

NEWSLETTER



Vážení klienti,

radi by sme Vám predstavili nové vydanie našich PRÁVNÝCH NOVINIEK, ktoré sú tentoraz zamerané na nový zákon o ochrane spotrebiteľa. Naši odborníci, Miroslav Ondáš a Simon Šufliarsky, advokáti, pre Vás pripravili krátky prehľad najdôležitejších zmien, ktoré nová úprava ochrany spotrebiteľa prináša. Dúfame, že tieto informácie Vám poskytnú cenné poznatky a pomôžu Vám vyhnúť sa potenciálnym právnym rizikám.

Ak by ste mali na nás akékoľvek otázky, sme tu ako vždy pre Vás.

Za tím advokátskej kancelárie Glatzová & Co.

Veronika Pázmányová, partner

KAPITOLY

1. Nový zákon o ochrane spotrebiteľa
2. Digitálne plnenie a spotrebiteľská zmluva s digitálnym plnením
3. Informačné povinnosti, regulácia falošných recenzií a online trhy v novom zákone o ochrane spotrebiteľa
4. Umelé zvyšovanie cien pred akciami

AUTORI



Mgr. Simon Šufliarsky, advokát

Simon.Sufliarsky@glatzova.com

Simon prišiel do tímu advokátskej kancelárie Glatzová & Co. v roku 2018, pochádza z dobre etablovanej advokátskej kancelárie pôsobiacej v regióne strednej a východnej Európy. V roku 2009 ukončil štúdium na Univerzite Komenského v Bratislave. Vo svojej praxi Simon poskytuje poradenstvo v oblasti M&A transakcií pre rôznorodú klientelu. Jeho odbornosť zahŕňa aj právo nehnuteľností, právo IT a duševného vlastníctva a telekomunikačné právo.



JUDr. Miroslav Ondáš, advokát

Miroslav.Ondas@glatzova.com

Miroslav pracuje v advokátskej kancelárii Glatzová & Co. od roku 2016. Vo svojej praxi sa zameriava na obchodné právo, pracovné právo, právo obchodných spoločností a ochranu osobných údajov. Miroslav má rozsiahle skúsenosti v oblasti obchodného práva, a pravidelne poskytuje klientom poradenstvo v rôznych otázkach týkajúcich sa okrem iného ochrany spotrebiteľov.

Nový zákon o ochrane spotrebiteľa

A. Všeobecne

Národná rada Slovenskej republiky nedávno schválila nový zákon o ochrane spotrebiteľa č. 108/2024 Z. z. , ktorý obsahuje aj novelizáciu Občianskeho zákonníka, a ktorý má za cieľ zlepšiť a zjednotiť právne predpisy týkajúce sa ochrany spotrebiteľa („**Zákon o ochrane spotrebiteľa**“). Účinnosť nadobudol 1. júla 2024 a je odpoveďou na potrebu aktualizovať právny rámec v súlade s európskymi normami, akou je napríklad smernica EÚ č. 2019/777 o digitálnych službách a digitálnom plnení a prispôbiť ho aktuálnym požiadavkám trhu. Zmeny prinášajú isté zlepšenia ako pre spotrebiteľov, tak aj pre obchodníkov.

B. Konsolidácia v zákonoch aj pojmov

Jedným z hlavných cieľov tejto novelizácie spotrebiteľského práva je konsolidácia existujúcich právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa, ktorých bolo niekoľko a boli neprehľadné. Konsolidujú sa tiež aj používané pojmy a niektoré povinnosti. Zákon o ochrane spotrebiteľa zavádza jednotné definície, ktoré zjednocujú terminológiu naprieč rôznymi právnymi normami a zjednocuje neprehľadné informačné povinnosti, ktoré existovali paralelne napríklad pre predaj v e-shope a predaj v kamennom obchode. Táto konsolidácia zvyšuje právnu istotu a zjednodušuje aplikáciu zákona v praxi. Niekoľko príkladov spresnených alebo nových pojmov:

