

Spotřebitelské smlouvy *

Petr Lavický**

1. ÚVOD

Zákonem č. 367/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „obč. zák.“)¹, a některé další zákony, byl do našeho právního řádu zaveden institut tzv. **spotřebitelských smluv**. Smyslem této úpravy je především poskytnout spotřebiteli, jakožto fakticky (tj. zejména ekonomicky, ale i znalostně, informačně a profesně) slabší straně závazkového právního vztahu, efektivní soukromoprávní nástroje jeho ochrany, jimiž by mohl sám hájit své ohrožené zájmy a potřeby. Druhým, dá se říci souběžným, cílem bylo přiblížení našeho právního řádu legislativě Evropských společenství.²

2. POJEM SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV

Zákonná definice spotřebitelských smluv je obsažena v ust. § 52 odst. 1 obč. zák. Podle tohoto ustanovení jsou spotřebitelskými smlouvami „smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné smlouvy upravené v části osmé tohoto zákona, pokud smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel“.³

Spotřebitelská smlouva je právní skutečností (dvoustranným právním úkonem), již se zakládá závazkový právní vztah mezi spotřebitelem a dodavate-

lem, který lze nazvat **spotřebitelským závazkovým právním vztahem**. Jde o závazkový právní vztah upravovaný normami občanského práva, jak lze dovodit ze slovního znění § 52 odst. 1 obč. zák. (...smlouvy upravené podle části osmé tohoto zákona).

Spotřebitelské smlouvy nepředstavují samostatný smluvní typ⁴, jako jsou např. kupní smlouvy, smlouvy o dílo atd. Nejsou-li však smluvním typem, čím tedy jsou, resp. jaký je jejich vztah k nominátním a inominátním smlouvám? Předně je zapotřebí poukázat na to, že klasifikace smluv podle jejich typů a klasifikace smluv jako spotřebitelských vychází z rozdílných kritérií. **Smluvní typy** (zakotvené v zákoně – tj. abstraktní modelové právní skutečnosti zakládající rovněž abstraktní modelové vztahy) **rozlišujeme** především **podle předmětového kritéria**, tj. podle toho, co je jejich předmětem. **Spotřebitelské smlouvy** klasifikujeme podle subjektového kritéria. Spotřebitelské smlouvami tak jsou jakékoliv smlouvy, tedy pojmenované i nepojmenované i pokud kumulativně splňují dvě podmínky, a to: (1) proti sobě jako smluvní strany stojí **spotřebitel a dodavatel** a (2) jde o smlouvy upravené občanským zákoníkem (srov. však také ust. § 262 obč. zák.).

Občanský zákoník v ust. § 52 odst. 1 považuje za spotřebitelské takové smlouvy, které jsou upraveny „v osmé části tohoto zákona“. Tento odkaz na osmou část obč. zák. obsahující úpravu závazkového práva, nutně neznamená, že by ustanovení o spotřebi-

* Je milou povinností autora vyjádřit své díky všem těm, kteří jej při jeho práci příznivě ovlivnili. Zejména patří můj dík panu doc. dr. Janu Hurdíkoví, DrSc., s nímž jsem měl možnost konzultovat mnohé otázky, a který mě koneckonců na téma spotřebitelských smluv upozornil. Zvláštní dík patří též panu prof. dr. Petru Hajnovi, DrSc., a to za cenné podněty, které mně poskytl. Bez jejich pomoci by práce jistě nebyla taková, jaká je, za což oběma upřímně děkuji.

** Petr Lavický, student Právnické fakulty Masarykovy univerzity, Brno

¹ Obč. zák. je dále citován ve znění účinném od 1. 1. 2001, pokud není uvedeno jinak.

² Důvodová zpráva v této souvislosti poukazuje na tři směrnice ES: směrnici rady **93/13/EEC** z 5. 4. 1993 o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, směrnici rady **85/577/EEC** z 20. 12. 1985 o ochraně spotřebitele mluvo obchodní provozovnu a směrnici Evropského parlamentu a rady **97/7/EC** z 20. 5. 1997 o ochraně spotřebitele z hlediska smluv sjednávaných na dálku.

³ Je třeba poznamenat, že úprava budí značné pochybnosti z hlediska systematického. Do první části – obecných ustanovení – občanského zákoníku byla novelou vložena hlava pátá, nesoucí název spotřebitelské smlouvy. Spotřebitelské smlouvy však patří spíše do obecné části závazkového práva. Bylo však prosazeno stejné nesystematické začlenění jako v případě smluv ve prospěch třetího (§ 50 obč. zák.), nepojmenovaných (§ 51 obč. zák.), budoucích (§ 50a obč. zák.) a přípravných (§ 50b obč. zák.).

⁴ Jak se zřejmě domnívá NESNÍDAL, J.: Evropské normy pro ochranu spotřebitele. Návrh nových smluvních typů. Právní rádce 4/2000, s. 17. Soudíme tak z názvu této práce, neboť v jejím textu J. Nesnidal již tento problém neřeší.

telských smlouvách dopadala pouze na pojmenované smlouvy. Prostřednictvím ustanovení § 491 obč. zák., systematicky zařazeného právě v části osmé, lze dovést, že úprava spotřebitelských smluv se vztahuje i na smlouvy nepojmenované. Jiná interpretace by vedla k popření jejich ochranné funkce.

Ač občanský zákoník budí zdání, že působnost jeho ustanovení o spotřebitelských smlouvách je omezena pouze na občanskoprávní vztahy, ve skutečnosti tomu tak není. Tato ustanovení se budou aplikovat i v obchodních závazkových vztazích, a to při tzv. fakultativních a absolutních obchodech (ust. § 262 obč. zák.).

2.1. POJEM DODAVATELE

Pojem dodavatele, tedy jednu ze smluvních stran, která obligatorně musí být na smlouvě zúčastněna, aby tento kontrakt mohl být kvalifikován jako spotřebitelský, vymezuje § 52 odst. 2 obč. zák. **Pojmové znaky dodavatele jsou tyto: (1) osoba, (2) která při uzavírání a plnění smlouvy⁵, (3) jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.**

Z použitého gramatického tvaru „osoba“, neobsahujícího přívlastek „fyzická“ nebo „právníká“ lze snadno dovést, že dodavatelem může být jak přirozená (fyzická), tak morální (právníká) osoba.

