

Projekt Spotřebitelské poradenství 2022

Občanská poradna Praha 1

Kazuistika

Kazuistika č. 1

Klíčová slova:

Zrušení zájezdu, vrácení peněz

Výchozí situace:

Klientka si koupila letní zájezd. Ten byl zrušen ze strany agentury. Jednalo se o agenturu – společnost s ručením omezeným. Agentura jí slíbila, že jí peníze vrátí, ale nevrátila. Klientka se pokoušela agenturu několikrát zkontaktovat. Už s ní však nekomunikují. Klientka poslala agentuře předžalobní výzvu na adresu, kterou mají na webu uvedenou jako kontaktní, ta se vrátila jako nedoručená. Agentura vůbec nekomunikuje. Klientka zjistila, že i přesto dále nabízejí zájezdy.

Popis problému – zakázka:

Jak může klientka získat zpět peníze za zrušený zájezd? Jak má klientka postupovat vůči firmě, pokud nedodrží zákony?

Intervence:

Klientka může pro jistotu poslat předžalobní výzvu i na adresu sídla uvedenou v obchodním rejstříku. Agentuře vznikl vůči klientce dluh. To, že si dlužník nepřevzal předžalobní výzvu, je jeho zodpovědnost.

V § 1721 občanského zákoníku je definováno, že: „ze závazku má věřitel vůči dlužníku právo na určité plnění jako na pohledávku a dlužník má povinnost toto právo splněním dluhu uspokojit.“

Jestli má klientka od firmy i potvrzeno, že jí částku vrátí, může podat návrh na vydání platebního rozkazu. Poradce klientce nabídl vzor návrhu na vydání platebního rozkazu. Vzor klientka poslat nechtěla s tím, že si ho najde sama na internetu.

Pokud má ale firma finanční potíže, mohlo by se stát, že klientka bude mít v ruce rozsudek, kterým jí bude přiznáno právo na zaplacení, ale ani exekučně nic nevymůže -. klientka by měla zvážit efektivnost soudního a exekučního vymáhání.

Ohledně jednání firmy – klientka může podat stížnost na firmu na Českou obchodní inspekci. Ta nemůže vymáhat klientčiny nároky, může ale za nedodržování zákona dát firmě pokutu. Klientka se může i na webových stránkách ČOI dozvědět, jak podat stížnost <https://www.coi.cz/>

Možnosti řešení:

- Sepsat návrh na vydání platebního rozkazu a předat jej soudu
- Podat podnět k příslušnému inspektorátu ČOI písemně, osobně nebo přes webový formulář

Prognóza:

- Je možné, že agentura pošle peníze zpět na základě kontaktu z ČOI. Některé firmy vracejí peníze až na základě jednání státních institucí a předžalobní výzvy od řadových spotřebitelů neberou vážně
- Agentura nevrátí peníze a bude nucena až na základě platebního rozkazu
- Agentura nevrátí peníze ani na základě platebního rozkazu a klientka bude muset zvážit soudní vymáhání + předání rozsudku exekutorovi a exekuční vymáhání

Zpětná vazba:

Žádná.

Citované zdroje:

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
Webové stránky České obchodní inspekce

Kazuistika č. 2

Klíčová slova:

Smlouva po telefonu, pravidelný odběr, odstoupení od smlouvy

Výchozí situace:

Klientka uzavřela smlouvu po telefonu. Jednalo se o distributora vitamínů. Zavázala se zaplatit zboží. Složenka na 500 Kč již přišla. Klientka ji zaplatila. Zboží jí ještě nepřišlo. Je to smlouva na pravidelný odběr, pokud neodstoupí od smlouvy ve 14 dnech. Už je to 10 dní od objednávky a klientka zatím zboží nedostala. Bojí se, že jí zásilka nějak minula. Ona by chtěla odstoupit od smlouvy. Nemůže se na firmu dovolat, na internetu ji nenašla, neví, jak se firma jmenuje.

Popis problému – zakázka:

Jak má teď klientka postupovat? Jak odstoupit od smlouvy, aby nemusela pravidelně platit za zboží, které by neobdržela?

Intervence:

Spotřebitel může od smlouvy odstoupit do 14 dnů od dodání první zásilky, pokud neinformuje spotřebitele o možnosti odstoupit od smlouvy, je to až rok a 14 dní. Takto je to uvedeno v občanském zákoníku.

