

SDĚLENÍ KOMISE**Pokyny k výkladu a uplatňování článku 6a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES
o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli**

(Text s významem pro EHP)

(2021/C 526/02)

OBSAH

	<i>Strana</i>
ÚVOD	131
1. OBLAST PŮSOBNOSTI ČLÁNKU 6A	132
1.1. Význam „oznámení o slevě z ceny“	132
1.2. Dotčení obchodníci	133
2. UVEDENÍ „PŘEDCHOZÍ“ CENY	134
2.1. Obecná pravidla	134
2.2. Uvedení „předchozí ceny“ v případě obecných oznámení o slevě z ceny	135
2.3. Věrnostní programy a přizpůsobená sleva z ceny	136
3. VZÁJEMNÝ VZTAH SE SMĚRNICÍ O NEKALÝCH OBCHODNÍCH PRAKTIKÁCH	137
4. MOŽNOSTI REGULACE	138
4.1. Zboží snadno podléhající zkáze	138
4.2. „Nové zboží“	139
4.3. Postupné zvyšování slevy z ceny	139

ÚVOD

Cílem směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES⁽¹⁾ o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli (dále jen „směrnice o označování cen“) je umožnit spotřebitelům snadno vyhodnotit a porovnat cenu výrobků na základě jednotných a transparentních informací. Spotřebitelé se tak mohou lépe rozhodovat na základě dostupných informací⁽²⁾.

Směrnice o označování cen požaduje, aby obchodníci „jednoznačným, snadno rozpoznatelným a dobře čitelným“ způsobem uvedli prodejní cenu a jednotkovou cenu (tj. cenu za kilogram, litr nebo jakoukoli jinou jednotku množství, která je v dotčeném členském státě obecně a běžně používána). Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161⁽³⁾ směrnici o označování cen novelizovala a doplnila zvláštní pravidla – článek 6a – týkající se oznámení o slevě z ceny. Směrnice (EU) 2019/2161 nabude v celé EU účinnosti dne 28. května 2022.

Nový článek 6a směrnice o označování cen řeší otázku transparentnosti snižování cen⁽⁴⁾ zavedením konkrétních pravidel, která zajistí, že se bude jednat o skutečné slevy. Cílem článku 6a je zabránit obchodníkům v umělém zvyšování referenční ceny nebo v klamání spotřebitelů ohledně výše slevy. Zvyšuje transparentnost a zajišťuje, že spotřebitelé při oznámení snížení ceny skutečně zaplatí za zboží méně. Nové ustanovení o slevě z ceny rovněž umožňuje orgánům činným v trestním řízení a orgánům dozoru nad trhem snazší kontrolu spravedlnosti při snižování ceny, protože stanoví jasná pravidla pro referenční „předchozí“ cenu, z níž musí oznámená sleva vycházet.

Účelem tohoto sdělení je poskytnout vodítko, jak by tato nová ustanovení o oznámeních o slevě z ceny měla být vykládána a uplatňována. Aby byla zajištěna právní jistota a usnadněno vymáhání, toto sdělení zdůrazňuje problémy, které jsou společné všem členskými státy, včetně vzájemného vztahu mezi směrnici o označování cen a jinými právními předpisy EU.

Sdělení neanalyzuje uplatňování směrnice v jednotlivých členských státech, včetně rozhodnutí vnitrostátních soudů a dalších příslušných orgánů. Kromě různých informačních zdrojů dostupných v členských státech jsou v databázi spotřebitelského práva, která je přístupná prostřednictvím portálu e-justice, k dispozici informace o vnitrostátních předpisech k provedení směrnice o označování cen, o judikatuře a právní literatuře⁽⁵⁾.

Pokud není uvedeno jinak, jsou články uvedené v tomto sdělení články směrnice o označování cen, ve znění pozdějších a posledních změn provedených směrnici (EU) 2019/2161. Obsahují-li citace z textu směrnice vizuální zvýraznění, přidala takové zvýraznění Komise.

Toto sdělení je určeno členskými státy EU a Islandu, Lichtenštejnsku a Norsku jako signatářům Dohody o Evropském hospodářském prostoru (EHP)⁽⁶⁾. Odkazy na EU, Unii nebo jednotný trh by proto měly být chápány jako odkazy na EHP nebo trh EHP.

