavních pohledů – vývoje této právní úpravy, ochrany ekonomických zájmů spotřebitele a přístupu spotřebitele k právním prostředkům ochrany jeho práv. Práce cílí na poskytnutí vysvětlení této problematiky s přihlédnutím k hledisku průměrného spotřebitele. Dále jsou v práci popsány základní pojmy a principy spotřebitelského práva EU a orgány a organizace ochrany spotřebitele s přihlédnutím k cílům Nového programu pro spotřebitele.

Klíčová slova

Ochrana spotřebitele v eu, ochrana spotřebitele, evropská unie, model průměrného spotřebitele, spotřebitel, obchodník, informační povinnost, maximální harmonizace

Abstract

This thesis examines the issue of consumer protection in EU law from three main perspectives - the development of the legislation, the protection of consumers' economic interests, and consumers' access to legal remedies. The thesis aims to provide an explanation of these issues taking into account the model of the average consumer. Furthermore, the work describes the basic concepts and principles of EU consumer law as well as consumer protection institutions and organisations, taking into account the objectives of the New Consumer Agenda.

Keywords

Eu consumer law, consumer protection, european union, average consumer model, consumer, trader, information duty, maximum harmonisation

OBSAH

1	Úvod.....	1
2	Vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele v právu Evropské Unie.....	2
2.1	Vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele	2
2.1.1	Vývoj do přijetí Maastrichtské úmluvy	3
2.1.2	Vývoj po přijetí Maastrichtské smlouvy	6
2.2	Vývoj spotřebitelské politiky v EU	7
2.3	Prameny právní úpravy ochrany spotřebitele	8
3	Základní pojmy a principy spotřebitelského práva v EU.....	9
3.1	Princip subsidiarity	9
3.2	Princip maximální harmonizace a rozsudek ve věci tabákové reklamy.....	10
3.3	Princip kumulace ochrany spotřebitele	13
3.4	Spotřebitel a problematika hlediska průměrného spotřebitele	14
3.5	Obchodník	16
4	Nový program pro spotřebitele	18
5	Vybrané oblasti ochrany spotřebitele.....	20
5.1	Ochrana ekonomických zájmů spotřebitele	20
5.1.1	Předsmluvní informace a právo odstoupit od smlouvy.....	20
5.1.2	Prodej zboží a záruky	28
5.1.3	Nekalé obchodní praktiky a srovnávací a klamavá reklama.....	37
5.1.4	Spotřebitelské a hypoteční úvěry	49
5.2	Přístup spotřebitele k právním prostředkům ochrany jeho práv.....	60
5.2.1	Prostředky soukromoprávního odškodnění soudní cestou.....	60
5.2.2	Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.....	64
6	Orgány a organizace ochrany spotřebitele v EU.....	68
6.1	Portál Your Europe.....	68
6.2	Síť Evropských spotřebitelských center (ECC-Net)	68
6.3	Poradní skupina Evropské komise pro ochranu spotřebitele (CPAG)	69
7	Závěr	70
8	Summary	72

Bibliografie 74

1 ÚVOD

Ochrana spotřebitele v právu Evropské unie je stále se vyvíjejícím právním odvětvím, které je však v české literatuře, až na výjimky zabývajícími se jednotlivými kapitolami, opomíjeno. Nepochybně se jedná o důsledek rozsahu tohoto odvětví, které postihuje úpravu počínající obecnými opatřeními týkající se poskytování plnění vyplývajícího z právních jednání o koupi zboží nebo poskytování služeb, až po opatření zaměřující se na jednotlivá odvětví každodenního spotřebitelova života.

Z výše uvedeného důvodu se jednotlivé kapitoly zaměřují na poměrně úzkou část obecného spotřebitelského práva.

V první kapitole je popsán vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele, který je úzce spjat se zaváděním opatření zajišťující fungování vnitřního trhu v Evropské unii. Tato opatření byla až do okamžiku přijetí Maastrichtské smlouvy převažujícím prostředkem ochrany spotřebitele. To se ovšem změnilo zmíněnou smlouvou z roku 1992, která poprvé výslovně stanovila ochranu spotřebitele jako jeden z cílů politik, kterými se EU ve své činnosti řídí.

Druhá kapitola se zaměřuje na základní principy a pojmy spotřebitelského práva. Pro rozvoj tohoto odvětví je klíčové definování hlediska „průměrného spotřebitele“. Ačkoliv toto hledisko trpí jistými nedostatky, spojenými s přemírou poskytovaných informací spoléhajících se na spotřebitelovu schopnost tyto informace zpracovat, prolíná se celým spotřebitelským právem. Zmíněné a v práci více rozebrané nedostatky se ovšem nepochybně odráží ve vývoji právní úpravy a politik a přechodu k úplné harmonizaci vnitrostátních úprav s právem unijním.

Ve třetí části práce je poskytnut náhled do aktuálního vývoje spotřebitelského *acquis*, společně s analýzou platných směrnic zaměřujících se na „obecnou“ ochranu spotřebitele. S ohledem na přijetí Nového programu pro spotřebitele v roce 2020 je ochrana spotřebitele aktualizována a jsou připravovány několikero novelizace. Snahu o vyšší míru ochrany, která ve větší míře vyplývá z požadavku informovat spotřebitele co nejpodrobněji, aby mohl učinit informované rozhodnutí, sleduje i návrh připravované aktualizace směrnice o spotřebitelských úvěrech, který je v této kapitole společně s reformou úpravy smluv o koupi zboží zahrnut.

Čtvrtá kapitola se zaměřuje na způsoby řešení potenciálních sporů vyplývajících z těchto smluv. Pro spotřebitelské právo je typické řešení mimosoudní cestou. To se v dnešní době stává čím dál upřednostňovanějším, přičemž politika EU směřuje právě směrem informování jedince o těchto možnostech.

V poslední kapitole budou tedy popsány některé instituce zabývající se podporou spotřebitele v těchto sporech a zároveň bude nastíněna snaha Komise spotřebitele o jeho právech informovat prostřednictvím nového portálu „Your Europe“.

Cílem práce je tedy čtenáře seznámit s vývojem politik v této oblasti, uvést ho do problematiky spojené s hlediskem průměrného spotřebitele a poskytnout mu náhled do vybrané judikatury Soudního dvora Evropské unie, která spolu s přijímanými opatřeními dotváří celek unijního spotřebitelského práva.

Zajištění dostatečné a efektivní ochrany spotřebitele je v souvislosti s dopady pandemie COVID-19 stále důležitějším tématem. Postupný přesun spotřebitelského jednání do on-line světa žádá reakci tohoto odvětví na tyto změny. Potenciálním problémem ovšem stále zůstává naplnění předpokladu průměrného, dobře informovaného spotřebitele. Rostoucí rozsah poskytovaných informací požadovaný unijní úpravou, sledující požadavek úplné harmonizace v tomto odvětví, společně s možnou ledabylostí spotřebitele představuje riziko pro spotřebitelova práva.

V práci je užito několik teoretických metod výzkumu. Bylo užito zejména analýzy, indukce a komparace. Analytickou metodu lze spatřit v posuzování přijímaných opatření a judikatury a jejich dopadu na spotřebitelské právo. V tomto ohledu bylo užito i logické indukce, a to při formulování závěrů vyplývajících z poskytnuté judikatury. Poslední metodou, komparace, bylo užito v případech hodnocení novelizací a jejich dopadu na vývoj ochrany spotřebitele.

2 VÝVOJ PRÁVNÍ ÚPRAVY OCHRANY

SPOTŘEBITELE V PRÁVU EVROPSKÉ UNIE

Pro úplné pochopení této problematiky a směru vývoje politik Evropské unie v oblasti ochrany spotřebitele je nejprve nutné se seznámit s vývojem a základními pojmy týkajícími se tohoto odvětví.

2.1 VÝVOJ PRÁVNÍ ÚPRAVY OCHRANY SPOTŘEBITELE

Jelikož prostředky, které právo EU k regulaci ochrany spotřebitele nabízí, z větší části souvisí s regulací a tvorbou efektivního vnitřního trhu, je vývoj a regulace tohoto odvětví úzce spojena právě s vnitřním trhem EU.

Obecně můžeme uvést, že vývoj jakékoliv odvětvové regulace, o kterou EU usiluje, je dán příslušnými politikami. Ty udávají směr, kterým se úprava bude vyvíjet,

čímž je následně zaručena efektivní normotvorba. Právě v oblasti vývoje ochrany spotřebitele můžeme pozorovat, jak tyto politiky ovlivňují vývoj legislativy a prostředky regulace tohoto odvětví.

2.1.1 Vývoj do přijetí Maastrichtské úmluvy

Jak již bylo naznačeno výše, vývoj spotřebitelských práv, resp. ochrany spotřebitele lze úzce spojit s vývojem společného trhu v Evropě. Ten započal 25. března 1957, kdy byly přijaty Římské smlouvy – Smlouva o založení Evropského hospodářského prostoru a Smlouva o založení Evropského společenství pro atomovou energii. Významným krokem pro rozvoj vnitřního trhu bylo nově přijaté ustanovení čl. 2 Smlouvy o Evropském hospodářském prostoru (SEHS). To jako jeden z cílů tohoto společenství stanovilo hospodářské politiky prostřednictvím společného trhu a sblížením hospodářské politiky členských států.¹

Zatímco je v této úpravě rozvoji vnitřního trhu věnována poměrně velká pozornost, spotřebitel je zde zmíněn jen okrajově, spíše ve spojitosti vytvořením efektivního vnitřního trhu. Těmito ustanoveními jsou čl. 39 odst. 1 písm. e) stanovující požadavek, aby byly dodávky zboží spotřebiteli poskytovány za rozumné ceny. Na něj navazuje čl. 40, který pro vytvořený společného trhu považuje za klíčové, aby politika směřovala k cílům stanovených v Čl. 39 a zároveň se zdržela jakékoliv diskriminace mezi spotřebiteli a obchodníky.² Další zmínky o spotřebiteli můžeme najít v čl. 85, 86 a 92 SEHS. Článek 85 zakazuje jednání, která se neslučují s tvorbou společného trhu (např. dohody mezi podniky určující nákupní nebo prodejní ceny), přičemž tyto zákazy mohou být narušeny, pokud poskytují spotřebiteli přiměřený podíl na výhodách z těchto dohod plynoucích.³ Čl. 86 navazuje na jednání neslučitelná s vnitřním trhem a v souvislosti se spotřebitelem zakazuje zneužívání dominantního postavení na trhu, mimo jiné, ve spojitosti s „omezováním výroby, odbytu nebo technického vývoje na úkor spotřebitelů“.⁴ Poslední zmínka o spotřebiteli je obsažena v Čl. 92 odst. 2, který stanovuje státní podpory slučitelné s vnitřním trhem, kterými jsou sociální podpory poskytované konkrétnímu spotřebiteli.

¹ TICHÝ, Luboš, Arnold RAINER, Jiří ZEMÁNEK, Richard KRÁL a Tomáš DUMBROVSKÝ. *Evropské právo*, s. 12.

² *TREATY ESTABLISHING THE EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY AND RELATED INSTRUMENTS*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A11957E>. čl. 40 odst. 3

³ Tamtéž Čl. 85 odst. 3

⁴ Tamtéž Čl. 86 písm. b) SEHS

Ze znění Římských úmluv je patrné, jak nevýraznou v té době politika ochrany spotřebitele byla oproti současnosti. Prostředkem pro ochranu spotřebitele bylo vytvoření společného trhu, ze kterého následně spotřebitel mohl požívat pro něho plynoucích výhod. V tomto smyslu můžeme o ustanoveních týkající se tvorby vnitřního trhu hovořit jako o skrytých prostředcích, kterými bylo postavení spotřebitele regulováno. Mimo výše uvedené samozřejmě docházelo k formování politiky spotřebitelského práva dalšími způsoby. Jedním z nich bylo přijímání tzv. soft-law ve formě nezávazných doporučení, stanovisek apod. Druhým prostředkem bylo sblížení vnitrostátních úprav v oblasti ochrany spotřebitele, čímž byla v důsledku vytvářena společná politika na úrovni budoucí EU.⁵

V 70. letech, v návaznosti na úspěšné vytvoření vnitřního trhu, se začaly projevat ambice členských států na rozšíření působnosti Společenství mimo samotnou ekonomickou integraci. Ostatně i celosvětový trend se vyvíjel tímto směrem.

V roce 1962 měl na půdě Amerického kongresu proslov prezident J. F. Kennedy, ve kterém formuloval tři základní spotřebitelská práva – právo na ochranu proti klamavé nebo zavádějící reklamě, právo na ochranu před závadnými nebo neúčinnými léky a ostatními produkty a právo na výběr z dostatečného množství výrobků při zachování cen nenarušujících hospodářskou soutěž.⁶

V duchu formulace těchto práv, které sledovali celosvětový vývoj, byl v roce 1972 uskutečněn Pařížský summit, na kterém byl, v souvislosti s rozšířením okruhu působení do společenské sféry, vznesen požadavek na přijetí programu, který by řešil ochranu spotřebitele.⁷

Přijatým opatřením bylo Usnesení rady o předběžném programu Evropského hospodářského společenství na ochranu spotřebitele a informační politiky z roku 1975.⁸

V tomto dokumentu je vidět výrazný posun ve vnímání spotřebitele, který je ve třetím bodu tohoto usnesení označen jako „osoba, která se zajímá o různé aspekty společnosti, které se ho mohou přímo nebo nepřímo dotýkat jako spotřebitele, nikoliv pouze jako kupující a uživatel zboží a služeb pro osobní, rodinné nebo

⁵ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 4.

⁶ Special message to Congress on protecting consumer interest, 15 March 1962. Dostupné z: <https://www.jfklibrary.org/asset-viewer/archives/JFKPOF/037/JFKPOF-037-028>.

⁷ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 6.

⁸ *Council resolution of 14 April 1975 on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1975:092:FULL&from=HR>.

skupinové účely“. V návaznosti tuto definici a projev J.F. Kennedyho pak bylo formulováno prvních pět základních práv spotřebitele, kterými jsou: právo na ochranu zdraví a bezpečnosti, právo na ochranu ekonomických zájmů, právo na odškodnění, právo na informace a vzdělání a právo na zastoupení (právo být slyšen). Čl. 4 programu však upozorňoval na fakt, že právo Společenství v tu dobu samostatnou politiku ochrany spotřebitele neznalo a nezakládalo tedy ani možnost vydávat opatření sledující pouze ochranu spotřebitele. Tato opatření byla stále nutno přijímat v souladu s opatřeními v rámci specifických politik Společenství, jako jsou hospodářská, zemědělská, sociální, environmentální, dopravní a energetická politika.

Na předběžný program z roku 1975 pak navázal Druhý program Evropského hospodářského společenství na ochranu spotřebitele a informační politiky z roku 1981⁹. Ten potvrzoval a do jisté míry i rozvíjel předchozí program. Tyto dva programy následovalo přijetí Usnesení Rady ze dne 23. června 1986 o budoucím zaměření politiky Evropského hospodářského společenství v oblasti ochrany a podpory zájmů spotřebitelů. Nejvýraznějším rozdílem mezi tímto dokumentem a jeho předchůdci je odklon od prosazování spotřebitelských práv. Spotřebitel je ve světle tohoto usnesení viděn jako hlavní poživatel výhod z integrace trhu. V důsledku tohoto pojetí byl kladen větší důraz na umožnění spotřebiteli svobodné volby.¹⁰

Dalším výrazným posunem bylo přijetí Jednotného Evropského aktu, který doplnil Smlouvu o Evropském hospodářském společenství o čl. 100a (nynější čl. 114 Smlouvy o fungování Evropské unie), umožňující snadnější přijímání harmonizačních opatření zajišťujících fungování vnitřního trhu. Do této doby byla harmonizace právních předpisů zajišťována článkem 115 SFEU, avšak přidání čl. 114 umožnilo přijímání těchto opatření prostřednictvím kvalifikované většiny hlasů Rady za podpory Parlamentu, kdežto původní ustanovení je možné vetovat a vyžaduje souhlas všech stran. Význam tohoto ustanovení je pro přijímání opatření sledujících politiku ochrany spotřebitele zásadní (viz kapitola 2.3). Zároveň byl Aktem vytvořen požadavek dotvoření vnitřního trhu do konce roku 1992.¹¹

Stále větší důraz kladený na vytváření efektivně fungujícího vnitřního trhu a výhody z něho plynoucí je možné pozorovat i na zavedení tzv. akčních plánů.

⁹ *Council Resolution of 19 May 1981 on a second programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1981:133:FULL&from=EN>.

¹⁰ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 9.

¹¹ *Single European Act* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:11986U/TXT&from=CS>.

První Akční plán sledující vývoj politiky ochrany spotřebitele byl přijat na období roku 1990-92. Ten se zaměřoval na čtyři oblasti vedoucí k budování důvěry spotřebitele pro podporu realizace vnitřního trhu. Byly jimi zastoupení spotřebitelů; informování spotřebitelů; bezpečnost spotřebitelů a spotřebitelské transakce.¹² Tyto cíle akčního plánu byli ovšem stále limitovány absencí možnosti legislativně reagovat na potřeby spotřebitelského práva.

2.1.2 Vývoj po přijetí Maastrichtské smlouvy

Výrazným milníkem bylo přijetí Maastrichtské smlouvy roku 1992. Přijetím tohoto dokumentu byla vytvořena Evropská unie postavená na třech pilířích. Prvním bylo dosavadní Společenství, přičemž pro rozhodování a legislativu byl zaveden požadavek kvalifikované většiny hlasů. Druhým pilířem byla společná zahraniční a bezpečnostní politika, doplněná o třetí pilíř zaměřující se na spolupráci v justiční a policejní oblasti.¹³

Pro vývoj ochrany spotřebitele bylo důležité zavedení nynějšího čl. 12 SFEU (dříve čl. 153 odst. 2 Smlouvy o Evropském společenství), který stanovuje tzv. integrační princip: *„Požadavky vyplývající z ochrany spotřebitele budou brány v úvahu při vymezování a provádění jiných politik a činností Unie.“*

Ochrana spotřebitele byla zároveň poprvé vymezena jako jeden z cílů politik Evropské unie. Toho bylo docíleno přijetím samostatného čl. 169 SFEU, resp. čl. 153 Smlouvy o Evropském společenství, navazujícího na předchozí snahy o regulaci tohoto odvětví. Tuto snahu můžeme ostatně odvodit ze znění odst. 1 tohoto článku: *„K podpoře zájmů spotřebitelů a k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele přispívá Unie k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, jakož i k podpoře jejich práva na informace, vzdělávání a práva sdružovat se k ochraně svých zájmů.“*

K prosazování těchto zájmů jsou druhým odstavcem Unii svěřeny dva způsoby, jak podporu těchto zájmů uskutečnit. Na základě písm. a) je to přijímání harmonizačních opatření na základě čl. 114 SFEU. (Jak již bylo řečeno, jedná se o hlavní prostředek regulace ochrany spotřebitele. Podrobněji viz kapitola 2.2). Druhým, méně používaným způsobem přijímání opatření sledující cíle ochrany spotřebitele je postup uvedený v čl. 169 odst. 2 písm. b), která podporují, doplňují a sledují politiku členských států. Tato opatření zakládají tzv. standard minimální

¹² WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 10.

¹³ TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK et al. *Právo Evropské unie*, s. 45.

harmonizace, který dává možnost členským státům následovat své vlastní, mnohdy přísnější právní úpravy sledující ochranu spotřebitele.

Posledním milníkem ve vývoji primárního práva týkajícího se ochrany spotřebitele je pak přijetí Lisabonské smlouvy v roce 2007, která stanovuje závaznost Listiny základních práv Evropské unie.¹⁴ Ta ve svém čl. 38 uvádí: „V politikách Unie je zajištěna vysoká úroveň ochrany spotřebitele.“ V souvislosti s výkladovým ustanovením čl. 52 odst. 5 LPEU je na toto právo ovšem nutné nahlížet jako na výkladový princip, čímž doplňuje čl. 12 a 114 SFEU. Program harmonizace založený těmito články finálně stanovil odpovědnost politických institucí za kvalitu ochrany spotřebitele poskytovanou Evropskou Unií.¹⁵

2.2 VÝVOJ SPOTŘEBITELSKÉ POLITIKY V EU

Jak bylo naznačeno výše, vývoj ochrany spotřebitele je úzce spojen s vývojem spotřebitelské politiky. Ten je dokumentován prostřednictvím již zmíněných akčních plánů a ostatních stanovisek Komise, kterými se vytyčují cíle, kterých je třeba v rámci legislativy dosáhnout.

Na již zmíněný První akční plán navázal Druhý akční plán zaměřující se na období let 1993-1995. V něm si komise dala za cíl zlepšit důvěru spotřebitele ve vnitřní trh prostřednictvím informační povinnosti, přístupu k justici a ochraně zdraví a bezpečnosti. Třetí plán se pak v letech 1996-98 snažil odstranit zbylé nedostatky vnitřního trhu. Akční plán spotřebitelské politiky pro roky 1999-2001 a na něj navazující Strategie spotřebitelské politiky pro roky 2002-2006 si ponechávají za cíl zdůraznění výhod, které pro spotřebitele plynou z integrovaného vnitřního trhu.¹⁶

Právě Strategie z roku 2002 představuje důležitý milník pro další vývoj přijímaných opatření. Komise se v tomto dokumentu vyjádřila k potřebě přehodnocení a novelizace existujících směrnic zabývajících se ochranou spotřebitele za účelem jejich aktualizace a jejich postupného přechodu z minimální na požadavek maximální harmonizace.¹⁷ Toto rozhodnutí s sebou nese i svá úskalí a je nepochybně kontroverzní. Nejen, že na základě tohoto požadavku musí být unijní úprava co nejrozsáhlejší a zajišťovat dostatečnou ochranu spotřebitele, ale zároveň u směrnic,

¹⁴ *Listina základních práv Evropské unie*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12012P/TXT>.

¹⁵ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 12.

¹⁶ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 17.

¹⁷ *Consumer Policy Strategy 2002-2006* [online]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/api/files/COM\(2002\)208_0/de0000000910000](https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/api/files/COM(2002)208_0/de0000000910000).

kteřé výslovně nedovolují se od úpravy odchýlit, je znemožněno členským státům reagovat na lokální potřeby a zvyky. Na stranu druhou je úplná harmonizace pravděpodobně nejúčinnějším prostředkem přiblížení vnitrostátních úprav.

Strategie pro roky 2007-13 stanovila tři základní cíle. Posílení postavení spotřebitele, zvýšení blahobytu a ochrany před riziky, s nimiž se spotřebitelé nemohou vypořádat individuálně. Dále bylo uvedeno pět priorit, kterými jsou: lepší dohled nad spotřebitelskými trhy a národními spotřebitelskými politikami, lepší úprava ochrany spotřebitele, lepší prosazování a uplatňování náhrady škody, lépe informování a vzdělání spotřebitele a zavedení postavení spotřebitele do ostatní legislativy a politik EU. Zmíněné posílení postavení spotřebitele pak specifikovala Agenda z roku 2012 jako zlepšení bezpečnosti spotřebitele, jeho znalostí a informovanosti, prosazení lepšího uplatnění náhrady škody a aktualizace spotřebitelských práv v souladu se změnami ekonomických a společenských faktorů.¹⁸

2.3 PRAMENY PRÁVNÍ ÚPRAVY OCHRANY SPOTŘEBITELE

Úprava spotřebitelského práva je značně roztržštěná, což potvrzuje i skutečnost že alespoň nějakou formu ochrany spotřebitele obsahují i sektorové směrnice zabývající se regulací různých odvětví (např. telekomunikace, doprava, ochrana životního prostředí, osobní údaje, apod.). Z tohoto důvodu teorie v rámci vymezení základních pramenů zahrnuje směrnice, které se vztahují výlučně k ochraně spotřebitele:¹⁹

- Směrnice rady 85/374/EHS, o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se odpovědnosti za vadné výrobky
- Směrnice Rady 93/13/EHS, o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES, o smlouvách o spotřebitelském úvěru
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES, o ochraně spotřebitele ve vztahu k některým aspektům smluv o dočasném užívání ubytovacího zařízení (timeshare), o dlouhodobých rekreačních produktech, o dalším prodeji a o výměně

¹⁸ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 27-28.

¹⁹ TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK et al. *Právo Evropské unie*, s. 248.