89/2012 Sb. Občanský zákoník

§ 1829

(1) Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě čtrnácti dnů. Lhůta podle věty první běží ode dne uzavření smlouvy a jde-li o

- a) kupní smlouvu, ode dne převzetí zboží,*
- b) smlouvu, jejímž předmětem je několik druhů zboží nebo dodání několika částí, ode dne převzetí poslední dodávky zboží, nebo*
- c) smlouvu, jejímž předmětem je pravidelná opakovaná dodávka zboží, ode dne převzetí první dodávky zboží.*

(2) Nebyl-li spotřebitel poučen o právu odstoupit od smlouvy v souladu s § 1820 odst. 1 písm. f), může spotřebitel od smlouvy odstoupit do jednoho roku a čtrnácti dnů ode dne počátku běhu lhůty pro odstoupení podle odstavce 1. Jestliže však byl spotřebitel poučen o právu odstoupit od smlouvy v této lhůtě, běží čtrnáctidenní lhůta pro odstoupení ode dne, kdy spotřebitel poučení obdržel.

Klientka se může zeptat na poště, zda pro ni není uložena zásilka. Ale případně prokázání toho, že byla zásilka odeslána a předána spotřebiteli, je na prodávajícím.

Klientka může zkusit zavolat do firmy z jiného telefonního čísla, třeba s ní nechtějí mluvit proto, že se obávají, že chce odstoupit od smlouvy. Odstoupení by správně mělo být písemné, klientka si může vyžádat informaci, kam odstoupení poslat, již před dodáním zboží. Telefonní hovor je dobré si nahrát.

Klientka může kontaktovat dTest, jestli s touto firmou nemají zkušenosti.

Možnosti řešení:

- Kontaktovat poštu, jestli nemá uloženou zásilku
- Zavolat do firmy z jiného čísla a zjistit adresu
- Obrátit se na Dtest a zjistit informace o firmě
- Sepsat odstoupení od smlouvy a zaslat jej na adresu firmy

Prognóza:

- Klientce se může podařit s firmou zkontaktovat přes jiné telefonní číslo a zjistí jejich adresu
- Klientce se nepodaří s firmou již zkontaktovat, proto se obrátí na Dtest, kde mohou mít zkušenost s volajícím z telefonního čísla, které jim předloží
- Klientka sepíše odstoupení od smlouvy

Zpětná vazba:

Žádná

Citované zdroje:

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Kazuistika č. 3

Klíčová slova:

Snížená cena, klamavá informace, klamavé opomenutí

Výchozí situace:

Klient kupoval v hypermarketu cukr. U cukru byla uvedena výhodná cena, proto dal do vozíku celé balení. U pokladny mu pokladní sdělila, že mu prodá nejvýše 2 kila, protože je omezený počet cukru na osobu. Klient si dal zavolat vedoucího prodejny. Ten jeho námitkám, že žádné omezení u cukru nebylo napsáno, nevyhověl – prý na to byli klienti upozorněni v informačním letáku.

Popis problému – zakázka:

Kdo má pravdu? Může se klient domáhat prodeje cukru v neomezeném množství, když u zboží není nic napsáno?

Intervence:

Klient není povinen číst informační leták. Zboží bylo nabízeno na místě bez omezení za určitou cenu. Prodejna porušila zákon o ochraně spotřebitele, neboť uvedlo klamavou informaci o dostupnosti zboží.

634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele

§ 5 Klamavá konání

(1) Obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud obsahuje věcně nesprávnou informaci a je tedy nepravdivá, což vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

(2) Za klamavou se považuje také obchodní praktika obsahující pravdivou informaci, jestliže vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, pokud jakýmkoli způsobem uvádí nebo je schopna uvést spotřebitele v omyl ohledně

a) existence a podstaty výrobku nebo služby,

b) hlavních znaků výrobku nebo služby, jako jsou údaje o jejich dostupnosti, výhodách, rizicích, provedení, složení, příslušenství, poprodejním servisu a vyřizování reklamací a stížností, výrobním postupu a datu výroby nebo dodání, způsobu dodání, způsobilosti k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikaci, zeměpisném nebo obchodním původu, očekávaných výsledcích jejich použití nebo výsledcích a provedených zkouškách nebo kontrolách,

