



Weinhold Legal

Legal Alert

Ochrana
spotřebitele

Chystané legislativní návrhy změny podmínky uzavírání smluv se spotřebiteli

Poslaneckou sněmovnou prošly v prvním čtení dva návrhy novel zejména zákona o ochraně spotřebitele a občanského zákoníku, které významně ovlivní uzavírání smluv se spotřebiteli.

První novela bude mít dopad na smlouvy sjednané on-line, kde spotřebitel bude muset mít možnost odstoupit od smlouvy, vedle jiných způsobů, také v on-line rozhraní, a to prostřednictvím tzv. **tláčítka pro odstoupení od smlouvy**. Účinnost se navrhuje již od 19. června 2026.

Druhý návrh pak posiluje postavení spotřebitelů v rámci zákazu tzv. greenwashingu (označování výrobků a služeb za ekologické bez jakéhokoli podložení těchto tvrzení) a dále upravuje například **odpovědnost z vadného plnění**. Tato novela má navrženou dělenou účinnost, a to většinou již od **31. července 2026**, a pro její vybrané části pak **27. září 2026**.

Sněmovní tisk 16, kterým se mění některé zákony v souvislosti se smlouvami o finančních službách uzavíranými na dálku

Shrnutí

Podnikatelé budou muset **přizpůsobit svá online rozhraní, smluvní procesy i předmluvní dokumentaci**. Nejviditelnější novinkou je povinnost zavést u smluv uzavíraných na dálku přes online rozhraní tlačítko pro odstoupení od smlouvy.

V oblasti finančních služeb se zároveň zpřísňují pravidla proti tzv. **dark patterns** (uživatelských rozhraní v online prostředí navržených za účelem oklamat), rozšiřují se informační povinnosti, zavádějí se **pravidla pro vrstvení informací** a vzniká povinnost zajistit, aby spotřebitel obdržel řádné vysvětlení nabízeného produktu (tzv. **právo na lidský zásah**).

Hlavní změny:

Tlačítko pro odstoupení

Návrh přináší novou úpravu v oblasti odstoupení od smlouvy sjednané na dálku v on-line rozhraní, která se vztahuje na všechny obchodníky (podnikatele), tj. na jakýkoli on-line prodej zboží nebo služeb. Podnikatelé musí implementovat do svých on-line prostředí tlačítko „**Odstoupit od smlouvy**“ nebo obdobný ovládací prvek pro odstoupení od smlouvy.

Tlačítko pro odstoupení od smlouvy musí být v on-line rozhraní **zobrazeno výrazným způsobem**, musí být **snadno přístupné, dostupné nepřetržitě** po celou lhůtu pro odstoupení od smlouvy a musí být označeno snadno čitelným nápisem „**Odstoupit od smlouvy**“ nebo jinou odpovídající jednoznačnou formulací.

Pro spotřebitele by mělo být snadné a jednoduché toto tlačítko nalézt a mít k němu přístup. Spotřebitel by například neměl mít povinnost provádět úkony za účelem nalezení tlačítka, jako například stáhnout si aplikaci, pokud prostřednictvím dané aplikace nebyla uzavřena dotčená smlouva. Podnikatel může usnadnit spotřebiteli přístup k tlačítku pro odstoupení například poskytnutím hypertextového odkazu.

Podnikatel může povinnost splnit i tak, že tlačítko pro odstoupení zpřístupní trvale (bez ohledu na běh lhůty u konkrétní smlouvy či spotřebitele). Samotné zpřístupnění tlačítka po delší dobu neznamená prodloužení zákonné lhůty ani nový smluvní závazek podnikatele.

Je však vhodné spotřebitele upozornit, že dostupnost tlačítka sama o sobě neznamená, že má stále právo od smlouvy odstoupit, a doplnit informaci o délce a počátku běhu zákonné lhůty.