- Směrnice evropského parlamentu a rady 2011/83/EU, o právech spotřebitelů
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/11/EU, o alternativním řešení spotřebitelských sporů
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 524/2013, o řešení spotřebitelských sporů on-line
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17 EU, o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2015/2302, o souhrnných cestovních službách a spojených cestovních službách
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/770, o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/771, o některých aspektech smluv o prodeji zboží
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/2161, kterou se mění směrnice 93/13 a směrnice 98/6, 2005/29 a 2011/83, pokud jde o vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2020/1818, o zástupných žalobách na ochranu kolektivních zájmů spotřebitelů

3 ZÁKLADNÍ POJMY A PRINCIPY SPOTŘEBITELSKÉHO PRÁVA V EU

3.1 PRINCIP SUBSIDIARITY

Princip subsidiarity byl do Evropského práva zaveden Maastrichtskou smlouvou jako prostředek zajištění efektivní normotvorby na unijní úrovni. Na jeho základě „...jedná Unie v oblastech, které nespádají do její výlučné pravomoci, pouze tehdy a do té míry, pokud cílů zamýšlené činnosti nemůže být dosaženo uspokojivě členskými státy na úrovni ústřední, regionální či místní, ale spíše jich, z důvodu jejího rozsahu či účinků, může být lépe dosaženo na úrovni Unie.“²⁰

²⁰ Konsolidovaná znění Smlouvy o Evropské Unii a Smlouvy o fungování Evropské unie [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12016ME/TXT>. Čl. 5 odst. 3 SEU

Požadavek subsidiární tvorby legislativy EU je pro spotřebitelské právo klíčový. Ostatně to potvrdila Komise v prvním Akčním plánu pro roky 1990-92 kdy v rámci kapitoly týkající se principu subsidiarity uvedla následující: „*Spotřebitelská politika musí být průběžně a efektivně řízena v členských státech, přičemž řízení a kontrola bezpečnosti, informací a nápravy musí být v každém případě přizpůsobeny místním potřebám. Bylo by nereálné, aby se tyto úkoly prováděly nepřetržitě na úrovni Společenství.*“²¹

Je tedy nutné, aby k harmonizaci, resp. přijímání opatření týkajících se ochrany spotřebitele docházelo v případech, kdy takové opatření na unijní úrovni zajistí lepší dosažení cílů spotřebitelské politiky. Nicméně u tohoto požadavku lze v určitých případech argumentovat, že ve znění přijímaných opatření není dostatečně zohledněn, jak lze ostatně vidět na unijní úpravě spotřebitelských úvěrů.

3.2 PRINCIP MAXIMÁLNÍ HARMONIZACE A ROZSUDEK VE VĚCI TABÁKOVÉ REKLAMY

Jak již bylo zmíněno výše, klíčovým prostředkem pro zajištění fungování vnitřního trhu, potažmo stanovení dostatečné úrovně ochrany spotřebitele, je možnost přijímat harmonizační opatření na základě čl. 114 SFEU. Tato opatření jsou přijímána kvalifikovanou většinou hlasů členských států, které jsou zastoupeny v Radě EU, přičemž počet těchto hlasů je závislý na počtu obyvatel daného státu. Přijetím čl. 114 SFEU, který na rozdíl od jeho předchůdce, čl. 115 nevyžaduje naprostý souhlas všech států, byl tedy vytvořen předpoklad pro efektivní přijímání legislativy.

Proces přijímání sblížujících opatření na základě kvalifikované většiny hlasů má však svá úskalí. Tato opatření lze přijímat pouze za účelem zajištění lepšího fungování vnitřního trhu. Tento požadavek je ale velmi abstraktní. Ačkoliv drtivá většina opatření je podložena rozsáhlými analýzami a důvody pro jejich přijetí, ne vždy tomu tak bylo. Příkladem je např. Směrnice 85/577 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory, která byla v účinnosti až do roku 2014. Ta ve své preambuli uvádí pouze následující: „*vzhledem k tomu, že rozdíly v těchto právních předpisech mohou mít přímý vliv na fungování vnitřního trhu; je tedy nezbytné sblížovat právní předpisy v této oblasti*“, bez dalšího vysvětlení.²²

²¹ *Three year action plan of consumer policy in the eec (1990 - 1992)*, s. 3.

²² WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 73-74.

Je sice možné argumentovat tím, že tato směrnice byla přijata na základě čl. 115, na jejím přijetí tedy panovala absolutní shoda, nicméně v souvislostech s přijetím čl. 114 bylo nutné požadavek budování vnitřního trhu blíže specifikovat. K této problematice vyjádřil SDEU ve věci C-376/98 Tabáková reklama, resp. Spolková republika Německo proti Evropskému parlamentu a Radě Evropské unie.²³

V tomto rozsudku se jednalo o věc zrušení směrnice 98/43/ES o reklamě a sponzorství ve prospěch tabákových výrobků. Ta byla přijata právě na základě nynějšího čl. 114, přičemž SRN, která argumentovala tím, že přijetí této směrnice není na základě čl. 114 možné, byla kvalifikovanou většinou hlasů přehlasována. Podala proto návrh na zrušení této směrnice, která byla inspirována cíli politiky veřejného zdraví. Soud ve svém rozsudku nejprve zdůraznil, že okruh záležitostí, které se směrnice dávala za cíl harmonizovat, se z větší části zabývá ochranou veřejného zdraví. Sbližování právních předpisů je v tomto odvětví na základě nynějšího čl. 168 SFEU výslovně zakázáno. V návaznosti na tento nedostatek SDEU uvedl následující: „... opatření uvedená v čl. 100a odst. 1 Smlouvy²⁴ jsou určena ke zlepšení podmínek vytvoření a fungování vnitřního trhu. Vykládat tento článek v tomto smyslu, že dává zákonodárci Společenství obecnou pravomoc k regulaci vnitřního trhu, by bylo nejen v rozporu se samotným zněním výše uvedených ustanovení, ale rovněž neslučitelné se zásadou zakotvenou v článku 3b Smlouvy o ES (nyní článek 5 ES), podle níž jsou pravomoci Společenství pravomocemi svěřenými.“ Soud dále uvedl, že opatření přijatá na základě čl. 114 musejí fakticky přispívat k integraci vnitřního trhu EU, tzn. Odstraňovat překážky volného pohybu zboží, služeb nebo vyrovnávat podmínky hospodářské soutěže.

Jelikož se v této věci jednalo o zákaz reklamy tabákových výrobků na popelnících, billboardech nebo slunečnicích v kavárnách, nebylo přípustné danou směrnicí na základě čl. 114 přijmout. To samo o sobě ale nezakládá absolutní nemožnost formování pravidel ochrany spotřebitele a veřejného zdraví v rámci harmonizačního programu. Jak ostatně soud sám konstatoval, přijetí směrnice, která by zakazovala reklamu na tabákové výrobky v tiskovinách by možné za normálních okolností bylo, nicméně odstraňování volného pohybu reklamních nosičů nemá se zajištěním volného pohybu výrobků vůbec žádnou spojitost. Toto tvrzení potvrzuje i fakt, že poté, co byla směrnice 98/43 zrušena, byla přijata směrnice 2003/33,

²³ Rozsudek Soudního dvora ze dne 5. října 2000. Spolková republika Německo proti Evropskému parlamentu a Radě Evropské unie. Věc C-376/98.

²⁴ Nynější čl. 114 SFEU

kteřá reklamu tabákových výrobků zakázala v periodických, novinách a časopisech, zatímco reklamu na předmětech, které byli stíženy úpravou předchozí nezakázala.

Tento rozsudek je pro tvorbu vnitřního trhu důležitý ze dvou důvodů. Zaprvé upřesňuje působnost čl. 114 SFEU. Opatření na jeho základě je ve světle tohoto rozhodnutí možno přijímat pouze tehdy, pokud harmonizace fakticky přispěje k rozvoji vnitřního trhu. Zadruhé v něm soud uvádí, že ačkoliv je harmonizace v oblasti veřejného zdraví zakázána, pokud přijaté opatření sleduje primárně zajištění fungování vnitřního trhu, je možné jeho působnost vztáhnout i k ostatním politikám EU.²⁵

Ačkoliv bylo výše uvedeným textem naznačeno, že čl. 114 zakládá automaticky povinnost inkorporovat opatření na jeho základě přijatá do vnitrostátního práva, samo ustanovení obsahuje tzv. únikovou klauzuli. Členským státům je tedy za určitých okolností umožněno buď svou vnitrostátní úpravu ponechat v platnosti, nebo zavést novou, přísnější. Tímto je, jak by se mohlo zdát, státům umožněno se odklonit od požadavku maximální harmonizace a „narušit tím“ proces formování fungujícího vnitřního trhu.

Přijetí odchýlných úprav je obecně umožněno za poněkud přísných podmínek. První možností je podle čl. 114 odst. 4 SFEU ponechání dosavadní vnitrostátní úpravy ze závažných důvodů uvedených v čl. 36, nebo z nebo pokud se jedná o vnitrostátní předpisy týkající se ochrany životního nebo pracovního prostředí. V druhé situaci, zabývající se možnostmi zavést přísnější opatření, je pak omezeno takové přijetí požadavkem souladu s novými vědeckými poznatky k ochraně životního prostředí nebo pracovního prostředí.²⁶ Tyto návrhy se oznamují Komisi, která má lhůtu šesti měsíců k posouzení, zda přijatá opatření neslouží k diskriminaci, omezování obchodu nebo zda nenarušují fungování vnitřního trhu. Danou lhůtu je pak možno prodloužit o dalších 6 měsíců, a to za předpokladu opodstatněné složitosti věcí a absence nebezpečí pro lidské zdraví. Pokud by se komise k tomuto návrhu nevyjádřila, považuje se za schválený.²⁷

Některá opatření dávají členským státům možnost se od úpravy odchýlit, v tomto případě s přihlédnutím ke znění čl. 169 odst. 4. SFEU mluvíme o minimální harmonizaci. V praxi je ale minimální harmonizace v oblasti spotřebitelského práva

²⁵ HILLION, Christophe. Tobacco Advertising: If You Must, You May, s. 488.

²⁶ *Konsolidovaná znění Smlouvy o Evropské Unii a Smlouvy o fungování Evropské unie* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12016ME/TXT>. Čl. 114 odst. 5 SFEU

²⁷ Tamtéž, Čl. 114 odst. 6 SFEU

čím dál méně užívaná, a ve světle vývoje politiky zaměřující se na ochranu spotřebitele i nežádoucí. Jak uvádí Weatherill: „*V zájmu ochrany ekonomických zájmů spotřebitele, je nutné, přezkoumávat a novelizovat existující směrnice EU týkající se ochrany spotřebitele za účelem jejich aktualizace, a zároveň prostředky harmonizace postupně měnit z požadavku minimální na úplnou harmonizace*“. Účelem přesunu k požadavku maximální harmonizace je „*minimalizace rozdílných úprav ochrany spotřebitele, které vytvářejí fragmentaci vnitřního trhu na úkor spotřebitelů a podniků*“.²⁸ I přes tyto vytyčené cíle má tento požadavek nedostatky. Asi největším je zákaz přísnější vnitrostátní úpravy (s výjimkou situací uvedených výše). V důsledku tohoto zákazu je úprava ochrany spotřebitele svěřena výhradně do rukou EU, nemůže být doplňována vnitrostátním právem, a pokud je unijní úprava mírnější než ta vnitrostátní, je standard ochrany spotřebitele v těchto státech snížen. Dalším možným nedostatkem je proces přijímání těchto opatření. Ty jsou závislé na politické debatě, která ne vždy musí sledovat zájmy spotřebitele. I kdyby tento standard byl nastaven správně, je stále závislý na interpretaci vnitrostátního zákonodárce a SDEU, kteří ne vždy vykládají opatření se zájmem spotřebitele na paměti.²⁹

3.3 PRINCIP KUMULACE OCHRANY SPOTŘEBITELE

Tento princip byl vyjádřen v rozsudku Soudního dvora ve věci *Travel Vac*³⁰ týkající se interpretace Směrnice Rady 85/577/EHS o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

V této věci se jednalo o poskytnutí předběžné otázky ohledně vztažení působnosti Směrnice 85/577/EHS na timeshareové smlouvy poskytující právo užívání nemovitosti a s ním spojený nárok na určité služby. Ta ve svém čl. 1 vymezovala působnost na smlouvy, uzavřené mimo obchodní prostory dodavatele, nebo v průběhu návštěvy dodavatele u spotřebitele, pokud tato návštěva nebyla uskutečněna na spotřebitelovu žádost. Čl. 3 odst. 2 písm a) pak výslovně vylučoval působnost na smlouvy o výstavbě, prodeji nebo nájmu nemovitostí nebo smlouvy týkající se jiných práv k nemovitostech. Prostředkem regulace timeshareových smluv byla směrnice 94/47/ES přijatá v roce 1994 o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitostí.

²⁸ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 88.

²⁹ Tamtéž s. 89-90

³⁰ *Rozsudek Soudního dvora ze dne 22 dubna 1999 ve věci Travel Vac SL proti Manuel José Antelm Sanchis, C-423/97.*

Španělský soud se tedy ptal, zda se směrnice 85/577/EHS vztahuje na smlouvy týkající se timeshareových oprávnění a poskytování služeb, jejichž hodnota je vyšší než samotné právo k užívání nemovitosti. Odpůrce, společnost Travel Vac argumentovala tím, že na tato jednání se vztahuje výhradně směrnice 94/47/ES. Vnitrostátní soud, společně s návrhovatelem konstatovali, že směrnice 85/577/EHS se sice k věcným právům k nemovitosti nevztahuje, ale vzhledem k tomu, že práva ke službám a movitostem vyplývající z uzavřené smlouvy mezi návrhovatelem a odpůrcem převyšují hodnotu práv k nemovitosti, je možné předmětnou směrnicí na spor vztáhnout.

Ve vyjádření k předběžné otázce Soudní dvůr uvedl následující: „...je sice pravda, že na timeshareové smlouvy se vztahuje směrnice 94/47, to však nebrání tomu, aby se na smlouvu s prvkem timesharu vztahovala směrnice 85/577, pokud jsou jinak splněny podmínky pro použití této směrnice. Žádná ze směrnic neobsahuje ustanovení vylučující použití druhé směrnice. Kromě toho by bylo v rozporu s cílem směrnice 85/577 vykládat ji tak, že ochrana, kterou poskytuje, je vyloučena pouze proto, že smlouva obecně spadá pod směrnici 94/47. Takový výklad by zbavil spotřebitele ochrany podle směrnice 85/577, i když byla smlouva uzavřena mimo obchodní prostory.“³¹

Principem kumulace ochrany spotřebitele, vyplývající z tohoto posudku můžeme chápat způsob aplikace směrnic týkajících se této problematiky. Ty totiž tvoří komplexní, ačkoliv poněkud roztroušenou, právní úpravu ochrany spotřebitele. Je tedy nutné jejich působnost chápat jako celek, nikoliv jako jednotlivé prostředky vztahující se pouze na jednu oblast. Proto, pokud není jejich působnost mezi sebou výslovně vyloučena, můžeme ustanovení zajišťující ochranu spotřebitele používat napříč celou touto oblastí.

3.4 SPOTŘEBITEL A PROBLEMATIKA HLEDISKA PRŮMĚRNÉHO SPOTŘEBITELE

Primární předpisy EU samostatnou definici pojmu neobsahují, ačkoliv na tento pojem ve svých ustanoveních odkazují. Pojem „spotřebitel“ je tedy nutno odvodit ze sekundárních předpisů, a judikatury SDEU.

Obecně lze s přihlédnutím ke znění sekundárních předpisů zabývajících se ochranou spotřebitele uvést následující: spotřebitelem chápeme fyzickou osobu,

³¹ Tamtéž odst. 22, 23

kteřá jedná za účelem, jež je vymezený v dané směrnici, a který zároveň nespádá do oblasti obchodní, podnikatelské, řemeslné nebo profesní činnosti dané osoby. Zároveň se ochrana této slabší strany nevztahuje pouze na smluvní ujednání, ale postihuje i před smluvní fází jednání, až po odpovědnost za vady a s nimi souvisejícími způsobenými škodami.³²

S přihlédnutím ke stále vyšší snaze o úplnou harmonizaci právních řádů členských států a unijního spotřebitelského práva je nutné sjednotit i výklad tohoto pojmu. SDEU tento požadavek částečně splnil, když uvedl do praxe dva spotřebitelské modely.

Prvním modelem, spojeným s nekalou soutěží, je model průměrného spotřebitele. Ten byl v rozhodnutí Gut Springenheide označen jako „průměrně informovaný a přiměřeně pozorný a obezřetný spotřebitel“. Model průměrného spotřebitele tedy počítá se třemi vlastnostmi – spotřebitelovou informovaností, pozorností a obezřetností.³³

Druhým modelem je model slabší smluvní strany. Podle Simonové je v rámci tohoto modelu průměrným spotřebitelem taková osoba, která není schopna „*po přečtení porozumět dvanáctistránkovými všeobecným obchodním podmínkám, ani rozumět matoucím smluvním ustanovením, která jsou komplikovaná i pro právníky*“. Proto může „*spotřebitel uvažovat logicky jen pod podmínkou, že dostane dostatečně logické a transparentní informace od prodejce, a dá se předpokládat, že spotřebiteli během desetiminutového bankovního poradenství nedojde, že se měl ještě na něco zeptat, aby mohl kalkulovat své riziko a platební povinnosti*.“³⁴

K modelu průměrného spotřebitele se legislativa EU hlásí ve směrnici 2005/29/EHS o nekalých obchodních praktikách (dále jen SNOP) v 18 bodu její preambule. „...*Tato směrnice, v souladu se zásadou proporcionality a pro zajištění účinné ochrany v ní obsažené, vychází z pojmu průměrného spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory, jak je vykládán Soudním dvorem.*“

SNOP zavádí vedle modelu průměrného spotřebitele model zranitelného spotřebitele. Těmi jsou dle čl. 5 odst. 3 tací spotřebitelé, jejichž vlastnosti (např. věk, duševní vyspělost nebo důvěřivost) vedou k jejich snadnějšímu ovlivnění spotřebitelů

³² TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK et al. *Právo Evropské unie*, s. 251.

³³ SIMON, Rita. *Spotřebitelské modely v evropském a českém právu s ohledem na smluvněprávní spory*, s. 391.

³⁴ SIMON, Rita. *Spotřebitelské modely v evropském a českém právu s ohledem na smluvněprávní spory*, s. 393.

obchodními praktikami nebo propagací produktů. Pokud taková praktika může narušit ekonomické chování pouze u těchto spotřebitelů, je vhodné zajistit přiměřenou ochranu těchto spotřebitelů posuzováním dané praktiky z pohledu průměrného člena této skupiny.³⁵ (viz Kapitola 4.1.3)

Problémem ovšem zůstává, že v praxi se (kromě výše zmíněných výjimek) většina sekundárních předpisů orientuje právě na předpoklad průměrného, dostatečně informovaného spotřebitele. K uspokojení předpokladu dostatečné informovanosti jsou nastaveny požadavky na poskytování předšmluvních informací. V obecné rovině lze konstatovat, že poskytnutí předšmluvních informací spotřebiteli nepochybně ovlivní jeho rozhodnutí o tom, zda smlouvu uzavřít, či nikoliv. V individuální rovině se ale nabízí protiargument, že úroveň ochrany spotřebitele založená na informačních povinnostech bude v praxi záviset na spotřebitelově vůli se s informacemi řádně obeznámit a jeho schopnosti je analyzovat. Na tento problém ostatně poukazují i Howells, Twigg-Flesner a Wilhelmsson. Ti se odkazují na výzkum Britského Úřadu pro spravedlivý obchod, který konstatoval následující: „*bohatí, dobře vzdělaní spotřebitelé patřící do střední třídy mají lepší předpoklady pro zpracovávání poskytovaných informací, než jejich méně vzdělaní vrstevníci*“. Z toho pak vyplývá, že spotřebitelům, kteří by za použití jiného možného hlediska benefitovali z větší míry ochrany, se jí v důsledku de-facto nemusí vůbec dostat.³⁶

V neposlední řadě pak můžeme poukázat na fakt, že předpoklad řádně informovaného spotřebitele v praxi často neodpovídá realitě. Rozpoznávací schopnost společně se schopností zpracovávat informace má každý jedinec jinou, tudíž míra informací, kterou bude spotřebitel schopen zpracovat se bude velmi lišit.

3.5 OBCHODNÍK

Jako obchodníka můžeme s přihlédnutím ke znění směrnic označit jakoukoliv fyzickou či právnickou osobu, bez ohledu na to, zda je v soukromém či veřejném vlastnictví, pokud jedná se spotřebitelem jako profesionál. Požadavek profesionality

³⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách). Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>.

³⁶ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 98.

znění směrnice vysvětluje také, přičemž se jde o jednání v rámci výkonu podnikání, obchodu, živnosti nebo řemesla.³⁷

SDEU tuto definici doplňuje svým vymezením standardu poctivého podnikatele. Tohoto standardu se ovšem využívá pouze jako pomocného výkladového pravidla při určování spotřebitelského hlediska.³⁸

Pojem poctivý podnikatel byl definován ve věci Mohamed Aziz.³⁹ V té se jednalo o poskytnutí předběžné otázky týkající se výkladu směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách. Španělský navrhovatel, pan Aziz uzavřel smlouvu o hypotečním úvěru, který zajistil svou stávající nemovitostí. Smlouva umožňovala bance úvěr vymáhat, pokud by Aziz dluh nesplácel. V článku 15 smlouvy se rovněž uvádělo, že banka má právo vymáhat jakýkoli dluh, který lze okamžitě vyčíslit. Jelikož pan Aziz úvěr přestal splácet, banka dluh pomocí notáře vyčísčila a zahájila řízení o vlastnictví.

Aziz se následně domáhal zrušení ustanovení čl. 15, protože spatřoval jeho nespravedlnost v souladu se zněním směrnice. Ta ve svém čl. 3 odst. 1 uváděla následující: „*Smluvní podmínka, která nebyla individuálně sjednána, je považována za nepřiměřenou, jestliže v rozporu s požadavkem přiměřenosti způsobuje významnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, které vyplývají z dané smlouvy, v neprospěch spotřebitele.*“⁴⁰

Španělské právo ovšem neobsahovalo žádná konkrétní ustanovení, která by umožňovala úlevu v případě, že jsou podmínky uvedené ve smlouvě o hypotečním úvěru nepřiměřené.

Vnitrostátní soud tedy požádal SDEU o poskytnutí následující předběžné otázky: Co je ve znění směrnice myšleno pod pojmem „nepřiměřených podmínek“ v souvislosti se sazbami úroků z prodlení, kvantifikací a zrychlením hypotéky?

SDEU se k této otázce vyjádřil následovně: „*V případě neexistence dohody mezi stranami se nespravedlnost posuzuje podle pravidel vnitrostátního práva, která se na daný případ vztahují. Vnitrostátní soud musí posoudit, zda smlouva staví spotřebitele do méně výhodného postavení, než jaké mu poskytují výchozí vnitrostátní*

³⁷ TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK et al. *Právo Evropské unie*, s. 254.

³⁸ SIMON, Rita. *Spotřebitelské modely v evropském a českém právu s ohledem na smluvněprávní spory*, s. 395.

³⁹ *Rozsudek Soudního dvora ze dne 14 března 2013. Mohamed Aziz proti Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa (Catalunyacaixa), C-415/11.*

⁴⁰ *Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:31993L0013>. Čl. 3 odst. 1

právní předpisy.“ K povaze obchodníkovy jednání v dobré víře SDEU dodal, že předpoklad dobré víry je splněn tam, kde „prodávající nebo poskytovatel, který jedná se spotřebitelem poctivě a přiměřeně, mohl rozumně očekávat, že by spotřebitel s takovou klauzulí – po porozumění – souhlasil v rámci individuálního vyjednávání a obsahu smlouvy“.

V důsledku tohoto odůvodnění nelze za nepřiměřené označovat takové ustanovení smlouvy, u kterého obchodník může předpokládat, že průměrný spotřebitel by s takovými ustanoveními souhlasil.

4 NOVÝ PROGRAM PRO SPOTŘEBITELE

Jak již bylo uvedeno v předchozí kapitole věnující se vývoji ochrany spotřebitele v právu EU, toto odvětví je formováno zejména prostřednictvím programů, které si v této oblasti kladou určité cíle. Poslední z přijatých politik je Nový program pro spotřebitele, nesoucí podnázev Posílení odolnosti spotřebitele pro udržitelné oživení, stanovující cíle vývoje pro období let 2020–2025. Ten navazuje na program z roku 2012 a zároveň reaguje na období hrozby a transformaci spotřebitelského chování vycházející z pandemie COVID-19.

