

Nástrahy cílené (nejen) na seniory

1.10.2024 - Lucie Korbeliusová | DTest

To se tedy prodejci předvedli...

V poslední době jsme na naší právní poradně i portálu VašeStížnosti.cz zaznamenali větší počet sporů vzešlých z domnělých předváděcích akcí. Podnikatel skrze reklamní e-maily a letáky zve spotřebitele na předváděcí akci do své prodejny, kde jim zboží posléze i prodává. Spotřebitelé, zejména z řad seniorů, následně chtějí odstoupit od smlouvy, jelikož to u předváděcích akcí běžně bývá možné. Podnikatel jim však odstoupení neumožní, spotřebitelé si tak zboží musí nechat.

Háček je totiž v tom, že odstoupení od kupní smlouvy, kterou spotřebitel uzavřel na předváděcí akci v prostorách prodejce, je dle Občanského zákoníku možné pouze v případě, že k uzavření smlouvy došlo bezprostředně poté, co podnikatel oslovil spotřebitele mimo své obchodní prostory. *„Pokud by tedy prodejce oslovil kolemjdoucího před prodejnou a následně šli na prodejnu, kde by smlouvu uzavřeli, jedná se o prodej mimo obchodní prostory a spotřebitel může odstoupit od smlouvy. Ve výše zmíněném případě se však jedná o běžný prodej na kamenné prodejně,”* upozorňuje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Nezáleží na tom, zda prodejce zboží „předvádí” nebo jestli spotřebiteli zaslal „pozvánku k navštívení prodejny”, odstoupení možné není.

Doporučujeme proto spotřebitelům, aby dbali zvýšené ostražitosti, pokud se účastní předváděcích akcí nebo je prodejci osloví mimo osobní prostory.

Pozor na (ne)zvané hosty

Ostražití by spotřebitelé měli být zejména v případě, kdy je prodejci navštěvují u nich doma. Obecně doporučujeme podomním prodejcům vůbec neotvírat dveře, pokud zazvoní. Podomní prodej se vyznačuje vyšší mírou případů, kdy prodejce využívá vyšší míry zranitelnosti spotřebitele, jelikož se nacházejí v jeho obydlí. Častěji totiž dochází k nátlaku na spotřebitele a rozličným agresivním praktikám. Příkladem může být odmítnutí prodejce odejít, dokud smlouva nebude uzavřena. Oběti nátlaku přitom může být jakýkoliv spotřebitel, nejen senioři.

Dárky a vzorky zdarma přes telefon odmítejte!

Ke zneužití zranitelnosti seniorů dochází také telefonicky. Evergreenem nekalého prodeje jsou hovory s nabídkami zaslání vzorků zdarma nebo dárků, aby spotřebitelé mohli určitý produkt vyzkoušet. Čeká je však překvapení, když jim zpravidla po měsíci přijde další balení produktů, tentokrát ale s fakturou na nemalou finanční částku. Při pokusu řešení situace je následně spotřebiteli řečeno, že odběrem prvního, výhodného produktu se zavázal k měsíčnímu odběru zboží. A pokud spotřebitel nezaplatí, prodejce domnělé dlužné částky vymáhá skrze vymahačské společnosti.

Tento typ prodeje odporuje zákonu, jelikož nabídku na uzavření smlouvy po telefonu musí podnikatel bezprostředně poté písemně potvrdit. Spotřebitele smlouva zavazuje až poté, co projeví souhlas elektronicky, nebo podpisem na listině.

„I přesto doporučujeme všem spotřebitelům, aby telefonicky nedávali souhlas se zasláním jakýchkoliv dárků nebo vzorků zdarma. Zejména se tak vyhnou potenciálnímu nátlaku ze strany vymahačských společností,” radí Hekšová.

Prověřuj, pak možná důvěřuj!

V neposlední řadě může být rizikové také nakupování přes internet. Na internetu se dá sice najít téměř všechno, často ale platí, že velké množství nabídek není důvěryhodné. Všem spotřebitelům proto doporučujeme, aby si před on-line koupí zjistili co nejvíce informací o produktu, a zejména i o prodejci samotném. Vždy je dobré srovnat nabídky vícero obchodníků, prostudovat si jejich smluvní podmínky, znění smlouvy, záruční podmínky a recenze. Také pozor na reklamy, které nemusí vždy odpovídat skutečnosti.

Pokud mají starší spotřebitelé potíže při výběru důvěryhodných obchodníků, doporučujeme vyhledat pomoc rodiny či známých, jejichž zkušenosti a dovednost s informačními technologiemi může přispět ke spokojenému nákupu. „V každém případě se mohou obrátit také obrátit na telefonickou poradnu dTestu na čísle 299 149 009 či elektronicky,“ podává pomocnou ruku Eduarda Hekšová.

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.

<https://www.dtest.cz/clanek-11163/dtest-nastrahy-cilene-nejen-na-seniory>