Zákon dále používá nedokonavého tvaru sloves („uzavírání“, „plnění“), což vede k závěru, že se jedná o určité déle trvající činnosti, během nichž musí být znak uvedený sub (3) přítomen po celou dobu, tj. dodavatel musí při negociačních jednáních i při plnění povinností ze spotřebitelského závazkového právního vztahu jednat v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. Z toho lze např. vyvodit, že kdyby dodavatel při uzavření smlouvy tyto znaky nesplňoval, ale nabyl je až později, během plnění svého závazku, nemohl by se spotřebitel dovolávat relativní neplatnosti jimi uzavřené smlouvy podle § 55 odst. 2 obč. zák., protože by tato smlouva nemohla být jako spotřebitelská kvalifikována.

Dále je nezbytné vyložit, co se rozumí pojmem „obchodní nebo jiná podnikatelská činnost“. Gramaticko-logickým výkladem lze shledat, že pojem „obchodní činnosti“ je inkludován pojmu „podnikatelská činnost“. Tzn., že obchodní činnost je v podnikatelské činnosti zahrnuta a pouze představuje její zvláštní podobu. Není tedy zcela jasné, proč zákonodárce považoval za nutné zvolit slovní obrat „obchodní nebo jiná podnikatelská činnost“, když by „podnikatelská činnost“ zcela postačovala.

Podnikatelskou činností bude třeba rozumět podnikání ve smyslu § 2 odst. 1 obch. zák.⁶ Zde je podnikání definováno jako „soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“. Z toho se podává, že podnikatelskou činnost může provozovat pouze podnikatel⁷. Tím se nám nabízí i **zpřesnění pojmu dodavatel: nemůže jím být nikdo jiný než podnikatel, a to pouze tehdy, jedná-li v rámci své podnikatelské činnosti.**

Z toho vyplývá i další závěr. Jestliže podnikatel nebude při uzavírání smlouvy jednat v rámci své podnikatelské činnosti, nemůže nikdy zaujmout postavení dodavatele ve smyslu ust. § 52 odst. 2 obč. zák. Naopak není vyloučeno, aby sám zastával pozici spotřebitele.

Rámec této podnikatelské činnosti ve smyslu ust. § 52 odst. 2 a 3 obč. zák. je určen rozsahem, ve kterém je dodavatel oprávněn podnikat podle zvláštních předpisů, tj. např. obchodního zákoníku, živnostenského zákona apod.

Bylo by však zjevně nepřiměřené, kdybychom pojem dodavatele vykládali tak, že jím může být pouze podnikatel jednajícím v rámci předmětu svého podnikání, a že jím nemůže být ten, kdo se za podnikatele pouze vydává anebo sice je podnikatelem, ale jedná se zákazníkem mimo předmět své podnikatelské činnosti, přestože se vzhledem ke všem okolnostem spotřebitel oprávněně domníval, že podnikatel v rámci předmětu svého podnikání jedná. Vzhledem k ochranné funkci spotřebitelských smluv, jakož i k zásadě ochrany dobré víry druhé strany, budeme i takové osoby kvalifikovat jako dodavatele. Navíc – a maiori ad minus – jestliže zákon poskytuje spotřebiteli ochranu proti dodavateli, tím spíše mu ji musí poskytovat proti tomu, kdo se za něj pouze vydává. Tento závěr zřejmě obsahuje i § 3a obch. zák. ve znění účinném od 1. 1. 2001, když stanoví, že „povaha (zdůraznil P. L.) nebo platnost právního úkonu není dotčena tím, že určité osobě je zakázáno podnikat nebo že nemá oprávnění k podnikání“. Pokud tedy i takovou osobu budeme kvalifikovat jako podnikatele (a není důvod proč ne), pak i právní úkon učiněný jím a spotřebitelem bude možno hodnotit jako spotřebitelskou smlouvu, samozřejmě po splnění dalších požadavků. Důsledek z toho plynoucí je zjevný – ochrana spotřebitele.

2.2. POJEM SPOTŘEBITELE

Legální definice spotřebitele je obsažena v ust. § 52 odst. 3 obč. zák. Podle tohoto ustanovení je spotřebitelem „osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy

⁵ Tento pojmový znak dodavatele obsahuje zřejmý lapsus linguae, který spatřujeme ve slovním spojení „plnění smlouvy“. Především je zde nutno rozlišit (spotřebitelskou) smlouvu, jako právní skutečnost, jenž zakládá (spotřebitelský) závazkový právní vztah, od tohoto vztahu samého. Smlouva, jakožto pouhá právní skutečnost, nemůže být plněna, ale plněny jsou povinnosti vyplývající ze závazkového právního vztahu.

⁶ K tomu srov. POKORNÁ, J.: *Subjekty obchodního práva (Vybrané problémy)*. Brno, MU, 1997, s. 12.

⁷ Shodně POKORNÁ, J.: *Subjekty obchodního práva (Vybrané problémy)*. Brno, MU, 1997, s. 15.

nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti⁸.

Pojmové znaky spotřebitele jsou do značné míry totožné jako u dodavatele, pouze s negativním znaménkem. Spotřebitelem tedy je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své podnikatelské činnosti. I v případě spotřebitele může jít jak o právnickou, tak i fyzickou osobu. Jedná se o širší pojetí spotřebitele, než je obsaženo ve směrnici Rady 93/13/EEC, která za spotřebitele považuje pouze fyzickou osobu. Stejně tak směrnice 97/7/EC přiznává postavení spotřebitele pouze fyzické osobě.

3. DRUHY SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV⁹

V úpravě spotřebitelských smluv můžeme rozlišovat mezi „obyčejnými“ spotřebitelskými smlouvami (§ 52 obč. zák.), distančními spotřebitelskými smlouvami (§ 53 odst. 1 až 7 obč. zák.) a těmi, které jsou sjednávány mimo provozovnu (§ 57 obč. zák.).

Za spotřebitelskou smlouvu je však třeba považovat každou smlouvu, která splňuje požadavky ust. § 52 odst. 1 obč. zák. (např. i smlouvu adhezní), aniž by nutně musela zároveň být smlouvou distanční nebo sjednanou mimo provozovnu. Ustanovení § 52 odst. 1 obč. zák. lze tedy považovat za **generální klauzuli spotřebitelských smluv**.

Členění spotřebitelských smluv na jejich druhy má význam především z hlediska prostředků ochrany, které se u jednotlivých druhů liší. Tak u obyčejných spotřebitelských smluv to jsou pouze tzv. společné nástroje ochrany (ust. §§ 53 odst. 8, 55 a 56 obč. zák.), zatímco u ostatních dvou druhů zákon navíc zakotvuje další prostředky ochrany (např. právo spotřebitele odstoupit od smlouvy).

