

Nové pravidlá pre RETAIL, E-COMMERCE a Spotrebiteľov



ŠTĚPÁN ŠTARHA,
PARTNER



RÓBERT GAŠPAROVIČ,
SENIOR ADVOKÁT

Od 1. júla 2024, po dvoch rokoch legislatívnych procesov, bude na Slovensku platiť nový zákon o ochrane spotrebiteľa, ako aj ďalšie novely, ktoré so sebou prinášajú komplexné zmeny spotrebiteľského práva na Slovensku. V rámci článku vám prinášame zhrnutie, aké zmeny nová regulácia prináša a aké nové povinnosti obchodníkov a práva spotrebiteľov sú v nej zakomponované.

BLACK FRIDAY A INÉ ZĽAVOVÉ KAMPANE

Nová právna úprava do slovenského práva transponuje európsku smernicu Omnibus, ktorá okrem množstva ďalších relevantných zmien rozširuje aj informačné povinnosti obchodníkov pri zľavových akciách. Okrem zľavenej ceny bude obchodník po novom povinný uviesť tiež predchádzajúcu najnižšiu cenu tovaru počas posledných 30 dní. V prípade postupného znižovania ceny tovaru zavádza nová legislatíva možnosť obchodníka uviesť ako predchádzajúcu cenu tovaru iba pôvodnú cenu tovaru pred jej prvým znížením. Zákazník tak bude mať možnosť priameho porovnania aktuálnej zľavy s najnižšou cenou tovaru za posledných 30 dní.

Zmeny uvádzania zliav na tovaroch nie sú absolútne. Vzhľadom na praktické obmedzenia sa z povinnosti uvádzať pri zľavách presne určenú predchádzajúcu cenu tovaru stanovujú viaceré výnimky. Uvedená povinnosť sa netýka tovarov podliehajúcich rýchlej skaze alebo zníženiu kvality, ktorými sú napríklad potraviny či živé kvety. Výnimka sa však nebude vzťahovať na sezónny tovar, ktorý podlieha zníženiu kvality iba z komerčného hľadiska (napríklad opaľovacie krémy). Pre úplnosť je potrebné uviesť, že nové informačné povinnosti v oblasti zliav sa rovnako vzťahujú na predaj tovarov v kamenných predajniach, ako aj v e-shopoch prevádzkovaných online. Zásadne sa tak zmenia pravidlá pre zľavové akcie, ktoré si maloobchodníci musia po novom interne nastaviť.

DIGITÁLNE SLUŽBY A DIGITÁLNY OBSAH

Cieľom novej právnej úpravy je tiež adaptácia spotrebiteľského práva na zmeny, ktoré prináša digitálna doba aj v oblasti digitálneho obsahu a služieb. Nová právna úprava sa tak bližšie dotkne napríklad poskytovania aplikácií, e-knží, ako aj smartfónov a inteligentných hodínok, ktoré po novom pomenúva ako veci s digitálnym prvkom.

Okrem novelizovanej úpravy spotrebiteľskej kúpnej zmluvy v Občianskom zákonníku zavádza novela aj nový typ zmluvy s digitálnym plnením, ktorej obsahom môže byť digitálny obsah či digitálna služba. Pod digitálnou službou možno chápať napríklad službu, ktorá umožní spotrebiteľovi vytvárať, spracúvať alebo uchovávať údaje v di-

gitálnej forme alebo mať k takýmto údajom prístup. Ide tak napríklad o streamovacie platformy, cloudové úložiská, aplikácie a pod. Digitálnym obsahom budú samotné údaje, vytvorené a aj dodané v digitálnej forme (e-knihy, filmy na stiahnutie, audionahrávky a pod.)

Novela v rámci nového zmluvného typu zavádza tiež špecifické podmienky poskytovania digitálneho plnenia, okrem iného v podobe podmienok dodania digitálneho plnenia, zmeny plnenia, požiadaviek na akosť a množstvo či špecifické práva a povinnosti pri odstúpení od zmluvy. Zaujímavosťou je tiež osobitná úprava zmluvy s digitálnym plnením medzi obchodníkom a spotrebiteľom, keď namiesto kúpnej ceny poskytnú spotrebiteľ obchodníkovi svoje osobné údaje.

ONLINE TRHY

Výraznou zmenou oproti súčasnej právnej úprave je aj regulácia povinností prevádzkovateľov online trhov, t. j. platforiem, na ktorých sa združuje väčšie množstvo obchodníkov a ktoré umožňujú priame uzatvorenie zmluvy medzi obchodníkom a spotrebiteľom. Účelom regulácie je najmä zabezpečiť, aby mal kupujúci dostatočné informácie o identite predávajúceho pri kúpe tovaru.