Pandemie bezpochyby ovlivnila chování spotřebitele na trhu, přičemž povahu těchto změn konstatuje samotná komise. „*Některé změny mohou být dočasné a souviset se zdravotní situací (např. méně využívaná veřejná doprava), zatímco jiné, zejména ty, které souvisejí s digitální transformací (např. nárůst on-line nákupů potravin nebo přístup k více on-line streamovacím službám z domova, a to i u kulturních a sportovních akcí), by se mohly stát systémovějšími.*“⁴¹

Ve spojitosti s nárůstem využívání on-line nákupů Komise identifikovala riziko znevýhodnění spotřebitelů, kteří se nebyli schopni, nebo nemají kapacitu na to, se tomuto trendu přizpůsobit. Proto bylo jako jeden z cílů tohoto programu stanoveno „*větší zaměření na iniciativy podporující integraci, začleňování, zvyšování informovanosti a vzdělávání spotřebitelů.*“⁴² Další riziko vzniklé v souvislosti s pandemií COVID-19 byla krize v oblasti cestovního ruchu, spojená s výpadkem osobní dopravy. V návaznosti na problémy s vrácením záloh spotřebitelům bylo vypracováno Doporučení Komise 2020/648 ze dne 13. května 2020 o poukazech nabízených cestujícím jako alternativa k vrácení peněz za zrušené souborné cestovní

⁴¹ Sdělení komise Evropskému parlamentu a Radě: Nový program pro spotřebitele, s. 3.

⁴² Tamtéž s. 4

a přepravní služby a v souvislosti s pandemií COVID-19. Zároveň si Komise klade za cíl zhodnocení právní úpravy ohledně souborných cestovních služeb, včetně ochrany proti platební neschopnosti.

Mimo cíle stanovené v souvislosti s pandemií se program zabývá z větší části perspektivami v následujících oblastech: zelená transformace, digitální transformace, účinné prosazování spotřebitelských práv a jejich náprava, řešení zvláštních potřeb spotřebitelů a ochrana spotřebitele v globálních souvislostech.

V oblasti zelené transformace si program klade za cíl umožnit spotřebiteli přispět k realizaci záměrů Zelené dohody pro Evropu. Mimo obecné požadavky kladené na vlastnosti zboží je v programu deklarováno účinné právo na opravu a zároveň požadavek na „lepší a spolehlivější informace o zboží a službách z hlediska udržitelnosti“⁴³. V souvislosti s informační povinností by měl být spotřebitel zároveň chráněn před tzv. greenwashingem, tedy takovými informacemi, které vzbuzují dojem, že výrobek je šetrnější k životnímu prostředí, než je tomu ve skutečnosti.

Program si v oblasti digitální transformace si klade za cíl poskytovat stejnou úroveň ochrany spotřebitele jak v on-line, tak v off-line světě. Jde tedy o „vytvoření bezpečnějšího digitálního prostoru pro spotřebitele, kde jsou chráněna jejich práva, a zajištění rovných podmínek umožňujících, aby inovace zajistily všem Evropanům novější a lepší služby.“⁴⁴ K dosažení tohoto cíle by měl být přijat Akt o digitálních službách, posilující odpovědnost zprostředkovatelů on-line platform a Akt o digitálních trzích, řešící problémy, které vznikají na on-line trzích náchylných k selhání trhu.

Důraz je kladen i na on-line způsoby poskytování finančních služeb. V souvislosti s automatizovanými postupy hodnocení úvěrových rizik pro jednotlivce Komise stanovuje požadavek revize směrnic o spotřebitelských úvěrech, směrnice o hypotečních úvěrech, směrnice o platebních účtech a směrnice o uvádění finančních služeb pro spotřebitele na trh na dálku. Samotná automatizace hodnocení úvěrových rizik bude čím dál více souviset s využitím umělé inteligence. V této oblasti Komise pracuje na návrhu na zaručení vysoké úrovně ochrany zájmů spotřebitelů a ochrany základních práv, který vytvoří důvěru nezbytnou pro společenské využívání umělé inteligence.

Jak bylo uvedeno výše, Komise dlouhodobě vyžaduje zlepšování informovanosti a vzdělávání spotřebitelů. V oblasti digitální transformace byl za tímto

⁴³ Tamtéž s. 7

⁴⁴ Tamtéž s. 10

účelem přijat Akční plán pro digitální vzdělávání na období 2021-2027. Ten si v této oblasti klade za cíl rozvoj digitálních dovedností, rozvoj digitální gramotnosti, vzdělávání v oblasti výpočetní techniky ve školách.⁴⁵

Z přijetí tohoto cíle můžeme odvodit, že Komise má za cíl dlouhodobě bojovat s možným nenaplněním požadavku průměrného, řádně informovaného spotřebitele. Tato snaha se projevuje zejména v přijímání prostředků usnadňujících spotřebiteli se s těmito právy seznámit, nicméně lze diskutovat o rozsahu praktických dopadů těchto opatření na skutečnou schopnost spotřebitele se v poskytovaných informacích orientovat.

5 VYBRANÉ OBLASTI OCHRANY SPOTŘEBITELE

5.1 OCHRANA EKONOMICKÝCH ZÁJMŮ SPOTŘEBITELE

V zájmu rozvoje spotřebitelských politik je regulace okruhu věcí, resp. podmínek, o kterých je spotřebitel informován více než žádoucí, což podporuje i fakt, že se v praxi jedná o jednu z nejvíce směrnicemi upravovaných záležitostí. Tato předmluvní fáze je nejčastěji doplňována o situace, kdy k uzavření smlouvy dojde, ale spotřebiteli je dána možnost rozmyšlení se. Konkrétně se bude jednat o případy, kdy se rozhodne od smlouvy odstoupit.⁴⁶

Jak již bylo naznačeno, tato úprava by měla nepochybně napomáhat k dosažení konceptu řádně informovaného spotřebitele (viz kapitola 2.4). Ve skutečnosti ale dosažení tohoto účelu velmi záleží na schopnosti jednotlivce reagovat na obsah smlouvy, který zůstává v kompetenci soukromoprávní úpravy.

5.1.1 Předmluvní informace a právo odstoupit od smlouvy

Poskytování rozsáhlé škály předmluvních informací je předpokladem pro naplnění požadavku řádně informovaného spotřebitele. Jedním ze znaků tohoto odvětví ochrany spotřebitele je skutečnost, že spotřebiteli jsou informace poskytovány v situacích, kdy nejsou relevantní⁴⁷ a tím pádem nemusejí být posouzeny s dostatečným uvážením (viz. Kapitola 2.4)

⁴⁵ *SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ Akční plán digitálního vzdělávání 2021-2027.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52020DC0624>.

⁴⁶ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 225.

⁴⁷ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 98.

Právní rámec úpravy poskytuje Směrnice 2011/83/EU, o právech spotřebitelů (dále jen SPS). Ta nahradila předchozí úpravu zajišťovanou směrnicemi o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory a směrnicí o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku.

Aktuální úprava sleduje trend maximální harmonizace, přičemž zaručuje práva spotřebitele ve třech oblastech. Jsou jimi smlouvy uzavřené na dálku, smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory a ostatní smlouvy. Ve světle novelizace, která vstupuje v účinnost 28. května 2022, poskytnuté směrnicí Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, tzv. Doprovodné směrnice, se vymezení působnosti přibližuje působnosti směrnic 2019/771 a 2019/770. Výše uvedenými smlouvami se tedy myslí smlouva týkající se prodeje zboží, poskytování služeb, nebo smlouva o poskytování digitálního obsahu nebo digitálních služeb mezi obchodníkem a spotřebitelem, ve které se spotřebitel zavazuje platit cenu (viz. Kapitola 4.1.2).

Smlouvou uzavřenou mimo obchodní prostory je taková smlouva, která je uzavřena za současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele v místě, které není obchodními prostorami obchodníka⁴⁸. Dále jsou jimi smlouvy uzavřené v obchodních prostorách bezprostředně po osobním a individuálním oslovení spotřebitele na místě, které není obchodními prostorami obchodníka, za současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele.⁴⁹ V neposlední řadě se jedná o smlouvy uzavřené během zájezdu organizovaného obchodníkem za účelem nebo s účinkem propagace a prodeje zboží či služeb spotřebiteli.⁵⁰

Distanční smlouvou je „smlouva uzavřená mezi obchodníkem a spotřebitelem v rámci organizovaného systému prodeje či poskytování služeb na dálku bez současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele s výhradním použitím jednoho nebo více prostředků komunikace na dálku až do okamžiku uzavření smlouvy“.⁵¹ Na rozdíl od definice obchodních prostor není pojem „organizovaný systém prodeje či poskytování služeb“ v samotném znění SPS nijak vymezen. Představu o tom, co je za

⁴⁸ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 2 odst. 8 písm. a)

⁴⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 2 odst. 8 písm. b)

⁵⁰ Tamtéž Čl. 2 odst. 8 písm. c)

⁵¹ Tamtéž Čl. 2 odst. 7

tento systém považováno můžeme získat z bodu 20 Preambule SPS, který říká, že „*pojem organizovaný systém prodeje či poskytování služeb na dálku by měl zahrnovat systémy nabízené třetí stranou, kterou není obchodník sám, nýbrž kterou obchodník využívá, jako je například online platforma.*“

Vymezení ostatních smluv, které nemají povahu distančních smluv ani smluv uzavřených mimo obchodní prostory, je pojato negativně. Obecně můžeme říct, že ostatními smlouvami jsou všechny smlouvy, kromě těch, které jsou vyňaty z působnosti směrnice prostřednictvím čl. 3. Typicky se jedná o smlouvy, jejichž úprava je svěřena speciální úpravě.

Právě rozlišení těchto třech typů smluv je důležité pro stanovení informační povinnosti, jelikož ta se odvíjí od povahy jednotlivé smlouvy a jednání.

Stanovení požadavků na informace o jiných než distančních, popř. smlouvách uzavřených mimo obchodní prostory je svěřeno čl. 5. Poskytnutí těchto informací je předpokladem pro vznik závazku spotřebiteli. Jedná se o informace týkající se vlastnosti zboží, totožnosti obchodníka, celkové ceny nabízeného zboží nebo služeb, způsobu jejich platby a dodání, připomenutí existence zákonné záruky, podmínky ukončení smlouvy a informace týkající se funkčnosti digitálního obsahu. Doprovodnou směrnicí se požadavek připomenutí existence zákonné záruky doplňuje o informování o podmínkách případného poprodejního servisu. Dále je přidán požadavek informování o případné funkčnosti zboží s digitálními prvky, digitálním obsahem a digitálních službách a o jakékoli příslušné kompatibilitě a interoperabilitě zboží, které jsou obchodníkovi známy.

Členským státům je v této oblasti ponechána možnost odchýlit se od znění směrnice. Konkrétně se jedná o umožnění nevynechání poskytování těchto informací v transakcích každodenní povahy. Zároveň mohou státy ponechat nebo přijmout přísnější požadavky na předšmluvní informace týkající se tohoto typu smluv.

V oblasti distančních smluv a smluv uzavřených mimo obchodní prostory požívá spotřebitel nepochybně větší míry ochrany. Na rozdíl od ostatních smluv není umožněno členským státům se od úpravy odchýlit. Právě proto můžeme v této úpravě spatřovat poněkud detailní a rozsáhlé požadavky na předšmluvní informace.

Znění čl. 6 navazuje na podmínky uvedené v čl. 5, přičemž, jak již bylo řečeno, tyto požadavky rozvádí. Nad rámec čl. 5 je tedy požadováno uvést zeměpisnou adresu obchodníka, společně s telefonním číslem, emailem a faxem, aby bylo spotřebiteli umožněno obchodníka kontaktovat. Tento požadavek byl Doprovodnou směrnicí aktualizován tak, aby více vyhovoval dnešní době. Nově je od obchodníka

vyžadováno, aby poskytoval pouze jeho telefonní číslo a emailovou adresu. Novelizace pamatuje i na případy, kdy obchodník poskytuje i jiné prostředky online komunikace. V tomto případě je nutno o takových prostředcích také informovat, přičemž směrnice upravuje i požadavky na tyto prostředky. Spotřebiteli musí být umožněno uchovat si veškerou písemnou komunikaci s obchodníkem, včetně data a času korespondence na trvalém nosiči (viz níže).

Dále se jedná o požadavek uvedení nákladů na prostředky komunikace na dálku, obeznámení spotřebitele s právem na odstoupení od smlouvy, popř. s jeho neexistencí, podmínky a existenci asistenční služby, záloh, které musí spotřebitel obchodníkovi poskytnout, a v poslední řadě je nutno spotřebitele informovat o možnosti přístupu k mechanismu mimosoudního urovnávání stížností a prostředků nápravy, který se na obchodníka vztahuje.

Další nadcházející novinkou je povinnost informovat spotřebitele o tom, že cena byla přizpůsobena na základě automatizovaného rozhodování.⁵² Důvodem pro tento vývoj je schopnost obchodníků přizpůsobit cenu nabídek pro jednotlivé spotřebitele nebo jejich skupiny na základě sestavování profilů chování.⁵³ Právě možnosti sběru dat o jednotlivci a jejich následné využití obchodníkem mohou způsobit zvýšenou zranitelnost spotřebitele ve smluvním vztahu. Spotřebitel si totiž mnohdy riziko s přesunem do on-line světa neuvědomuje a nemusí nutně dbát na dopady jeho chování v tomto prostředí. Tento argument podporuje výzkum společnosti Deloitte z roku 2018⁵⁴, která poukazuje na fakt, že ve spotřebitelské oblasti až 60% provozovatelů webových stránek nedává možnost upravit si nastavení shromažďování cookies.

Problematikou ochrany spotřebitele na on-line tržištích se zabývá i nově zavedený čl. 6a. On-line tržištěm chápeme „*službu využívající software, a to včetně internetových stránek nebo aplikace, který je provozován obchodníkem nebo jeho jménem a umožňující spotřebitelům uzavírat na dálku smlouvy s jinými obchodníky*

⁵² Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>. Čl. 4 odst. 4 písm. a) bod ii)

⁵³ Tamtéž Bod 45 Preambule

⁵⁴ *Cookie Benchmark Study* [online]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/risk/deloitte-nl-risk-cookie-benchmark-study.pdf>.

*nebo spotřebiteli.*⁵⁵ Pro lepší představu toho, co je tímto pojmem myšleno můžeme uvést příklad české služby Heureka.cz, nebo polského serveru allegro.pl.

Již zmíněný čl. 6a tedy upravuje povinnost poskytovat předmluvní informace na on-line tržištích. Nutno ovšem dodat, že v této oblasti je umožněno členským státům zavést dodatečné informační povinnosti. Směrnice tedy bude působit jako minimum, kterého členské státy musejí dosáhnout. Důvod pro odchýlení se od úplné harmonizace formuluje bod 29 preambule směrnice 2019/2161. Je jím nutnost reagovat na rychlý technologický vývoj a nezbytnost zajištění vyšší úrovně ochrany spotřebitele. Obecně se státům ukládá povinnost zajistit, aby byly spotřebiteli poskytnuty následující informace: Kritéria pro parametry určujících pořadí nabídek, které jsou zákazníkovi nabízeny, informaci o tom, zda je třetí strana nabízející zboží obchodníkem, či nikoliv a s tím související možnost uplatnit práva na ochranu spotřebitele, a popřípadě způsob, jakým jsou povinnosti související se smlouvou rozděleny mezi provozovatele on-line tržiště a třetí stranu.

Pro efektivní zajištění poskytování předmluvních informací jsou směrnici zavedeny formální požadavky distančních smluv a smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

V případě uzavření smlouvy mimo obchodní prostory je obchodník vázán poskytnout spotřebiteli předmluvní informace v papírové podobě, nebo, za předpokladu souhlasu spotřebitele, na jiném trvalém nosiči.⁵⁶ Trvalým nosičem je myšlen *„jakýkoli nástroj, který umožňuje spotřebiteli nebo obchodníkovi ukládat informace jemu osobně, a to způsobem vhodným pro jejich budoucí použití, po dobu přeměřenou jejich účelu, a který umožňuje reprodukci uložených informací v nezměněném stavu.“*⁵⁷ Další vysvětlení tohoto pojmu je poskytnuto bodem 23 preambule, který uvádí příklady trvalých nosičů. Jmenovitě se jedná o papír, zařízení USB, CD-ROMy, DVD, paměťové karty nebo pevné disky počítačů a elektronická pošta. V praxi se nicméně bude jednat spíše o papír a prostředky

⁵⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>. Čl. 4 odst. 1 písm. e) bod 16

⁵⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 7 odst. 1

⁵⁷ Tamtéž Čl. 2 odst. 10

elektronické pošty, jejichž snadné použití v dnešní době zastínilo ostatní jmenovaná média.

Dalším požadavkem na formu poskytovaných informací je jejich čitelnost a použití jasného a srozumitelného jazyka. Na důsledek tohoto požadavku s odkazem na judikaturu SDEU poukazují Howells, Twigg-Flesner a Wilhelmsson. Ti konstatují následující. „*Pokud by se na znění SPS měl aplikovat pohled SDEU, který říká, že spotřebitel by měl být schopen na základě jasných, srozumitelných kritérií posoudit ekonomické dopady vyplývající z použitých termínů, mělo by to na poskytování předmluvních informací ještě více zatěžující dopad. A to z důvodu možné nutnosti poskytovat další vysvětlení určitých informací.*“⁵⁸ V důsledku tohoto aplikačního pojetí bychom se mohli dostat do určité spirály poskytování nadbytečných informací, čímž by byla dále oslabována ochrana spotřebitele, který by se v nich nemusel vyznat.

V oblasti distančních smluv je požadavek poskytnutí informací na trvalém nosiči prolomen a na místo něj je stanovena povinnost obchodníka poskytnout spotřebiteli informace způsobem odpovídajícím použitému prostředku komunikace. V případě smluv uzavřených elektronickými prostředky, které spotřebitele zavazují k zaplacení, musí obchodník před uzavřením smlouvy druhou stranu výslovně upozornit, že se objednávkou zavazuje k zaplacení.⁵⁹

Pokud je distanční smlouva uzavřená po telefonu, mohou členské státy požadovat, aby smlouva vešla v platnost až po jejím podpisu spotřebitele, nebo po odeslání svého písemného souhlasu.⁶⁰

Druhým institutem ochrany, který SPS obsahuje, je právo spotřebitele odstoupit od smlouvy. V praxi je spotřebiteli uplatněním tohoto práva umožněno jednostranně odstoupit od smlouvy bez udání důvodů za určitých podmínek. Samotná směrnice kromě těchto podmínek v čl. 16 uvádí typy smluv, u kterých toto právo není možné uplatnit. Vzhledem k harmonizační povaze tohoto opatření je tento výčet taxativní a bude se uplatňovat napříč celou unií.

⁵⁸ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 110.

⁵⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 8 odst. 2

⁶⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 8 odst. 6

Pro uplatnění tohoto práva je spotřebiteli poskytnuta lhůta 14 dnů.⁶¹ Pro správný způsob počítání této lhůty je nutno odlišovat, zda se jedná o smlouvu o poskytování služeb, nebo o smlouvu o koupi zboží. V případě poskytování zboží počíná tato lhůta běžet ode dne uzavření smlouvy.⁶² Pokud se jedná o druhou situaci, počíná lhůta běžet ode dne, kdy spotřebitel získá kompletní zboží do fyzického držení.⁶³ Zvláštním případem je nově zavedená možnost členských států prodloužit tuto lhůtu na 30 dní v případě smluv uzavřených v souvislosti s nevyžádanými návštěvami u spotřebitele doma nebo se zájezdy organizovanými obchodníkem s cílem a s účinkem propagace a prodeje produktů spotřebitelům.

Druhým rozhodným okamžikem pro uplatnění tohoto práva je povinnost informování spotřebitele o možnosti toto právo uplatnit, resp. její opomenutí. Pokud obchodník spotřebiteli tuto informaci neposkytne, počíná běžet objektivní lhůta pro uplatnění tohoto práva v době 12 měsíců.⁶⁴ V případě, že obchodník během 12 měsíců od koupě nebo uzavření smlouvy o poskytování služeb spotřebitele dodatečně o možnosti odstoupit od smlouvy informuje, počíná spotřebiteli běžet subjektivní lhůta 14 dnů ode dne, kdy spotřebitel tyto informace obdržel.⁶⁵

Spotřebiteli je umožněno od smlouvy odstoupit pouhým prohlášením a následným sdělením obchodníkovi o tomto záměru v již zmíněné lhůtě. Prostředkem, jakým se tato informace předává je vzorový formulář, nebo jakékoliv jiné jednoznačné prohlášení o svém rozhodnutí odstoupit od smlouvy. Možnost využití vzorového formuláře by měla zjednodušit tento proces a zároveň zvýšit právní jistotu spotřebitele. I přesto ale ze znění čl. 11 SPS vyplývá možnost odstoupit od smlouvy jakýmkoliv způsobem.

Možné je od smlouvy odstoupit prostřednictvím dopisu, telefonního hovoru, nebo prostým vrácením zboží s oznámením uplatnění práva odstoupit od smlouvy. Vzhledem ke skutečnosti důkazního břemena na spotřebitelově straně bude optimálnější činit toto jednání na trvalém nosiči. Pro zjednodušení tohoto postupu a s přihlédnutím k cíli digitální transformace je proto umožněno, aby obchodník nabízel možnost standardizovaný formulář vyplnit a odeslat prostřednictvím svých

⁶¹ Tamtéž Čl. 9 odst. 1

⁶² Tamtéž Čl. 9 odst. 2 písm. a)

⁶³ Tamtéž Čl. 9 odst. 2 písm. b)

⁶⁴ Tamtéž Čl. 10 odst. 2

⁶⁵ Tamtéž Čl. 10 odst. 1

webových stránek. Při uplatnění tohoto postupu pak vzniká obchodníkovi povinnost zaslat spotřebiteli potvrzení o přijetí tohoto formuláře.⁶⁶

Jak již bylo naznačeno, uplatněním práva na odstoupení od smlouvy, zanikají závazky ze smlouvy vyplývající. Zánik těchto závazků je avšak nahrazen vznikem nových, po jejichž splnění smlouva de facto zaniká.

Obchodníkovi vzniká povinnost vrátit veškeré jím obdržené platby, bez zbytečné prodlevy do 14 dnů ode dne obdržení informace o uplatnění práva odstoupit od smlouvy. Případně této straně zároveň vzniká povinnost uhradit dodatečné náklady související s dodáním, ovšem pouze v případě, že spotřebitel zvolil nejlevnější způsob dodání. Doprovodnou směrnicí byli obchodníkovi povinnosti doplněny o úpravu nakládání s digitálním obsahem vytvořeným spotřebitelem. Jeho používání se obchodník zdrží, s výjimkou případů, *„kdy daný obsah nelze použít mimo rámec poskytované služby nebo obsahu; pokud souvisí pouze s činností spotřebitele při používání digitálního obsahu nebo digitální služby; pokud byl obchodníkem sloučen s jinými daty a nemůže být oddělen“*.⁶⁷

Spotřebitel musí zboží zaslat zpět, nebo jej jinak předat obchodníkovi, a to do 14 dnů od podání oznámení o odstoupení od smlouvy. Náklady na vrácení zboží nese spotřebitel sám, ledaže s převzetím těchto nákladů souhlasil obchodník, nebo o této skutečnosti neinformoval spotřebitele.⁶⁸ Aby bylo zabráněno zneužívání tohoto institutu, který nepochybně prolamuje zásadu *pacta sunt servanda*, je spotřebitel odpovědný za případné snížení hodnoty zboží v důsledku nakládání s tímto zbožím jiným způsobem, než je nutné k tomu, aby se obeznámil s povahou, vlastnostmi a funkcí zboží.⁶⁹

Pokud se jedná o odstoupení od smlouvy, jejímž předmětem je poskytování digitálního obsahu nebo služeb, musí se spotřebitel zdržet používání tohoto plnění,

⁶⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 11 odst. 3

⁶⁷ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>. Čl. 4 odst. 10

⁶⁸ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 14 odst. 1

⁶⁹ Tamtéž Čl. 14 odst. 2

a jeho případného poskytování třetím stranám.⁷⁰ V případě služeb obecně, vzniká spotřebiteli povinnost zaplatit obchodníkovi částku úměrnou rozsahu služeb poskytnutých do doby oznámení o odstoupení od smlouvy.⁷¹

Obecně můžeme konstatovat, že právo odstoupit od smlouvy je jedním ze stěžejních prostředků, kterými je unijní ochrana spotřebitele zajištěna. Jak již bylo uvedeno, jedná se o jednoznačné prolomení zásady *pacta sunt servanda*, které je ovšem obhájeno účinnou ochranou slabší strany smluvního vztahu. Společně s informačními povinnostmi, které byli rozebrány na začátku kapitoly totiž, alespoň do určité míry, zajišťují efektivní naplnění požadavku řádně informovaného spotřebitele. Tím, že je spotřebiteli dána lhůta pro dodatečné zvážení všech informací, popřípadě i pro uvědomění si, jestli daný výrobek odpovídá jeho očekáváním a plní účel, pro který jej potřebuje, prolamuje unijní úprava nedostatky z aplikace tohoto hlediska plynoucí.