Prohlášení o odstoupení

Po kliknutí na tlačítko pro odstoupení má být spotřebitel vyzván k vyplnění nebo potvrzení prohlášení o odstoupení. To by mělo obsahovat zejména jeho jméno, příjmení, identifikaci dotčené smlouvy a elektronický kontakt pro zaslání potvrzení (například e-mail). Pokud je spotřebitel již přihlášený a jeho totožnost i smlouva jsou zřejmé, neměl by tyto údaje zadávat znovu.

Aby nedošlo k nechtěnému odstoupení, musí spotřebitel svůj úkon ještě potvrdit samostatným tlačítkem označeným například „**Potvrdit odstoupení od smlouvy**“ nebo jinou jednoznačnou formulací.

Potvrzení o odstoupení od smlouvy

Podnikatel dále (bez zbytečného odkladu poté, co spotřebitel odešle prohlášení o odstoupení od smlouvy) potvrdí spotřebiteli přijetí tohoto prohlášení, včetně jeho obsahu a data a času jeho odeslání spotřebitelem. Toto potvrzení má spotřebitel obdržet způsobem, který uvedl v prohlášení o odstoupení od smlouvy (např. e-mailem).

Dopad na ochranu osobních údajů

Nové povinnosti podnikatelů povedou k novým operacím zpracování osobních údajů, zejména v souvislosti se zavedením online tlačítka pro odstoupení od smlouvy a s povinností připomenout spotřebiteli právo na odstoupení v oblasti finančních služeb.

Co z toho plyne pro podnikatele za nové povinnosti?

- ▶ zmapovat smlouvy, které se uzavírají se spotřebiteli online;
- ▶ implementovat tlačítko pro odstoupení od smlouvy ve viditelné a přístupné pozici s jednoznačným označením „Odstoupit od smlouvy“;
- ▶ implementovat prohlášení o odstoupení (včetně předvyplněných údajů) a tlačítka označeného „Potvrdit odstoupení od smlouvy“;
- ▶ zaznamenávat stisk tlačítka včetně automatizovaného odeslání potvrzení spotřebiteli spolu s časovým razítkem;
- ▶ zvážit zobrazování/skrývání tlačítka v závislosti na běhu lhůty pro odstoupení;
- ▶ aktualizovat předmluvní informace a obchodní podmínky;
- ▶ aktualizovat zpracování osobních údajů.

Oblasti finančních služeb

Pro podnikatele v oblasti finančních služeb pak návrh upravuje již existující pravidla pro uzavírání smluv o finančních službách na dálku.

Navrhují se změny zejména v následujících oblastech:

- ▶ **předmluvní informace** – nové informační povinnosti, pravidla pro informace sdělované po telefonu;
- ▶ **možnost vrstvení informací (tzv. layering)** – všechny informace pro spotřebitele by měly být snadno přístupné. Použití dalších vrstev by nemělo odvádět pozornost spotřebitele a nemělo by zastírat klíčové informace. Pokud se využije vrstvení informací, musí být spotřebiteli umožněno veškeré předmluvní informace zobrazit, uložit i vytisknout jako jeden dokument;
- ▶ **náležitě vysvětlení** – spotřebitel má před uzavřením smlouvy právo na vysvětlení člověkem (tzv. právo na lidský zásah). Toto právo má spotřebitel i v odůvodněných případech též po uzavření smlouvy (např. v souvislosti s obnovováním nebo prodloužováním smlouvy, potížích spotřebitele během trvání smlouvy nebo při potřebě dalšího vysvětlení smluvních



