

Předváděcí akce a Ombudsman



Informační kampaň „Předváděcí akce“ pokračuje a také nám přibývá více a více příběhů a stížností. Předváděcími akcemi se také zabývá Veřejný ochránce práv, Ombudsman, kam přicházejí stížnosti. Proto jsme požádali o odpovědi na naše otázky RNDr. Jitku Seitlovou, zástupkyni veřejného ochránce práv.

Už se na vás obrátili lidé, kteří se zúčastnili předváděcích akcí se stížností na agresivní a manipulativní chování obchodníků?

Stížností na předváděcí akce, jednání při kterém je spotřebitel manipulativně přesvědčován o výhodnosti koupě zboží, nebo na vymáhání smlouvy, kterou podepsal a jejíž obsah nerozuměl, jsme řešili mnoho. Prokázat protizákonný způsob jednání prodejce bývá velmi obtížné. Často chybí doložitelné důkazy a svědci, kteří by si nezpochybnitelně pamatovali, jak akce probíhala. Šetření se často ocitá v situaci tvrzení proti tvrzení. Proti profesionálně, právně a psychologicky připravenému týmu stojí lidé, zejména senioři, nezvyklí na podbízivé jednání a ze své životní zkušenosti bez znalosti agresivních obchodních praktik. Na tyto osoby se právě proto reklama většiny předváděcích akcí koncentruje. Často bohužel doplatí na svoji důvěřivost.

Co v takovém zneužití situace k psychickému nátlaku radíte?

Hlavním zájmem, obchodníka je vždy výhodně prodat zboží. Výhodně to znamená se ziskem. Každá předváděcí akce včetně všech dárek a výhod musí být v konečném výsledku zaplacená. Jak říkala moje babička "nikdo ti nic nedá zadarmo". Pokud mohu poradit pak především, aby

účastníci akce nepodlehli tlaku na rychlý podpis smlouvy nebo závazku, který si řádně nepročetli, nebo mu dostatečně nerozumí. Nabízené zboží bude určitě k prodeji i zítra, nebo později. Právě časový stres vyvolaný zdáním pouze momentální výhodnosti ceny je jedním z faktorů tlaku na rychlou a dostatečně neuváženou koupi zboží.

Z mé zkušenosti s řadou stížností, kde jsme již nemohli sjednat nápravu, bych zejména chtěla upozornit na dva závazky, které bývají často při koupi sjednány. Jeden vůči prodejci a druhý vůči finanční instituci, která poskytuje půjčku na koupi zboží. Spotřebitel, který pak uplatnil reklamaci u prodejce a zboží dokonce vrátil zapomíná, že musí dořešit a ukončit finanční závazek půjčky na zboží také u finanční instituce. Tento závazek není automaticky reklamací nebo vrácením zboží ukončen. Pokud spotřebitel v domnění, že vrácením zboží byl zrušen současně jeho finanční závazek přestává platit splátky, hrozí mu penále a další vysoké pokuty za porušení smlouvy.

Již v minulém roce jsme předložili ministerstvu průmyslu návrh, aby byl spotřebitel pro tyto případy chráněn zákonem a aby závazky z půjčky na vrácené zboží ze společných předváděcích akcí prodejce a finanční institucí byly jimi společně dořešeny.

Můžete to nějakým způsobem ovlivnit? Co je ve vaší kompetenci?

Veřejný ochránce může řešit výhradně stížnosti na postup úřadů, kterým je svěřena kontrola ochrany spotřebitele, nikoliv tedy stížnosti na samotného prodejce. Dostává se proto ke stížnosti se značným časovým zpožděním a o to obtížněji hledá pro poškozené osoby pomoc. Klamavá reklama a nekalé obchodní praktiky jsou novým právním deliktem, s jehož uplatněním a výkladem nemají úřady zatím dostatek zkušeností a ani judikatura v této oblasti není četná a ustálená. Přesto a právě proto soustředíme na tuto oblast velkou pozornost. V minulém roce jsme naléhavě žádali o doplnění zákona o výslovný zákaz rozhodčích doložek spotřebitelských smluvních vztahů. Fyzická osoba je v těchto případech ve významně nerovném postavení vůči osobě právnické. Vývoj legislativy Evropské unie v připravované směrnici nám nyní dává za pravdu.