Toto sdělení má sloužit čistě jako vodítko – právně závazné je pouze znění samotných právních předpisů Unie. Autoritativní výklad právních předpisů musí být odvozen z textu směrnice a přímo z rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie (dále jen „Soudní dvůr“). Toto sdělení zohledňuje rozhodnutí Soudního dvora, která byla zveřejněna do října 2021, a nepředjímá další vývoj judikatury Soudního dvora.

Názory vyjádřené v tomto sdělení nepředjímají postoj, který může Evropská komise zaujmout u Soudního dvora. Informace obsažené v tomto sdělení obecné povahy a nezabývají se konkrétně určitými osobami nebo subjekty. Evropská komise ani osoby jednající jejím jménem nenesou odpovědnost za jakékoli použití níže uvedených informací.

⁽¹⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli (Úř. věst. L 80, 18.3.1998, s. 27).

⁽²⁾ Viz 6. a 12. bod odůvodnění směrnice o označování cen.

⁽³⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele (Úř. věst. L 328, 18.12.2019, s. 7).

⁽⁴⁾ V roce 2018 provedly vnitrostátní orgány na ochranu spotřebitele za koordinace Komise každoroční celoevropské prověřování internetových stránek elektronického obchodu (společnou kontrolní akci, tzv. „sweep“) v rámci sítě spolupráce v oblasti ochrany spotřebitele. Tento sweep se zabýval transparentností cen včetně snížení cen. Orgány na ochranu spotřebitele měly podezření, že zvláštní nabídky neodpovídají skutečnosti, nebo zjistily, že cena po slevě byla vypočtena nejasně, a to u více než 31 % ze 431 prověřených internetových stránek elektronického obchodu, které nabízely slevy. Tisková zpráva Komise ze dne 19. února 2019: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/IP_19_1333.

⁽⁵⁾ https://e-justice.europa.eu/591/CS/consumer_law_database

⁽⁶⁾ Úř. věst. L 1, 3.1.1994, s. 3.

Jelikož toto sdělení odráží situaci v době jeho sepsání, je možné, že nabízené pokyny budou později změněny.

1. OBLAST PŮSOBNOSTI ČLÁNKU 6A

Článek 6a

1. Veškerá oznámení o slevě z ceny musí uvádět předchozí cenu, kterou obchodník uplatňoval po určité období před uplatněním slevy z ceny.
2. Předchozí cenou se rozumí nejnižší cena, kterou obchodník uplatňoval během období ne kratšího než 30 dnů před uplatněním slevy z ceny.
3. Členské státy mohou stanovit odlišná pravidla pro zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby.
4. Pokud byl výrobek na trhu po dobu kratší než 30 dnů, členské státy mohou rovněž stanovit kratší období, než je období uvedené v odstavci 2.
5. Členské státy mohou stanovit, že v případech, kdy se sleva z ceny postupně zvyšuje, rozumí se předchozí cenou cena bez slevy z ceny před jejím prvním uplatněním;

1.1. Význam „oznámení o slevě z ceny“

Článek 6a se vztahuje na propagační prohlášení prodávajícího o snížení ceny, kterou za zboží účtuje. Slevu z ceny lze oznámit například:

- v procentech (%), např. „20 % sleva“, nebo jako konkrétní částku, např. „Sleva 10 EUR“,
- uvedením nové (nižší) ceny spolu s uvedením dříve uplatňované (vyšší) ceny. Předchozí cenu lze uvést v přeškrtnuté podobě, např. „Nyní 50 EUR, dříve 100 EUR“ nebo „50 EUR * ~~100 EUR~~“,
- jakoukoli jinou propagační technikou, jako je „nakupujte dnes bez DPH“, která spotřebiteli říká, že snížení ceny se rovná hodnotě DPH (neznamená to, že by se DPH neodváděla),
- prezentováním aktuální ceny jako „zaváděcí“ nebo podobnými pojmy a označením vyšší ceny jako budoucí běžné ceny.

Článek 6a se vztahuje na oznámení o slevě z ceny, a to jak v případě, že se týkají konkrétního zboží v nabídce prodávajícího, tak v případě, že jsou učiněna prostřednictvím obecného oznámení o slevě z ceny (viz oddíl 2.2 a 3).