I přes výše uvedené ale ochrana spotřebitele spojená s právem dodatečného odstoupení od smlouvy nepochybně trpí problémem, kterým je spotřebitel sám, resp. jeho vůle tohoto práva využít. Ta může být omezena spotřebitelovým odporem ke ztrátě (ať už daného zboží nebo služby) nebo dodatečnými náklady s tímto právem spojeným.⁷²

Tento problém ovšem zůstává, dle názoru autora, neřešitelný, neboť není možné spotřebitele autoritativně nutit k tomu, aby podnikl určité kroky. Největším přínosem a zajištěním efektivní úpravy budou nepochybně výhody z ní plynoucí, tím pádem motivující spotřebitele k učinění těchto kroků ze své vlastní vůle. V tomto ohledu můžeme spatřovat snahu EU tohoto cíle, který Komise stanovila v Novém programu pro spotřebitele, dosáhnout.

5.1.2 Prodej zboží a záruky

Právní rámec úpravy prodeje zboží poskytování služeb a záruk poskytují dvě opatření, a to směrnice 2019/770 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení

⁷⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>. Čl. 4 odst. 11 písm. a)

⁷¹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 14 odst. 3

⁷² HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 124.

2017/2394 a směrnice směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES (dále jen Směrnice o prodeji zboží). Tuto směrnici pak doplňuje směrnice 2019/771 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních službách. Obě tyto směrnice nahrazují a doplňují směrnici 1999/44/ES o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží.

Koncepčně by se obě nově přijaté směrnice měli doplňovat⁷³. Z tohoto důvodu budou v následujícím textu posuzovány společně. Směrnice 2019/770 se svou působností vztahuje na poskytování digitálního obsahu nebo služeb, a to včetně nosičů. Digitálním obsahem jsou ve smyslu čl. 2 odst. 1 data, vytvořená a poskytovaná v digitální podobě. Digitálními službami jsou pak služby, které spotřebiteli umožňují vytvářet, uchovávat nebo zpracovávat jím vytvořená data v digitální podobě nebo taková služba, která spotřebiteli umožní tato data sdílet.⁷⁴

Směrnice 2019/771 se naopak vztahuje na smlouvy o prodeji zboží, kterým jsou všechny movité hmotné věci, včetně energií jako jsou voda, plyn a elektřina v případech, kdy se spotřebiteli dodávají v omezeném množství. Zároveň jsou zbožím myšleny veškeré hmotné movité předměty obsahující digitální obsah nebo digitální službu ve smyslu směrnice 2019/770.⁷⁵

Důvodem jejich přijetí byla aktualizace předchozí směrnice za účelem jejího přizpůsobení se stále se rozvíjícímu trhu s digitálním obsahem a digitálními službami a zajištění dostatečné ochrany spotřebitele na těchto trzích.⁷⁶ Druhým důvodem je přechod ke standardu maximální harmonizace v oblasti smluvních jednání týkajících se prodeje zboží. Předchozí úprava, poskytovaná směrnicí 199/44/ES, pracovala s požadavkem minimální harmonizace, v důsledku čehož docházelo ke značné roztrůstěnosti vnitrostátních úprav v oblasti poskytování nápravných prostředků.⁷⁷

⁷³ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Bod 13 Preambule

⁷⁴ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 2 odst. 2

⁷⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 2 odst. 5

⁷⁶ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Bod 5 Preambule

⁷⁷ Tamtéž Bod 6 Preambule

Tento nedostatek z pohledu spotřebitele mohl narušovat jeho nedůvěru v přeshraniční transakce.

I přes harmonizační povahu těchto směrnic, jsou členským státům dány příležitosti, kdy se od jejich znění mohou ve vnitrostátní úpravě odchýlit. Kupříkladu je z důvodu rozšířené ochrany spotřebitele členským státům umožněno rozšířit působnost těchto směrnic i na fyzické a právnické osoby, které za spotřebitele znění směrnic nepovažuje. Dalším případem je umožnění členským státům a jejich spotřebitelů jaký prostředek nápravy bude uplatněn, pokud se nesoulad zboží projeví krátce po dodání (lhůta 30 dnů). V neposlední řadě je členským státům umožněno odchýlit se od stanovené záruční doby 2 let, přičemž tato lhůta by měla sloužit jako naprosté minimum.⁷⁸

Jak již bylo řečeno, obě směrnice se zaměřují na ochranu spotřebitele, tedy fyzické osoby, která jedná v souvislosti se smlouvami, na které se směrnice vztahují a toto jednání není spojeno s její obchodní činností⁷⁹ (více k pojetí spotřebitele viz výše). Tuto definici pak mohou členské státy rozšířit o určité fyzické nebo právnické osoby – například nevládní organizace, začínající nebo malé a střední podniky.⁸⁰ Posun ve vnímání spotřebitele lze spatřovat v úpravě týkající se smluv s dvojitým účelem, tedy takového právního jednání, kdy činnost fyzické osoby souvisí s jejím podnikáním a zároveň se na tuto činnost dá vztáhnout úprava smluv o prodeji zboží. Do doby přijetí těchto dvou směrnic bylo určujícím kritériem povaha užívání daného produktu nebo služby.

Pokud tedy fyzická osoba uzavřela smlouvu o dodání zboží, přičemž tato smlouva zčásti souvisela s její obchodní činností, bylo nutno posuzovat povahu této smlouvy a účel jejího uzavření a toto posouzení bylo obecně uznáváno na unijní úrovni.⁸¹ V nové úpravě směrnice 2019/771 a 2019/770 je toto posouzení svěřeno do rukou členských států a jejich zákonodárců. Bod 22 Preambule směrnice 2019/771 totiž uvádí: „Členské státy by však rovněž měli mít i nadále možnost určit v případě smluv dvojitě účelu, pokud jsou uzavřeny za účelem částečně spadajícím do rámce a částečně mimo rámec obchodní činnosti dotyčné osoby a pokud je obchodní účel

⁷⁸ MORAIS CARVALHO, Jorge. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, s. 3.

⁷⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Čl. 2 odst. 2

⁸⁰ Tamtéž Bod 21, 22 Preambule

⁸¹ MORAIS CARVALHO, Jorge. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, s. 6-7.

v celkovém kontextu smlouvy okrajový, zda má být tato osoba považována rovněž za spotřebitele a za jakých podmínek. “ Jak poukazuje Morais Carvalho: „V důsledku tohoto nového pojetí, může docházet k tomu, že určité členské státy tyto osoby za spotřebitele považovat nebudou... Toto omezení pojetí spotřebitele může vést k rozdílným úpravám na Evropské úrovni a v souvislosti s tím oslabovat vnitřní trh a efektivní ochranu spotřebitele. “⁸²

Dalším výrazný posun v oblasti ochrany spotřebitele můžeme spatřit v souvislosti se směrnicí 2019/770. Ta se poprvé komplexně zabývá problematikou poskytování digitálních dat spotřebitelem. Kromě, již zmíněného, definování pojmů digitálního obsahu a digitálních služeb se tato směrnice zaměřuje na ochranu spotřebitele v oblasti poskytování osobních dat.

V rámci její působnosti se „směrnice použije na každou smlouvu, na jejímž základě obchodník poskytuje nebo se zavazuje poskytovat digitální obsah nebo digitální službu spotřebiteli a spotřebitel platí nebo se zavazuje platit cenou“⁸³. Na tuto definici plnění pak navazuje druhý odstavec čl. 3 odst. 1, ze kterého můžeme odvodit, že cenou se pro účely této směrnice bude chápat i poskytování osobních údajů obchodníkovi spotřebitelem. Z tohoto ustanovení pak můžeme odvodit působnost, i na v mnoha případech, na první pohled bezplatné služby, jako jsou sociální sítě, nebo obdobné služby, kdy spotřebitel poskytne obchodníkovi své údaje, se kterými následně obchodník v rámci své činnosti dále nakládá.

Podmínky nakládání s osobními údaji a jejich definici směrnice neobsahuje, jelikož touto problematikou se zabývá obecné nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR). Těmito údaji se rozumí veškeré informace o identifikované nebo identifikovatelné fyzické osobě.⁸⁴ Na nedostatek tohoto řešení ovšem ve svém článku poukazuje Richter. „Rozdíl mezi daty způsobilými identifikovat osobu a těmi, která způsobilá nejsou, může být zcela závislý na individuálních faktorech – stejná data mohou v některých situacích osobu identifikovat, v jiných nikoliv. To se týká např. tzv. cookies a zejména uživatelem vytvořeného obsahu; Směrnice existenci tohoto obsahu uznává a reguluje ho (např. čl. 16 odst. 3 Směrnice), zároveň ale neuznává jeho

⁸² Tamtéž s. 7

⁸³ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 3 odst. 1

⁸⁴ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex%3A32016R0679>. Čl. 4 odst. 1

*podstatu jako osobního údaje ve smyslu uvedené definice GDPR, a tedy jej ani nepovažuje za smluvní protiplnění, a to navzdory tomu, že jde o známý a diskutovaný problém již od počátku iniciativy digitální regulace.*⁸⁵

Jádrem ochrany spotřebitele poskytované oběma směrnicemi je požadavek souladu zboží nebo digitálního obsahu, popřípadě digitální služby. Tyto požadavky jsou na rozdíl od předchozí úpravy děleny na dvě skupiny – subjektivní a objektivní.

Subjektivní požadavky souladu zboží/digitálního obsahu se smlouvou jsou následující: zboží musí odpovídat popisem, množstvím, kvalitou, funkčností a ostatním požadavkům vyplývajícím ze smlouvy, musí být vhodné pro spotřebitelem požadovaný účel, který sdělil obchodníkovi, musejí být poskytnuty s veškerým příslušenstvím, pokyny, včetně návodu k instalaci (příčemž u digitálního obsahu musí být poskytována asistenční služba pro zákazníky) a v poslední řadě musí být digitální obsah/služby aktualizovány a zboží musí být s těmito aktualizacemi, které stanoví smlouva, dodáno.

Objektivní podmínky, které subjektivní podmínky doplňují, se vztahují na vlastnosti zboží ve vztahu k očekáváním spotřebitele.⁸⁶ Zboží musí být tedy zejména způsobilé ke stejným účelům, jako zboží stejného druhu, musí odpovídat kvalitou a popisem vzorku, který prodávající spotřebiteli před uzavřením smlouvy poskytl (s ohledem na digitální služby se jedná zejména o poskytované zkušební verze nebo náhledy).

S ohledem na ochranu ekonomických zájmů spotřebitele je dobré věnovat pozornost požadavku trvanlivosti, který je zmíněn i v Novém akčním plánu pro oběhové hospodářství⁸⁷, potažmo tento požadavek můžeme spatřit i v Novém programu pro spotřebitele. Ačkoliv se na první pohled může zdát, že jde o opatření spíše environmentální politiky, své dopady má i na ochranu spotřebitele. A to v oblasti zaručení práva na opravu, společně s ochranou před předčasným zastaráváním výrobků a greenwashingem. Určitý odraz tohoto přístupu v souvislosti s digitálním obsahem nebo službami můžeme spatřovat požadavku poskytování aktualizací digitálního obsahu nebo služeb po ujednanou dobu, popřípadě po dobu spotřebitelem

⁸⁵ RICHTER, Štěpán. Směrnice EU 2019/770 o některých aspektech poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb jako nástroj ochrany spotřebitele, s. 11.

⁸⁶ MORAIS CARVALHO, Jorge. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, s. 12.

⁸⁷ *Nový akční plán pro oběhové hospodářství*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>.

očekávatelnou.⁸⁸ V případě zboží s digitálními prvky je doba, po kterou je prodávající povinen zajistit aktualizace zboží 2 roky.⁸⁹ Ačkoliv to povaha digitální služby předpokládá, je ve směrnici 2019/770 zakotven zároveň požadavek poskytovat digitální obsah nebo službu v nejnovější verzi, která je dostupná v době uzavření smlouvy.⁹⁰

Poslední oblastí týkající se požadavku souladu se smlouvou jsou případy nesprávné instalace zboží, popřípadě nesprávné integrace digitálního obsahu nebo digitální služby. Nesouladem se smlouvou je v tomto smyslu jakýkoliv nesoulad způsobený instalací/integrací výrobku, pokud tak bylo učiněno prodávajícím nebo na jeho odpovědnost. Spotřebitel je chráněn i v případech, kdy k nesprávné instalaci/integraci dojde jeho činěním v důsledku nedostatků v návodu k instalaci prodejcem poskytnutém.

Na soulad zboží se smlouvou navazuje ustanovení týkající se odpovědnosti prodávajícího. Ten je v případě poskytování zboží odpovědný spotřebiteli za jakýkoliv nesoulad existující v době dodání zboží a který se projeví do dvou let od doby dodání.⁹¹ V tomto ohledu nová úprava přejímá úpravu starší. V případě dodání zboží s digitálními prvky je tato lhůta modifikována v případě, že smlouva zajišťuje nepřetržité poskytování tohoto zboží po dobu delší než dva roky. V tomto případě odpovídá prodávající za jakýkoli nesoulad, který se projeví nebo nastane během doby, po kterou má být digitální obsah nebo služba poskytovány.⁹²

Směrnice upravující poskytování digitálního obsahu nebo služeb tuto problematiku řeší jinak. Dle čl. 11 odst. 3 pokud smlouva zajišťuje nepřetržité poskytování po určitou dobu, odpovídá obchodník za takový nesoulad digitálního obsahu nebo služby, který nastane nebo se projeví během doby, po kterou mají být digitální obsah nebo digitální služba poskytovány.

⁸⁸ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 8 odst. 2

⁸⁹ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Čl. 7 odst. 3 písm. b)

⁹⁰ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 8 odst. 6

⁹¹ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Čl. 10 odst. 1

⁹² Tamtéž Čl. 10 odst. 2

K tomuto rozdílu dává Morais Carvalho dva příklady, kdy se budou jednotlivá ustanovení aplikovat:⁹³

- 1) Smlouva uzavřená mezi spotřebitelem a společností Netflix, na základě, které má zákazník přístup k obsahu tvořeným touto společností. (stálý přístup trvající určitou dobu). V tomto případě se aplikuje ustanovení čl. 11 odst. 3, přičemž tato digitální služba (v podobě přístupu na webovou stránku) musí být poskytnuta v souladu s uzavřenou smlouvou po dobu jejího trvání. Povaha této smlouvy zajišťuje nepřetržitý přístup spotřebitele na webovou stránku nebo k aplikaci a k poskytovanému obsahu po určitou dobu (bez ohledu na to, zda byla doba trvání tohoto vztahu předem ujednána), přičemž soulad se smlouvou není relevantní později, kdy spotřebitel nebude mít k webové stránce nebo aplikaci přístup.
- 2) Smlouva o koupi automobilu, který má ve výbavě GPS navigaci, obsahující smluvní ujednání o aktualizaci GPS zařízení po dobu prvních tří let. V tomto případě se aplikuje čl. 10 odst. 2 věta druhá Směrnice 2019/771. Obchodník je tedy odpovědný za jakýkoliv nesoulad, který nastane nebo se projeví v době prvních třech let. Spotřebiteli ale na druhou stranu běží dvě různé lhůty pro uplatnění odpovědnosti prodávajícího – dva roky na automobil a tři roky na zařízení GPS. Pokud by si ovšem strany ujednali poskytování aktualizací po dobu jednoho roku, spotřebitele by chránila minimální doba dvou let.

Jak již bylo zmíněno výše, právě v rámci úpravy odpovědnostních lhůt je dána členským státům volnost, přičemž znění směrnice slouží pouze ke stanovení minimálního standardu. Dalším problémem, kterým se směrnice nezabývá je stanovení přerušování doby odpovědnosti nebo promlčecí lhůt v případě opravy, výměny nebo smířčím jednáním.⁹⁴ Existenci odlišných vnitrostátních úprav připouští směrnice i v případě důkazního břemena.

To v případě jednorázového dodání zboží leží na straně kupujícího. V případě poskytování digitálního obsahu nebo služeb se důkazní břemeno odvíjí od povahy věci. Pokud se jedná o poskytnutí digitálního obsahu nebo služby, nese důkazní

⁹³ MORAIS CARVALHO, Jorge. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, s. 15-16.

⁹⁴ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>. Bod 44 Preambule

břemeno obchodník. Ten má tuto povinnost i v případě nepřetržitého poskytování obsahu nebo služby po určitou dobu, a to, pokud jde o otázku, zda byly digitální obsah nebo služba v době jejich poskytnutí v souladu. V tomto případě bude obchodník prokazovat nesoulad.⁹⁵ Tento požadavek je prolomen v případě nekompatibility digitálního prostředí spotřebitele s nabízeným digitálním obsahem nebo službou. Spotřebitel pak musí soulad prokazovat pouze v případech, pokud byl na zmíněnou nekompatibilitu upozorněn obchodníkem před uzavřením smlouvy.

Posledním institutem zajišťující ochranu spotřebitele, na který směrnice pamatují, jsou prostředky nápravy v případě nesouladu. Ty stanovují nároky, kterými spotřebitel v případě nesoulad disponuje. Důležité je podotknout, že tyto nároky jsou vystavěny hierarchicky⁹⁶, tudíž se nejprve upřednostňuje uvedení zboží, popřípadě digitálního obsahu nebo služby do souladu. Až poté je spotřebitel oprávněn požadovat snížení ceny a v poslední řadě může spotřebitel ukončit smlouvu. Jak správně poukazuje Morais Carvalho, kogentní úprava těchto podmínek nápravy sice zaručuje stejný standard poskytované ochrany spotřebitele, nicméně v členských státech, které měli na základě předchozí úpravy tyto podmínky nastaveny přísněji bude úroveň ochrany spotřebitele efektivně snížena.⁹⁷ Tento problém do jisté míry řeší ustanovení směrnice 2019/771, konkrétně čl. 3 odst. 7, který dává členským státům možnost povolit spotřebitelům zvolit si konkrétní prostředek nápravy pokud se nesoulad projeví do 30 dní od dodání zboží. Tuto lhůtu má k dispozici i spotřebitel v oblasti digitálního obsahu a služeb. Jelikož z povahy těchto služeb vyplývá obchodníková možnost tento obsah v průběhu jejich poskytování jednostranně měnit, může spotřebitel, v případě že mu tato změna způsobí dodatečné náklady nebo jeho přístup k obsahu, smlouvu také ukončit. Lhůta pak běží od okamžiku provedení úpravy nebo od obdržení informace o této úpravě.⁹⁸

Prostředkem uvedení do souladu je oprava nebo výměna zboží. Tato možnost je limitována pouze uskutečnitelností takové výměny nebo opravy. Zároveň takové uvedení do souladu nesmí obchodníkovi způsobit nepřiměřené náklady. Dané ustanovení navazuje na pohled SDEU, který toto konstatoval ve věci Weber & Putz.

⁹⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 12 odst. 2

⁹⁶ MORAIS CARVALHO, Jorge. *Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771*, s. 17.

⁹⁷ Tamtéž s. 18

⁹⁸ RICHTER, Štěpán. *Směrnice EU 2019/770 o některých aspektech poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb jako nástroj ochrany spotřebitele*, s. 12.

„...čl. 3 odst. 3 směrnice musí být vykládán v tom smyslu, že brání tomu, aby vnitrostátní legislativa přiznávala prodávajícímu právo odmítnout výměnu zboží, které je v rozporu se smlouvou, jako jediný možný způsob zjednání nápravy z důvodu, že tato výměna pro něj v důsledku povinnosti odstranit toto zboží z místa, kde bylo instalováno, a povinnosti nainstalovat zde zboží náhradní, znamená vynaložit výdaje nepřiměřené hodnotě, kterou by zboží mělo v případě souladu se smlouvou, a významu rozporu se smlouvou.“⁹⁹

Požadovat snížení ceny nebo ukončit kupní smlouvu má spotřebitel v následujících případech:¹⁰⁰

- a) Obchodník neuvedl zboží, digitální obsah nebo digitální službu do souladu
- b) Navzdory snaze obchodníka uvést zboží do souladu došlo k nesouladu
- c) Nesoulad je závažné povahy, čímž odůvodňuje okamžité snížení ceny nebo ukončení smlouvy
- d) Obchodník prohlásil nebo je z okolností zřejmé, že zboží, digitální obsah nebo službu do souladu se smlouvou neuvede v přiměřené lhůtě nebo bez významných obtíží pro spotřebitele.

Pokud dojde ke snížení ceny, musí být takové snížení přiměřené poklesu hodnoty zboží, digitálního obsahu nebo služby, které spotřebitel obdržel v porovnání s hodnotou standardního plnění.¹⁰¹

Ve vývoji této úpravy můžeme sledovat Komisi definovaný cíl digitální transformace v souvislosti s ochranou spotřebitele. Posun ve výše uvedeném vnímání ceny zcela jistě povede k vyšší ochraně jednotlivce v těchto vztazích.

Otázkou ovšem nadále zůstává, do jaké míry se ochrana poskytovaná GDPR vztahuje na digitální obsah poskytovaný uživatelem a na ochrana jednotlivce s ním spojenou. GDPR totiž jako informace považuje výše uvedené informace způsobilé identifikovat jednotlivce. Jak již bylo nastíněno, tyto informace, resp. digitální obsah poskytovaný spotřebitelem může v určitých situacích přispívat k jeho identifikaci, a v některých nikoliv. Určitou šedou zónu tedy můžeme spatřovat ve službách, kdy je poskytovaný obsah strojově analyzován a upravován. Ačkoliv například analýzou spotřebitelova chování na internetu nebude jednotlivcova identita ohrožena, (kupř.

⁹⁹ Rozsudek Soudního dvora ze dne 16. června 2011. Gebr. Weber & Putz. C-65/09. odst. 78

¹⁰⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>. Čl. 14 odst. 4

¹⁰¹ Tamtéž Čl. 14 odst. 5

analýza fotografií, kterou spotřebitel nahrává na cloudové úložiště), jeho preference budou známy.

Nabízí se sice argument, že právě ukládáním cookies, které monitorují spotřebitelovu aktivitu na internetu, nebo právě zmíněnou analýzou obsahu, který sám poskytuje, je umožněno zefektivnění a zlepšení poskytování služeb. Nicméně právě způsob nakládání s těmito daty může spotřebitele ohrozit. V praxi se může jednat o zneužití zranitelnosti spotřebitele, který si nemusí uvědomovat, že obchodník o něm ví více, než by se mu na první pohled mohlo zdát.

Druhým výrazným institutem doplňující spotřebitelské acquis jsou požadavky souladu se smlouvou a poskytování záruk za nesoulad. Úprava v tomto směru navazuje na předmluvní fázi, přičemž ochranu spotřebitele rozšiřuje. Druhým výrazným posunem je požadavek trvanlivosti zboží, který v rámci úpravy alespoň do určité míry chrání spotřebitele před tzv. plánovanou obsolentností. Právě požadavek poskytování aktualizací může efektivně přispět k udržitelnosti, ze které bude nepochybně těžit i sám spotřebitel.

5.1.3 Nekalé obchodní praktiky a srovnávací a klamavá reklama

5.1.3.1 Směrnice 2006/114 o klamavé reklamě

Právním předpisem zabývajícím se klamavou a srovnávací reklamou je Směrnice 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě. Tento předpis novelizuje a doplňuje směrnice 84/450/EHS o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy a směrnici 97/55/ES, kterou se mění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě tak, aby zahrnovala srovnávací reklamu.