- **Obchodník:** Je osoba, ktorá v súvislosti so spotrebiteľskou zmluvou, z nej vyplývajúcim záväzkom alebo pri obchodnej praktike koná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania, a to aj prostredníctvom inej osoby. Doteraz používané pojmy boli definované v rôznych predpisoch rôzne.
- **Tovar:** Akákoľvek hmotná hnuiteľná vec; tovarom je aj elektrina, voda alebo plyn, ktoré sú na predaj v obmedzenom objeme alebo v určenom množstve, a hmotný nosič, ktorý slúži výlučne ako nosič digitálneho obsahu, najmä CD, DVD, USB kľúč a pamäťová karta.
- **Produkt:** Tovar, služba, digitálny obsah, nehnuteľnosť, elektrina, voda alebo plyn, ktoré nie sú na predaj v obmedzenom objeme alebo v určenom množstve, teplo, práva a záväzky. Produkt je širšia kategória ako tovar. Produktom je napríklad voda z vodovodu a tovarom balená voda.
- **Online trh:** Služba, ktorá pomocou softvéru vrátane webového sídla, časti webového sídla alebo aplikácie umožňuje spotrebiteľom uzatvárať zmluvy na diaľku s obchodníkmi odlišnými od prevádzkovateľa online trhu alebo s inými spotrebiteľmi. Samostatná regulácia pre takéto trhoviská, na štýl služieb ako E-bay alebo do istej miery Amazon, doteraz u nás neexistovala.

- **Trvanlivé médium:** Prostriedok, ktorý umožňuje spotrebiteľovi alebo obchodníkovi uchovávať informácie adresované spotrebiteľovi alebo obchodníkovi počas doby, ktorá zodpovedá účelu, ktorý plnia tieto informácie, a spôsobom, ktorý umožňuje ich nezmenenú reprodukciu a použitie v budúcnosti, najmä listina, e-mail, USB kľúč, CD, DVD, pamäťová karta a pevný disk počítača.

C. Zodpovednosť za vady a spotrebiteľská záruka

- Zodpovednosť predávajúceho za vady, ktoré sa prejavia do 2 rokov od kúpy, zostáva zachovaná. Táto povinná zodpovednosť má rovnaký efekt ako predchádzajúca úprava, avšak už sa na ňu nepoužíva označenie "záruka". Zárukou sa v Zákone o ochrane spotrebiteľa označuje spotrebiteľská záruka, ktorou môže predávajúci dobrovoľne poskytnúť väčšiu ochranu než zákonná zodpovednosť za vady.
- Okrem subjektívnych vlastností, teda dohodnutých vlastností, ktoré musí predaný tovar mať, sa dopĺňa aj katalóg objektívnych očakávaných vlastností, nazvaných „všeobecné požiadavky“ – obvyklá trvanlivosť, funkčnosť, kompatibilita a bezpečnosť. Pri posudzovaní týchto vlastností a očakávanej životnosti sa prihliada aj na verejné vyhlásenia predávajúceho alebo iných osôb v dodávateľskom reťazci.
- 30-dňová lehota na vybavenie reklamácie sa nahrádza „primeranou lehotou“. Tá sa rozumie najkratším časom, ktorý obchodník potrebuje na posúdenie stavu produktu, opravu, výmenu produktu alebo na vyplatenie peňažného plnenia spotrebiteľovi, s prihliadnutím na povahu produktu a závažnosť vady.

D. Predĺženie lehoty na odstúpenie od zmluvy

Jedným zo spôsobov ochrany zraniteľných skupín spotrebiteľov je predĺženie lehoty na odstúpenie od zmluvy bez uvedenia dôvodu. Doterajšia lehota 14 dní bola predĺžená na 30 dní v prípadoch, keď bola zmluva uzavretá pri nevyžiadanej návšteve obchodníka v domácnosti spotrebiteľa alebo pri organizovanom podujatí na predaj a prezentáciu produktov. Toto opatrenie poskytuje takýmto spotrebiteľom viac času na zváženie svojho rozhodnutia a znižuje tlak, ktorý môže byť vyvíjaný počas takýchto nevyžiadaných návštev alebo podujatí. Predĺženie lehoty je v súlade s modernými trendmi ochrany spotrebiteľa a zabezpečuje, že spotrebiteľia majú dostatok času na informované rozhodovanie.

E. Zrušenie niektorých povinností

Na druhej strane, nový zákon zrušuje niektoré administratívne povinnosti obchodníkov, ktoré sa v praxi ukázali ako nadbytočné. Napríklad, už nie je povinné vypracovať odborné posúdenia pri reklamáciách výrobkov, čo urýchlí a zjednoduší proces vybavovania reklamácií. Tieto zmeny odstraňujú zbytočné byrokratické prekážky a zlepšujú celkovú efektívnosť procesu riešenia reklamácií.