Článek 6a se nezabývá **kolísáním a snižováním cen**, které nezahrnují oznámení o slevě z ceny, a **žádným způsobem je neomezuje**. Článek 6a se skutečně zaměřuje na „oznámení“ o slevě z ceny. Nevztahuje se proto na dlouhodobá ujednání, která spotřebitelům umožňují systematicky využívat snížené ceny a konkrétní individuální slevy (viz oddíl 2.3 o věrnostních programech a přízpusobných slevách).

Článek 6a se použije bez ohledu na to, zda oznámení o snížení ceny uvádí měřitelnou slevu z ceny. Článek 6a se **vztahuje rovněž** například na oznámení jako „sleva“, „speciální nabídka“ nebo „nabídka Black Friday“, která **vytvářejí dojem snížení ceny**, a u zboží dotčeného oznámením musí být uvedena „předchozí“ cena (viz oddíl 2.2 o obecných oznámeních o slevě z ceny).

Naproti tomu článek 6a se nevztahuje na **obecná marketingová tvrzení, která propagují nabídku prodávajícího tím, že ji porovnávají s nabídkami jiných prodejců, aniž vyvolávají nebo vytvářejí dojem slevy z ceny**, například „nejlepší/nejnižší ceny“. Taková prohlášení však nadále podléhají směrnici o nekalých obchodních praktikách (viz oddíl 3 o vztahu mezi směrnici o označování cen a směrnici o nekalých obchodních praktikách).

Článek 6a se **nevztahuje ani na jiné techniky propagace cenových výhod**, které nejsou slevou z ceny, jako je srovnání cen a vázané (podmíněné) nabídky. Tyto další techniky propagace cenové výhody nadále podléhají směrnici o nekalých obchodních praktikách (viz oddíl 3).

Pokud jde o pojem „cena“, článek 6a se vztahuje na „prodejní cenu“ definovanou v čl. 2 písm. a) směrnice o označování cen (7). Směrnice o označování cen také vyžaduje uvedení „jednotkové ceny“ podle čl. 2 písm. b) (8). U volně loženého zboží (např. textilie, stavební materiály, potraviny) (9), kde prodejní cenu nelze určit, dokud spotřebitel neuvede, kolik zboží požaduje, musí být podle čl. 3 odst. 3 směrnice o označování cen „označena pouze jednotková cena“. Článek 6a se vztahuje také na oznámení o slevě z ceny, pokud se oznámení o slevě z ceny zboží týká jednotkové ceny (10). V těchto případech se na údaj o „předchozí“ jednotkové ceně vztahuje článek 6a.

Směrnice o označování cen se vztahuje na „výrobky“, **kteří je třeba v kontextu této směrnice vykládat jako „zboží“**. „Zboží“ je v jiných ustanoveních unijního spotřebitelského práva (11) definováno jako movité zboží. Směrnice o označování cen, včetně článku 6a, se proto nevztahuje na služby (12) (včetně digitálních služeb) ani na digitální obsah.

Článek 6a směrnice o označování cen se vztahuje na oznámení o slevě z ceny ve **všech distribučních kanálech** (např. kamenné obchody, online).

1.2. Dotčení obchodníci

Směrnice o označování cen se vztahuje na obchodníka, který je definován v čl. 2 písm. d) jako „fyzická nebo právnická osoba, která prodává nebo nabízí k prodeji výrobky spadající do její obchodní nebo pracovní činnosti“. Nový článek 6a se proto **vztahuje na obchodníka, který je stranou smlouvy se spotřebitelem**, tj. na prodejce zboží, včetně prodejců využívajících zprostředkovatele, zejména online tržiště.

Naproti tomu článek 6a se **nevztahuje na zprostředkovatele**, kteří obchodníkům poskytují pouze prostředky k prodeji jejich produktů (13), například online tržiště, nebo kteří pouze agregují a zobrazují informace o cenách poskytovaných jinými prodejci (platformy pro srovnávání cen). Na tyto zprostředkovatele se nadále vztahují obecná pravidla o odpovědnosti za zprostředkování a povinnostech profesionální péče. Na zprostředkovatele se však pravidla směrnice o označování cen vztahují, je-li skutečným prodejcem zboží nebo prodává-li jménem jiného obchodníka.

