

Světový den spotřebitelů: Co vás čeká v letošním roce?

12.3.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Byl to J. F. Kennedy, který při svém projevu v Kongresu 15. března 1962 vyhlásil novou éru ochrany spotřebitelů a vynesl toto téma na politickou scénu. Tehdejší americký prezident mluvil o čtyřech základních právech spotřebitelů - právu na bezpečnost výrobků a služeb, právu na informace, právu na svobodnou volbu a právu být slyšen. Proto právě na 15. března připadá každoroční Mezinárodní den spotřebitelských práv. Kdy jindy se také zajímat o to, kam směřuje současná spotřebitelská ochrana a jaké novely nás čekají v letošním roce?

Nové zboží? Ne, radši opravu

Rok 2026 bude ve znamení nových pravidel pro reklamaci výrobků. Spotřebitelé, kteří při reklamaci zvolí opravu vadného výrobku místo jeho výměny za nový, mají být odměněni prodloužením „zákonné záruky“, tedy doby, po níž prodávající odpovídá za vady. Oproti dosavadnímu stavu tak bude možné reklamovat vady, které se u jednou reklamovaných výrobků projeví v průběhu tří let od nákupu. Úprava chce změnit dosavadní praxi spotřebitelů, kteří upřednostňují výměnu vadného zboží za nové, a snížit tak nadměrnou produkci odpadu.

Neopouštěj staré známé pro nové

Vedle změn zaměřených na zboží „v záruce“ se mění také pravidla, která mají podporovat opravy zboží i po jejím uplynutí. U některých kategorií výrobků jsou stanoveny požadavky na jejich opravitelnost, například povinnost navrhovat výrobky tak, aby byly demontovatelné a opravitelné, či povinnost zajistit nezbytné náhradní díly po určité minimální dobu. *„To se týká mimo jiné praček a sušiček, myček, chladniček, displejů, vysavačů, serverů a datových úložišť i mobilních telefonů,“* vyjmenovává Eduarda Hekšová, ředitelka největší tuzemské spotřebitelské organizace dTest.

Dále se příslušná novela zaměří také na praktiky, které mají spotřebitele přimět k předčasné výměně výrobku nebo jeho součástí. Situace, kdy tiskárna od určitého počtu vytištěných stran hlásí „servisní závadu“, i když inkoust ani mechanické části ještě nejsou na konci své životnosti, bude zakázanou praktikou. To platí například i pro nepravdivá tvrzení, že použití neoriginálních náhradních dílů poškodí funkčnost zařízení. *„Stejně tak má být výslovně nepřípustný i úmyslný prodej výrobků, které obsahují tzv. kazítka, tedy součástku, o které prodejce ví, že byla do výrobku instalována za účelem umělého zkrácení jeho životnosti,“* dodává Hekšová.

Navíc budou mít spotřebitelé lepší přehled o opravitelnosti výrobku už před samotným nákupem. U vybraných výrobků musí prodejce uvádět tzv. skóre opravitelnosti. To bude vyjádřeno prostřednictvím tříd. U zboží, které do tříd zahrnuto nebude, má platit informační povinnost prodejce o náhradních dílech a jejich přibližné ceně. To za předpokladu, že mu výrobce tyto informace poskytne.

Konec lakování na zeleno

„Šetrný k životnímu prostředí“, tvrdí cedulka na zboží a víc nic. I na taková environmentální tvrzení se zaměřuje připravovaná novela zákona o ochraně spotřebitele. Tvrzení podnikatele, že jeho výrobek nebo služba má pozitivní dopad na životní prostředí, musí být prokazatelné a ověřitelné. V opačném případě by mohlo jít o nově popsanou nekalou obchodní praktiku.

Lehce nabýt, lehce odstoupit

Podnikatelé, kteří uzavírají smlouvy se spotřebiteli online, budou mít také povinnost zřídit na svých webových stránkách nebo v aplikacích tlačítko pro odstoupení od smlouvy. Tlačítko má být snadno dostupné a zřetelně označené. Vrácení zboží do 14 dnů od jeho převzetí by tak mělo být ještě snadnější. To je také účelem úpravy, která směřuje k tomu, aby odstoupení od smlouvy uzavřené online bylo stejně jednoduché jako její uzavření. Podle důvodové zprávy bude možné tuto povinnost splnit také prostřednictvím hypertextového odkazu.

Férové digitální prostředí na obzoru?

Kromě již konkrétních legislativních návrhů se v letošním roce můžeme těšit také na přípravu významných evropských předpisů. Pro spotřebitele bude zajímavé zejména nařízení o férovém digitálním prostředí – DFA (Digital Fairness Act). Jeho cílem je posílit ochranu spotřebitelů v online prostředí a zajistit „férové“ digitální služby. Bude řešit zejména nekalé praktiky na internetu, jako jsou manipulativní rozhraní (dark patterns), klamavý influencer marketing, návykový design digitálních produktů nebo nefér personalizaci a cílenou reklamu, zejména vůči zranitelným uživatelům.

Kontakt pro média:

Lucie Korbéliusová, media@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 dTestu 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-12159/dtest-svetovy-den-spotrebitelu-co-vas-ceka-v-letosnim-roce>