Dále uváděné druhy spotřebitelských smluv nejsou jejich vyčerpávajícím výčtem. Jde pouze o určité subsystémy spotřebitelských smluv, u nichž byl právně politický zájem na tom, aby byla spotřebiteli poskytnuta ochrana vyšší, než u „obyčejných“ spotřebitelských smluv.

3.1. DISTANČNÍ SMLOUVY

Tento druh spotřebitelských smluv, který má představovat harmonizaci se směrnicí 97/7/EC, je zakotven v ust. §§ 53 a 54 obč. zák. I zde se však použijí

ustanovení ust. §§ 55 a 56 obč. zák., v nichž jsou (poněkud nesystematicky) stanoveny obecné požadavky kladoucí se na spotřebitelské smlouvy.

Legální explikace distančních smluv je obsažena v § 53 odst. 1 obč. zák. Jsou to **smlouvy uzavírané za použití prostředků komunikace na dálku, které umožňují uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti smluvních stran**. Jazykovým výkladem dovodíme, že není nezbytnou podmínkou, aby strany byly současně fyzicky nepřítomny, ale že **conditione sine qua non je použití prostředků komunikace na dálku** (ačkoliv ve skutečnosti budou zřejmě vždy splněny podmínky obě). Takto použité prostředky musí pouze umožňovat uzavření smlouvy mezi nepřítomnými.

Zákon dále stanoví, co se má **prostředky komunikace na dálku** rozumět. Nutno dodat, že ani v této věci není příliš přesvědčivý. Mimo jiné také proto, že zákon definuje „prostředky komunikace na dálku“ a nikoliv „prostředky komunikace na dálku, které umožňují uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti smluvních stran“. Potom se nelze divit, že se v demonstračním výčtu prostředků komunikace na dálku také objevují např. rozhlas, televize apod., tedy komunikační prostředky, které v žádném případě nedovolují, aby jejich prostřednictvím byla sjednána smlouva. A to proto, že prostřednictvím nich nemůže být dodavatelem uskutečněna nabídka podle § 43a odst. 1 obč. zák. Oferta je totiž jednostranný adresovaný právní úkon, a to adresovaný jedné anebo více určitým, „vždy však individuálně určeným“¹⁰ osobám. Proto nepůjde u projevu vůle učiněného dodavatelem prostřednictvím televize, rozhlasu, neadresovaného tisku, reklamy apod. o ofertu, ale pouze o „výzvu k podávání návrhu na uzavření smlouvy“¹¹.

Za **prostředky komunikace na dálku** bude tudíž vhodné považovat jakékoliv prostředky komunikace, které umožňují uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti spotřebitele a dodavatele, jak je vyloženo v první větě ust. § 53 odst. 1 obč. zák. Jimi mohou být pouze takové prostředky distanční komunikace, které **umožňují individuální jednání**. Individuálním jednáním bude takový projev vůle, který bude možno na straně dodavatele klasifikovat jako ofertu. Z příkladného výpočtu uvedeného v ust. § 53 odst. 2 obč. zák. tak bude připadat v úvahu adresovaný tisk, telefon s lidskou obsluhou, videotelefon, elektronická pošta a faxový přístroj. Všechny tyto prostředky komunikace (ale, i jiné¹², po-

⁸ Srov. definici spotřebitele v ust. § 2 odst. 1 lit. a) zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění novel.

⁹ Ve vládním návrhu zákona, tak, jak byl Poslanecké sněmovně dne 16. 12. 1999 předložen (tisk 465/0), byly rozlišeny tři druhy spotřebitelských smluv, a to (1) smlouvy adhezní (§ 54 a násl. návrhu), (2) smlouvy sjednávané mimo provozovnu (§ 59 a násl. návrhu), (3) smlouvy sjednávané na dálku (§ 62 a násl. návrhu). Takovéto výslovné rozlišení spotřebitelských smluv se však do konečné podoby zákonného textu, zejména ke škodě věci u adhezních smluv, nedostalo.

¹⁰ ŠVESTKA, J. IN JEHLIČKA, O. – ŠVESTKA, J. – ŠKÁROVÁ, M. a kol.: Občanský zákoník. Komentář. 5. vydání. Praha, C. H. Beck, 1999, s. 185.

¹¹ Tamtéž.

¹² Požadavky tohoto ustanovení splňuje zejména uzavírání smluv prostřednictvím internetu.

kud budou splňovat stanovené požadavky – jde o demonstrativní výčet) budou moci být použity pouze tehdy, jestliže spotřebitel jejich použití neodmítl, kromě faxu¹³, který bude možno použít jen s předchozím souhlasem spotřebitele. Pouze při použití těchto prostředků distanční komunikace může dojít k uzavření distanční spotřebitelské smlouvy.

Prostředky komunikace na dálku, které neumožňují individuální jednání (např. neadresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon bez lidské obsluhy, rozhlas, televize apod.) nemohou ani umožňovat uzavření smlouvy, protože jimi nemůže být učiněna oferta. Projevy vůle jimi učiněné jsou pouze, jak bylo řečeno výše, podnětem k podávání nabídek ze strany spotřebitelů. Proto na základě použití těchto prostředků komunikace nemůže distanční smlouva ani vzniknout. Otázka jejich používání bude spadat spíše do oblasti práva zabývajícího se soukromoprávní i veřejnoprávní regulací reklamy, případně práva nekalé soutěže (což jsou oblasti, které se částečně prolínají).

Zákon obsahuje i negativní vymezení distančních smluv, tj. v § 54 stanoví, na které smlouvy se ust. § 53 o smlouvách sjednaných za použití prostředků komunikace na dálku nevztahuje. Jelikož zákon normuje, že na takové smlouvy nelze použít pouze ust. § 53, soudíme, že ust. § 55 a 56 se na ně vztahovat bude, pokud samozřejmě splní požadavky generální klauzule spotřebitelských smluv, tj. ust. § 52 obč. zák.

3.2. SMLOUVY SJEDNÁVANÉ MIMO PROVOZOVNU

Zvláštnost těchto smluv, jak se uvádí v preambuli směrnice 85/577/EEC¹⁴, je zejména to, že (1) jednání o smlouvě zpravidla vyvolává prodávající¹⁵ a spotřebitel na ně není připraven nebo je neočekává, (2) spotřebitel často není schopen porovnat kvalitu a cenu nabídky s jinými nabídkami a (3) vyskytuje se zde prvek překvapení.

Tyto smlouvy jsou nejčastěji uzavírány v rámci nejruznějších party prodejů, které těží z pocitu vděčnosti spotřebitelů¹⁶.