Ze stejného důvodu se článek 6a nevztahuje na oznámení o „vrácení peněz“, kdy třetí strany, které nejsou prodejci zboží, jako jsou výrobci/distributoři, spotřebitelům, kteří si zakoupili předmětné zboží, na základě individuální žádosti spotřebitele a během určitého období slibují vrátit část zaplacené ceny. Na takové postupy „vrácení peněz“ se nadále vztahuje směrnice o nekalých obchodních praktikách a nesmí být používány k obcházení požadavků směrnice o označování cen pro oznámení o slevě z ceny.

(7) „[P]rodejní cenou [se] rozumí konečná cena za jednotku nebo za dané množství výrobku, která zahrnuje DPH a všechny ostatní daně,“ čl. 2 písm. a) směrnice o označování cen.

(8) „[J]ednotkovou cenou [se] rozumí konečná cena včetně DPH a všech ostatních daní za jeden kilogram, jeden litr, jeden metr, jeden metr čtvereční nebo jeden krychlový metr výrobku nebo za jinou jednu jednotku množství obecně a běžně užívanou v daném členském státě při prodeji konkrétních výrobků“, čl. 2 písm. b) směrnice o označování cen.

(9) „[V]ýrobky volně loženými [se] rozumějí výrobky, které nejsou v hotovém balení a které se měří v přítomnosti spotřebitele“, čl. 2 písm. c) směrnice o označování cen.

(10) Viz 7. bod odůvodnění směrnice o označování cen.

(11) Podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES (Úř. věst. L 304, 22.11.2011, s. 64), ve znění směrnice (EU) 2019/2161, je zboží definováno jako „a) veškeré hmotné movité předměty; voda, plyn a elektřina se považují za zboží ve smyslu této směrnice, jsou-li prodávány v omezeném objemu nebo v určitém množství; b) veškeré hmotné movité předměty, jež obsahují digitální obsah či digitální službu nebo jsou s digitálním obsahem či digitální službou propojeny, a to takovým způsobem, že by nepřítomnost digitálního obsahu či digitální služby bránila tomu, aby dané zboží plnilo své funkce (dále jen „zboží s digitálními prvky“)“.

(12) Viz sdělení Komise Radě a Evropskému parlamentu o provádění směrnice Evropského parlamentu a Rady 1998/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli, COM(2006) 325 final, s. 4.

(13) Podle směrnice 2011/83/EU o právech spotřebitelů musí být spotřebitelé o totožnosti skutečného obchodníka vždy informováni (další informace viz pokyny ke směrnici o právech spotřebitelů).

Článek 6a se vztahuje také na **obchodníky se sídlem mimo EU, kteří své prodeje zaměřují na spotřebitele z EU**, včetně obchodníků nabízejících zboží prostřednictvím platform. Použitelnost směrnice o označování cen na obchodníky ze zemí mimo EU je upravena nařízením Evropského parlamentu a Rady č. 864/2007 o právu rozhodném pro mimosmluvní závazkové vztahy (Řím II) ⁽¹⁴⁾. Toto nařízení se vztahuje na „mimosmluvní závazkové vztahy občanského a obchodního práva v případě kolize právních řádů“.

Ustanovení čl. 6 odst. 1 nařízení Řím II:

Rozhodným právem pro mimosmluvní závazky, které vznikají z jednání z nekalé soutěže, je právo země, ve které dochází nebo pravděpodobně dojde k narušení soutěžních vztahů nebo společných zájmů spotřebitelů.

Ustanovení čl. 6 odst. 4 nařízení Řím II:

Rozhodné právo určené podle tohoto článku nelze vyloučit dohodou podle článku 14.

Pokud jsou splněny podmínky čl. 6 odst. 1 nařízení Řím II, směrnice o označování cen se použije na případy protiprávního jednání, které poškozují kolektivní zájmy spotřebitelů v EU. Podle čl. 6 odst. 4 nařízení Řím II se od rozhodného práva nelze odchýlit dohodou o volbě práva.

Za prosazování těchto pravidel jsou odpovědné vnitrostátní orgány. V případě potřeby mohou využít svých vyšetřovacích a donucovacích pravomocí podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2394 o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele ⁽¹⁵⁾.