Weinhold Legal

Legal Alert

Ochrana
spotřebitele

podmínek),

- ▶ **právo na odstoupení od smlouvy** – časové omezení možnosti odstoupit od smlouvy při neposkytnutí předmluvních informací a smluvních podmínek (nejpozději ve lhůtě 12 měsíců a 14 dnů od uzavření smlouvy). To neplatí v případě neposkytnutí předmluvních informací o právu na odstoupení od smlouvy,
- ▶ **obrácení důkazního břemene** – v případě pochybností musí podnikatel prokázat, že sdělil a vysvětlil spotřebiteli údaje, které je povinen sdělit a vysvětlit. Tj. dochází k obrácení důkazního břemene týkající se sdělení předmluvních informací a náležitého vysvětlení,
- ▶ **zákaz tzv. dark patterns** – ochrana spotřebitele v on-line prostředí před klamavými a manipulativními praktikami, které mohou být využívány k tomu, aby přiměly spotřebitele k chování nebo k rozhodnutí, které by pro spotřebitele mohlo mít negativní důsledky. Jedná se například o záměrně zneužívající rozvržení on-line rozhraní, jehož cílem je nasměrovat spotřebitele k volbě nebo krokům, z nichž má prospěch obchodník, které však nemusí být v zájmu spotřebitele, nebo prezentace možností volby jiným než neutrálním způsobem, například zvýrazněním určitých možností, když je spotřebitel žádán o rozhodnutí.

Účinnost této novely se navrhuje od **19. června 2026**.

Sněmovní tisk 53, kterým se mění zákon o ochraně spotřebitele

Shrnutí

Kromě takzvaného greenwashingu rozšiřuje připravovaná novela informační povinnosti podnikatelů vůči spotřebitelům, zejména v oblasti práv z vadného plnění, záruky za životnost, aktualizací softwaru, opravitelnosti výrobků a environmentálně šetrného dodání.

Při vyřízení reklamace opravou se má prodloužit doba odpovědnosti za vady, a to na 3 roky. Spotřebitel má být o této výhodě informován.

Hlavní změny:

Harmonizované oznámení – zákonná záruka (práva z vadného plnění)

Podnikatel při prodeji zboží musí spotřebiteli poskytnout **harmonizované oznámení**, jehož náležitosti a podobu stanoví [nařízení Komise 2025/1960](#).

Podnikatel musí spotřebiteli prostřednictvím harmonizovaného oznámení připomenout, že má **práva z vadného plnění**, hlavní prvky těchto práv (oprava, výměna, přiměřená sleva a odstoupení od smlouvy) a minimální dobu, po kterou podnikatel odpovídá spotřebiteli za vady zakoupeného zboží. Minimální doba je stanovena v délce dvou let od koupě, resp. převzetí zakoupeného zboží spotřebitelem.

U použitého zboží může být doba dohodou zkrácena (ale nesmí být kratší než 1 rok).

Harmonizovaný štítek – záruka za jakost, konkrétně záruka za životnost

Podnikatel musí spotřebiteli poskytnout **harmonizovaný štítek**, jehož podoba a obsah je stanoven v [nařízení Komise 2025/1960](#).

Prodávající má povinnost spotřebiteli poskytnout harmonizovaný štítek pouze za splnění podmínky, že:

- 1) **záruka za životnost** je poskytována výrobcem, a to
 - a) bezplatně,

- b) na celé zboží, a
- c) na dobu delší než 2 roky.

- 2) výrobce prodávajícímu tyto informace poskytne (prodávající je nemá povinnost aktivně vyhledávat například na stránkách výrobce, pokud mu je výrobce sám nezpřístupní).

Upozornění před objednávkou

Spotřebitel má být jasně a výrazně upozorněn na údaje, které jsou důležité k tomu, aby si spotřebitel mohl přečíst hlavní části smlouvy a rozhodnout se tak, zda závaznou objednávku potvrdí.

Nově mezi již požadované informace, které musí takto spotřebitel získat (informace o hlavních vlastnostech, celkové ceně, době platnosti smlouvy a podmínkách jejího ukončení a minimální době trvání povinností ze smlouvy) bude nově patřit i **informace o záruce za životnost**.

Požadavek na výrazné (zřetelné) zobrazení těchto informací znamená, že tyto informace musí být spotřebiteli předkládány takovým způsobem, který spotřebiteli umožní informace skutečně vidět, aniž by musel z dané internetové stránky (na které se nachází potvrzení o objednávce) odejít. Poskytnutí informací prostřednictvím prokliku není považováno za splnění požadavku na výrazné (zřetelné) zobrazení.