Prevádzkovateľ online trhu bude po novom povinný pred uzatvorením zmluvy jasne, zrozumiteľne a primeraným spôsobom informovať spotrebiteľa tiež o (i) hlavných parametroch, ktoré určujú poradie ponuky produktov vo výsledku vyhľadávania a ich význam; (ii) či predávajúci je obchodníkom podľa vyhlásenia poskytnutého prevádzkovateľovi online trhu; (iii) poučenie, že na vzťah kupujúceho s predávajúcim sa neuplatnia predpisy na ochranu spotrebiteľa v prípade, ak predávajúci nie je obchodníkom; a (iv) prípadná delba povinností predávajúceho a prevádzkovateľa trhu, ak sa podieľajú na plnení spoločne.

ZMENY PRI ZVEREJŇOVANÍ ZÁKAZNÍCKYCH RECENZÍÍ

Dôraz na väčšiu vierohodnosť bude po novom kladený aj na recenzie tovarov, ktoré obchodník spotrebiteľom sprístupňuje. Novela zavádza nové povinnosti obchodníkov informovať spotrebiteľov o tom, či a akým spôsobom kontrolujú a zabezpečujú, že hodnotenie skutočne pochádza od spotrebiteľov, ktorí si produkt kúpili alebo použili. Klamlivou obchodnou praktikou bude, napríklad, nabádanie osôb na poskytovanie falošných spotrebiteľských recenzií alebo odporúčaní a ich skresľovanie pri propagácii na sociálnych sieťach.

ĎALŠIE NOVINKY SPOTREBITEĽSKEJ LEGISLATÍVY

Medzi ďalšie novinky, ktoré nová spotrebiteľská regulácia prinesie, patrí napríklad:

- v prípade, ak je záruka uvedená v reklame priaznivejšia pre spotrebiteľa ako spotrebiteľská záruka uvedená v záručnom liste, uplatnia sa podmienky uvedené v reklame;
- možnosti vylúčenia zodpovednosti za vady obchodníka v súvislosti s inštaláciou veci alebo digitálneho plnenia, či vykonania aktualizácie smart zariadenia;
- zverejňovanie informácií o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov na webovej stránke obchodníka;
- požiadavka na interoperabilitu, t. j. v zmluve vymedzenú schopnosť fungovať s hardvérom alebo so softvérom odlišným od tých, s ktorými sa vec rovnakého druhu bežne používa;
- jednotkovou cenou nebude potrebné označovať tovary predávané prostredníctvom nápojového alebo stravovacieho automatu, v rámci pultového predaja (ak sa predáva na množstvo) a ambulatného predaja potravín a nápojov určených na priamu konzumáciu na mieste;
- sankcia odstránenia alebo výmazu obsahu uverejneného v online rozhraní alebo výmazu domény.

Už z uvedeného krátkeho zhrnutia novej spotrebiteľskej regulácie je zjavné, že zmeny sa vo veľkom dotknú takmer všetkých obchodníkov, a to tak v kamenných predajniach, ako aj v online priestore, a je potrebné sa na ne včas pripraviť.

HAVEL & PARTNERS

HAVEL & PARTNERS
ÚSPECH SPÁJA

HAVEL & PARTNERS
V ČÍSLACH

NÁŠ TÍM

6
kancelárií

350
právníkov
a daňových
poradcov

200
advokátov

500
spolupracovníkov

MEDZINÁRODNÝ DOSAH

110
krajín



12
jazykov

70%
prípadov
s medzinárodným prvkom

NAŠI KLIENTI

3000
klientov



150
najväčších
svetových
spoločností
z Fortune
500

50
spoločností
z Czech Top
100

20
slovenských
spoločností
z TOP 100

RETAIL A E-COMMERCE

Náš tím sa skladá z viac ako 20 skúsených právnikov, ktorí majú bohaté skúsenosti s prácou pre lokálne i medzinárodné maloobchodné spoločnosti. Podieľali sme sa na viac ako stovke e-commerce riešení, z ktorých mnohé zasahovali do právne komplikovaných a regulovaných oblastí a vyžadovali si komplexný prístup či inovatívne právne riešenie.

KTO JE...

Štěpán Štarha
Partner

Štěpán Štarha sa špecializuje najmä na oblasť regulácie maloobchodu, e-commerce a ochrany spotrebiteľa. Podieľa sa na priebežnom právnom poradenstve pre medzinárodné obchodné siete, ako aj na právnom fungovaní množstva slovenských aj českých obchodov.

Róbert Gašparovič
Senior advokát

Róbert Gašparovič sa podieľa na poradenstve klientom pôsobiacim v najrôznejších odvetviach zahŕňajúcich internetové platformy a online riešenia, bankový a finančný sektor, automobilový či potravinársky priemysel. Taktiež sa zameriava na nové technológie a ich právne aspekty.

Adresa kancelárie:
HAVEL & PARTNERS s.r.o.
advokátska kancelária

Centrum Zuckermanel
Žižkova 7803/9
811 02 Bratislava
www.havelpartners.sk