2. UVEDENÍ „PŘEDCHOZÍ“ CENY

2.1. Obecná pravidla

Ustanovení čl. 6a odst. 1 požaduje, aby obchodník, který oznámí slevu z ceny, uvedl „předchozí“ cenu. Ustanovení čl. 6a odst. 2 „předchozí cenu“ definuje jako nejnižší cenu, kterou daný obchodník uplatňoval během období ne kratšího než 30 dnů před uplatněním slevy z ceny.

Ustanovení čl. 6a odst. 3 až 5 dávají členským státům možnosti regulace, které jim umožňují odchýlit se od tohoto obecného pravidla v případě zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby, zboží, které je na trhu méně než 30 dnů, a zboží, u kterého se sleva z ceny postupně zvyšuje (viz oddíl 4).

S výjimkou zboží, na které se vztahují možnosti regulace uvedené v čl. 6a odst. 3 až 5, **členské státy nesmí** pro stanovení „předchozí“ ceny **stanovit kratší dobu než 30 dní**. Účelem tohoto alespoň třicetidenního referenčního období je zabránit obchodníkům, aby žonglovali s cenami a uváděli falešné slevy z ceny, například tím, že krátkodobě navýší cenu, aby ji následně snížili a uváděli to jako (výraznou) slevu z ceny, čímž by uvedli spotřebitele v omyl. Třicetidenní lhůta pro stanovení referenční „předchozí“ ceny tedy zajišťuje, že referenční cena je cenou skutečnou, a nikoli jen marketingovým nástrojem, který má zajistit, aby sleva z ceny působila atraktivně.

Ustanovení čl. 6a odst. 2 **nebrání obchodníkům** v tom, aby jako „předchozí“ cenu uvedli nejnižší cenu uplatňovanou po dobu delší než 30 dnů (například jako součást marketingové strategie). V rozporu s požadavky článku 6a to nebude, pokud je uvedená „předchozí“ cena skutečně nižší než nejnižší cena za 30 dní bezprostředně předcházejících oznámení o slevě z ceny.

Naproti tomu v případě vnitrostátních právních předpisů, které by **vyžadovaly** ke stanovení „předchozí“ ceny **dobu delší než 30 dní**, by bylo třeba posoudit, zda je to v souladu s právem Unie. Podle článku 10 směrnice o označování cen musí být jakákoli vnitrostátní pravidla, která jdou nad rámec požadavků této směrnice, příznivější z hlediska informovanosti spotřebitelů a porovnání cen, aniž jsou dotčeny povinnosti členských států podle Smlouvy o fungování EU ⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 864/2007 ze dne 11. července 2007 o právu rozhodném pro mimosmluvní závazkové vztahy (Řím II) (Úř. věst. L 199, 31.7.2007, s. 40).

⁽¹⁵⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2394 ze dne 12. prosince 2017 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování právních předpisů na ochranu zájmů spotřebitelů a o zrušení nařízení (ES) č. 2006/2004 (Úř. věst. L 345, 27.12.2017, s. 1).

⁽¹⁶⁾ Viz konkrétně články 34 a 36 Smlouvy o fungování Evropské unie.

Pro zajištění souladu s článkem 6a musí obchodník oznamující slevu z ceny identifikovat nejnižší cenu, kterou účtoval za příslušné zboží nebo zboží po dobu nejméně posledních 30 dnů před uplatněním slevy z ceny. Tato **nejnižší cena zahrnuje jakoukoli předchozí cenu „po slevě“ během tohoto období**. Nezhlednění cen uplatňovaných během předchozích propagačních období 30 dnů před oznámením o snížení ceny bude v rozporu s článkem 6a směrnice o označování cen.

Stejně pravidlo platí v případě, že obchodník nejprve představí slevu z ceny **odkazem na nadcházející zvýšenou cenu**, poté zvýšenou cenu uplatní po dobu kratší než 30 dní a poté oznámí slevu z ceny. Bez ohledu na to, jak byla sleva z ceny prezentována, předchozí cena pro následnou slevu z ceny musí být stále nejnižší cenou za posledních 30 dní, tj. v tomto případě počáteční cena (viz také oddíl 4.2 o „novinkách“).