Aktualizace softwaru

Podnikatel musí spotřebitele informovat, po jak dlouhou dobu nebo do jakého data budou u věci s digitálními vlastnostmi/digitálního obsahu/služby digitálního obsahu poskytovány bezplatné aktualizace softwaru (programového vybavení) pro zachování souladu se smlouvou.

Informační povinnost se týká pouze **bezplatných** aktualizací softwaru nezbytných pro zachování souladu těchto plnění se smlouvou, a to včetně aktualizací zabezpečení.

Prodloužení doby odpovědnosti za vady o 1 rok

Pokud bude reklamace vyřízena opravou, bude doba, po kterou prodávající odpovídá za vady u nového zboží, prodloužena o jeden rok. K prodloužení doby odpovědnosti dochází pouze jednou, prodávající v takovém případě odpovídá, že věc bude bezvadná **tři roky od převzetí zakoupeného zboží**.

Tato úprava má spotřebitele motivovat k tomu, aby si jako prostředek, kterým bude zjednána náprava vadného plnění, zvolil opravu namísto výměny vadného výrobku za nový, což je podle Komise méně šetrný způsob nápravy pro životní prostředí.

Opravitelnost zboží (chytrých telefonů a počítačů typu slate)

Aby se spotřebitelé o koupi mohli rozhodovat i na základě toho, zda je výrobek opravitelný, byla na seznam předmluvních informací přidána povinnost informovat spotřebitele o **hodnocení opravitelnosti** zboží, pokud takové hodnocení je **vyžadováno přímo použitelnými předpisy EU**.

- ▶ Aktuálně je relevantní jeden právní předpis (a to nařízení Komise 2023/1669 ze dne 16. června 2023, kterým se doplňuje nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1369, pokud jde o uvádění spotřeby energie na energetických štítcích chytrých telefonů a počítačů typu slate), který vyžaduje uvádět u výrobků hodnocení opravitelnosti, a to u **chytrých telefonů a počítačů typu slate**.

Pokud takové hodnocení není pro kategorii výrobků stanoveno, měl by prodávající poskytnout spotřebiteli alespoň informace o dostupnosti náhradních dílů, o jejich odhadovaných nákladech a způsobu, jakým je lze objednat.



Weinhold Legal

Legal Alert

Ochrana
spotřebitele

Šetrný způsob dodání

Nově se zpřesňuje, že v rámci způsobu dodání musí podnikatel spotřebitele informovat o jím nabízených k životnímu prostředí šetrných způsobech dodání.

To může představovat například rozvoz zboží prostřednictvím kurýrů na kolech nebo elektrickými dodávkami nebo i možnost využití sdružené přepravy.

Tato informační povinnost neznámá, že takovou k životnímu prostředí šetrnou dopravu musí podnikatel nabízet, tedy zajišťovat. Ale pokud takovou dopravu šetrnou k životnímu prostředí podnikatel má dostupnou, pak o ní podnikatel musí informovat.

Seznam nekalých obchodních praktik

V neposlední řadě je měněna příloha obsahující seznam nekalých obchodních praktik, které jsou zakázány za všech okolností. Tento seznam před změnou obsahoval 27 položek. Nově na tomto seznamu vždy zakázaných nekalých praktik bude uvedeno celkem 39 praktik. Těchto 12 nových položek míří primárně na eliminaci praktik spočívajících v tzv. lakování nazeleno a předčasném zastarávání výrobků.