Tento druh spotřebitelských smluv je výslovně upraven v ust. § 57 obč. zák. Jde rovněž o spotřebitelskou smlouvu, která musí splňovat znaky generální klauzule § 52 odst. 1 obč. zák. Kromě toho musí být na straně dodavatele splněny další požadavky: (1) dodavatel uzavírá smlouvu se spotřebitelem mimo prostory, které ke svému podnikání obvykle využívá nebo (tedy nikoli cumulative) (2) dodavatel nemá žádné stálé místo k podnikání.

Jak stálé místo k podnikání, tak zejména prostory obvyklé k podnikání musí být z povahy věci určeny **individuálně a konkrétně**. Jiný výklad by s sebou přinesl absurdní důsledky a popřel by ochrannou funkci ustanovení obč. zák. o spotřebitelských smlouvách. Půjde tedy pouze a jenom o místo, které lze naprosto přesně odlišit od jiných míst téhož druhu jeho specifickými znaky, tedy zejm. adresou. Takto individuálně určené místo k podnikání nelze např. zjistit u nejruznějších pojízdných prodejen atd.

Také na straně spotřebitele musí být splněn jeden požadavek. **Spotřebitel si nesmí návštěvu dodavatele za účelem objednávky určitého zboží nebo služby výslovně sjednat**. Pokud by tak učinil, nepůjde o spotřebitelskou smlouvu podle § 57 odst. 1 obč. zák., ale o „obyčejnou“ spotřebitelskou smlouvu, samozřejmě jestliže budou splněny znaky generální klauzule. Tím také budou dány rozdíly v právní ochraně spotřebitele, zejména mu nebude příslušet právo od smlouvy odstoupit podle ust. § 57 odst. 1 obč. zák.

Za spotřebitelskou smlouvu uzavřenou mimo provozovnu ve smyslu ust. § 57 odst. 1 obč. zák. bude zapotřebí považovat i takovou smlouvu, která sice byla uzavřena mezi spotřebitelem a dodavatelem při výslovně sjednané dodavatelově návštěvě, avšak **předmětem této smlouvy je jiné plnění, než ohledně kterého byl dodavatel výslovně pozván**. Takový výklad je navíc naprosto v souladu s ust. čl. 1 odst. 2 směrnice 85/577/EEC.¹⁷

Občanský zákoník v § 57 odst. 4 stanoví, které spotřebitelské smlouvy nelze zařadit do oblasti smluv sjednávaných mimo provozovnu. Praktickým důsledkem je to, že spotřebiteli nebude u těchto smluv svěřeno právo odstoupit od smlouvy.

¹³ Máme své pochybnosti, zda použití „automatického telefonního systému bez (lidské) obsluhy“ může vést k uzavření smlouvy. Domníváme se, že je pochybné, zda projev vůle jím komunikovaný může mít povahu návrhu na uzavření smlouvy, tedy jde, podle našeho názoru, spíše pouze o podnět k podání oferty.

¹⁴ Evropský soudní dvůr zaujal k této směrnici stanovisko v rozsudku C – 45/96 ze dne 17. března 1998 a v rozsudku C – 423/97 ze dne 22. dubna 1999.

¹⁵ DULAK, A.: Podomový predaj. Acta facultatis iuridicae universitatis comeniana, Tomus XIX, Bratislava 2000, s. 39 k tomu uvádí, že normální situace by měla být poněkud jiná (citujeme v českém překladu): „Dále se předpokládá, že je to především kupující, hnáný svou potřebou, zájmem, kdo návštěvou takového místa (provozovny, tržiště – pozn. P. L.) zpravidla sám iniciuje vznik smluvního vztahu, nežádá už i s představou jeho obsahu.“

¹⁶ HAJN, P.: Marketingové triky – přípustné nebo klamavé? Právní rádce, 5/1998, s. 12.

¹⁷ „Tato směrnice se také vztahuje na smlouvy na dodávku jiného zboží nebo služeb než těch, ohledně nichž si spotřebitel vyžádal návštěvu prodávajícího, za předpokladu, že spotřebitel nevěděl nebo nemohl dost dobře nevědět, že dodávání onoho jiného zboží nebo služeb tvoří část obchodních nebo profesionálních aktivit prodávajícího.“

4. PROJEVY OCHRANNÉ FUNKCE V PRÁVNÍ ÚPRAVĚ

Některé nástroje ochrany jsou společné pro všechny typy spotřebitelských smluv (viz 4.1.). Navíc k nim poskytuje občanský zákoník i další nástroje, které se odlišují podle toho, zda jde o smlouvy uzavírané na dálku (viz. 4.2.) anebo o smlouvy uzavírané mimo provozovnu (viz 4.3.).

4.1. SPOLEČNÉ NÁSTROJE OCHRANY SPOTŘEBITELE

Mezi společné nástroje ochrany spotřebitele patří ty, jež jsou vyjmenovány v ustanoveních §§ 53 odst. 8, 55 a 56 obč. zák. Tato ustanovení jsou zařazena sice dosti nesystematicky a nesmyslně, avšak z jejich obsahu je zřejmé, že je lze „vytknout před závorku“, v níž budou obsaženy jakékoliv spotřebitelské smlouvy, tedy nejenom ty, které jsou vyjmenovány v ust. §§ 53 a 57 obč. zák. Významné je v této souvislosti i ust. § 262 obch. zák. (viz body 6 a 7). Těmito nástroji jsou:

1) *Relativní kogentnost právní úpravy* (§ 55 odst. 1 věta první). Smluvní ujednání spotřebitelských smluv se nemohou odchýlit od zákona (tedy jak od jeho kogentních, tak i dispozitivních ustanovení) v neprospěch spotřebitele. K neprospěchu by spotřebitel zejména bylo, pokud by se vzdal některého subjektivního práva, které mu zákon poskytuje.

• Stranám je však, v mezích kogentních ustanovení zákona, ponechána možnost, aby svá práva a povinnosti upravili od zákona odchýlně. Tato odchylka nesmí být stanovena v neprospěch spotřebitele, avšak zákon jí nebrání tehdy, jestliže mu bude prospívat nebo vůči němu bude indiferentní.

2) *Zákaz vzdání se práv spotřebitelem nebo jiného zhoršení jeho smluvního postavení* (§ 55 odst. 1 věta druhá obč. zák.). Ač to možná zní trochu paradoxně, i zákaz stanovený určitému subjektu může mít pro něj prospěch. To je i případ zákazu vysloveného v ust. § 55 odst. 1 obč. zák.