F. Pozitíva novej úpravy pre obchodníkov

Nový Zákon o ochrane spotrebiteľa prináša pre obchodníkov viacero významných zmien, ktoré môžu uľahčiť ich podnikanie a znížiť administratívnu záťaž. Medzi najzaujímavejšie aspekty patria nasledujúce:

- Spomínané zrušenie povinnosti vypracovať odborné posúdenia pri reklamáciách.
- Zavedenie mechanizmu „druhej šance“ umožňuje obchodníkom upustiť od uloženia sankcie alebo znížiť jej výšku, ak dobrovoľne ukončia porušovanie právnych predpisov a uskutočnia nápravu v prospech poškodených spotrebiteľov. Tento mechanizmus motivuje obchodníkov k rýchlejšej a dobrovoľnej náprave svojich chýb, čo môže zlepšiť ich vzťahy so zákazníkmi a reputáciu na trhu.
- Zákon o ochrane spotrebiteľa zavádza povinnosť jasne uviesť, či ponuka na online trhoch pochádza od obchodníka alebo nepodnikateľa. Táto zmena zvyšuje transparentnosť a môže posilniť dôveru spotrebiteľov v online nákupy, čo môže viesť k zvýšeniu predaja. Obchodníci tak budú môcť lepšie prezentovať svoje ponuky a budovať si dobré meno.
- Regulácia falošných recenzií, ktoré deformujú súťaž.

Tieto zmeny majú potenciál prispieť k vytvoreniu priaznivejšieho podnikateľského prostredia, ktoré podporuje transparentnosť, efektívnosť a dôveru medzi obchodníkmi a spotrebiteľmi.

Simon Šufliarsky

Digitálne plnenie a spotrebiteľská zmluva s digitálnym plnením

Vďaka novému zákonu č. 108/2024 Z.z., o ochrane spotrebiteľa, ktorý okrem iného novelizoval aj Občiansky zákonník sa do slovenského právneho poriadku od 1.7.2024 prvýkrát dostane definícia digitálneho plnenia a súčasne aj nový zmluvný typ, spotrebiteľská zmluva s digitálnym plnením.

A. Kedy ide o digitálne plnenie a spotrebiteľskú zmluvu s digitálnym plnením

- Digitálnym plnením je (i) digitálny obsah a (ii) digitálna služba.
- Digitálnym obsahom sú údaje vytvárané a dodávané v digitálnej forme, napríklad film nahraný na DVD.
- Digitálnou službou je služba, ktorá spotrebiteľovi umožňuje pracovať s údajmi v digitálnej forme alebo umožňuje prístup k údajom, výmenu alebo akúkoľvek interakciu údajov v digitálnej forme, ktoré nahrávajú alebo vytvárajú užívateľa služby. Digitálnou službou je napríklad prístup do streamovacej služby, kde si používateľ môže pozrieť film.
- Po novom máme definovanú aj vec s digitálnymi prvkami, ktorou je hnuiteľná vec tak prepojená s digitálnym obsahom či službou, že ich absencia by bránila riadnemu užívaniu vecí. Napríklad smart hodinky.
- Spotrebiteľská zmluva s digitálnym plnením je akákoľvek zmluva uzatvorená medzi obchodníkom a spotrebiteľom, predmetom ktorej je dodanie digitálneho plnenia zo strany obchodníka, za ktoré spotrebiteľ obchodníkovi zaplatí určitú cenu, prípadne poskytne inú digitálne vyjadrenú hodnotu alebo osobné údaje.
- Takouto zmluvou naopak nie sú zmluvy s digitálnym plnením, kedy digitálne plnenie je poskytované inej osobe ako spotrebiteľovi.
- Rovnako nepôjde o túto zmluvu ak služby poskytované na jej základe sú regulované osobitnými právnymi predpismi ako napr. hazardné hry, finančné služby, elektronické komunikačné služby či služby súvisiace s poskytovaním zdravotnej starostlivosti.
- Vylúčené z regulácie sú aj služby, ktoré sú síce poskytované digitálne avšak len preto, že je to praktické, a s ohľadom na povahu služieb to nie je nevyhnutné, ako napríklad právne či konzultačné služby.
- Ak je predmetom kúpnej zmluvy vec s digitálnymi prvkami, nie samotné digitálne plnenie, pôjde o spotrebiteľskú kúpnu zmluvu, nie spotrebiteľskú zmluvu s digitálnym plnením.