c) rozsahu závazku prodávajícího, motivu pro obchodní praktiku a podstaty prodejního postupu, prohlášení nebo symbolu týkajících se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení prodávajícího nebo výrobku nebo služby,

d) ceny nebo způsobu výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody,

e) nutnosti servisu, náhradního dílu, výměny nebo opravy,

- f) podstaty, charakteristických rysů a práv prodávajícího nebo jeho zástupce, například jeho identifikace a majetku, způsobilosti, postavení, schválení, přidružení nebo vztahů, práv průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání, nebo
 - g) práv spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny vyplývajících z práv z vadného plnění nebo rizika, kterému může být vystaven.
- (3) Obchodní praktika se rovněž považuje za klamavou, pokud ve věcných souvislostech, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, vede nebo může vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, a pokud zahrnuje
- a) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jiným výrobkem nebo službou,
 - b) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s ochrannou známkou, obchodní firmou nebo jinými rozlišovacími znaky jiného prodávajícího, nebo
 - c) nedodržení jednoznačného závazku obsaženého v kodexu chování, k jehož dodržování se prodávající prokazatelně zavázal.

Může jít i o klamavé opomenutí – prodejce opomenul uvést podstatnou informaci, kterou v dané souvislosti spotřebitel potřeboval pro rozhodnutí ohledně koupě.

634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele

§5a Klamavá opomenutí

(1) Obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést podstatné informace, které v dané souvislosti spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí ohledně koupě, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně této koupě, které by jinak neučinil.

(2) Za klamavé opomenutí se také považuje, pokud prodávající podstatné informace uvedené v odstavci 1 zatají nebo poskytne nejasným, nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem nebo v nevhodný čas vzhledem k okolnostem popsáným v odstavci 1 anebo neuvede obchodní záměr obchodní praktiky, není-li patrný ze souvislosti, a pokud to v obou případech vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

(3) Nejsou-li patrné ze souvislostí, považují se v případě nabídky ke koupi za podstatné informace

- a) hlavní znaky výrobku nebo služby v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku, jakož i výrobku nebo službě,
- b) adresa a totožnost prodávajícího nebo osoby, která jedná jeho jménem nebo na jeho účet,
- c) cena včetně daní, poplatků a jiných obdobných peněžitých plnění, nebo pokud z povahy výrobku nebo služby vyplývá, že cenu nelze rozumně stanovit předem, způsob jejího výpočtu, a případně i veškeré další platby za dopravu nebo dodání, nebo pokud tyto platby nelze rozumně stanovit předem, skutečnost, že k ceně mohou být účtovány takové další platby,
- d) ujednání o platebních podmínkách, dodání, plnění a vyřizování reklamací a stížností, pokud se odchylují od požadavků odborné péče,
- e) právo na odstoupení od smlouvy nebo ukončení závazku, pokud tato práva existují, a podmínky jejich uplatnění.

(4) Informace, jejichž uvedení je povinné podle právních předpisů provádějících právo Evropské unie^{6b}, které se týká obchodních sdělení, včetně reklamy nebo uvádění na trh, se považují za podstatné v rozsahu stanoveném právem Evropské unie.

(5) Pokud sdělovací prostředek, jímž se obchodní praktika šíří, klade omezení na prostor a čas, je třeba při rozhodování o tom, zda došlo k opomenutí informací, vzít v úvahu tato omezení i veškerá opatření, která prodávající přijal k zajištění přístupu spotřebitelů k informacím jinými prostředky.

Možnosti řešení:

- Klient může poslat písemnou stížnost na oddělení reklamací nebo na vedení firmy
- Může si stěžovat na jednání prodejce České obchodní inspekci, že hypermarket porušuje zákon

Prognóza:

- Klient může být úspěšný se svou stížností na oddělení reklamací a vedení obchodu zajistí, aby mu byl cukr prodán se slevou v neomezeném množství. Do budoucna obchod zajistí, aby se informace o limitu počtu kusů na osobu, které bude možné koupit, objevila přímo u výrobku
- Klient neuspěje se stížností u vedení firmy a obrátí se na ČOI, které může provést v hypermarketu kontrolu

Zpětná vazba:

Žádná

Citované zdroje:

Zákon č. 634/ 1992 Sb., o ochraně spotřebitele