Nově je za klamavou obchodní praktiku považováno, pokud prodávající

- ▶ zamlčuje před spotřebitelem informace, že **aktualizace** softwaru **negativně ovlivní fungování** věci s digitálními vlastnostmi, používání digitálního obsahu nebo služby digitálního obsahu,
- ▶ **prezentuje aktualizaci softwaru** jako **nezbytnou**, přestože pouze zlepšuje prvky funkčnosti,
- ▶ činí obchodní sdělení o výrobku, o kterém má k dispozici informaci o existenci a účincích **zabudovaného prvku, jehož účelem je omezit životnost tohoto výrobku**,
- ▶ nepravdivě uvádí, že za běžných podmínek používání má výrobek určitou **životnost** ve vztahu k době nebo intenzitě jeho používání,
- ▶ prezentuje výrobek jako **opravitelný**, pokud tomu tak není,
- ▶ usiluje o to, aby spotřebitel **vyměnil** nebo doplnil **spotřební materiál ve výrobku dříve**, než je to z technických důvodů nezbytné, nebo
- ▶ zamlčuje informace o **narušení funkčnosti** výrobku, pokud se použije spotřební materiál, náhradní díly nebo příslušenství, které nedodal původní výrobce, nebo nepravdivě uvádí, že k takovému narušení funkčnosti dojde.

Spotřebitel by také neměl být nucen předčasně vyměňovat spotřební části výrobku, které ještě není třeba měnit. To se týká například indikace prázdné baterie nebo toneru v tiskárně, ačkoli jejich výměna není třeba.

Spotřebitel by také neměl být klamán o používání neoriginálních náhradních dílů, ať už jde o zamlčení skutečnosti, že s neoriginálními díly dojde k omezení či narušení funkčnosti výrobku, nebo o klamavém uvádění, že k takovému narušení dojde, pokud si spotřebitel nekoupí originální náhradní díl od výrobce.

Co z toho plyne pro podnikatele za nové povinnosti?

Pro podnikatele bude návrh znamenat zejména nutnost:

- ▶ zkontrolovat environmentální tvrzení a marketingovou komunikaci (pozor na greenwashing a další nové nekalé obchodní praktiky);
- ▶ poskytovat harmonizované oznámení a harmonizovaný štítek;
- ▶ upravit e-shopové objednávkové rozhraní, zejména informace zobrazované těsně před odesláním objednávky (informace

o bezplatných aktualizacích softwaru a hodnocení opravitelnosti);

- ▶ informovat o šetrném způsobu dodání;
- ▶ nastavit reklamační procesy a poučení spotřebitele při uplatnění reklamace.

Tato novela má navrženou dělenou účinnost, a to většinou již od **31. července 2026**, a pro její vybrané části pak **27. září 2026**.

© 2026 Weinhold Legal
Všechna práva vyhrazena

Informace uvedené v tomto bulletinu jsou prezentovány na základě našeho nejlepšího přesvědčení a poznatků získaných v době, kdy byl tento text dán do tisku. Nicméně konkrétní informace vztahující se k tématům uvedeným v tomto bulletinu by měly být konzultovány dříve, než na jejich základě bude učiněno jakékoliv rozhodnutí. Informace uvedené v tomto bulletinu současně nelze chápat jako vyčerpávající popis relevantní problematiky a veškerých možných konsekvencí, a nemělo by na ně být plně spoléháno v jakýchkoliv rozhodovacích procesech ani by neměly být považovány za náhražku specifické právní rady, které by byla relevantní pro konkrétní okolnosti. Weinhold Legal, s.r.o. advokátní kancelář ani kterýkoliv právník uvedený jako autor těchto informací neodpovídají za jakoukoliv újmu, která by mohla vzniknout ze spoléhání se na zde uveřejněné informace. Dále si dovoluujeme poznamenat, že na některé záležitosti v tomto bulletinu uváděné mohou existovat různé právní názory z důvodu nejednoznačnosti příslušných ustanovení, a v budoucnu může převážít jiný než námi uváděný výklad.

Za účelem získání dalších informací kontaktujte, prosím, partnera / manažera, s nímž jste obvykle ve spojení.



Martin Lukáš
Partner
martin.lukas@weinholdlegal.com



Tereza Hošková
Vedoucí advokátka
tereza.hoskova@weinholdlegal.com



Jana Duchoňová
Advokátka
jana.duchonova@weinholdlegal.com