3) *V pochybnostech o významu smluvního ujednání platí výklad pro spotřebitele příznivější* (§ 55 odst. 3 obč. zák.). Pokud vzniknou pochybnosti o obsahu spotřebitelské smlouvy, uplatní se interpretací pravidlo, že pro spotřebitele platí výklad příznivější. Je však třeba zdůraznit, že ust. § 55 odst. 3 lze aplikovat pouze tehdy, jestliže zde budou objektivně dány pochybnosti o tom, jaký je význam

spotřebitelské smlouvy (např. ve smlouvě se užívá obratu „doživotní záruka“). Zejména nejde o korektiv, který by zmírňoval nějaké pro spotřebitele nevýhodné, avšak nezakázané, ujednání, jestliže by jeho obsah byl jasný.

4) *Zákaz nekalých smluvních ujednání* (§ 56 obč. zák.). Ustanovení § 56 obč. zák. vychází ze směrnice Rady 93/13/EEC o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách (unfair terms in consumer contracts).¹⁸

Občanský zákoník stanoví zákaz takových ujednání ve spotřebitelských smlouvách, „která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran“ (§ 56 odst. 1 obč. zák.). Toto ustanovení není opět bez problémů, neboť se ve své první části odvolává na dobrou víru, jež bývá v dimenzích českého práva definována jako zásadně nezaviněná nevědomost jednajícího subjektu o právních nedostatecích určitého právního stavu¹⁹. Hned v následující části věty však pojem dobré víry naplňuje obsahem, který je příznačný pro pojem dobrých mravů, tedy značnou nerovnováhou v právech a povinnostech stran!

I vzhledem k tomu, že v německém či švýcarském právním prostředí je používán pojem dobré víry ve významu blízkém pojmu dobrých mravů v českém pojetí²⁰, jakož i vzhledem k obsahu, kterým český zákonodárce pojem dobré víry v ust. § 56 odst. 1 obč. zák. naplnil, budeme jej dále chápat ve významu dobrých mravů. Tento výklad se zdá být i v souladu s citovanou směrnicí, v jejíž preambuli se praví „požadavku dobré víry může být prodejcem nebo dodavatelem vyhověno, když se chová v souladu s dobrými mravy k druhé straně (zdůraznil P. L.), jejíž legitimní zájmy musí brát v úvahu“.

Smluvní ujednání, která budou jednostranně zvýhodňovat dodavatele na úkor spotřebitele, budou neplatná, avšak pouze tehdy, pokud se spotřebitel jejich neplatností dovolá (§ 55 odst. 2 obč. zák. ve spojení s ust. § 40a obč. zák.). Jde tedy o neplatnost relativní a navíc pouze o neplatnost částečnou, tj. neplatná budou jenom ta ujednání spotřebitelské smlouvy, která zakládají nerovnovážné postavení stran, vychýlené v neprospěch spotřebitele (arg. § 55 odst. 2 věta druhá obč. zák. a contrario). Pokud však taková ujednání budou přímo ovlivňovat i další obsah spotřebitelské smlouvy, může se spotřebitel dovolat relativní neplatnosti spotřebitelské smlouvy jako celku.

To co bylo výše řečeno, však podle výslovného ustanovení zákona (§ 56 odst. 2 obč. zák.) **neplatí,**

¹⁸ Evropský soud se věnoval výkladu směrnice Rady 93/13/EEC o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách v rozsudku v společně projednávaných věcech C - 240/98 až C - 244/98 ze dne 27. června 2000. Soud zde vyslovil následující názor: „...systém ochrany představovaný směrnicí je založen na myšlence, že spotřebitel se nachází ve slabém postavení oproti prodávajícímu či dodavateli, což se týká jak vyjednávací síly, tak úrovně jeho znalostí. To vede k tomu, že spotřebitel souhlasí s náležitostmi smlouvy, jež dopředu vypracoval prodávající či dodavatel, aniž by spotřebitel mohl ovlivnit jejich obsah.“

¹⁹ HURDÍK, J.: Zásady soukromého práva. Brno, MU, 1998, s. 123.

²⁰ HURDÍK, J.: Zásady soukromého práva. Brno, MU, 1998, s. 125.

jde-li o smluvní ujednání týkající se předmětu plnění nebo ceny.

Ust. § 56 odst. 3 potom uvádí demonstrativní výčet smluvních ujednání, která by znamenala značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, a která jsou tudíž nepřipustná.

5) *Právo spotřebitele ponechat si plnění poskytnuté bez objednávky* (§ 53 odst. 8 obč. zák.). Toto ustanovení sice je (ne)systematicky zařazeno v § 53 obč. zák., jež se jinak zabývá pouze distančními smlouvami, avšak v jeho hypotéze není jeho působnost omezena, na rozdíl od všech předchozích, na distanční smlouvy. Z tohoto důvodu se domníváme, že se uplatní u všech spotřebitelských smluv subsumovatelných pod generální klauzuli § 52 obč. zák.

Poskytuje-li dodavatel spotřebiteli plnění bez objednávky, není spotřebitel povinen dodavateli jeho plnění vrátit a ani o tom nemusí dodavatele informovat. Smyslem tohoto ustanovení je chránit spotřebitelovo soukromí před nevyžádaným obtěžováním ze strany dodavatele.

Ačkoli zákon v hypotéze stanoví „poskytuje-li dodavatel plnění spotřebiteli bez objednávky“, domníváme se, že by bylo přesnější hovořit o **nevyžádaném plnění**, neboť v zásadě většina smluv, a to nejen spotřebitelských, je uzavírána bez objednávky (srov. např. koupi a prodej zboží v obchodě).

Zákon zde postihuje situace, známé z běžného života, při kterých dochází např. k zaslání reklamních (nultých) výtisků časopisů, často z právní oblasti apod. Tato plnění mají většinou **reklamní povahu** a odehrávají se tudíž v rámci hospodářského soutěžení. Proto mohou být postihována také prostředky ochrany proti nekalé soutěži²¹.

6) *Zákaz vyloučení aplikace ustanovení o spotřebitelských smlouvách při tzv. fakultativních obchodech* (§ 262 odst. 1 obchodního zákoníku). Dle tohoto dispozitivního (sic!) ustanovení nelze vyloučit aplikaci norem občanského zákoníku o „spotřebitelských smlouvách nebo adhezních smlouvách a zneužívajících klauzulí a ustanovení zvláštních právních předpisů směřujících k ochraně spotřebitele“. Navíc pokud by dohoda sjednaná podle § 262 obč. zák. směřovala ke zhoršení postavení účastníka smlouvy, který není podnikatelem (tedy typicky spotřebitel), je taková dohoda neplatná. Zde půjde o neplatnost relativní, která se bude řídit ustanovením § 267 odst. 1 obch. zák.