Nová úprava byla přijata na základě čl. 114 SFEU, přičemž důvodem jejího přijetí bylo kodifikování dvou předchozích směrnic z důvodu srozumitelnosti a přehlednosti. Argumentem pro maximální harmonizaci je, jak uvádí Parlament s Radou, vliv reklamy na hladké fungování vnitřního trhu a její dopady na volnou soutěž.¹⁰² V souvislosti s vytvořením vnitřního trhu je reklama nepochybně důležitým prostředkem, který usnadňuje uvádění zboží na zahraniční trhy. Z tohoto důvodu by měla být ustanovení zabývající se reklamou v rámci EU harmonizována. Stanovením společných pravidel jsou zajištěny efektivnější možnosti srovnávání

¹⁰² Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>. Bod 2,3 Preambule

výrobků, čímž je podpořena volná hospodářská soutěž. Výhody plynoucí z této soutěže pak požívá zejména spotřebitel.¹⁰³

Úroveň harmonizace udává čl. 8 této směrnice. Ten obecně požaduje minimální harmonizaci, pokud se nejedná o srovnávací reklamu. Členské státy tedy mohou přijímat přísnější opatření v oblasti klamavé reklamy, nicméně tato přísnější úprava nesmí zabraňovat volnému pohybu produktů a služeb. Jak bylo naznačeno výše, v oblasti srovnávací reklamy panuje požadavek úplné harmonizace, čímž Unie přispívá k vytvoření jednotného trhu. Výjimkou z tohoto požadavku je možnost zachovat zákaz reklamy pro určité zboží nebo služby k tomu, aby povolily srovnávací reklamu pro toto zboží nebo služby. Povaha tohoto předpisu je vyjádřena také v čl. 8, konkrétně jeho druhém odstavci, který stanovuje použití této směrnice. Ta se použije, aniž jsou dotčeny předpisy Společenství o reklamě určených výrobků nebo služeb nebo omezení či zákaz reklamy ve vybraných sdělovacích prostředcích.¹⁰⁴

Účelem této směrnice je, jak uvádí čl. 1, „*chránit obchodníky proti klamavé reklamě a jejím nekalým účinkům, a stanovit podmínky, za nichž je dovolena srovnávací reklama.*“ Reklamou je ve světle čl. 2 odst. 2 myšleno jakékoliv předvedení zboží související s obchodem, živností nebo svobodným povoláním, jehož cílem je podpora jeho odbytu.

Klamavou je taková reklama, která jakkoliv klame, nebo má potenciál klamat osoby, na které cílí a která svým charakterem pravděpodobně ovlivní jejich chování na trhu, nebo která tímto způsobem poškodí nebo může poškodit jiného soutěžitele.¹⁰⁵ Jak uvádí Weatherill, je evidentní, že posouzení „klamavosti“ reklamy závisí na každém konkrétním případě. Nicméně i v tomto případě se lze obrátit na SDEU jak tomu bylo ve věci *Procureur de la Republique v. X.*¹⁰⁶ Z tohoto rozsudku můžeme odvodit příklad toho, co za klamavou reklamu považováno není.

Ve věci se jednalo o údajnou klamavou reklamu, které se dopouštěl importér automobilů značky Nissan, který tyto automobily dovážel do Francie z Belgie, přičemž tyto automobily pak ve Francii označil jako nové, za ceny nižší, než byli poskytovány oficiálním distributorem značky Nissan ve Francii. Dovážené automobily

¹⁰³ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>. Bod 6 Preambule

¹⁰⁴ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 224-225.

¹⁰⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>. Čl. 2 písm. b)

¹⁰⁶ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 220.

byly registrované, ale pouze k dovozním účelům a zároveň mnohokrát poskytovaly nižší úroveň výbavy, kterou oficiální distributor naopak poskytovat mohl. Soud v této věci uvedl následující: „Znění směrnice 84/450 musí být vykládáno tak, aby nezabraňovalo tomu, aby byla vozidla inzerována jako nová, levnější a se zárukou výrobce, pokud jsou dotyčná vozidla registrována pouze za účelem dovozu, nikdy nebyla v provozu na pozemních komunikacích a jsou prodávána v členském státě za cenu nižší, než jakou si účtují prodejci usazení v tomto členském státě, protože jsou vybaveny menší úrovní doplňkové výbavy.“¹⁰⁷

Můžeme tedy uvést, že obecně není klamavou taková reklama, která sice ovlivňuje ekonomické chování spotřebitele, přičemž k tomuto ovlivnění nedochází v souvislosti s narušením vnitřního trhu a volné soutěže. Konkrétně ve výše uvedeném případě nedocházelo ani ke klamání spotřebitele, jelikož automobily byly registrovány pouze kvůli jejich dovozu a nikdy tedy nebyli užívané. Zároveň nebyl poškozen ani jiný soutěžitel, jelikož oficiální distributor pořád požíval výhod jeho postavení.

I zde je možné aplikovat hledisko průměrného spotřebitele. Ostatně tak učinil generální advokát Tesauro v jeho posudku týkající se této věci. „Při určování, zda taková reklama skutečně může ovlivnit ekonomické chování osob, kterým je určena, je třeba mít na paměti, že trh s automobily se vyznačuje určitou cenovou transparentností a že průměrný spotřebitel, který, jak jsem přesvědčen, není zcela nerozvážný, má tendenci pečlivě porovnávat nabízené ceny a dotazovat se prodávajícího, někdy velmi pečlivě, na příslušenství, kterým je vozidlo vybaveno.“¹⁰⁸

Srovnávací je taková reklama, která výslovně nebo nepřímo označuje soutěžitele nebo zboží či služby nabízené soutěžitelem.¹⁰⁹ Jak konstatují Ondřejová se Sehnálkem, přímým označením se rozumí výslovné zmínění konkrétního soutěžitele a jeho zboží nebo služeb v reklamě. Nepřímým označením je podle Ondřejové takové označení jiného soutěžitele, kdy je průměrnému spotřebiteli s ohledem na okolnosti zřejmé, s kým se daný soutěžitel srovnává.¹¹⁰ Čl. 4 směrnice stanovuje podmínky pro použití srovnávací reklamy. První podmínkou pro použití srovnávací reklamy je vyloučení její klamavosti, a to jak ve smyslu směrnice

¹⁰⁷ Rozsudek soudního dvora ze dne 16. ledna 1992. Trestní řízení proti X. C-373/90. Bod 17

¹⁰⁸ Stanovisko generálního advokáta Tesauro ze dne 24. října 1991. Trestní řízení proti X. C-373/90. Bod 9

¹⁰⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>. Čl. 2 písm. c)

¹¹⁰ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 67.

2006/114, tak i ve smyslu směrnice 2005/29/ES. Z judikatury SDEU vyplývá, že o klamavou reklamu se jedná v případech, kdy pro účely cenového srovnání jsou vybrány výrobky, mezi kterými jsou takové rozdíly, které by mohly citelně ovlivnit volbu průměrného spotřebitele, aniž by uvedené rozdíly vyplývaly z reklamy. Dalším příkladem klamavé srovnávací reklamy je případ, kdy z reklamy nevyplývá, že se srovnání týká pouze vzorku výrobků a neinformuje spotřebitele o původu poskytovaných informací. Druhou podmínkou vyjádřenou v čl. 4 je nezbytnost „srovnání srovnatelného“. Srovnáváno tedy musí být takové zboží, které slouží stejnému účelu. Třetí podmínkou je objektivní srovnávání jednoho nebo vícera charakteristických rysů výrobku, včetně jeho ceny. Za čtvrté je zakázáno zlehčovat soutěžitele, jeho postavení, jeho činnost nebo jeho výsledky nebo jejich označení, ani z nich nekalým způsobem netěžit. Dále je nutno srovnávat zboží s označením původu pouze se zbožím stejného označení. Za šesté je zakázáno protiprávně těžit z dobré pověsti ochranné známky soutěžitele, nebo jeho jiných rozlišovacích znaků. Sedmou podmínkou srovnávací reklamy je zákaz nabízení zboží jako napodobeniny nebo reprodukci jiného zboží, které nese ochrannou známku nebo obchodní firmu jiného soutěžitele. V poslední řadě nesmí vést k záměně mezi obchodníky, mezi zadavatelem reklamy a soutěžitelem nebo k záměně ochranných známek, obchodních firem a jiných rozlišovacích znaků. Tyto podmínky by se měli vzájemně doplňovat a měli by být respektovány jako celek.¹¹¹

Čl. 5 a 6 stanovují povinnosti členských států, které musí k prosazení cílů této směrnice splnit. První z těchto článků zakládá požadavek, aby členské státy zajistili, aby v zájmu obchodníků a soutěžitelů existovaly přiměřené a účinné prostředky pro boj proti klamavé reklamě a pro dodržování předpisů o srovnávací reklamě. Přiměřené a účinné prostředky vyjádřené v čl. 5 zahrnují možnost podat žalobu ohledně klamavé nebo srovnávací reklamy, nebo možnost napadení takové reklamy u nestranného správního orgánu, který je příslušný k rozhodování o stížnostech nebo k podání podnětu k zahájení příslušného soudního řízení. Na základě čl. 6 pak není vyloučeno, aby členské státy prováděli dobrovolnou kontrolu klamavé nebo srovnávací reklamy prováděnou samosprávnými subjekty. Nicméně tato dobrovolná průběžná kontrola

¹¹¹ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>. Bod 11 Preambule

musí být kontrolou dodatečnou k právním prostředkům obrany poskytovaným na základě čl. 5.¹¹²

5.1.3.2 *Směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách*

Východiskem pro úpravu problematiky nekalých obchodních praktik a srovnávací klamavé reklamy je směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách a její novelizace směrnicí 2019/2161 (dále souhrnně jen SNOP). Tato úprava, pocházející z roku 2005 je důležitá hned z několika důvodů. Zaprvé se jedná o jednu z prvních směrnic založených na principu úplné harmonizace na základě čl. 114 SFEU. Zadruhé, ve svém jádru zakotvuje tzv. „velkou generální klauzuli“, která rámcově vymezuje nekalé obchodní praktiky. Zatřetí se otevřeně hlásí k judikатурnímu vymezení modelu průměrného spotřebitele¹¹³, přičemž bere v úvahu nedostatky tohoto pojetí a zavádí pojem zranitelného spotřebitele.

Jak již název napovídá, účelem této směrnice je harmonizace právních předpisů týkající nekalých obchodních praktik vůči spotřebiteli. Obchodní praktiku definuje čl. 2 písm. d), přičemž je jí myšleno „*jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli*“. Z judikatury Soudního dvora EU vyplývá, že jediným kritériem pro obchodní praktiku, je její souvislost s prodejem, propagací nebo dodáním produktu spotřebiteli. Na stranu druhou lze z judikatury dovodit, že z působnosti této směrnice jsou vyjmuty ty vnitrostátní předpisy, které pouze určují hospodářské subjekty, které služby ve smyslu SNOP poskytují, aniž by konkrétně upravovali způsob jejich poskytování.

114

Produktem je pro účely této směrnice myšleno jakékoliv „*zboží, nebo služba, včetně nemovitosti, digitální služby a digitálního obsahu, jakož i práva a závazky*.“¹¹⁵ V souvislosti s ustanovením čl. 3 odst. 1 můžeme stanovit i časovou působnost. Směrnice se tedy vztahuje nekalé obchodní praktiky před obchodní transakcí, týkající

¹¹² WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 227.

¹¹³ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 47.

¹¹⁴ Rozsudek Soudního dvora ze dne 4. července 2019 ve věci Kirschstein, C393/17, body 44 a 45

¹¹⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách)*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl 2. písm. c)

se produktu, v jejím průběhu a po ní.¹¹⁶ Toto pojetí obchodních praktik je vymezené poněkud široce, nicméně z posouzení předběžných otázek SDEU lze uvést jeho příklady, kterými jsou:¹¹⁷

- Kombinované nabídky, kdy právo na získání zboží nebo služeb za určitých podmínek závisí na nákupu jiného zboží nebo služeb, např. nákup časopisu obsahujícího slevový poukaz do obchodu)
- Účast v loterii nebo losování o ceny, které je podmíněno nákupem zboží nebo služeb
- Sdělování informací v souvislosti s poprodejním servisem týkajícím se předplatného
- Uvedení nižšího RPSN u úvěru, než je skutečná sazba

Ve světle pokynů k výkladu této směrnice z roku 2021 je nutné za poprodejní praktiky považovat i vymáhání pohledávek, jelikož i ty souvisí s prodejem nebo dodáním produktu.¹¹⁸

Výše zmíněný princip maximální harmonizace ale nelze vykládat v souvislosti s aplikací tohoto předpisu bezpodmínečně. Rozsah inkorporace SNOP do vnitrostátního práva je totiž určen vnitřními a vnějšími mezemi této směrnice.¹¹⁹

Vnější meze dopadu, tedy vymezení působnosti a vztahu k ostatním předpisům můžeme dovodit z čl. 3 odst. 4, který označuje SNOP jako *lex generalis* vůči ostatním předpisům. Aplikuje se však pouze na vztahy B2C, tedy pouze na obchodní vztahy vznikající mezi obchodníkem a spotřebitelem. Vnitřní meze souvisí s účelem SNOP, kterým je vytvoření společných pravidel pro regulaci nekalých obchodních praktik, které narušují zájem spotřebitele. Je jimi myšleno negativní vymezení působnosti a určení situací, kdy se členský stát od této směrnice může odchýlit. Jsou jimi obecné instituty závazkového práva (otázky týkající se platnosti, vzniku nebo účinků smlouvy), regulace zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti produktů, podmínky pro výkon regulovaných profesí, vztahu k finančním službám (spotřebitelské úvěry, viz níže), úprava osvědčení a stanovení ryzosti předmětů z drahých kovů a v neposlední řadě úprava procesních nástrojů zajišťujících soudní

¹¹⁶ Tamtéž Čl. 3 odst. 1

¹¹⁷ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 52 - 53.

¹¹⁸ *Sdělení komise Pokyny k výkladu a uplatňování směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu*, s. 29.

¹¹⁹ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 112.

a správní prosazování úpravy přijaté na základě směrnice, včetně sankčního zabezpečení.¹²⁰

Vymezení pojmu nekalých obchodních praktik je v rámci této směrnice řešeno na několika úrovních. Základem je již zmíněná velká generální klauzule uvedená v čl. 5, která označuje nekalou obchodní praktiku jako takovou, která je v rozporu s požadavky náležité profesionální péče a zároveň podstatně narušuje nebo je schopná podstatně narušit ekonomické chování průměrného spotřebitele, nebo skupiny spotřebitelů, kteří jsou jejímu působení vystaveni, nebo kterým je určena ve vztahu k danému produktu. Ustanovení tohoto článku slouží jako „záchranná síť“, je tedy aplikováno až v případech, kdy na dané jednání nelze aplikovat úpravu týkající se klamavých a agresivních obchodních praktik, nebo nelze-li takové jednání zařadit pod jednání uvedené na tzv. černé listině.¹²¹

První podmínkou obecné nekalosti dané praktiky je rozpor s profesionální péčí, kterou se myslí „úroveň zvláštních dovedností a péče, kterou lze od obchodníka ve vztahu ke spotřebiteli rozumně očekávat a která odpovídá poctivým poctivým obchodním praktikám, nebo obecným zásadám dobré víry v oblasti obchodníkovy činnosti“.¹²² Jak dovozuje Ondřejová „výraz náležitá profesionální péče je vázán na neurčitý právní pojem „poctivé obchodní praktiky“ a obsahuje hodnocení, která se mohou v jednotlivých členských státech odlišovat v závislosti na převládajících kulturních a morálních hodnotách“. I přesto můžeme argumentovat, že zahrnutí zásad dobré víry poskytuje dobrý bod srovnání pro zhodnocení obchodníkovy chování. Do rozsahu dobré víry obchodníka můžeme s přihlédnutím k cílům ochrany spotřebitele zahrnout jednak transparentní jednání vůči spotřebiteli a zároveň i jednání, které bere v úvahu nejlepší zájem spotřebitele.¹²³ To potvrzuje i judikatura SDEU, který uvádí v rozsudku Deroo Blanquart v Sony následující: „správné informování spotřebitele, soulad vázané nabídky s očekáváním velké části spotřebitelů, jakož i možnost nabídnutá spotřebiteli souhlasit se všemi podmínkami této nabídky nebo odstoupit od kupní smlouvy, jsou způsobilé splnit požadavky poctivých obchodních praktik nebo

¹²⁰ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 114-120.

¹²¹ Tamtéž s. 135

¹²² *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách)*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl. 2 písm h)

¹²³ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 58.

obecné zásady dobré víry v oblasti výroby výpočetní techniky určené široké veřejnosti, a obchodník tak prokáže ve vztahu ke spotřebiteli příslušnou péči“¹²⁴

Druhou podmínkou zakládající nekalost je „*podstatné narušení nebo schopnost podstatného narušení ekonomického chování průměrného spotřebitele, nebo průměrného člena skupiny, pokud se obchodní praktika zaměřuje na určitou skupinu spotřebitelů, který je jejímu působení vystaven nebo kterému je určena, ve vztahu k danému produktu*“.¹²⁵ Podstatným narušením ekonomického chování spotřebitele je s ohledem na znění čl. 2 písm. e) myslí narušení schopnosti spotřebitele učinit informované rozhodnutí, které je způsobené takovou obchodní praktikou, která vede k tomu, že spotřebitel učiní takovou obchodní transakci, kterou by v normální situaci neučinil. Rozhodnutí o obchodní transakci pak definuje písm. k) čl. 2, přičemž se jedná o „*rozhodnutí spotřebitele o tom, zda, jak, a za jakých podmínek produkt koupí, zaplatí za něj najednou nebo částečně, ponechá si jej nebo se jej zbaví anebo ve vztahu k němu uplatní právo vyplývající ze smlouvy, ať již se spotřebitel rozhodne jednat nebo zdržet se jednání*“. Jedná se tedy o jakékoliv rozhodnutí vztahující se k nabízenému produktu.

Na generální klauzuli uvedenou v čl. 5, navazují čl. 6–9 SNOP, který uvádí tzv. malé generální klauzule, konkretizující jednání, která jsou v praxi nejčastější a zároveň rozšiřující o ta nekalá jednání, na které se generální klauzule nevztahuje.¹²⁶ Dalším rozdílem, kterým se malé klauzule liší od čl. 5, je nedostatek požadavku jednání s profesionální péčí. Evropská komise v odůvodnění této směrnice udává následující: „*klamavé a agresivní obchodní praktiky jsou v obecném rozporu s požadavkem profesionální péče, proto není nutné výslovně udávat, že takové jednání obchodníka porušilo tento požadavek.*“¹²⁷

Klamavými obchodními praktikami jsou klamavá jednání a klamavá opomenutí. Obchodník se jich může tedy dopustit komisivně, i omisivně, přičemž se toto jednání vztahuje k informační povinnosti vůči spotřebiteli.

¹²⁴ *Rozsudek Soudního dvora ze dne 7. září 2016, Deroo-Blanquart, C-310/15. odst. 37*

¹²⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách). Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl. 5 odst. 2 písm. b)*

¹²⁶ *ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře, s. 144.*

¹²⁷ *Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive). odst. 56*

Úprava klamavého jednání obsažená v čl. 6 předpokládá dvě základní situace. Tou první jsou obchodní praktiky, které obsahují nesprávné, nepravdivé informace.¹²⁸ Druhým typem jsou taková jednání, které jakýmkoliv způsobem uvádí, nebo jsou schopny uvést průměrného spotřebitele v omyl ve vztahu k následujícím skutečnostem: „a) existence nebo podstata produktu; b) hlavní znaky produktu, jako je jeho dostupnost, výhody, rizika, provedení, složení, příslušenství, poprodejní služby zákazníkům a vyřizování reklamací a stížností, výrobní postup a datum výroby nebo dodání, způsob dodání, způsobilost k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikace, zeměpisný nebo obchodní původ, očekávané výsledky jeho použití nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo kontrol provedených na produktu; c) rozsah závazků obchodníka, motivy pro obchodní praktiku a podstata prodejního postupu, prohlášení nebo symbol týkající se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení obchodníka nebo produktu; d) cena nebo způsob výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody; e) nutnost servisu, náhradních dílů, výměny nebo opravy; f) podstata, charakteristické rysy a práva obchodníka nebo jeho zástupce, například jeho totožnost a majetek, způsobilost, postavení, schválení, přidružení nebo vztahy, práva průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání; g) práva spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží, nebo rizika, kterým může být vystaven.“¹²⁹ Druhý odstavec toto poněkud obecné ustanovení doplňuje o obchodní praktiky, které ve svých věcných souvislostech vedou nebo mohou vést k tomu, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil a zahrnují „a) jakékoli uvádění produktu na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jinými produkty, ochrannými známkami, obchodními firmami nebo jinými rozlišovacími znaky jiného soutěžitele; b) skutečnost, že obchodník nedodrží závazky obsažené v kodexu chování, k jejichž dodržování se zavázal, pokud i) se nejedná o záměr závazku, ale o jednoznačný závazek, který lze ověřit a ii) obchodník v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem“¹³⁰. Novelizace z roku 2019 tyto situace obohatila ještě o písm. c) které přidává následující situaci: „jakékoliv

¹²⁸ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách). Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl. 6 odst. 1 věta první

¹²⁹ Tamtéž Čl. 6 odst. 1

¹³⁰ Tamtéž Čl. 6 odst. 2

*uvádění zboží na trh v jednom členském státě jako zboží totožné se zbožím uváděným na trh v jiných členských státech, ačkoliv takové zboží má podstatně odlišné složení nebo znaky, není-li to odůvodněno oprávněnými a objektivními faktory.*¹³¹

Klamavá opomenutí souvisí s neposkytnutím závažných informací, které průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí v obchodní transakci. Jelikož je spotřebitel stranou ve obchodním vztahu více ohroženou, je do jisté míry závislý na informacích, které jsou mu poskytnuty. Spotřebitel pak na základě tohoto opomenutí učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.¹³² Jako opomenutí se považuje i zatajení, nebo poskytnutí těchto informací nejasným, nesrozumitelným nebo dvojnásobným způsobem, není-li patrný z kontextu nabídky.¹³³

SNOP tedy v jistém smyslu upravuje i podmínky poskytování předsmulvních informací. Problémem ovšem i po aktualizaci úpravy směrnicí 2019/2161 zůstává rozsah těchto požadavků. Ten je totiž, na rozdíl od úpravy obsažené v SPS, značně zúžený.¹³⁴ Při přihlédnutí k požadavku řádně informovaného spotřebitele tedy může v praxi docházet k nepřehlednosti a nejasnostem v poskytovaných informacích. V důsledku této nekonzistence pak nemusí být hledisko vůbec naplněno, čímž je efektivita ochrany spotřebitele značně narušena.

Druhá situace tedy popisuje stavy, kdy sice formálně informace obchodníkem poskytnuty jsou, je tak ale činěno zcela nepřiměřenou formou. Již zmíněné formální hledisko informační povinnosti je tedy doplněno o materiální kritérium, které staví na možnosti spotřebitele se s informacemi skutečně seznámit (v praxi se bude jednat např. o poskytnutí informací prostřednictvím miniaturní velikosti textu, který sice formálně bude všechny informace obsahovat, nicméně nebude čitelný, v důsledku čehož se spotřebitel nebude schopen se s informací vhodným způsobem a ve vhodný okamžik seznámit).¹³⁵

¹³¹ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>. Čl. 3 odst. 3

¹³² *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl. 7 odst. 1

¹³³ Tamtéž Čl. 7 odst. 2

¹³⁴ Tamtéž Čl. 7 odst. 4 směrnice 2005/29/ES

¹³⁵ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 156-157.

Jak výše uvedené naznačuje, klíčovým je pro identifikaci klamavého opomenutí neposkytnutí tzv. závažných informací. Jaké informace to jsou SNOP, s výjimkou ustanovení čl. 7 odst. 4 týkající se výzvy ke koupi, SNOP neposkytuje. Nicméně ve světle čl. 5 se bude jednat vždy o takové informace, jejichž poskytnutí stanovují jednotlivé právní předpisy společenství, včetně reklamy a uvádění na trh a v ostatních případech bude nutno situaci individuálně posoudit ve vztahu její důležitosti k rozhodnutí spotřebitele.¹³⁶

Další situací, na kterou malé klauzule pamatují jsou agresivní obchodní praktiky. Obchodní praktiky můžeme považovat za agresivní tehdy, jestliže *ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem obtěžováním, donucováním, včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodnou volbu nebo chování průměrného spotřebitele ve vztahu k produktu, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.*¹³⁷ Agresivní obchodní praktiky můžeme tedy členit do třech kategorií.

První z nich je obtěžování. Tím může být buď „*svou podstatou dotěrné a nepřiměřeně zasahující do osobní sféry obtěžovaného spotřebitele*“ nebo jednání, které sice tyto znaky nenaplnuje, ale v souvislosti s danou situací se obtěžujícím stát může. Druhou formou je donucování. Jedná se o takové jednání, kterým obchodník vyvíjí na spotřebitele psychický nebo fyzický nátlak, čímž omezuje jeho schopnost svobodně a informovaně se rozhodnout. Posledním druhem agresivních praktik je nepatřičné ovlivňování. To je nutno chápat jako obchodníkovy vyvíjený nátlak na spotřebitele bez fyzického nebo psychického prvku, avšak s ohledem na vzájemný vztah mezi těmito dvěma stranami.¹³⁸

Z výše uvedeného textu, zaměřujícího se na zákazy jednání, můžeme pozorovat, že tyto zákazy častokrát posuzují dopad obchodníkovy jednání na průměrného spotřebitele. Tyto zákazy tedy, spíše, než aby poskytovali přímou ochranu spotřebitele, dávají chování obchodníka určitý rámec. Nicméně, i přes hojné využití pojmu „průměrný spotřebitel“, můžeme v SNOP spatřit i hledisko průměrného člena

¹³⁶ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 158.