B. Úprava spotrebiteľskej zmluvy s digitálnym plnením

- Úprava spotrebiteľskej zmluvy s digitálnym plnením je pomerne flexibilná a vo viacerých oblastiach je možné si dohodnúť odlišné či osobitné zmluvné podmienky. Avšak tam kde zákonodarca takúto odchýlku či bližšiu špecifikáciu výslovne neumožní, to nie je možné (spotrebiteľská úprava je kogentná).
- Digitálne plnenie sa považuje za dodané momentom kedy ho obchodník sprístupní spotrebiteľovi, alebo mu k nemu umožní prístup.
- Zmena digitálneho plnenia po uzatvorení zmluvy sa nezakazuje, ale obchodník je povinný, v rámci zmluvy či obchodných podmienok, spotrebiteľa informovať o možnosti zmien ako aj o možných dôvodoch takýchto prípadných zmien. Každá zmena musí byť následne spotrebiteľovi jasne a zrozumiteľne oznámená a zároveň by nemala pre spotrebiteľa znamenať vznik ďalších nákladov.
- Dovoľené sú aj zmeny s negatívnymi dopadmi na spotrebiteľa, avšak spotrebiteľ o nich musí byť dostatočne vopred informovaný a zároveň mu musí byť umožnené buď (i) odstúpiť od zmluvy do 30 dní od oznámenia o zmene či od samotnej zmeny (čo nastane neskôr), alebo si (ii) službu ponechať bez zmeny a bez dodatočných nákladov.
- Obchodník zodpovedá za vady digitálneho plnenia, ktoré existujú v čase dodania ako aj vady, ktoré sa prejavia počas 2 rokov od jeho dodania. Ak obchodník poskytuje digitálne plnenie nepretržite (ako napríklad prístup na streamovaciu platformu) tak zodpovedá za vady počas doby poskytovania digitálneho plnenia.
- Vadou digitálneho plnenia je ak digitálne plnenie (i) nespĺňa všeobecné požiadavky stanovené Občianskym zákonníkom, alebo (ii) nespĺňa zmluvne dohodnuté požiadavky, alebo (iii) jeho užívanie znemožňuje alebo obmedzuje práva tretej osoby vrátane práv duševného vlastníctva.
- Spotrebiteľ má v dôsledku výskytu väd právo na (i) odstránenie vady, alebo (ii) primeranú zľavu z ceny alebo (iii) od zmluvy odstúpiť.

C. Načo by nemal obchodník zabudnúť?

- Posúdiť či sa na službu / plnenie bude vzťahovať nová úprava zmluvy s digitálnym plnením prípadne spotrebiteľskej kúpnej zmluvy s digitálnymi prvkami.
- Rovnako by obchodníci mali posúdiť aplikáciu novej úpravy aj v prípade, že sa ich spotrebiteľská zmluva riadi zahraničným právom nakoľko voľba práva je v spotrebiteľských zmluvách limitovaná tým, že spotrebiteľovi sa nesmie odňať ochrana, ktorú mu priznáva domovské právo, ak je pre neho výhodnejšie.

- Ak sa nová právna úprava ohľadom digitálnych plnení vzťahuje na službu či plnenie poskytované obchodníkom je vhodné skontrolovať v tejto súvislosti obchodné podmienky či zmluvy a tieto podľa potreby prispôbiť.
- Na záver pripomínáme, že zmenami prešla spotrebiteľská úprava ako celok, a preto je možné, že bude potrebné reflektovať iné aspekty novej ochrany spotrebiteľa.

Ak by ste mali záujem o zosúladenie Vašich obchodných podmienok a zmlúv s novou úpravou spotrebiteľskej zmluvy s digitálnym plnením, neváhajte sa nás kedykoľvek obrátiť.

Miroslav Ondáš

Informačné povinnosti, regulácia falošných recenzií a online trhy v novom zákone o ochrane spotrebiteľa

Od 1. júla 2024 je účinným nový zákon č. 108/2024 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, ktorý prináša dôležité zmeny v regulácii online trhov a recenzií. Hoci sú tieto zmeny zamerané na ochranu spotrebiteľov, majú ambíciu mať pozitívne dopady aj na obchodníkov.