7) *Ochrana spotřebitele při tzv. absolutních obchodech* (§ 261 odst. 2 obch. zák.). Toto kogentní ustanovení obč. zákoníku příkazuje použití mj. ustanovení občanského zákoníku o spotřebitelských smlouvách v rámci tzv. absolutních obchodů vždy, je-li to ku prospěchu smluvní strany, která není podnikatelem.²²

Jak v případě tzv. fakultativních obchodů, tak i v případě absolutních obchodů to znamená, že vždy dojde k aplikaci všech společných nástrojů ochrany (mj. i relativní kogentnosti úpravy!). Půjde-li o některý ze zvláště upravených druhů spotřebitelských smluv, budou navíc aplikovány i k nim příslušející zvláštní nástroje ochrany spotřebitele.

4.2. NÁSTROJE PRÁVNÍ OCHRANY U DISTANČNÍCH SMLUV

V rámci tzv. **distančních smluv** má spotřebitel tyto nástroje ochrany:

1) *Možnost spotřebitele odmítnout použití prostředků komunikace na dálku* při uzavírání smlouvy (§ 53 odst. 2 věta první obč. zák.). Jestliže spotřebitel odmítne použití takových prostředků, nemohou být ke sjednání smlouvy použity. Pokud by přece jen došlo k opačnému postupu, bylo by nutno považovat smlouvu uzavřenou tímto způsobem za absolutně neplatnou pro rozpor se zákonem podle § 39 obč. zák.

Odmítnutí spotřebitele je jednostranný právní úkon adresovaný dodavateli, pro který zákon nepředepisuje žádnou formu. Bude jej tedy možno, v závislosti na povaze použitého prostředku komunikace (jiná bude situace při použití elektronické pošty, jiná při komunikaci prostřednictvím telefonu), možno učinit výslovně nebo konkludentně, ústně nebo písemně.

2) *K použití automatického telefonního systému bez (lidské) obsluhy a faxového přístroje je nutný předchozí výslovný souhlas spotřebitele* (§ 53 odst. 2 věta druhá obč. zák.). Zde je ochrana spotřebitele ještě intenzivnější než v předchozím případě. Souhlas spotřebitele je jednostranným právním úkonem adresovaným dodavateli, který však musí být učiněn pouze **výslovně**, tj. ústně nebo písemně, nikoliv však konkludentně. Navíc zákon vyžaduje, aby byl perfektní, tj. aby došel dodavateli před tím, než budou výše uvedené prostředky komunikace na dálku

²¹ HAJN, P.: SRN: Vrchní zemský soud Berlín (KG): Nevyžádaná reklama prostřednictvím telefaxu. Právní rozhledy 5/1994, s. 180–181 uvádí zajímavé rozhodnutí, jehož právní věta zní: „Reklama uskutečňovaná pomocí telefaxového zařízení a adresovaná podnikatelům je zásadně nepřipustná. To neplatí v případech, kdy si příjemce předem vyžádal rychlé předávání informací tímto způsobem“. Rozhodnutí sice vztahuje zákaz nevyžádané reklamy telefaxem na podnikatele, avšak domníváme se, že by jej bylo možno vztáhnout i na spotřebitele, vzhledem k tomu, že naše právo proti nekalé soutěži poskytuje ochranu i jim.

²² Obchodní zákoník sice normuje použití těchto ustanovení i na závazky spadající pod režim ust. § 261 odst. 1 obch. zák., a to pro případ, že by na jedné straně závazkového právního vztahu nevystupoval podnikatel. Domníváme se však, že se jedná o překlep zákonodárce, neboť tzv. relativní obchody se vyznačují právě tím, že mohou vzniknout pouze mezi podnikateli při jejich podnikatelské činnosti. Tím je dáno i to, že se v těchto závazcích nemůže spotřebitel (tj. nepodnikatel) vyskytovat, tudíž nepřipadá v úvahu ani použití ustanovení obč. zák. o spotřebitelských smlouvách.

použity; nestačí tedy dodatečný souhlas anebo souhlas jakkoliv poskytnutý v průběhu používání těchto prostředků komunikace.

Porušení této povinnosti zakládá, bez ohledu na to zda se jí spotřebitel dovolá či nikoliv, neplatnost následně vzniklé smlouvy, a to podle § 39 obč. zák.

3) Informační povinnost dodavatele (§ 53 odst. 3, 4, 5 obč. zák.) Občanský zákoník v § 53 odst. 3 normuje, že při použití prostředků komunikace na dálku musí být obsahem návrhu na uzavření smlouvy (§ 43a obč. zák.) informace nutné k uzavření smlouvy, a to (1) obecné náležitosti zakotvené smlouvy zakotvené v části první obč. zák. a (2) podstatné náležitosti stanovené v části osmé obč. zák.

Podstatné náležitosti smlouvy není třeba zvláště rozebírat a nebylo ani nutno, aby je zákonodárce v tomto ustanovení opakovat, neboť pojmenovaná smlouva bez podstatných náležitostí je nemyslitelná a u nepojmenované si podstatné náležitosti strany stanoví samy. Navíc návrh na uzavření smlouvy musí obsahovat nejenom podstatné náležitosti, ale vše ohledně čeho má být uzavřena smlouva (srov. i § 44 odst. 2 obč. zák.).

Obecnými náležitostmi podle části první obč. zák. se zde zřejmě míní náležitosti obsahové (nikoli náležitosti právních úkonů jako náležitosti subjektů, vůle, projevu atd., které není třeba zvlášť připomínat). Obsahové náležitosti, tedy vlastní informační povinnost dodavatele, je zakotvena v ust. § 53 odst. 4 a 5 obč. zák.

Odstavec čtvrtý stanoví povinnost dodavatele poskytnout spotřebiteli informace tam uvedené s dostatečným předstihem před uzavřením smlouvy. Tímto dostatečným předstihem je třeba rozumět okamžik kdykoliv před uzavřením smlouvy, tedy např. i v rámci výzvy k podávání návrhů na uzavření smlouvy prostřednictvím prostředků komunikace na dálku neumožňujících individuální jednání, nejpozději však musí být učiněny součástí oferty dodavatele. Sankce pro případ nesplnění této povinnosti je obsažena v ust. § 53 odst. 6 věta druhá obč. zák.

