



Tisková zpráva ze dne 26. května 2022

dTest: Kdy podnikatel může zdražit i bez vašeho souhlasu?

Libovali jste si před rokem, jak výhodnou smlouvu s operátorem nebo dodavatelem energií jste uzavřeli? Anebo už se chystáte na dovolenou, kterou jste zakoupili ještě vloni za poloviční cenu? Pocit uspokojení z dobrého obchodu je příjemný, ale není zcela namístě. Podnikatel totiž může změnit cenu už zakoupeného produktu nebo služby i bez vašeho souhlasu. Za jakých podmínek to smí udělat a jak se můžete bránit?

Co je to jednostranné zdražení?

Zažíváme inflaci, která tu dlouho nebyla. Za stejný balíček zboží a služeb jste před rokem zaplatili asi o 14, 2 % méně. To je problém nejen pro vaše budoucí nakupování, ale paradoxně i pro některé nákupy, které jste už udělali v minulosti. Většina spotřebitelů má totiž uzavřené smlouvy, které se buď plní průběžně (dodávky energií, poskytování internetového připojení, pojištění), anebo se budou plnit za nějaký čas (letní dovolená). Všechny tyto smlouvy mají jedno společné – podnikatelé u nich někdy jednostranně zvyšují cenu. „Spotřebitel je při jednostranném zdražování postaven před ultimátum „ber, nebo běž“. To znamená, že sice můžete jednostranné zdražení odmítnout, ale nemůžete u podnikatele zůstat za stávajících podmínek a musíte smlouvu vypovědět a odejít jinam,“ vysvětluje ředitelka spotřebitelské organizace dTest Eduarda Hekšová. S vypovědí nesmí podnikatel spojit žádné poplatky, jako je smluvní pokuta za předčasné ukončení smlouvy, odstupné, administrativní poplatek za zpracování vypovědi apod.. Protože jednostranné zdražování výrazně zasahuje do práv spotřebitele, má tento proces svoje přísná pravidla. A co je velmi nešťastné, tato pravidla se liší napříč sektory, v nichž je jednostranné zdražení prováděné nejčastěji. Energetika, elektronické komunikace, pojišťovnictví, bankovníctví, zájezdy. Pět zvláštních sektorových úprav, pětkrát jiné podmínky.

Jaká pro jednostranné zdražování platí pravidla?

Možnost v budoucnu jednostranně zdražit musí být vždy dohodnutá dopředu. Nejčastěji je taková domluva v obchodních podmínkách, zřídka přímo ve smlouvě. Proto se neváhejte před uzavřením smlouvy na takovou věc prodávajícího zeptat napřímo a ujistit se, že je cena fixní. Dále musíte být včas a adresně o případném zdražení informováni. „Nikdy se nemůžete správně rozhodnout, jestli zůstat nebo odejít, když se ani nedozvíte, že nějaké zdražení má proběhnout. Když se o zdražení včas a adresně nedozvíte, tak se vůči vám neuplatní,“ tvrdí Hekšová a vysvětluje, že adresně znamená dostat zprávu o zdražení dopisem, SMS nebo e-mailem (pokud jste telefon či e-mailovou adresu uvedli jako kontaktní údaje), proto si pečlivě vybírejte poštovní i e-mailovou schránku a kontrolujte příchozí SMS. Podnikateli nestačí zdražení uveřejnit na webových stránkách nebo vyvěsit na pobočce. Stejně tak nestačí poslat oznámení do spotřebitelova účtu na portálu podnikatele (např. do zpráv v internetovém bankovníctví nebo v „samoobsluze“ operátora). Termín „včas“ upravují zákony podle různých odvětví (bankovníctví,

dTest, o.p.s.

Černomořská 419/10
101 00 Praha 10
tel.: +420 241 404 922
fax: +420 241 406 533
dtest@dtest.cz
www.dtest.cz

IČ: 45770760
DIČ: CZ45770760
zápis u Městského
soudu v Praze,
oddíl O, vložka 1277

bankovní účet:
2700029989/2010
Fio banka, a. s.

energetika apod.) různě. Zpravidla včas znamená nejpozději měsíc před chystaným zdražením. Různorodost této úpravy je pro spotřebitele nanejvýš nežádoucí.

Jak a do kdy zdražení odmítnout?

Pokud nechcete, aby se vaše mlčení pokládalo za automatický souhlas, musíte zareagovat. Mimo souhlasu je jedinou reakcí proti navrhovanému jednostrannému zdražení ukončení smlouvy. Jestli ukončení nazvete jako „výpověď“, „odstoupení“ či „zrušení“ a podobně, není nijak důležité. Záleží na tom, co je uvnitř, ne jaký je nadpis. Co byste určitě měli ve výpovědi zmínit, je: (1.) kdo jste a o jakou smlouvu jde, (2.) že smlouvu rušíte, (3.) proč ji rušíte a (4.) datum, místo a svůj podpis. Kromě obsahu se soustřeďte i na načasování. Úprava je opět různá podle odvětví (jinak je tomu u dodavatele energií, jinak u cestovní kanceláře či mobilního operátora).

Jak se bránit neoprávněnému zdražení?

Pokud podnikatel provede jednostranné zdražení neoprávněně, například zvedne zafixovanou cenu, doporučujeme podat proti zdražení námítku či stížnost, novou cenu sice uhradit, ale vyúčtování ihned oficiálně reklamovat. Pokud námítka s reklamací neuspěje nebo pokud se nevyznáte ve všech pravidlech a lhůtách pro jednostranné zdražování, neváhejte se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotřebitelska-poradna nebo telefonicky na čísle 299 149 009.

Kontakt pro média:

Jaroslav Švehla, svehla@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.