¹³⁷ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách)*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>. Čl. 8

¹³⁸ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 161-166.

skupiny, na kterou obchodní praktika cílí, nebo kategorii zvláště zranitelných spotřebitelů.¹³⁹

Hledisko průměrného člena skupiny budeme moci použít, pokud bude obchodní praktika cílit jen na určitou obchodní skupinu. S přihlédnutím ke konceptu průměrného spotřebitele bude toto hledisko pro účely skupiny nepochybně zúženo. Z důvodu potřeby větší míry ochrany se bude nepochybně jednat o skupinu, která je méně obezřetná, a tím pádem i více náchylná k zavádějícím informacím než průměrný spotřebitel.¹⁴⁰

Zvláště zranitelné spotřebitele definuje čl. 5 odst. 3 SNOP jako spotřebitele, „kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvláště zranitelní“. Obsažení této definice v generální klauzuli ovšem ponechává otázku, zda je toto hledisko vykládat i v souvislosti s ustanoveními malých generálních klauzulí, tedy čl. 6 – 8. Odpověď můžeme, dle názoru autora, najít v bodu 19 Preambule SNOP, která uvádí: „Pokud určité vlastnosti, jako je například věk, fyzická nebo duševní slabost nebo důvěřivost, vedou k snadnějšímu ovlivnění spotřebitelů obchodními praktikami nebo propagací produktů a pokud taková praktika může narušit ekonomické chování pouze u těchto spotřebitelů způsobem, který může obchodník rozumně očekávat, je vhodné zajistit přiměřenou ochranu těchto spotřebitelů posuzováním dané praktiky z pohledu průměrného člena této skupiny.“

Pro určení, na jaké skupiny spotřebitelů se kvalifikace zvláště zranitelného spotřebitele bude uplatňovat musíme vzít v úvahu kritéria, které jsou uvedena v čl. 5 odst. 3 SNOP. Jedná se o kritérium slabosti, věku a důvěřivosti. Tato kritéria by měli být posuzována ve vztahu ke konkrétním případům. Od toho se také odvíjí jejich poněkud široké vymezení.

Pro tato kritéria uvádí Ondřejová se Sehnálkem demonstrativní příklady. Do skupiny slabých spotřebitelů můžeme zařadit spotřebitele, kteří jsou nemocní, nacházející se v ranném rodičovství, podléhajícím různým formám závislosti, nejsou znalí cizích jazyků, disponují nižší mírou intelektu nebo vzdělání, jsou cizinci, nebo se například pohybují na jim neznámých trzích (oblast energetiky nebo finančních trhů). Z hlediska věku můžeme identifikovat tři základní druhy spotřebitelů, tedy děti, mladiství a staré osoby. Určení skupin, které budou patřit pod důvěřivé spotřebitele souvisí s jejich slabostí. Proto se jedná o nemocné, rodiče, nebo, pokud se oprostíme

¹³⁹ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 74.

¹⁴⁰ Tamtéž s. 70

od jejich slabosti, do této skupiny můžeme zahrnout i osoby sociálně slabé, nezaměstnané, nebo osoby, jimž se porouchá určité zařízení.¹⁴¹

Jak je z výše uvedeného textu patrné, klamavá reklama a nekalé obchodní praktiky úzce souvisí s předmluvní fází spotřebitelských vztahů. Právě z tohoto důvodu by se tato dvě odvětví měli mezi sebou doplňovat. V praxi můžeme jistou překážku vidět v již nastíněném problému odlišné úpravy povinnosti, jaké informace mají být spotřebiteli před uzavřením smlouvy poskytnuty.

Rozdílnými požadavky na tyto informace může docházet ke zneužívání znění těchto opatření. Spotřebitel si v důsledku těchto rozdílů totiž nemusí uvědomit, že informace, které jsou mu poskytnuty na základě reklamy, kterou se zabývá SNOP, jsou doplněny podstatnými informacemi v předmluvní fázi, které spadají do působnosti SPS.

Možným řešením se jeví povolit členským státům přijímat přísnější požadavky na tyto informace. Nevýhodou tohoto řešení z pohledu unijního práva bude nepochybně nejednotná úprava, a s ní spojené narušení efektivního fungování vnitřního trhu.

Pozitivem, které SNOP do spotřebitelského unijního práva přináší je ovšem hledisko zvláště zranitelného spotřebitele. To do určité míry přináší řešení nevýhod spojené s informačním paradigmatem hlediska průměrného a informovaného spotřebitele. S ohledem na uplatnění principu kumulace ochrany spotřebitele by tohoto hlediska mohlo být užíváno při výkladu ostatních směrnic. Samozřejmě za předpokladu, že se tyto opatření nebudou výslovně vylučovat.

Jelikož jsou nekalé obchodní praktiky spojené s reklamou, která v praxi předchází předmluvní fázi vztahu, můžeme říci, že se ochrany zvláště zranitelným skupinám spotřebitelů bude dostávat napříč celým spotřebitelským odvětvím, byť pouze v reklamní sféře.

5.1.4 Spotřebitelské a hypoteční úvěry

Na úpravě týkající se spotřebitelských a hypotečních úvěrů můžeme sledovat nedostatky spojené s předpokladem informovaného spotřebitele. Jak již bylo naznačeno v předchozí kapitole, v této oblasti by mělo být bráno v úvahu hledisko zvláště zranitelného spotřebitele. Toho je ovšem využíváno pouze v oblasti poskytování standardních informací (viz níže).

¹⁴¹ ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. *Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře*, s. 215-239.

V návaznosti na poněkud roztržité vnitrostátní úpravy členských států v oblasti spotřebitelských a hypotečních úvěrů byla přijata Směrnice 2008/48/ES, která nahradila Směrnicí 87/102/EHS (dále jen úvěrová směrnice). Důvodem pro její přijetí a aktualizaci předchozí úpravy bylo „narušení hospodářské soutěže mezi věřiteli ve Společenství“, které vytvářelo „překážky na vnitřním trhu tam, kde členské státy přijaly různá kogentní ustanovení přísnější než ustanovení dle směrnice 87/102/EHS“. ¹⁴²Dalším důvodem je nepochybně přechod a splnění požadavku úplné harmonizace právních předpisů týkajících se oblasti ochrany spotřebitele.

Jak již název napovídá, toto opatření se vztahuje na úvěrové smlouvy, tedy smlouvy, na jejichž základě věřitel poskytuje nebo slibuje poskytnout spotřebiteli úvěr ve formě odložené platby, půjčky, nebo jiné podobné finanční služby, s výjimkou smluv o průběžném poskytování služeb (např. pojistné smlouvy), nebo dodávání zboží stejného druhu, kdy spotřebitel za tyto služby nebo zboží po dobu jejich poskytování nebo dodávání platí ve splátkách. ¹⁴³

Postupy předcházející uzavření smlouvy upravuje kapitola II, která nejprve stanovuje pravidla, za jakých je možné provádět reklamu těchto úvěrů. V článku 4 odst. 2 definuje standardní informace, které v reklamě musejí být obsaženy prostřednictvím reprezentativního výkladu. Jsou jimi: výpůjční úroková sazba, spolu s údaji o veškerých poplatcích; celková výše úvěru; roční procentní sazba nákladů; případná doba trvání úvěrové smlouvy; v případě úvěru ve formě odložené platby za konkrétní zboží, nebo službu cenu v hotovosti a případně celkovou částku splatnou spotřebitelem a výši jednotlivých splátek. Tento výčet doplňuje informační povinnost vyplývající ze SNOP. ¹⁴⁴

Zahrnutím standardních informací uváděných v reklamě bude nepochybně zajištěno lepší informování spotřebitele o podmínkách uzavření úvěrové smlouvy. Nicméně právě v této oblasti je umožněno se státům odklonit od požadavků poskytování standardních informací za předpokladu, že vnitrostátní předpisy požadují zahrnutí roční procentní sazby nákladů v reklamě.

Na výše uvedené navazuje samotná předmluvní informační povinnost. Jelikož je tato oblast vyloučena z působnosti směrnice 2011/83 ¹⁴⁵, poskytuje úvěrová

¹⁴² Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32008L0048>. Bod 4 Preambule

¹⁴³ Tamtéž Čl. 3, písm. b)

¹⁴⁴ Tamtéž Čl. 4 odst. 4

¹⁴⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a

směrnice svou vlastní úpravu. Tyto informace jsou, stejně jako v obecné úpravě SPS, poskytovány v zájmu umožnění spotřebiteli učinit informované rozhodnutí.

Požadavek formy poskytovaných informací je ovšem od obecné úpravy odlišný. Úvěrová směrnice zavádí požadavek, aby předsmlavní informace byly poskytovány na trvalém nosiči prostřednictvím formuláře „standartní evropské informace o spotřebitelském úvěru“. Tento standardizovaný postup je zakotven v zájmu transparentnosti a unifikace poskytování informací různými institucemi.¹⁴⁶ Sdělení obsažené ve formuláři obsahují zejména: druh úvěru, jeho celkovou výši a podmínky jeho čerpání; dobu trvání úvěrové smlouvy; výpůjční úrokovou sazbu; roční procentní sazbu nákladů a celkovou částku splatnou spotřebitelem, opět ilustrovanou reprezentativním příkladem; výši, počet a četnost plateb a důsledky jejich opomenutí, nebo například existenci nebo neexistenci práva na odstoupení od smlouvy.¹⁴⁷

Dalším prostředkem ochrany spotřebitele v předsmlavní fázi je povinnost posoudit úvěruschopnost spotřebitele. Ta se ovšem omezuje pouze na požadavek, „*aby před uzavřením úvěrové smlouvy věřitel posoudil úvěruschopnost spotřebitele na základě dostatečných informací získaných případně od spotřebitele, a pokud je to nezbytné, na základě vyhledávání v příslušné databázi.*“¹⁴⁸ Ten nedává věřiteli povinnost brát v úvahu zájem spotřebitele při uzavírání úvěrové smlouvy. Právě absence této povinnosti nezabraňuje nezodpovědnému chování spotřebitele při uzavírání úvěrových smluv.

Kapitola IV na tyto předsmlavní informace navazuje prostřednictvím úpravy samotné podoby, obsahu a práv plynoucích z úvěrové smlouvy. Článek 10 mimo informací ve smlouvě obsažených uvádí i způsob jejího vyhotovení. Smlouva se podle něho vypracovává na papíře nebo jiném trvalém nosiči v počtu vyhotovení rovnajícím se počtu stran této smlouvy.

Smlouva musí obsahovat informace o druhu uzavřeného úvěru, totožnost obou smluvních stran, výpůjční úrokovou sazbu, RPSN společně s celkovou částkou splatnou spotřebitelem, výši, počet a četnost plateb, upozornění na důsledky opomenutí plateb, postup uplatnění institutu odstoupení od smlouvy, právo na

zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>. Čl. 3 odst. 3 písm. d)

¹⁴⁶ WEATHERILL, Stephen. *EU Consumer Law and Policy* [online], s. 98.

¹⁴⁷ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32008L0048>. Čl. 5

¹⁴⁸ Tamtéž Čl. 8

předčasné splacení popř. informací, zda existuje pro spotřebitele mechanismus mimosoudního urovnávání stížností a prostředků nápravy.

Čl. 11 stanovuje povinnost informovat spotřebitele o případné změně výpůjční úrokové sazby před jejím vstupem v platnost. Zvláštní povinnosti stanovuje i čl. 12, který se vztahuje na úvěry ve formě možnosti přečerpání. Ten zakládá povinnost spotřebitele průběžně informovat prostřednictvím výpisu z účtu na papíře o průběžném stavu jeho účtu, poplatcích, použité výrokové sazby apod.

Z hlediska ochrany spotřebitele je důležité ustanovení čl. 14, které zakládá jeho právo na odstoupení od smlouvy. Obecně je možné od úvěrové smlouvy odstoupit ve lhůtě 14 dnů bez udání důvodu. Tato lhůta počíná běžet jejím uzavřením nebo dnem, kdy spotřebitel obdrží smluvní podmínky. Jestliže je toto právo uplatněno, musí to spotřebitel oznámit věřiteli způsobem, který je prokazatelný dle vnitrostátního práva. Zároveň nastává spotřebiteli povinnost „zaplatit věřiteli jistinu a úrok z ní vzniklý ode de, kdy byl úvěr čerpán do dne, kdy je jistina splacena, bez zbytečného odkladu, a to nejpozději do 30 kalendářních dnů po zaslání oznámení o odstoupení od smlouvy věřiteli.“¹⁴⁹

Další způsob, který je spotřebiteli k předčasnému ukončení smlouvy poskytnut, je předčasné splacení úvěru. Toto právo může spotřebitel na základě čl. 16 uplatnit kdykoliv, a to buď v celé výši pohledávky, nebo jenom z její části. Pokud se pro tuto možnost rozhodne, vyvstává mu nárok na snížení celkových nákladů úvěru, které tvoří úrok a zbývající výše pohledávky. V rámci předčasného splnění je ochrana v jisté míře poskytnuta i věřiteli, který má nárok na spravedlivé a objektivně odůvodněné odškodnění za případné náklady přímo spojené s předčasným splacením úvěru. Tento prvek ochrany druhé strany je ale omezen podmínkou, kdy výše takového odškodnění nesmí přesáhnout 1 % předčasně splacené výše v úvěru.

Dalším předpisem zabývajícím se touto problematikou je Směrnice 2014/17/EU, o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení (hypoteční úvěry). Ta svou působností doplňuje předchozí směrnici o úvěrové smlouvy týkající se nemovitostí určených k bydlení. Její přijetí bylo přímou reakcí na globální ekonomickou krizi v roce 2008. Z tohoto důvodu si klade za cíl „prosazovat udržitelné poskytování a přijímání úvěrů a finanční začleňování, a tím i zajistit

¹⁴⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32008L0048>. Čl. 14

vysokou úroveň ochrany spotřebitelů¹⁵⁰ K dosažení tohoto cíle zavedla Unie standard poskytování předsmělných informací a společný standard výpočtu roční procentní sazby nákladů (viz níže).

Ve svých úvodních ustanoveních směrnice vymezuje svůj předmět a věcnou působnost, kterou jsou smlouvy o úvěru, které jsou zajištěny zástavním právem k nemovitosti určené k bydlení, nebo její ekvivalent používaný vnitrostátní úpravou, a smlouvy o úvěru, jejichž účelem je nabytí nebo zachování vlastnických práv k pozemku nebo ke stávající nebo projektované budově.¹⁵¹ Ve svém druhém článku pak stanovuje úroveň harmonizace, požadovanou po členských státech. Na rozdíl od směrnice 2008/48, dává státům možnost použití přísnějších opatření, s výjimkou ustanovení, která se zabývají již zmíněnými standarty ESIP a výpočtu RPSN. Dále je v čl. 5 stanovena povinnost členským státům „určit vnitrostátní příslušné orgány oprávněné k tomu, aby zajistily a vynucovaly dodržování této směrnice.“

Kapitola druhá, obsahující pouze ustanovení čl. 6 se věnuje finančnímu vzdělávání spotřebitelů. Účelem těchto opatření, které mají prosazovat členské státy je zabránění nezodpovědného přijímání úvěrů a řízení dluhu v souvislostech s hypotečními úvěry. Na rozdíl od úpravy úvěrové směrnice, zde můžeme spatřovat posun v ochraně spotřebitele. K zajištění efektivní ochrany spotřebitele je Komisí publikováno hodnocení finančního vzdělání, které obsahuje příklady osvědčených postupů zajišťujících lepší informovanost spotřebitele.

Druhou stranou vztahu – věřitelem, se zabývají ustanovení článků 7–9. Čl. 7 stanovuje kodex chování při poskytování úvěru spotřebitelům, přičemž jim zakládá povinnost jednat při poskytování služeb souvisejícími s hypotečními úvěry čestně, přiměřeně, transparentně a profesionálně a zohledňovat práva a zájmy spotřebitele. K dosažení tohoto cíle je stanovena povinnost členských států, aby způsob, jakým věřitelé odměňují své pracovníky a zprostředkovatele úvěru nebránil dodržení těchto povinností.

Čl. 8 pak zakládá povinnost poskytovat spotřebitelům informace související s požadavky směrnice bezplatně. Na základě důvodů, uvedených v bodě 4 Preambule této směrnice, je pak v čl. 9 stanoven požadavek na věřitele, aby u svých zaměstnanců vyžadovali stále se aktualizující znalosti v oblasti poskytování hypotečních úvěrů.

¹⁵⁰ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>. Bod. 6 Preambule

¹⁵¹ Tamtéž Čl. 3

Zmíněným důvodem pro tento požadavek je zabránění „*neodpovědného poskytování a přijímání úvěrů s potenciálním prostorem pro neodpovědné chování účastníků trhu včetně zprostředkovatelů úvěru a neúvěrových institucí.*“¹⁵²

Kapitola 4 do jisté míry kopíruje ustanovení směrnice 2008/48/ES o předšmluvních postupech.¹⁵³ Důležité je ustanovení čl. 14, zakládající požadavek maximální harmonizace v oblasti poskytování předšmluvních informací samotných (srov. Čl. 2 odst. 2 Směrnice 2014/17/EU). Ty jsou poskytovány spotřebiteli písemně, nebo na jiném trvalém nosiči a musejí být doplněny o Evropský standardizovaný informační přehled (ESIP). Přehled slouží k zajištění spotřebitelova přístupu ke sjednocené formě informací, na jejichž základě by měl být schopen uskutečnit informované rozhodnutí a porovnat nabídku hypotečního úvěru s konkurencí. Fakt, že je v této oblasti kladen důraz na větší míru ochrany spotřebitele se pak odráží i v ustanovení čl. 14 odst. 6, který dává členským státům povinnost „*stanovit dobu alespoň sedmi dní, během níž bude mít spotřebitel dostatek času porovnat nabídky, posoudit jejich důsledky a informovaně se rozhodnout*“. Nerozvážnost spotřebitele je pak zohledněna i v možnosti stanovení doby maximálně deseti dnů, před jejichž uplynutím nemohou spotřebitelé nabídku hypotečního úvěru přijmout.

Druhým kognitivním ustanovením je čl. 17, stanovující pravidla pro výpočet roční procentní sazby nákladů (RPSN).

Už tak rozsáhlý obsah informací, které je nutno spotřebiteli poskytnout je doplněn o informační požadavky týkající se zprostředkovatelů úvěru a jmenovaných zástupců. Ti mají povinnost spotřebitele prostřednictvím trvalého nosiče informovat o totožnosti zprostředkovatele, o tom, zda zprostředkovatel nabízí poradenské služby, postupy umožňující spotřebitelům si interně na zprostředkovatele stěžovat společně s případnými postupy pro mimosoudní vyřizování stížností a zjednávání nápravy a případnou existenci a výši provizí nebo jiných finančních pobídek, které má věřitel nebo třetí osoba zprostředkovateli úvěru zaplatit za poskytované služby, popřípadě výši poplatku, který má spotřebitel zprostředkovateli úvěru uhradit.¹⁵⁴

¹⁵² Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>. Bod 4 Preambule

¹⁵³ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32008L0048>. Kapitola II

¹⁵⁴ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>. Čl. 15

Ochrana spotřebitele je dále rozvinuta povinností podat náležitého vysvětlení. To podává věřitel spotřebiteli ohledně navrhovaných smluv o úvěru a s nimi spojenými doplňkovými službami za účelem toho, aby byl spotřebitel schopen posoudit, zda poskytovaný úvěr a doplňkové služby vyhovují jeho potřebám a finanční situaci.¹⁵⁵

Již nastíněný problém vyplývající z posouzení úvěruschopnosti spotřebitele nadále přetrvává. Stejně jako v úvěrové směrnici není stanoveno, aby této oblasti bral věřitel do úvahy ekonomické zájmy spotřebitele. Je nicméně rozvinuto, na základě, jakých informací se toto posouzení uskutečňuje. Jsou jimi nezbytné, dostačující a přiměřené informace o příjmech a výdajích spotřebitele a o jeho dalších finančních a ekonomických poměrech. Ke zjištění těchto informací musí věřitelé v předmluvní fázi jasně a přímo stanovit nutné informace a nezávisle ověřitelné důkazy, které musí spotřebitel poskytnout a lhůty, v nichž tak musí učinit.¹⁵⁶

Ochranou zájmů jednotlivých spotřebitelů se, alespoň do určité míry, věnuje ustanovení týkající se poradenských služeb.¹⁵⁷ Tato úprava ukládá věřiteli povinnost výslovně informovat spotřebitele o tom, zda mu jsou, nebo mohou být poskytovány poradenské služby. I v tomto případě se nepochybně jedná o prostředek, kterým chce Unie předejít nerozvážnosti spotřebitele, a nezodpovědnému uzavírání hypotečních úvěrů. Stanovení rozsahu těchto poradenských služeb, pokud jsou poskytnuty, je ovšem svěřeno do působnosti věřitele, který si může vybrat, zda budou doporučení vycházet pouze z porovnání s ostatními produkty, které jsou spotřebiteli věřitelem nabízeny, nebo na základě průřezu celého trhu. V návaznosti na tyto dvě možnosti je pak státům umožněno buď zakázat používání označení „poradce“ (pokud se jedná o první případ), nebo pokud toto označení není vnitrostátní úpravou zakázáno, musí se v rámci odlišení používat termín „nezávislý poradce“. Nezávislým poradcem je pak takový věřitel, který v rámci poradenských služeb musí zvážit dostatečný počet smluv o úvěru, které jsou k dispozici na trhu, přičemž za tato srovnání nesmí být odměňován ostatními věřiteli.

Pokud jsou poradenské služby poskytovány, je věřitel povinen získat nezbytné informace o osobní a finanční situaci spotřebitele, jeho preferencích a cílech a mohl

¹⁵⁵ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010.* Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>. Čl. 16

¹⁵⁶ Tamtéž Čl. 20 odst. 1, 3

¹⁵⁷ Tamtéž Kapitola 8

mu tak doporučit vhodnou smlouvu o úvěru. Věřiteli je tedy uložena povinnost jednat s přihlédnutím o finanční a osobní situaci spotřebitele, a v jeho nejlepším zájmu.

Na rozdíl od úvěrové směrnice není v úpravě týkající se hypotečních úvěrů není upraveno právo odstoupení od smlouvy, nicméně v souvislosti s uplatňovaným principem minimální harmonizace nic nebude bránit členským státům od toho, aby toto právo ve vnitrostátní úpravě zakotvili. Směrnice 2014/17/EU nicméně udává podmínky předčasného splnění závazku vyplývající z hypotečního úvěru. Na základě tohoto práva vzniká spotřebiteli nárok na snížení nákladů úvěru pro spotřebitele, s tím, že ale podmínky jeho uplatnění mohou být podmíněné např. uplynutím určité doby trvání závazku.¹⁵⁸

Výše uvedený rozsah informačních povinností požadovaných směrnicí o hypotečních úvěrech lze uvést jako příklad možného narušení efektivity ochrany spotřebitele spočívající v nadměrné informovanosti spotřebitele (viz kapitola 2.4). Směrnice se sice tento nedostatek částečně snaží napravit, například poskytnutím doby na rozmyšlenou, nebo možností členských států limitovat rychlost uzavření smlouvy uplynutím určité lhůty, v praxi ovšem bude účinnost této ochrany limitována vnitrostátní úpravou, resp. tím, zda členské státy této možnosti využijí.

Směrnici zároveň můžeme vytknout nevyužití maximální harmonizace tam, kde by to v zájmu ochrany spotřebitele bylo žádoucí. Jedná se o oblast posouzení úvěruschopnosti a poskytování poradenských služeb spotřebitele.

V oblasti úvěruschopnosti lze sice spatřovat posun ve stanovení relevantních informací, které spotřebitel musí v rámci tohoto posouzení poskytnout, nicméně mu nic nebrání vědomě lhát. Tím je umožněno uzavřít úvěr zvláště zranitelným spotřebitelům, na které v této oblasti není brán ohled.

Určité východisko z této situace by mohlo poskytnout stanovení povinnosti poskytování poradenských služeb, které by brali v úvahu celý trh, a nejen ostatní produkty obchodníka. Věřitel by v této oblasti nemusel brát v úvahu zájmy spotřebitele v oblasti posuzování úvěruschopnosti a spotřebiteli by bylo umožněno učinit relevantnější informované rozhodnutí.