Ust. § 53 odst. 5 obč. zák. stanoví informace, jež musí dodavatel poskytnout spotřebiteli ve lhůtě po uzavření smlouvy, nejpozději však před plněním. Tato lhůta úzce souvisí s lhůtou určenou k odstoupení od smlouvy podle § 55 odst. 6 obč. zák., která počíná běžet od převzetí plnění. Poskytnutí informací podle ust. § 53 odst. 5 obč. zák. musí být učiněno, na rozdíl od informací poskytovaných před uzavřením smlouvy, v písemné formě. Sankce pro případ řádného nesplnění této povinnosti je obsažena v ust. § 53 odst. 6 věta druhá obč. zák.

Všechny tyto informace musí být poskytnuty, jak

stanoví zákon v § 53 odst. 3 věta druhá, „určitým a srozumitelným způsobem s přihlédnutím k zásadám dobré víry²³ a k ochraně osob, zejména nezletilých nebo spotřebitelů“ (nezletilý nemůže být spotřebitel?).

Určitost a srozumitelnost zde bude zřejmě zapotřebí vykládat jinak než určitost a srozumitelnost právního úkonu podle § 37 odst. 1 obč. zák. Zákon to naznačuje i tím, že příkazuje poskytování informací určitým a srozumitelným způsobem posuzovat skrz zásadu ochrany dobré víry druhé strany a zásadu ochrany slabší smluvní strany.

Zde opět narážíme na problém interpretace pojmu dobré víry, který zde není použit způsobem, jak mu rozumí česká civilistika. Důvod tohoto zmatku spočívá opět v naprosto mechanickém a bezmyslenkovitém přenesení čl. 4 odst. 2 směrnice 97/7/EC, který pojmu dobrá víra používá, do občanského zákoníku. Zákonodárce zde nerespektoval skutečnost, že používání pojmu dobrá víra má v evropském prostředí v různých státech poněkud odlišný význam.

S vědomím toho je v tomto konkrétním případě třeba vykládat dobrou víru v ust. § 53 odst. 3 obč. zák. jako kategorii nikoliv psychickou, nýbrž morální, jejímž obsahem je **poctivost**.²⁴

Proto bude na místě interpretovat ust. § 53 odst. 3 obč. zák. tak, že **dodavatel je povinen poskytnout spotřebiteli informace jazykem, který bude srozumitelný pro všechny skupiny spotřebitelů**, tedy i pro nezletilé a také pro osoby nacházející se poněkud v intelektuálním suterénu. **Tyto informace musí poskytnout poctivě**, tedy nic nezamlčovat, a je-li to v této fázi vztahu spotřebitele a dodavatele již nejde o reklamní přesvědčování, ale o uzavírání smlouvy, vystříhat se použití nejrůznějších marketingových triků. Zkrátka – nelíčit spotřebiteli stav věcí jinak, než jaký skutečně je.

Je důležité si uvědomit souvislosti tohoto ustanovení s ust. § 55 odst. 3 obč. zák. Jestliže tedy dodavatelem poskytnuté informace nebudou – objektivně posuzováno – pro spotřebitele dostatečně srozumitelné a určité, **bude platit výklad pro spotřebitele příznivější**.

4) Právo spotřebitele odstoupit od smlouvy (§ 53 odst. 6 obč. zák.). Spotřebiteli je dána možnost odstoupit od smlouvy, přestože dodavatel svůj dluh splnil řádně a včas, tedy neporušil žádnou svou povinnost, a to včetně těch, které mu ukládají §§ 53, 55 a 56 obč. zák.

Spotřebitel má v případě distančních smluv právo odstoupit od smlouvy **do 14 dnů od převzetí plnění**. Není tedy rozhodující okamžik uzavření smlouvy, ale okamžik, kdy dojde ke skutečnému převzetí plnění

²³ Zákon zde výslovně hovoří o **zásadě** dobré víry. Znamená to snad překonání jeho pojetí jako pouhého dílčího korektivu uplatňujícího se jenom tam, kde na něj zákon výslovně odkazuje a jeho prosazení jako obecné soukromoprávní zásady? Srov.: HURDÍK, J.: *Zásady soukromého práva*. Brno, MU, 1998, s. 115, 116.

²⁴ HURDÍK, J.: *Zásady soukromého práva*. Brno, MU, 1998, s. 124.

spotřebitelem. Otázka, zda bylo plněno řádně a včas nemá v této souvislosti relevanci, nýbrž je upravena jinými normami obč. zák.²⁵ Odstoupením od smlouvy se smlouva od počátku ruší (§ 48 odst. 2 obč. zák.) a spotřebitel s dodavatelem jsou povinni vrátit si vzájemně poskytnutá plnění (§ 457 obč. zák.).

Pro případ, že dodavatel poruší svoji informační povinnost podle § 53 odst. 4 a 5 obč. zák., tedy neposkytne spotřebiteli požadované informace řádně a včas, případně je neposkytne vůbec, činí lhůta pro odstoupení od smlouvy 3 měsíce od převzetí plnění. Jestliže však budou v průběhu této lhůty řádně předány informace, které předány být měly, dochází dnem jejich předání k přerušení běhu této lhůty a od následujícího dne počíná běžet nová, čtrnáctidenní lhůta (ust. § 53 odst. 6 i. f. ve spojení s ust. § 122 odst. 1 obč. zák.).

Občanský zákoník v § 53 odst. 7 stanoví druhý smluv, kde je právo spotřebitele odstoupit od smlouvy třeba výslovně v ní sjednat. Jestliže výslovně, tedy nejenom písemně, ale i ústně, avšak nikoliv konkludentně, možnost odstoupit od smlouvy sjednána nebude, spotřebiteli takové právo ex lege nevznikne.

4.3. NÁSTROJE PRÁVNÍ OCHRANY U SMLUV UZAVÍRANÝCH MIMO PROVOZOVNU

V případě druhého typu spotřebitelských smluv, tj. smluv uzavíraných mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele nebo nemá-li dodavatel žádné stálé místo k podnikání je spotřebiteli navíc oproti společné ochraně zakotvené v §§ 53 odst. 8, 55 a 56 obč. zák. poskytnuto pouze právo odstoupit od smlouvy (§ 57 obč. zák.).

Oprávnění spotřebitele odstoupit od smlouvy nepředpokládá, že by muselo dojít k porušení jakékoliv povinnosti či manipulaci ze strany dodavatele, jak také potvrzuje rozhodnutí Evropského soudního dvora C – 423/97 ze dne 22. dubna 1999. Jinak řečeno, dodavatel se může chovat naprosto korektně, avšak přesto může spotřebitel ve stanovené lhůtě od smlouvy odstoupit.