A. Nové informačné povinnosti

Obchodníci musia poskytnúť viac informácií o svojich produktoch a službách. Patria sem:

- Podmienky popredajného servisu, ak ho obchodník alebo predajca poskytuje. Napríklad možnosť využiť zákaznícku linku prevádzkovanú obchodníkom, poskytnutie náhradného tovaru počas doby opravy pôvodného tovaru, bezplatné revízne služby a pod.
- Údaje o funkčnosti veci s digitálnym plnením, digitálneho obsahu a digitálnej služby. Patria sem údaje o technickej ochrane, ako sú napríklad správcovstvo digitálnych práv či regionálne kódovanie.
- Údaje o kompatibilite a interoperabilite veci s digitálnym plnením, digitálneho obsahu a digitálnej služby. Požiadavka kompatibility podľa tohto ustanovenia vyžaduje informovanie spotrebiteľa o hardvéri a softvéri, s ktorým sa digitálny obsah alebo digitálna služba rovnakého druhu bežne používa. Obchodník musí spotrebiteľa informovať o jazykovej verzii, metóde poskytovania (stream, jednorazové stiahnutie, časovo obmedzená dostupnosť), type a veľkosti súboru, záväzkoch údržby alebo aktualizácie, obmedzeniach používania (počet použití, doba prístupu, obmedzenia polohy, platený obsah, členstvo, požiadavky na hardvér alebo softvér) a pri videosúboroch aj o celkovej dĺžke trvania.
- Pri e-shopoch musí obchodník uviesť svoje kontakty tak aby umožňovali efektívny spôsob komunikácie a aj čas v ktorom sú tieto prostriedky dostupné. Cieľom je zabrániť prípadom kedy obchodník napríklad formálne uvedie telefónne číslo, ktoré nedvíha.
- Pri e-shopoch informáciu, že predajná cena je pre konkrétneho spotrebiteľa alebo pre skupinu spotrebiteľov určená na základe automatizovaného rozhodovania vrátane profilovania.
- Špecifické informačné povinnosti, ktoré majú prevádzkovatelia online trhov. Viac sa dočítate nižšie.

Poskytnutie jasných a podrobných informácií zvyšuje dôveru zákazníkov, čo môže viesť k zvýšeniu predaja a lojality zákazníkov

B. Regulácia falošných recenzií

Jedným z kľúčových aspektov tohto nového zákona je regulácia falošných recenzií. Falošné recenzie sú závažným problémom, ktorý môže spotrebiteľov viesť do omylu a skresliť ich rozhodovanie. Nový zákon zakazuje obchodníkom používať falošné recenzie a stanovuje povinnosť uvádzať iba pravdivé a overené hodnotenia. Medzi opatrenia na boj proti falošným recenziám patria nasledovné:

- Obchodník by mal implementovať systémy na zhromažďovanie hodnotení len od zákazníkov, ktorí skutočne zakúpili a používali daný produkt.
- Overenie môže zahŕňať technické prostriedky na zabezpečenie spoľahlivosti hodnotení. Napríklad overenie prostredníctvom telefónneho čísla.
- Obchodník je povinný uvádzať, ako zabezpečuje autenticitu hodnotení spotrebiteľov a aké parametre určujú poradie produktov vo výsledkoch vyhľadávania na online platforme.
- Ak na spotrebiteľa bola použitá takáto praktika, má niekoľko možností na ochranu a nápravu:
 - spotrebiteľ má právo na opravu, výmenu produktu alebo zľavu z ceny, ak je možné efekt tejto praktiky takto odstrániť
 - ak takáto praktika bola takého charakteru alebo intenzity, že bez nej by spotrebiteľ neurobil dané rozhodnutie, má spotrebiteľ právo odstúpiť od zmluvy
 - spotrebiteľ má nárok na náhradu škody
- Kontrolu hodnotení môže vykonávať nie len obchodná inšpekcia, ale aj autori kódexov správania, ktoré sa obchodník v rámci transparentnosti zaviazal dodržiavať.

Odstránenie falošných recenzií zabezpečuje, že konkurenčné prostredie je spravodlivé, čo umožňuje vyniknúť kvalitným produktom a službám.