Jako protichůdný argument můžeme uvést, že prostředkem, který zajišťuje informované rozhodnutí spotřebitele je právě standardizovaný přehled ESIP. Poskytování tohoto přehledu ovšem nebere v úvahu skutečnost, že většina spotřebitelů

¹⁵⁸ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>. Čl. 25

je na finančním trhu zvláště zranitelnými a mnohdykrát neoplývají odbornými znalostmi jako jejich potenciální poradci.

5.1.4.1 Návrh směrnice 2021/0171 (COD) o spotřebitelských úvěrech

V návaznosti na úvěrovou směrnici z roku 2008 představila Evropská Komise návrh na modernizaci a aktualizaci této směrnice. Tento krok byl učiněn zejména s přihlédnutím k výsledkům průběžného hodnocení REFIT, ve kterém bylo zjištěno, že cíle, které si stanovila směrnice 2008/48/ES byly splněny jen z části. Tento návrh zároveň reaguje na stále se rozvíjející digitalizaci a přesun do on-line světa. Ten byl urychlen i krizí COVID-19, která měla zároveň dopad i na celosvětovou ekonomiku, čímž bylo narušeno i postavení spotřebitele v EU.¹⁵⁹

Nyní přijatý návrh novelizace z roku 2021 následuje snahu o úplnou harmonizaci vnitrostátních předpisů.¹⁶⁰

Svou působností se směrnice vztahuje na smlouvy o úvěru, popřípadě i na služby skupinového financování úvěru.

V oblasti ochrany spotřebitele návrh směrnice přejímá některé povinnosti, které byli věřiteli uloženy směrnicí o hypotečních úvěrech. V implementaci těchto ustanovení můžeme sledovat snahu o rozšíření míry ochrany spotřebitele, případně zabránění nezodpovědnému uzavírání úvěrových smluv.

Informační povinnost v předmluvní fázi vztahu je modifikována už ustanovením týkajícího se standardní reklamy.¹⁶¹ V něm je požadavek jasného, výstižného a zřetelného způsobu poskytování těchto informací doplněn o nutnost takto poskytované informace přizpůsobit technickým omezením média použitého k reklamě. Ze znění bodu 29 preambule lze tyto podmínky blíže specifikovat. Jednak je vznesen požadavek na „*velmi viditelné, srozumitelné a poutavé zobrazení*“¹⁶² těchto informací. Za druhé by spotřebitel z těchto sdělení být schopen pochopit, zda se jedná o dočasné akční podmínky. Rozšíření informační povinnosti je pak omezeno za účelem umožnění spotřebiteli lépe porozumět poskytovaným informacím v závislosti na použitém médiu. Pokud obchodník tedy nevyužije vizuální reklamu, nemusí být poskytovány informace týkající se úvěru ve formě odložené platby a informace sdělující celkovou částku splatnou spotřebitelem a výši jednotlivých splátek.

¹⁵⁹ *Návrh Směrnice Evropského parlamentu a Rady o spotřebitelských úvěrech*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52021PC0347>. Důvodová zpráva

¹⁶⁰ Tamtéž Čl. 42 odst. 1

¹⁶¹ Tamtéž Čl. 8

¹⁶² Tamtéž Bod 29 Preambule

Přijatou úpravou ze směrnice o hypotečních úvěrech je povinnost poskytovat všeobecné informace. Jedná se o jasné a srozumitelné všeobecné informace o smlouvách o úvěru poskytované spotřebiteli prostřednictvím trvalého nosiče. Dané informace musí zahrnovat zejména totožnost o osobě poskytující tyto informace, možný účel použití úvěru, typy výpůjční úrokové sazby, popis podmínek pro uplatnění práva na odstoupení od smlouvy nebo podmínky přímo související s předčasným splněním.

V rámci samotného poskytování předsmulvních informací je nově zaveden požadavek tyto informace spotřebiteli poskytnout nejméně jeden den před tím, než bude vázán jakoukoli smlouvou o úvěru. V případě, že tak učiněno nebude, vzniká věřiteli povinnost „zaslat spotřebiteli na papíře, nebo na jiném trvalém nosiči připomenutí odstoupit od smlouvy“. ¹⁶³ Rozsah informací, které jsou poskytovány prostřednictvím formuláře „standardní evropské informace o spotřebitelském úvěru“ je nově doplněn o povinnost poskytnout spotřebiteli formulář „standardní evropský přehled o spotřebitelském úvěru“. Informace v něm obsažené jsou oproti prvnímu zmíněnému formuláři značně zúžené, obsahují např. celkovou výši úvěru, dobu trvání smlouvy, výpůjční úrokovou sazbu nebo RPSN. Tyto dva formuláře se zároveň musí shodovat.

Důvodem pro poskytování formuláře „standardního evropského přehledu o spotřebitelském úvěru“ je shrnutí klíčových prvků úvěru, v němž spotřebitelé na první pohled uvidí všechny základní informace. ¹⁶⁴ Zúžení poskytovaných informací společně s usnadněním spotřebiteli orientace v předsmulvních jednáních je nepochybně žádoucí. Nicméně i zde lze pozorovat určitý paradox informovanost. Úprava totiž efektivně požaduje rozšíření poskytovaných informací, za účelem zlepšení spotřebiteli orientace v nich. S přihlédnutím k odůvodnění tohoto ustanovení, které říká, že tyto základní informace by měli být čitelné i na displeji mobilního telefonu vyvstává otázka, zda není poskytování „standardních evropských informací o spotřebitelském úvěru“, vzhledem k jejich rozsahu, nadbytečné.

Posledním ustanovením rozšiřující informační povinnost je čl. 13 navrhované směrnice, který zakládá požadavek, aby věřitelé spotřebitele informovali, pokud je předložena „individuální nabídka založená na profilování nebo jiných druzích automatizovaného zpracování osobních údajů“. Komise tímto ustanovením sleduje

¹⁶³ *Návrh Směrnice Evropského parlamentu a Rady o spotřebitelských úvěrech*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52021PC0347>. Čl. 10

¹⁶⁴ Tamtéž Bod 31 Preambule

problematiku automatizovaných algoritmů, které mohou být využívány s účelem lepšího zacílení spotřebitele a analýze jeho chování. To činí spotřebitele nepochybně zranitelnějším. Informováním spotřebitele o této skutečnosti bude, dle názoru autora, dosaženo narovnání tohoto nerovného vztahu. Problematika individuálních nabídek poskytovaných na základě profilování nebo jiného automatického zpracování osobních údajů je brána v úvahu i při posuzování úvěruschopnosti spotřebitele. Pokud je při tomto posuzování použito profilování, je spotřebiteli založeno právo vyžádat si osobní zásah ze strany věřitele, nebo vysvětlení, na základě čeho mu bylo automatizované posouzení poskytnuto.¹⁶⁵

Pro zajištění ochrany spotřebitele s ohledem na ochranu jeho zájmů mají význam ustanovení přejatá ze směrnice o hypotečních úvěrech týkající se poskytování poradenských služeb a požadavku náležitého vysvětlení. Dalšími přejatými instituty je požadavek chování věřitelů v souladu s kodexem chování při poskytování úvěru spotřebitelům, požadavky na znalosti a odbornou způsobilost pracovníků a podpora finančního vzdělávání spotřebitele.

Zohlednění osobní situace spotřebitele se dočkalo i v oblasti podpory spotřebitelů ve finančních potížích. V této oblasti je stanoven požadavek, aby věřitelé zavedli zásady a postupy, které mají zajišťovat přístup k vymáhání pohledávky s přiměřenou shovívavostí. Spotřebiteli by tedy primárně mělo být umožněno úplné nebo částečné refinancování smlouvy o úvěru, nebo úprava stávajících podmínek smlouvy.

Ačkoliv navrhovaná úprava nestanovuje povinnost členských států zajistit poskytování spotřebitelům poradenství v oblasti finančních služeb, jsou členské státy povinny zajistit, aby byli spotřebitelům zpřístupněny služby dluhového poradenství.¹⁶⁶

Obecně lze konstatovat, že přijatý návrh z roku 2021 řeší některé z problémů úvěrové směrnice z roku 2008. Již zmíněné zakotvení poradenských služeb, jednání věřitele v zájmu spotřebitele, nebo zohlednění a do jisté míry i předcházení vývoje trhu je nepochybně ze strany EU žádoucí.

¹⁶⁵ *Návrh Směrnice Evropského parlamentu a Rady o spotřebitelských úvěrech*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52021PC0347>. Čl. 18 odst. 6

¹⁶⁶ Tamtéž Čl. 36

5.2 PŘÍSTUP SPOTŘEBITELE K PRÁVNÍM PROSTŘEDKŮM OCHRANY JEHO PRÁV

Východisko pro možnost právního řešení sporů s přeshraničním prvkem můžeme spatřovat v ustanovení čl. 81 SFEU. Unie se v jeho prvním odstavci zavazuje k „rozvíjení justiční spolupráce v občanských věcech s mezinárodním prvkem založenou na zásadě vzájemného uznávání soudním a mimosoudním rozhodnutím.“ Spolupráce má být v praxi dosaženo přijímáním opatření pro sbližování vnitrostátních úprav členských států.¹⁶⁷

Pokud se taková spolupráce týká oblasti zajišťující řádné fungování trhu, preferuje Unie přijímání opatření majících za cíl mimo jiné i rozvíjení alternativních metod urovnávání sporů.¹⁶⁸

S ohledem k těmto dvěma ustanovením, budou v následujícím textu uvedeny jak soudní, tak mimosoudní, resp. alternativní metody řešení sporů.

5.2.1 Prostředky soukromoprávního odškodnění soudní cestou

Jelikož soukromoprávní řešení sporů v rámci Unie bude nepochybně obsahovat soukromoprávní vztahy s mezinárodním prvkem, je nutné nejprve definovat okruhy, kterými se unijní právo zabývá v oblasti ochrany spotřebitele zabývá.

První otázkou, kterou se unijní právo zabývá je u jakého soudu je spotřebiteli, případně obchodníkovi umožněno podat žalobu. Pro spotřebitele představuje řešení sporů za využití právní úpravy cizího státu nadměrnou zátěž. Spotřebiteli je v tomto případě ztíženo porozumění podstaty sporu a porozumění, jaké prostředky jsou mu k ochraně jeho práv poskytovány (spotřebitel se bude v právním řádu „svého“ státu orientovat pravděpodobně lépe, než v cizích právních normách). Oslabení spotřebitele z těchto problémů plynoucí pak může mít za následek jeho odrazení od případného řešení sporu. Stejnou logiku bude nepochybně uplatňovat i druhá strana sporu – obchodník, který bude chtít spor řešit za použití práva státu, ve kterém se nachází jeho sídlo.¹⁶⁹

¹⁶⁷ Konsolidovaná znění Smlouvy o Evropské Unii a Smlouvy o fungování Evropské unie [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12016ME/TXT>. Čl. 81 odst. 1 SFEU

¹⁶⁸ Tamtéž Čl. 81 odst. 2 písm. g) SFEU

¹⁶⁹ HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 301.

Kolizní normou je v tomto případě Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (tzv. Nařízení I bis).

Pokud je předmět sporu tvořen smlouvou, je pro určení místa podání žaloby rozhodné místo plnění daného závazku. Místem plnění je v případě prodeje zboží místo na území členského státu, kam bylo nebo mělo být zboží dle smlouvy dodáno. V případě poskytování služeb je místem plnění území členského státu, na němž byly služby poskytovány.¹⁷⁰

Nařízení se výslovně zabývá i místní příslušností u spotřebitelských smluv. V této oblasti je založeno právo spotřebitele vybrat si, zda chce žalobu podat u soudu místa, kde žije spotřebitel, nebo o místa soudu bydliště jeho smluvního partnera. Smluvní partner naopak může žalobu podat pouze u soudu místa bydliště spotřebitele.¹⁷¹

Výše uvedená povinnost se vztahuje na případy, kdy se jedná o koupi movitých věcí na splátky¹⁷², nebo o úvěrové obchody určené ke koupi takových movitých věcí¹⁷³ a zároveň „*ve všech ostatních případech, kdy byla smlouva uzavřena s osobou, která provozuje profesionální nebo podnikatelské činnosti v členském státě, v němž má spotřebitel bydliště, nebo pokud se jakýmkoli způsobem taková činnost na tento členský stát, nebo na několik členských států včetně tohoto členského státu zaměřuje, a smlouva spadá do rozsahu těchto činností.*“¹⁷⁴

K určení toho, jaký obchodník zaměřuje svou činnost na členský stát ve vztahu k využívání webových stránek se vyjádřil SDEU ve spojených věcech C-585/0 a C-144/09. V každé z těchto věcí byla vznesena předběžná otázka týkající se výkladu kritérií určujících, za jakých podmínek je činnost zaměřena na členský stát.

Ve věci C-585/08 šlo o spor rakouského navrhovatele, který si rezervoval na základě internetové nabídky poskytované německou zprostředkovatelskou společností plavbu na nákladní lodi. Zprostředkovatelská společnost na svých internetových stránkách uváděla vybavenost lodí, která se neshodovala se skutečností. Z tohoto důvodu odmítl navrhovatel na loď nastoupit a požadoval vrácení ceny. Odpůrce, společnost Reederei Karl Schlüter mu vrátila pouze část zaplacené ceny, načež

¹⁷⁰ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32012R1215>. Čl. 7 odst. 1 písm. a), b)

¹⁷¹ Tamtéž Čl. 18 odst. 1, 2

¹⁷² Tamtéž Čl. 17 odst. 1 písm. a)

¹⁷³ Tamtéž Čl. 17 odst. 1 písm. b)

¹⁷⁴ Tamtéž Čl. 17 odst. 1 písm. c)

navrhovatel požadoval vrácení i zbylé částky společně s úroky. Odpůrce se u rakouského soudu k tomuto požadavku vyjádřil a uvedl, že v Rakousku profesionální nebo podnikatelskou činnost neprovozuje a uplatnil námitku nepřislušnosti.

V prvním stupni nebyla námitka připuštěna, jelikož prvoinstanční soud považoval uzavřenou smlouvu za spotřebitelskou smlouvu o přepravě, a že zprostředkovatelská společnost provozovala reklamní činnost v Rakousku prostřednictvím internetu. Odvolací soud pak zaujal stanovisko opačné.

Navrhovatel pak podal opravný prostředek k rakouskému Nejvyššímu soudnímu a kasačnímu dvoru, který se obrátil na SDEU se dvěma otázkami. Zaprvé žádal vyjádření k předběžné otázce týkajícího se výkladu pojmu „souborných služeb pro cesty“. Za předpokladu, že by uzavřenou smlouvou byla spotřebitelská smlouva, žádal Nejvyšší soudní a kasační dvůr, aby SDEU poskytl předběžnou otázku, zda postačí pro to, aby byly činnosti zaměřeny, aby webová stránka zprostředkovatele mohla být konzultována na internetu.

Stejnou předběžnou otázku podal Nejvyšší soudní a kasační dvůr i v druhé spojené věci. V tomto případě se jednalo o německého spotřebitele, který si na základě konzultování internetové stránky rezervoval několik hotelových pokojů. Ten po zpochybnění služeb nabízených hotelem hotel opustil bez zaplacení svého účtu. Společnost provozující hotel proto podala žalobu k rakouskému soudu. Odpůrce, stejně jako v první věci, uplatnil námitku nepřislušnosti soudu.

SDEU se k této předběžné otázce vyjádřil následovně:

Nejprve konstatoval, že ačkoliv ustanovení čl. 15 odst. 1 písm. c) a článek 16 nařízení č. 44/2001 (nyní obsaženy ve výše zmíněném čl. 17 odst. 1 písm. c) nařízení Brusel I bis) mají za cíl ochranu spotřebitelů, neznámá to, že je tato ochrana absolutní. Pojem „činnost zaměřená na jiné členské státy“ a s ní spojené ochranné pravidlo o příslušnosti tedy nelze uplatňovat na základě pouhého používání internetové stránky a jejich přístupnosti z jiného členského státu.¹⁷⁵

Pro aplikaci čl. 15 odst. 1 písm. c) je tedy rozhodný projev podnikatelovi vůle navázat obchodní vztahy se spotřebiteli z jednoho nebo více členských států, na jehož území má spotřebitel bydliště. *„Je proto třeba zkoumat, zda před případným uzavřením smlouvy s tímto spotřebitelem existovaly indicie, které by prokazovaly, že podnikatel uvažoval o obchodování se spotřebiteli, kteří mají bydliště v jiných*

¹⁷⁵ Rozsudek Soudního dvora ze dne 7. prosince 2010. Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG (C-585/08) a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller (C-144/09). odst. 70 - 72

*členských státech, včetně členského státu, na jehož území má spotřebitel své bydliště, v tom smyslu, že byl připraven uzavřít s takovými spotřebiteli smlouvy.*¹⁷⁶

Druhou otázkou, kterou se unijní právo zabývá je určení aplikovatelných právních norem na daný případ. Odpověď poskytuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (dále jen Nařízení Řím I). To v úpravě pravidel pro volbu práva respektuje volnost smluvních stran.

Strany si tedy mohou vzájemně určit, jakým právem se daná smlouva bude řídit. Tuto volbu musí v obsahu smlouvy výslovně uvést. Pokud tak učiněno není, musí volba vyplývat z jednotlivých ustanovení smlouvy, nebo okolností případu.¹⁷⁷

V případě, že zvolené právo nelze určit, řídí se smlouvy o koupi zboží právem země, ve které má prodávající obvyklé bydliště. Smlouvy o poskytování služeb toto ustanovení následují, rozhodné bude tedy právo země, ve které má poskytovatel služby obvyklé bydliště.¹⁷⁸

Tato obecná pravidla jsou ovšem v oblasti spotřebitelských smluv, za účelem zvýšené ochrany spotřebitele narušena. Spotřebitelské smlouvy se v případě, kdy *a) obchodník provozuje svou profesionální nebo podnikatelskou činnost v zemi, kde má spotřebitel své obvyklé bydliště, nebo b) se jakýmkoli způsobem taková činnost na tuto zemi nebo na několik zemí zaměřuje*“ řídí právem země, v níž má spotřebitel své obvyklé bydliště.¹⁷⁹

Volba práva v mimosmluvních závazkových vztazích je upravena v Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 864/2007 ze dne 11. července 2007 o právu rozhodném pro mimosmluvní závazkové vztahy. S ohledem na rozsah práce lze s ohledem na znění této práce zmínit pouze jeho čl. 5. Ten zakládá podmínky určení rozhodného práva v případech odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku.

Poslední otázkou, která se v souvislosti s řešením sporů soudní cestou nabízí, je uznávání a výkon rozhodnutí. Ta spadá do působnosti Nařízení I bis.

¹⁷⁶ Rozsudek Soudního dvora ze dne 7. prosince 2010. *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG (C-585/08) a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller (C-144/09)*. odst. 76

¹⁷⁷ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (Řím I). Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32008R0593>. Čl. 2

¹⁷⁸ Tamtéž Čl. 4 odst. 1 písm. a) , b)

¹⁷⁹ Tamtéž Čl. 6 odst. 1

Na základě tohoto nařízení jsou rozhodnutí vydaná v některém členském státě uznávána bez nutnosti vést o nich další řízení.¹⁸⁰ To samé lze říci o vykonatelnosti rozhodnutí.¹⁸¹ Uznání a výkon může být nicméně na základě čl. 45 odepřen. Podmínkami takového odepření jsou např. zjevný rozpor s veřejným pořádkem dožádaného členského státu.¹⁸²

5.2.2 Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů

Mimosoudní řešení sporů je odpovědí na nevýhody uplatňování svých práv u soudu. Mezi tyto nevýhody můžeme řadit vysoké náklady a formalitu řízení, v jejichž důsledku je nevýhodné se touto cestou vydat v případě uplatňování spotřebitelských nároků s nízkou hodnotou.¹⁸³ Tento problém spatřuje i Loutocký který konstatuje následující „*Posouzení dopadů návrhu pro ADR a ODR v EU uvádí, že pokud je sporná hodnota zboží nebo služeb v řádu stovek euro, je vysoce pravděpodobné, že spotřebitel nevyužije soudního řízení díky celkové složitosti soudního procesu, jeho nákladnosti a zdlouhavosti...Jak ale vyplývá z průzkumu Evropské komise, větší počet obyvatel EU má zájem řešit spory mimosoudně.*“¹⁸⁴

Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů je upraveno Směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2013/11/EU ze dne 21. května 2013 o alternativním řešení spotřebitelských sporů (ADR).

Ve vymezení předmětu směrnice můžeme spatřit i její cíl, kterým je umožnění spotřebitelům dobrovolně podávat stížnosti k nezávislým subjektům, které umožňují efektivní a rychlé postupy smírného řešení sporů. Členské státy pak přístup k těmto řešením mohou vynucovat za předpokladu, že právní předpisy požadující uplatnění ADR nebrání ve výkonu práva na přístup k soudnictví.

K otázce, zda je omezení přístupu k soudní ochraně práv podmíněné neúspěšným pokusem o mimosoudní řešení přípustné, se ostatně vyjádřil i SDEU ve věci C-317/08 Alassini.

V dané věci se jednalo o předběžnou otázku týkající se situace, kdy nebylo umožněno podat žalobu právě z důvodu absence povinného pokusu o mimosoudní

¹⁸⁰ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32012R1215>. Čl. 36

¹⁸¹ Tamtéž Čl. 39

¹⁸² HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 304.

¹⁸³ Tamtéž s. 310

¹⁸⁴ LOUTOCKÝ, Pavel. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů online v právu EU a jeho dopady na českou právní úpravu.

urovnání sporu před regionální komisí pro komunikace. Podle předkládajícího soudu nicméně v době podání tento orgán ještě nebyl. Proto bylo povinné mimosoudní urovnání zahájeno prostřednictvím elektronické komunikace u obecných orgánů pro mimosoudní urovnávání spotřebitelských sporů.

Předkládající soud v této věci zaujal názor, že povinná povaha mimosoudního řešení sporů může bránit ve výkonu práv koncových uživatelů zejména z důvodu povinného uskutečnění urovnání elektronickou formou. Dalším argumentem byla skutečnost, že k pokusu o urovnání soudu běžně dochází při prvním jednání běžného soudního řízení¹⁸⁵

Z výše uvedených důvodů byla podána předběžná otázka, zda mají předpisy Společenství přímý účinek a musejí tedy být vykládány v tom smyslu, že spory v oblasti elektronických komunikací mezi koncovými uživateli a provozovateli nesmí podléhat podmínce povinného pokusu o urovnání sporu, bez jejíhož splnění se nelze obrátit na soud, a mají pak tyto předpisy přednost před úpravou plynoucí z rozhodnutí orgánu pro regulaci komunikací?¹⁸⁶

SDEU se v této věci vyjádřil následovně. Nejprve konstatoval, povinnosti členských států podle článku 34 směrnice o univerzální službě. Členské státy by podle ní měli zajistit, aby pro spotřebitelské spory byli zpřístupněny mimosoudní postupy urovnání těchto sporů. Povaha tohoto řízení by se měla řídit zásadami nezávislosti, transparentnosti, kontradiktornosti řízení, účinnosti, legality, volnosti a zastoupení. Tyto zmíněné zásady pak neomezují možnost stanovit závaznou povahu ADR.

Dále se SDEU vyjádřil k dodržení zásady rovnocennosti a efektivity. Zásadou rovnocennosti je vyjádřen požadavek, aby procesní podmínky soudních řízení určených k zajištění ochrany práv nebyli méně příznivé než ty, které se týkají obdobných řízení na základě vnitrostátního práva. Zásada efektivity pak pro tyto podmínky řízení stanovuje druhý požadavek, a sice aby v praxi neznemožňovali nebo nadměrně neztěžovali výkon práv přiznaných právním řádem Unie. Tyto dva principy zakládají obecnou povinnost členských států zajistit soudní ochranu práv vyplývajících jednotlivcům z Unijního práva.

K předběžné otázce poskytl SDEU následující odpověď: „Článek 34 směrnice o univerzální službě musí být vykládán v tom smyslu, že nebrání právní úpravě členského státu, podle které spory v oblasti elektronických komunikací mezi koncovými uživateli a poskytovateli uvedených služeb, jež se týkají práv přiznaných uvedenou směrnicí,

¹⁸⁵ Rozsudek Soudního dvora ze dne 18 března 2010. *Alassini a ostatní*. C-317/08. odst. 19,20

¹⁸⁶ Tamtéž odst. 21

musí být předmětem povinného pokusu o mimosoudní urovnání sporu jako podmínky přípustnosti žaloby k soudu.