Na toto právo, jakož i na osobu, u které lze uplatnit (včetně bydliště a sídla takové osoby), je dodavatel povinen spotřebitele upozornit nejpozději při uzavření smlouvy (§ 57 odst. 2 obč. zák.). Upozornění musí mít písemnou formu, a to i tehdy, jestliže smlouva sama byla uzavřena ústně. Jedná se pouze o upozornění na subjektivní právo spotřebitele, které vzniká na základě zákona a nikoliv jednostranného právního úkonu dodavatele nebo dohody stran (srov. ust. § 48 obč. zák.).

Oprávnění spotřebitele k odstoupení od smlouvy je ustanovením relativně kogentním, které strany nemožou, s ohledem na ust. § 55 odst. 1 obč. zák., svým smluvním ujednáním vyloučit, ani jinak modifikovat v neprospěch spotřebitele, např. sjednáním odstupného. Tento závěr potvrzuje i rozhodnutí Evropského soudního dvora C – 423/97 ze dne 22. dubna 1999.

Jelikož zákon zakazuje pouze odchylky od zákona v neprospěch spotřebitele, lze a contrario dovodit, že se dodavatel se spotřebitelem mohou dohodnout na širším rozsahu práva odstoupit od smlouvy, tedy např. si mohou dohodnout, že místo sedmidenní lhůty k odstoupení bude tato lhůta činit dva měsíce apod.

Spotřebitel může od smlouvy odstoupit ve lhůtě sedmi dnů, počínající od uzavření smlouvy. Odstoupení od smlouvy je jednostranný právní úkon spotřebitele adresovaný dodavateli, pro který zákon, na rozdíl od směrnice 85/577/EEC, vyžaduje písemnou formu (§ 57 odst. 1 věta první obč. zák.).

Sedmidenní lhůta k odstoupení od smlouvy je lhůtou hmotněprávní, nestačí tudíž pouze odstoupení od smlouvy v poslední den lhůty odevzdat k poštovní přepravě, nýbrž již musí být v tento den dodavatel doručeno, má – li mít tento úkon právní relevanci. Je ovšem třeba říci, že zde bude třeba občanský zákoník novelizovat, neboť směrnice 85/577/EEC považuje za dostatečné, aby spotřebitel, vzhledem k tomu, že lhůta je již tak dost krátká, nikoliv doručil, ale pouze odeslal tento právní úkon před koncem sedmidenní lhůty.

Jestliže smlouva již byla uzavřena a dodavatele doposud nesplnil svůj závazek, může spotřebitel odstoupit od smlouvy do jednoho měsíce. Tato lhůta bude opět počítána ode dne uzavření smlouvy. Zákon však nic nestanoví pro případ, kdy v průběhu této lhůty dojde ke splnění závazku dodavatele. Protože teprve v okamžiku převzetí plnění bude mít spotřebitel možnost si jej prohlédnout, připadá nám správné, aby dnem, kdy plnění převezme, došlo k přerušení běhu měsíční lhůty a následujícího dne počala běžet nová, sedmidenní lhůta k odstoupení od smlouvy (per analogiam ust. § 53 odst. 6 i. f. obč. zák.).

Pro případ, že dodavatel poruší povinnost upozornit písemně spotřebitele na právo od smlouvy ve stanovené lhůtě odstoupit, tj. neupozornil jej vůbec anebo ne v písemné formě²⁶, je spotřebitel oprávněn od smlouvy odstoupit do jednoho roku od jejího uzavření (§ 57 odst. 3 obč. zák.).

Právo odstoupit od smlouvy však není spotřebiteli dáno u smluv vyjmenovaných v ust. § 57 odst. 4 obč. zák., byť i ony by byly uzavírány mimo podnikatelské prostory.

²⁵ Samozřejmě není vyloučeno ani to, aby spotřebitel odstoupil shodou okolností v této lhůtě od smlouvy z jiného právního důvodu. Např. proto, že věc bude trpět neodstranitelnou vadou, která brání řádnému užívání věci (viz ust. § 623 odst. 1 obč. zák.).

²⁶ DULAK, A.: Podomový predaj. Acta facultatis iuridicae universitatis comeniana, Tomus XIX, Bratislava 2000, s. 44 se domnívá, že by bylo účelné, aby důkazní břemeno ohledně vydání písemného potvrzení, době jeho vydání a jeho obsahu nesl dodavatel.

5. AKTIVNÍ LEGITIMACE VE SPOTŘEBITELSKÝCH SPORECH

Stalo se ve vyspělých státech pravidlem, že to není pouze sám jednotlivý spotřebitel, kdo se může domáhat ochrany svých porušených či ohrožených práv u soudu, ale že takové oprávnění je svěřeno také organizacím oprávněným hájit zájmy spotřebitelů. Tak např. směrnice 93/13/EEC, o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, jež měla být podle slov důvodové zprávy k novele obč. zák. provedena v našem právním řádu, je obsažena v čl. 7 odst. 2. Stejně tak i směrnice 97/7/EC počítá v článku 11 odst. 2 lit. b) s aktivní žalobní legitimací pro organizace spotřebitelů, které mají legitimní zájem na jejich ochraně.

Vladní návrh novely obč. zák. počítal jak pro ob-

last adhezních smluv (§ 57 odst. 2 návrhu), tak i pro oblast distančních smluv (§ 69 návrhu) se žalobním oprávněním nejen pro „jednotlivé spotřebitele“, ale i pro „právní osoby, hájící zájmy spotřebitelů“.

Konečná realita zakotvená v obč. zák. však má podobu zcela jinou. Občanský zákoník nesvěřuje přímé žalobní právo organizacím (právníkům osobám) oprávněným hájit zájmy spotřebitelů. Z obč. zák. lze tedy vyvozovat aktivní legitimaci pouze pro jednotlivé spotřebitele, nikoliv pro jejich ochranné organizace.

Vidíme tedy, že v této oblasti zůstala novela obč. zákoníku svým normativním předlohám z práva ES hodně dlužna. Nezbude zřejmě nic jiného, než popsané nedostatky, vzhledem k jejich zásadní povaze, odstranit další novelizací²⁷.

²⁷ Tak i ELGER, M.: Místo občanských organizací na ochranu práv a zájmů spotřebitelů v české společnosti a ekonomice, s. 29. Práci lze nalézt na internetové adrese www.atelierprav.cz.