

Nemožnost vrácení zboží z hygienických důvodů

25.4.2024 - Lucie Korbeliusová | DTest

A o co přesně jde? Zapečetěný obal a hygienické důvody

Jedna z výjimek, kdy není podle občanského zákoníku možné odstoupit od smlouvy uzavřené distančním způsobem nebo mimo obchodní prostory, platí v případě, kdy existují hygienické důvody bránící vrácení a opětovnému prodeji věci. Pro uplatnění této výjimky musí být splněny dvě podmínky. Zaprvé musí být zboží dodáno v zapečetěném obalu, zadruhé musí existovat důvod ochrany zdraví nebo již zmíněné hygienické důvody. Obě podmínky však musí být splněny naráz. „Pokud u zboží existuje hygienický důvod, ale není dodáno v zapečetěném obalu, může být vráceno a výjimka neplatí,“ dodává Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Jelikož smyslem odstoupení od smlouvy je umožnit spotřebiteli ověřit si vlastnosti a funkčnost zboží, měl by spotřebitel mít právo výrobek nejen vybalit, ale i vyzkoušet. Zákonná výjimka z obecného pravidla by tak měla být vykládána co nejužěji.

Co je to zapečetěný obal?

Podmínka zapečetěného obalu je splněna, pakliže se jedná o hygienický utěsněný obal, který zboží chrání. „Většinou se jedná o pevně zatavený a neprodyšný plastový obal,“ vysvětluje Eduarda Hekšová. Funkce zapečetěného obalu je dvojí. Zaprvé má zboží chránit, a zachovat tak jeho hygienické vlastnosti, zadruhé je pak jeho pečtící funkce a nemožnost snadného opětovného uzavření ukazatelem, že došlo k narušení zmíněných hygienických vlastností. U elektroniky se lze například setkat s pečeti v podobě pouhé nálepky přes krabici. Ačkoliv tato pečeť značí neotevřenost produktu, není neprodyšná a neposkytuje hygienickou ochranu. Podmínka zapečetěného obalu by tak splněna nebyla.

Může být zboží znovu uvedeno na trh?

Podmínka důvodu ochrany zdraví nebo hygienických důvodů nemusí být v praxi vždy jednoznačná. S interpretací nám pomáhá i Soudní dvůr Evropské unie, který uvádí, že tato výjimka se uplatní pouze tehdy, pokud není možné rozbalené zboží uvést znovu na trh. Nemožnost uvedení na trh po rozbalení musí být navíc odůvodněno ochranou zdraví či hygienickými důvody. „V praxi to znamená, že pokud podnikatel může přijmout opatření, jako například vyměnit silikonové nástavce na špuntová sluchátka do uší nebo vydezinfikovat matraci či chytré hodinky, nemá právo odstoupení spotřebitele odmítnout,“ upozorňuje Eduarda Hekšová. Navíc Soudní dvůr Evropské unie ve stejné věci stanovil, že pouhý kontakt výrobku s holou kůží není dostatečným hygienickým důvodem, který by znemožňoval přijmout opatření za účelem opětovného prodeje. Z tohoto důvodu máme za to, že odstoupit lze od sluchátek na uši, tedy sluchátek, které se nezavádí do uší. Dále lze odstoupit také od chytrých náramků či hodinek. Odstoupit lze taktéž i od žehliček na vlasy nebo kulmofénů, jelikož opačný závěr by znamenal, že nelze odstoupit třeba od pokrývek hlavy, protože čepice přece také přichází do kontaktu s vlasy.

Naopak nelze odstoupit od sluchátek do uší, pokud taková sluchátka nemají vyměnitelné silikonové nástavce, s čímž se lze setkat u peckových sluchátek. „Typickým příkladem, kdy odstoupit od

smlouvy nelze z důvodu hygienických důvodů je zubní kartáček či kontaktní čočky, pakliže toto zboží bylo zabaleno v zapečetěném obalu," uvádí Eduarda Hekšová.

A jak to tedy dopadne?

V situaci, kdy by spotřebitel odstoupil od smlouvy a vrátil sluchátka do uší s vyměnitelnými špunty, tak prodejce by následně špunty vyměnil a provedl dezinfekci sluchátek. Vzhledem k tomu, že spotřebitel musel sluchátka vyndat ze zapečetěného obalu, aby je vyzkoušel, nebude spotřebitel odpovídat za snížení hodnoty zboží. Spotřebitel má totiž obecně možnost si u zboží vyzkoušet funkčnost a až poté vrátit zboží. „Jen v případě, že by spotřebitel používal zboží více než je nutné k ověření funkčnosti zboží, tak by hradil částku za snížení hodnoty zboží," upozorňuje Eduarda Hekšová.

Závěrem je třeba připomenout, že výše zmíněné informace se vztahují pouze na odstoupení od kupní smlouvy uzavřené distančním způsobem, typicky v e-shopech, nebo mimo obchodní prostory mezi spotřebitelem a podnikatelem.

Pokud spotřebitelé mají otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

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-10890/dtest-nemoznost-vraceni-zbozi-z-hygienickych-duvodu>