Zásady rovnocennosti a efektivity, jakož i zásada účinné soudní ochrany rovněž nebrání vnitrostátní právní úpravě, která pro takové spory stanoví předchozí uskutečnění řízení o mimosoudním urovnání sporu, nevede-li takové řízení k vydání rozhodnutí, které je pro jeho účastníky závazné, nepředstavuje-li podstatné prodlení, pokud jde o podání žaloby k soudu, staví-li promlčení dotyčných práv a nevede-li pro jeho účastníky ke vzniku nákladů, nebo jeho náklady jsou pro jeho účastníky nevýznamné, avšak pouze za podmínky, že elektronická forma nepředstavuje jediný způsob přístupu k uvedenému řízení o urovnání sporu a předběžná opatření jsou ve výjimečných případech, kdy je vyžaduje naléhavost situace, přípustná.“¹⁸⁷

Směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů ovšem využití způsobů mimosoudního urovnání nevyžaduje, stanovuje tedy minimální standardy a hlavní právní zásady, které jsou přejaty do vnitrostátních právních řádů členských států.¹⁸⁸

V případě vnitrostátních sporů svěřuje rozhodnutí o tom, zda se ADR využije, obchodníkovi.¹⁸⁹ Pokud se ovšem jedná o přeshraniční spor, vyžaduje směrnice po členských státech, aby spotřebiteli zajistili alespoň možnost získat pomoc v přístupu k subjektu ADR.¹⁹⁰

Stejně tak jako podmínky přístupu k alternativnímu řešení sporů, mohou subjekty ADR ponechat nebo zavést v platnost procesní pravidla vylučující jejich příslušnost k řešení sporu.¹⁹¹

K tomu, aby byl subjekt považován za subjekt mimosoudního urovnání sporů je nutné, aby splňoval požadavky, k nimž se vyjádřil SDEU ve věci Alassini (viz výše). Směrnice tedy požaduje po těchto subjektech jejich odbornost, nezávislost a nestrannost, transparentnost, efektivitu spočívající ve lhůtě 90 dnů k rozhodnutí sporu, spravedlnost, volnost a zákonnost.¹⁹²

Na směrnici o mimosoudním urovnávání sporů navazuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 524/2013 ze dne 21. května 2013 o řešení spotřebitelských

¹⁸⁷ *Rozsudek Soudního dvora ze dne 18 března 2010. Alassini a ostatní. C-317/08. odst. 67*

¹⁸⁸ LOUTOCKÝ, Pavel. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů online v právu EU a jeho dopady na českou právní úpravu.

¹⁸⁹ *Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/11/EU ze dne 21. května 2013 o alternativním řešení spotřebitelských sporů a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a směrnice 2009/22/ES (směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů)*. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32013L0011>. Čl. 5 odst. 1

¹⁹⁰ Tamtéž Čl. 14 odst. 1

¹⁹¹ Tamtéž Čl. 5 odst. 4

¹⁹² HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON. *Rethinking EU Consumer Law* [online], s. 313.

sporů on-line (dále jen ODR). Na základě tohoto nařízení je spotřebitelům a obchodníkům poskytnuto jednotné kontaktní místo pro mimosoudní řešení sporů on-line.

ODR je aplikovatelné na postupy mimosoudního řešení sporů vyplývajících ze smluvních závazků o koupi zboží nebo poskytování služeb uzavřených on-line mezi spotřebitelem s bydlištěm v Unii a obchodníkem se sídlem v Unii.¹⁹³ Účelem tohoto ustanovení je automatizace a zjednodušení přístupu k metodám mimosoudního řešení sporu v případech přeshraničních sporů. Platforma poskytující on-line řešení sporu tedy v praxi slouží jako prostředník mezi spotřebitelem a obchodníkem, případně následně mezi těmito dvěma stranami a subjektem mimosoudního urovnání sporu.

Využití ODR platformy probíhá následovně.

Před zahájením sporu je kladen požadavek na obchodníka, aby na svých internetových stránkách uvedl odkaz na platformu pro řešení sporu on-line. Tím je umožněno spotřebiteli se o této možnosti řešení dozvědět a následně ji využít. Samotný proces ODR je zahájen podáním stížnosti spotřebitelem prostřednictvím poskytovaného on-line formuláře. Ten slouží k výběru jazyka spotřebitele, podání samotné stížnosti, vyplnění údajů o obchodníkovi a spotřebiteli a poskytnutí dalších informací rozhodných pro stížnost. Na základě těchto poskytnutých informací je kontaktována druhá strana sporu. Hlavní výhodou této platformy lze spatřovat v překládání poskytnutých informací. Je tedy značně zjednodušena komunikace mezi oběma stranami.

Po zaslání informací odpůrci je poskytnut seznam dostupných subjektů alternativního řešení sporů. Po výběru tohoto subjektu mu ODR platforma stížnost postoupí a dále se řízení vede podle pravidel tohoto subjektu. Přijetí této stížnosti musí subjekt ADR sdělit platformě společně s vyjádřením, že se danou věcí bude zabývat.

V průběhu řešení sporu je oběma stranám umožněno v kterékoliv fázi jeho řešení spor opustit. Pokud je řízení ukončeno, vzniká povinnost subjektu ADR sdělit výsledek sporu platformě on-line řešení sporu.¹⁹⁴

¹⁹³ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 524/2013 ze dne 21. května 2013 o řešení spotřebitelských sporů on-line a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a směrnice 2009/22/ES (nařízení o řešení spotřebitelských sporů on-line). Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32013R0524>. Čl. 2 odst. 1

¹⁹⁴ LOUTOCKÝ, Pavel. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů online v právu EU a jeho dopady na českou právní úpravu.

6 ORGÁNY A ORGANIZACE OCHRANY SPOTŘEBITELE V EU

Jako klíčové orgány Evropské unie můžeme nepochybně označit Evropský parlament, Radu, Evropskou komisi a Soudní dvůr Evropské unie. Ty svojí činností přispívají k tvorbě a efektivnímu prosazování spotřebitelského *acquis*.

Kromě tvorby právního rámce úpravy, a v případě SDEU pravidel jeho výkladu, zřizují orgány i organizace mající za úkol spotřebiteli usnadnit přístup k jeho právům, nebo usnadnit řešení jeho právních sporů.

6.1 PORTÁL YOUR EUROPE

V souvislosti s cílem digitální transformace, kterou spotřebitelské politiky dlouhodobě sledují byl koncem roku 2020 zřízen portál Your Europe (Vaše Evropa). Ačkoliv se nejedná o organizaci *per se*, cílem tohoto portálu je usnadnění přístupu k příslušným organizacím.

Zřízení tohoto portálu usnadňuje vzájemné kontakty mezi občany a podniky na jedné straně a příslušnými orgány na straně druhé tím, že poskytuje přístup k online řešením, zjednodušuje občanům a podnikům vyřizování každodenních záležitostí a minimalizuje překážky, se kterými se potýkají na vnitřním trhu.¹⁹⁵

Portál poskytuje pomoc a poradenství pro občany EU v několika oblastech, jako je cestování, práce a důchod, zdraví, ale i v oblasti spotřebitelského práva.

Uvedením tohoto portálu do provozu Komise sleduje potřebu větší transparentnosti pravidel a předpisů týkající se různých životních situací. Pro ochranu spotřebitele je zásadní snaha zlepšit důvěru spotřebitelů, vyřešení problému nedostatečného povědomí o ochraně spotřebitele a o pravidlech vnitřního trhu.¹⁹⁶

6.2 SÍŤ EVROPSKÝCH SPOTŘEBITELSKÝCH CENTER (ECC-NET)

Tato síť byla zřízena roku 2005 spojením dvou přechozích organizací plnících její účel. Jednalo se o síť Evropskou mimosoudní síť (EEJ-Net). Ta plnila od roku 2001 funkci, kterou dnes do určité míry zastává nařízení ODR. Sloužila tedy k zajišťování

¹⁹⁵ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1724 ze dne 2. října 2018, kterým se zřizuje jednotná digitální brána pro poskytování přístupu k informacím, postupům a k asistenčním službám a službám pro řešení problémů a kterým se mění nařízení (EU) č. 1024/2012. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32018R1724>. Bod 5 Preambule

¹⁹⁶ Tamtéž Bod 4 Preambule

mimosoudního řešení spotřebitelských sporů příslušnými subjekty. Některé státy ovšem tímto úkolem pověřovali již existující evropská spotřebitelská centra. To vedlo k nejednotné situaci, kdy v roce 2004 zaštiťovalo tuto funkci 13 evropských spotřebitelských center. 15 členských států naopak využívalo systému EEJ-Net.

Právě kvůli nutnosti unifikace byla v roce 2005 zřízena Síť Evropských spotřebitelských center (ECC-Net). V dnešní době tato nezávislá centra financovaná Evropskou komisí sídlí v každém z členských států, společně s Islandem, Norskem a Spojeným Královstvím.

Cílem systému ECC-Net je pomáhat spotřebitelům při řešení přeshraničních sporů poskytováním bezplatného právního poradenství. Z tohoto důvodu se jedná o organizaci důležitou při formování spotřebitelských politik a zároveň o organizaci vzdělávající spotřebitele o jejich právech a upevňující jejich důvěru ve fungování vnitřního trhu EU.¹⁹⁷

6.3 PORADNÍ SKUPINA EVROPSKÉ KOMISE PRO OCHRANU SPOTŘEBITELE (CPAG)

Poradní skupina pro ochranu spotřebitele byla zřízena v souladu s Novým programem pro spotřebitele. Vznikem této nové organizace byla nahrazena Evropská poradní skupina spotřebitelů (ECCG) z roku 1973. Cílem tohoto předchůdce bylo poskytovat Komisi odborné rady v oblasti spotřebitelského práva EU, nebo např. vydávání odborných názorů.¹⁹⁸

Nástupce v podobě CPAG, zřízený roku 2020, se skládá ze zástupců spotřebitelských organizací, akademických pracovníků a průmyslu. Cílem této skupiny je průběžné hodnocení pokroku a zvažování priorit na další rok pro účely spotřebitelských summitů.¹⁹⁹

¹⁹⁷ *European Consumer Centres Network* [online]. Dostupné z: <https://www.eccnet.eu/sites/default/files/2021-11/ECC%20Network%20-%20anniversary%20reports%20-%2015th%20anniversary.pdf>.

¹⁹⁸ The European Consumer Consultative Group (ECCG). Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/our-partners-consumer-issues/consumer-policy-advisory-group-cpag/european-consumer-consultative-group-eccg_cs.

¹⁹⁹ *Sdělení komise Evropskému parlamentu a Radě: Nový program pro spotřebitele*, s. 20.

7 ZÁVĚR

V práci byla zhodnocena ochrana spotřebitele z pohledu uplatňování hlediska „průměrného spotřebitele“.

Jak bylo na úvodu práce řečeno, spotřebitelské *acquis* postihuje nezměrnou množinu opatření sledujících každodenní život spotřebitele. Z tohoto důvodu byl kladen důraz na „základní“ směrnice a jejich nově zavedené nebo připravované novelizace.

Podstatným potenciálním přínosem může být i zmapování vývoje právní úpravy spotřebitelského práva, společně s analýzou vývoje politik v této oblasti. Z tohoto hlediska je kladen důraz na cíle Nového programu pro spotřebitele, konkrétněji na snahu Komise nadále vzdělávat spotřebitele a zajistit mu tak ochranu jeho práv.

Snaha o vzdělání spotřebitelů nepochybně sleduje snahu napravit, resp. zajistit naplnění kritéria řádně informovaného spotřebitele. Tím, že bude jednotlivci poskytováno vzdělání za účelem zlepšení jeho přehledu v jeho právech bude s největší pravděpodobností usnadněna jeho informovanost. Můžeme nicméně konstatovat, že se v této oblasti bude jednat spíše o „běh na dlouhou trať“ nežli jednoduché a efektivní řešení.

Efektivita uplatňování prostředků ochrany spotřebitele závisí i na ochotě jednotlivce se informovat. Z tohoto pohledu můžeme jako hrozbu identifikovat stále rostoucí množství poskytovaných informací. To lze pozorovat právě na úpravě spotřebitelských úvěrů. Za předpokladu, že tato navrhovaná úprava sleduje obecný cíl digitální transformace, je možné spatřit hrozbu právě v ochotě spotřebitele se s informacemi seznamovat prostřednictvím malé obrazovky.

Obecně tedy lze hlavní nedostatek ochrany spotřebitele spatřovat v chování samotného spotřebitele. Jelikož se toto odvětví dá zařadit do oblasti sociálních politik, a každý jednotlivce se nepochybně chová jinak, lze uvést pouze následující: *vigilantibus iura scripta sunt*.

Unie sice nepochybně pamatuje i na případy, kdy dojde k řešení sporu. Postupy tohoto řešení byli popsány v předposlední kapitole práce. Nicméně i tato oblast, společně s alternativními řešení sporů trpí nedostatkem informovanosti subjektů, kterým ochranu poskytuje.

Prostředky, kterými se Komise snaží tento nedostatek byli popsány v kapitole poslední. Jako nejzásadnější z nich lze považovat zavedení portálu „Your Europe“,

který má za cíl poskytnout jednotlivci jedno místo, na kterém dojde k jeho seznámení se všemi jeho právy, které mu Unie poskytuje. Zároveň lze tento portál označit jako efektivní prostředek k uplatnění těchto práv.

Zda tomu tak v praxi bude, ukáže čas a efektivita s jakou bude Evropská unie o existenci této služby, poskytující řešení několika (ne-li všech) neduhů spotřebitelského práva, informovat.

8 SUMMARY

The paper evaluated consumer protection from the perspective of applying the "average consumer" perspective.

As mentioned at the beginning of the thesis, the consumer acquis affects an immeasurable set of measures monitoring the everyday life of the consumer. For this reason, the focus has been on the 'core' directives and their newly introduced or forthcoming amendments.

A mapping of the development of consumer law legislation, together with an analysis of policy developments in this area, may also be of considerable potential benefit. In this respect, emphasis is placed on the objectives of the New Consumer Agenda, and more specifically on the Commission's efforts to continue to educate consumers and thus ensure that their rights are protected.

Efforts to educate consumers are undoubtedly aimed at remedying or ensuring that the criterion of a well-informed consumer is met. By providing education to improve an individual's understanding of his or her rights, it will most likely facilitate his or her awareness. However, we can conclude that this will be a 'long run' rather than a simple and effective solution.

The effectiveness of consumer protection measures also depends on the willingness of individuals to inform themselves. From this perspective, we can identify the ever-increasing amount of information provided as a threat. This can be seen in the regulation of consumer credit. Assuming that this proposed regulation pursues the general objective of digital transformation, the threat can be seen precisely in the consumer's willingness to access information via a small screen.

In general, the main shortcoming of consumer protection can therefore be seen in the behaviour of the consumer himself. As this sector can be classified as a social policy area, and each individual undoubtedly behaves differently, the following can only be stated: *vigilantibus iura scripta sunt*.

The Union undoubtedly also remembers the cases where a dispute is resolved. The procedures for such resolution have been described in the penultimate chapter of the thesis. However, this area, along with alternative dispute resolution, also suffers from a lack of awareness on the part of those it protects.

The means by which the Commission seeks to address these shortcomings have been described in the last chapter. The most important of these is the introduction of the 'Your Europe' portal, which aims to provide a single point of contact for individuals

to find out about all the rights they have in the Union. It can also be described as an effective means of exercising these rights.

Time will tell whether this will be the case in practice and how effectively the European Union will communicate the existence of this service, which provides solutions to several (if not all) consumer law problems.

BIBLIOGRAFIE

Knihy a monografie

SIMON, Rita. Spotřebitelské modely v evropském a českém právu s ohledem na smluvněprávní spory. *Právník*. 2018, **2018**(5), 385-406

WEATHERILL, Stephen. EU Consumer Law and Policy [online]. Second Edition. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2013 [cit. 2021-12-15]. ISBN 978-0-85793-697-4. Dostupné z:

<https://books.google.cz/books?id=rfYBAQAAQBAJ&hl=cs>

HOWELLS, Geraint, Christian TWIGG-FLESNER a Thomas WILHELMSSON.

Rethinking EU Consumer Law [online]. Milton Park: Routledge, 2018 [cit. 2022-03-15]. ISBN 978-1-315-16483-0.

Dostupné z: <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/23205>

TICHÝ, Luboš, Arnold RAINER, Jiří ZEMÁNEK, Richard KRÁL a Tomáš DUMBROVSKÝ. Evropské právo. 5., přeprac. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2014. Academia iuris (C.H. Beck). ISBN 978-80-74-0-546-6.

ONDREJOVÁ, Dana a David SEHNÁLEK. Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018. Praktik (Leges). ISBN 978-80-7502-239-4.

TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK, Jiří MALENOVSKÝ, Irena PELIKÁNOVÁ, Naděžda ROZEHNALOVÁ, Filip KŘEPELKA, Lenka PÍTROVÁ, David SEHNÁLEK, et al. Právo Evropské unie. 3. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2021. Student (Leges). ISBN 978-80-7502-491-6.

Právní předpisy

Council resolution of 14 April 1975 on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy. In: . Official Journal of the European Communities, 1975, ročník 18, C 92. ISSN 0378-6986.

Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1975:092:FULL&from=HR>

Council Resolution of 19 May 1981 on a second programme of the European economic Community for a consumer protection and information policy. In: . 1981, ročník 24, C 133. ISSN 0378-6986. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1981:133:FULL&from=EN>

Konsolidovaná znění Smlouvy o Evropské Unii a Smlouvy o fungování Evropské unie [online]. In: Úřední věstník Evropské unie, 2016, ročník 2016, C 202/01. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12016ME/TXT>

Listina základních práv Evropské unie. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2012, ročník 2012, C 326/391. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:12012P/TXT>

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (Řím I). In: . Úřední věstník Evropské unie, 2008, L 177. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32008R0593>

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 524/2013 ze dne 21. května 2013 o řešení spotřebitelských sporů on-line a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a směrnice 2009/22/ES (nařízení o řešení spotřebitelských sporů on-line). In: . Úřední věstník Evropské unie, 2013, L 165. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32013R0524>

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2016, L 119. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex%3A32016R0679>

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1724 ze dne 2. října 2018, kterým se zřizuje jednotná digitální brána pro poskytování přístupu k informacím, postupům a k asistenčním službám a službám pro řešení problémů a kterým se mění nařízení (EU) č. 1024/2012. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2018, L 295. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32018R1724>

Návrh Směrnice Evropského parlamentu a Rady o spotřebitelských úvěrech. In: Brusel, COM(2021) 347. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52021PC0347>

Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive). In: Brusel, 2003, 2003/0134 (COD).

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady

98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele. In: Úřední věstník Evropské unie, 2019, L 328. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32019L2161>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2019, L 136. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/lega-content/CS/ALL/?uri=CELEX:32019L0770>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2019, L 136. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32019L0771>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách). In: Úřední věstník Evropské unie, 2005, L 149. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/lega-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě. In: Úřední věstník Evropské unie, 2006, L 376. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32006L0114>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS. In: . Úřední věstník Evropské Unie, 2008, L 133. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/lega-content/CS/ALL/?uri=celex:32008L0048>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. In: Úřední věstník Evropské unie, 2011, L 304. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/lega-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/11/EU ze dne 21. května 2013 o alternativním řešení spotřebitelských sporů a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a směrnice 2009/22/ES (směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů). In: Úřední věstník Evropské unie, 2013, L 165. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX:32013L0011>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/17/EU ze dne 4. února 2014 o smlouvách o spotřebitelském úvěru na nemovitosti určené k bydlení a o změně směrnic 2008/48/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010. In: . Úřední věstník Evropské unie, 2014, L 60. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0017>

Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách. In: Úřední věstník Evropské unie, 1993, L 95. Dostupné také z: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:31993L0013>

Three year action plan of consumer policy in the eec (1990 - 1992). In: . Brusel, 1990, COM (90) 98.

TREATY ESTABLISHING THE EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY AND RELATED INSTRUMENTS. In: Úřad pro publikace Evropské unie, 1957, Dokument 11957E. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A11957E>

Judikatura

Rozsudek Soudního dvora ze dne 14 března 2013. Mohamed Aziz proti Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa (Catalunyacaixa), C-415/11.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 16. června 2011. Gebr. Weber & Putz. C-65/09.

Rozsudek soudního dvora ze dne 16. ledna 1992. Trestní řízení proti X. C-373/90.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 18 března 2010. Alassini a ostatní. C-317/08.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 22 dubna 1999 ve věci Travel Vac SL proti Manuel José Antelm Sanchis, C-423/97.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 5. října 2000. Spolková republika Německo proti Evropskému parlamentu a Radě Evropské unie. C-376/98.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 7. prosince 2010. Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG (C-585/08) a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller (C-144/09).

Rozsudek Soudního dvora ze dne 7. září 2016, Deroo-Blanquart, C-310/15.

Stanovisko generálního advokáta Tesauro ze dne 24. října 1991. Trestní řízení proti X. C-373/90.

Internetové zdroje

Cookie Benchmark Study [online]. Deloitte Risk Advisory [cit. 2022-02-20].

Dostupné z:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/risk/deloitte-nl-rik-cookie-benchmark-study.pdf>

European Consumer Centres Network Anniversary Report 2005-2020 [online]. 2020 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: [https://www.eccnet.eu/sites/default/files/2021-11/ECC%20Network%20-%20anniversary%20reports%20-](https://www.eccnet.eu/sites/default/files/2021-11/ECC%20Network%20-%20anniversary%20reports%20-2015th%20anniversary.pdf)

[2015th%20anniversary.pdf](https://www.eccnet.eu/sites/default/files/2021-11/ECC%20Network%20-%20anniversary%20reports%20-2015th%20anniversary.pdf)

LOUTOCKÝ, Pavel. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů online v právu EU a jeho dopady na českou právní úpravu. *Revue pro právo a technologie* [online]. 2017, 2017(15), s. 261 [cit. 2022-0-15]. Dostupné z: <http://www.beck-online.cz>

MORAIS CARVALHO, Jorge. Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771. *SSEN* [online]. 2018, 18. červenec 2018 [cit. 2022-03-22]. Dostupné z:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3428550

Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771 [online]. [cit. 2022-03-22]. Dostupné z:

https://www.academia.edu/39962123/Sale_of_Goods_and_Supply_of_Digital_Content_and_Digital_Services_Overview_of_Directives_2019_770_and_2019_771

RICHTER, Štěpán. Směrnice EU 2019/770 o některých aspektech poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb jako nástroj ochrany spotřebitele. *Jurisprudence* [online]. 2020, 2020(4), 9-17 [cit. 2022-03-23]. ISSN 1802-3843.

Dostupné z: <https://www.jurisprudence.cz/cz/casopis/smernice-e--2019-770-o-nekterych-aspektech-poskytovani-digitalniho-obsahu-a-digitalnich-sluzebjako-nastroj-ochrany-spotrebitele.m-440.html>

HILLION, Christophe. Tobacco Advertising: If You Must, You May. *The Cambridge Law Journal* [online]. Cambridge University Press, 2001, 60(3), 486-489 [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/4508815>

Consumer Policy Strategy 2002-2006 [online]. In: . Brusel: Evropská Komise, COM(2002)208. COM(2002)208. Dostupné také z:

[https://ec.europa.eu/transparency/documentsregister/api/files/COM\(2002\)208_0/de0000000910000](https://ec.europa.eu/transparency/documentsregister/api/files/COM(2002)208_0/de0000000910000)

Nový akční plán pro oběhové hospodářství: Čistší a konkurenceschopnější Evropa. In: Brusel, 2020, COM(2020) 98 final. Dostupné také z:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN>

Sdělení komise Evropskému parlamentu a Radě: Nový program pro spotřebitele: Posílení odolnosti spotřebitele pro udržitelné oživení. In: Brusel: Evropská komise, 2020, COM(2020) 696 final. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0696&from=EN>

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ Akční plán digitálního vzdělávání 2021-2027: Nové nastavení vzdělávání a odborné přípravy pro digitální věk. In: . Brusel, 2020, COM(2020) 624. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52020DC0624>

Single European Act [online]. In: . 1987, L 169/1. Dostupné také z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:11986U/TXT&from=CS>

Special message to Congress on protecting consumer interest, 15 March 1962. John F. Kennedy Presidential Library and Museum [online]. Boston, 15 března 1962 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://www.jfklibrary.org/asset-viewer/archives/JFKPOF/037/JFKPOF-037-028> doi:JFKPOF-037-028

The European Consumer Consultative Group (ECCG). Internetové stránky Evropské komise [online]. Generální ředitelství pro komunikaci [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/our-partners-consumer-issues/consumer-policy-advisor-group-cpag/european-consumer-consultative-group-eccg_cs