C. Zvýšenie informovanosti pri uzatváraní zmlúv prostredníctvom online trhov

Online trhy musia poskytovať jasné informácie o tom, s kým zákazníci uzatvárajú zmluvy. Ustanovenie sa vzťahuje na online trhy, ktoré umožňujú spotrebiteľom uzavrieť zmluvu s obchodníkom alebo iným spotrebiteľom prostredníctvom softvéru, webového sídla alebo aplikácie. Nevzťahuje sa na online platformy na porovnávanie cien alebo vyhľadávacie nástroje. Pri online trhoch musí byť spotrebiteľ poučený:

- O tom, či ide nákup uskutočniť od obchodníka alebo iného spotrebiteľa, čo každý predávajúci oznamuje prevádzkovateľovi trhu.
- O tom, že subjekty, ktoré nie sú obchodníkom, môžu predávať produkty a nevzťahujú sa na ne právne predpisy na ochranu spotrebiteľa.

- O parametroch, ktoré určujú poradie ponúk na online trhu a o váhe a vzťahu jednotlivých parametrov určujúcich poradie ponúk.
- O deľbe povinností, ktoré súvisia so zmluvou uzavretou na online trhu, ak sa prevádzkovateľ online trhu a predávajúci podieľajú na ich plnení.

Medzi ďalšie špecifiká patria nasledovné:

- Informácie musia byť dostupné aj pri vyhľadávaní hlasovými asistentmi v osobitnej časti online rozhrania, kde sú prezentované ponuky.
- Obchodná inšpekcia môže sankcionovať obchodníkov vydávajúcich sa za spotrebiteľov.

Transparentnosť o identite predajcu znižuje riziko nejasností a sporov, čo môže znížiť právne náklady a zvýšiť spokojnosť zákazníkov a zákazníka motivuje k nákupnému správaniu.

Celkovo poskytuje tento nový zákon obchodníkom príležitosť vyniknúť na trhu vďaka zvýšenej transparentnosti a dôveryhodnosti. Tieto opatrenia nielenže chránia spotrebiteľov, ale tiež podporujú spravodlivú konkurenciu a zlepšujú obchodné prostredie, čo môže viesť k dlhodobému rastu a úspechu obchodníkov.

Simon Šufliarsky

Umelé zvyšovanie cien pred akciami

Nový zákon č. 108/2024 Z.z., o ochrane spotrebiteľa od 1.7.2024 zavádza nové povinnosti aj vo vzťahu k označovaniu tovaru cenami. Táto regulácia v praxi reaguje na umelé zvýšenie cien pred akciami, ktoré obchodníkom následne umožňuje počas akcie prezentovať sa vysokými zľavami, ktoré zavádzajú spotrebiteľov.

A. Nová povinnosť obchodníka

- Každý obchodník bude musieť pri oznámení o zníženej cene tovaru uviesť aj jeho predchádzajúcu cenu. Túto povinnosť nemá obchodník ak ide o službu.
- Predchádzajúcou cenou je najnižšia cena za posledných 30 dní, prípadne od začiatku predaja ak sa tovar predáva kratšie ako 30 dní. Prakticky by teda obchodník už nemohol krátkodobo navýšiť cenu a následne ju počas akcie fiktívne znížiť.
- *Napríklad ak sa počas 30 dní pred Black Friday predával televízor za najnižšiu cenu 1000 Eur, nemôže následne deň pred Black Friday obchodník zvýšiť cenu na 2000 Eur a v deň Black Friday ju znížiť na 800 Eur a tváriť sa, že ide o akciu o 60% akciu. Naopak, mal by uviesť, že predchádzajúca najnižšia cena bola 1000 Eur.*
- Alternatívne môže obchodník uviesť ako predchádzajúcu cenu pôvodnú cenu tovaru, teda cenu pred prvým znížením. To predstavuje zjemnenie povinnosti obchodníkov uvádzať najnižšiu cenu, nakoľko zákonodarca prakticky hovorí, že je férové porovnávať pôvodnú cenu tovaru a postupne znižovanú cenu tovaru.
- *Napríklad ak pôvodná cena televízora bola 1200 Eur, a počas Black Friday obchodník zníži cenu na 800 Eur, môže namiesto 1000 Eur uviesť ako predchádzajúcu cenu pôvodnú cenu televízora teda 1200 Eur a vykázať, že ide o zľavu cca 33,33 %.*
- Obchodník môže popri predchádzajúcej cene uvádzať aj iné referenčné ceny, za predpokladu, že nebudú pre spotrebiteľa zavádzajúce. V opačnom prípade hrozí, že pôjde o nekalú obchodnú prax.
- Výnimku z povinnosti uvádzať predchádzajúcu cenu má tovar, ktorý podlieha rýchlemu zníženiu kvality alebo skaze.
- Výnimku podľa dôvodovej správy predstavujú aj predaje cez rôzne vernostné programy, poukážky či zľavové kartičky, kedy si spotrebiteľ môže uplatniť zľavu počas určitého obdobia. Takto zníženú cenu nemožno vo všeobecnosti považovať za predchádzajúcu najnižšiu cenu.

