

Jednorázový poplatek, nebo předplatné?

24.2.2025 - Lucie Korbeliusová | DTest

Předplatné „schované“ v obchodních podmínkách

Mimo zmíněných platforem, nabízejících například pomoc se sestavením životopisu, se s podobným modelem můžeme setkat i u některých online seznámkách, na jejichž praktiky jsme již v minulosti upozorňovali. *„Tyto platformy mohou ve spotřebiteli budit dojem, že částka, která je obvykle tučně zvýrazněna, je konečná cena, za kterou dostanou přístup k dané službě. V těchto případech ale nejsou spotřebitelé dostatečně informováni o tom, že uvedená cena se vztahuje pouze na první měsíc a že souhlasem s obchodními podmínkami zároveň souhlasí s automatickým prodloužováním smlouvy, které je spojeno s opakovanou platbou,“* vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Navíc takové platby jsou značně vyšší než počáteční platba, protože první měsíc byl často nabízen za zvýhodněnou cenu, zatímco další platby odpovídají běžnému, mnohem dražšímu tarifu.

Ze strany těchto platforem často zaznívá argument, že spotřebitelé mají možnost ukončit závazek během zkušební doby, a tím zabrání automatickému prodloužení smlouvy. Tato tvrzení však považujeme za lichá, neboť spotřebitelé nejsou o této možnosti též řádně informováni. Pokud tedy aktivně nezruší zkušební verzi, na kterou je ale provozovatel neupozorní, automaticky souhlasí s opakovanými platbami, které mu mohou být z účtu strhávány i po dobu jednoho roku. Spotřebitel, který si všimne, že mu z účtu zmizela nápadně vysoká částka za službu, často reaguje tak, že zcela zablokuje svou kartu, ze které platba odchází, a předpokládá, že tím dojde k ukončení služby. Takto jsou spotřebitelé zvyklí postupovat například u streamovacích platforem. *„Pouhé zablokování plateb však nevede k ukončení závazku, a provozovatelé tak mohou nadále poplatky spotřebiteli účtovat a následně je po spotřebiteli vymáhat,“* dodává dále Hekšová.

Jak situaci řešit?

Pokud provozovatel takových stránek spotřebitele o opakovaných platbách spojených s prodloužením smlouvy neinformuje a pouze je uvede do obchodních podmínek, jedná se z našeho pohledu o překvapivé ujednání, které je vůči spotřebiteli neúčinné. Navíc pokud je „výhodná“ první platba na stránce zobrazována tak, že by se spotřebitel opravdu mohl domnívat, že se jedná pouze o jednorázový poplatek, a s takovým vědomím smlouvu uzavřel, je tímto uveden v omyl. Pokud by o této skutečnosti věděl, smlouvu by pravděpodobně neuzavřel.

Takovou argumentaci může spotřebitel použít vůči provozovateli a požadovat vrácení všech neoprávněně stržených plateb z účtu, s výjimkou první platby, o které byl informován. Kromě výše uvedeného překvapivého ujednání provozovatel také nesplňuje svou informační povinnost vůči spotřebiteli, zejména pokud jde o informování o celkové ceně a způsobu platby.

Pokud však na tento požadavek provozovatel nereaguje a peníze nadále odchází, může se spotřebitel obrátit na svoji banku ohledně služby chargeback, kdy mu může být na základě doložených dokumentů a podkladů platba vrácena. Další možností je vypovězení smlouvy. V tomto případě tedy spotřebitel přistupuje na „hru“ provozovatele a spotřebiteli nevzniká nárok na vrácení na již uhrazených plateb. Navíc k ukončení smlouvy dojde až uplynutím výpovědní lhůty, která podle obchodních podmínek může trvat 1-3 měsíce. Některé stránky nabízejí možnost vypovědět smlouvu prostřednictvím formuláře, který sami poskytují, vždy je ale možné výpověď zaslat písemně.

Prevence jako základ

Nejlepší obranou spotřebitele je v tomto ohledu obezřetnost již při výběru poskytovatele služby. „*To, že stránky působí příjemně a uživatelsky přívětivě, bohužel neznamená, že nemohou představovat riziko. Proto by si spotřebitelé měli vždy provozovatele ověřit, například zadáním názvu webové stránky do vyhledávače a přečtením zkušeností ostatních uživatelů. Zároveň by se měli důkladně seznámit s obchodními podmínkami,*“ apeluje Hekšová z dTestu.

V některých případech se můžeme setkat s tím, že provozovatelé informace o předplatném skutečně uvádějí, ale tyto informace jsou napsány malým písmem nebo je spotřebitelova pozornost záměrně odvedena jinam. Vymáhání takových částek je pak komplikované, navíc není výjimečné, že tito provozovatelé mají sídlo mimo EU, což opět snižuje spotřebitelovy šance na úspěch.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová

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 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-11421/dtest-jednorazovy-poplatek-nebo-predplatne>