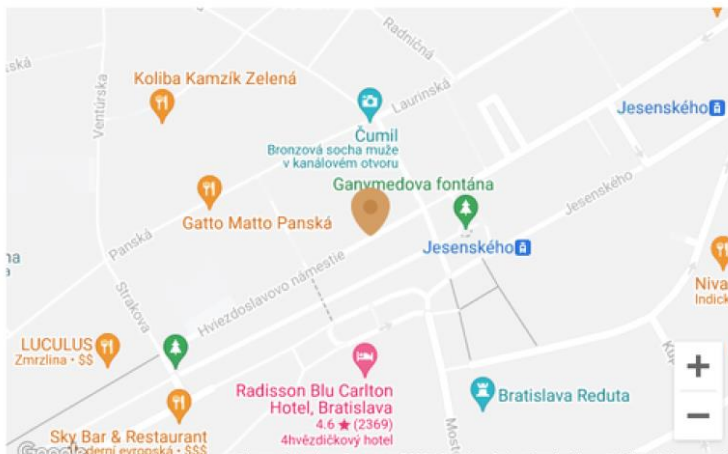
B. Čo ak obchodník túto povinnosť poruší?

- Za porušenie povinnosti obchodníkovi hrozí pomerne vysoká pokuta vo výške od 200 EUR do 2 % obratu obchodníka za predchádzajúce účtovné obdobie, najviac však 200 000 EUR.
- V prípade opakovaného porušenia počas predchádzajúcich 12 mesiacov sa dokonca pokuta zvyšuje na sumu od 300 EUR do 3 % obratu obchodníka za predchádzajúce účtovné obdobie, najviac 400 000 EUR.

Ak by ste mali záujem skonzultovať zamýšľaný spôsob uverejňovania znížených cien, neváhajte sa nás kedykoľvek obrátiť.

Miroslav Ondáš

Slovensko



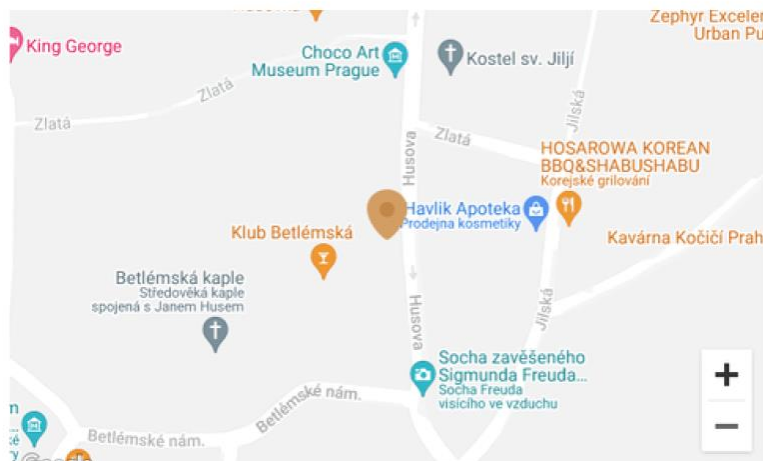
Hviezdoslavovo námestie 25
811 02 Bratislava 1

+421 232 335 333
office.sk@glatzova.com

Česká republika

Betlémský palác
Husova 240/5
110 00 Praha 1

+420 224 401 440
office@glatzova.com



<https://www.glatzova.com/>



<https://www.linkedin.com/company/1181660/>



<https://www.instagram.com/akglatzova/>