V souladu s tím **musí být sleva z ceny prezentována s použitím uvedené „předchozí“ ceny jako ceny referenční**, tj. jakákoliv uvedená **procentuální sleva z ceny musí být založena na „předchozí“ ceně stanovené v souladu s článkem 6a**:

— Pokud je například oznámení o slevě z ceny „50 % sleva“ a nejnižší cena za předchozích 30 dní byla 100 EUR, bude prodejce muset prezentovat jako „předchozí“ cenu 100 EUR, ze kterých se vypočítá 50 % snížení, nehledě na to, že poslední prodejní cena zboží byla 160 EUR.

Článek 6a zároveň nebrání prodávajícímu **uvádět** při oznámení slevy z ceny **jiné referenční ceny** za předpokladu, že jsou takové dodatečné referenční ceny jasně vysvětleny, nezpůsobují záměnu a nesnižují pozornost spotřebitele při uvádění „předchozí“ ceny v souladu s článkem 6a.

— Například obchodník, který uplatňuje slevu z ceny častěji než jednou za 30 dní, může spotřebitele dodatečně informovat o svých dalších předchozích cenách takto: „20 % sleva od [počáteční datum] do [koncové datum]: 80 EUR místo 100 EUR, naše nejnižší cena za posledních 30 dní. Naše běžná cena mimo propagační období za posledních 30 (nebo 100 dní atd.) byla 120 EUR“.

Způsob, jakým jsou tyto jiné referenční ceny prezentovány a vypočítávány, obecně podléhá směrnici o nekalých obchodních praktikách. V tomto ohledu musí obchodníci vždy zajistit, aby spotřebiteli bylo jasné, co představují ostatní uvedené referenční ceny.

Článek 6a směrnice o označování cen nevyžaduje, aby obchodníci uváděli, **jak dlouho uvedenou „předchozí“ cenu uplatňovali**. Kromě toho nemá vliv na **trvání slevových kampaní**. Vyžaduje prostě, aby obchodníci na začátku každé slevy z ceny uvedli „předchozí“ cenu a uváděli ji po celé slevové období. Obchodníci mohou oznámit slevu z ceny zboží na delší časové období, a to i na více než 30 dní. Rovněž tam, kde sleva z ceny trvá déle než 30 dní bez přerušení, zůstává „předchozí“ cena nejnižší cenou uplatněnou alespoň 30 dní před slevou z ceny.

Spravedlnost v případě **příliš dlouhých období slev** z cen ve srovnání s časem, kdy je zboží prodáváno za „plnou“ cenu, je třeba posoudit podle směrnice o nekalých obchodních praktikách (viz také oddíl 3 o vzájemném vztahu se směrnicí o nekalých obchodních praktikách).

Pokud obchodník prodává zboží prostřednictvím různých prodejních kanálů/prodejních míst (např. různých fyzických nebo internetových obchodů) za různé ceny a tyto různé prodejní kanály/prodejní místa jsou předmětem obecného oznámení o slevě z ceny, musí obchodník jako „předchozí“ cenu příslušného zboží v každém prodejním kanálu/prodejním místě uvést nejnižší cenu, kterou **v rámci příslušného prodejního kanálu/na prodejním místě** uplatňoval po dobu nejméně 30 posledních dnů.

Klamavá oznámení o slevě z ceny, která vytvářejí dojem, že se sleva vztahuje na všechny prodejní kanály/prodejní místa daného obchodníka, zatímco ve skutečnosti se sleva z ceny vztahuje pouze na některé prodejní kanály/prodejní místa, mají být posuzována podle směrnice o nekalých obchodních praktikách.

Článek 6a nebrání obchodníkům v **prodloužení slevové kampaně**, jsou-li spotřebitelé jasně informováni, že se jedná o prodloužení, nikoliv o novou slevovou kampaň, a celková prezentace kampaně u spotřebitele nevyvolává falešný dojem.

2.2. Uvedení „předchozí ceny“ v případě obecných oznámení o slevě z ceny

Článek 6a nebrání obchodníkům v obecném oznamování slevy z ceny, například:

— „dnes na všechno 20 % sleva“ nebo

— „tento týden 20 % sleva na všechny vánoční ozdoby“.

Pokud je sleva z ceny (jak je popsána v oddíle 1.1) oznámena obecným prohlášením, např. prostřednictvím fyzického banneru nebo online sdělení, „**předchozí**“ cena nemusí být uvedena na stejném nosiči jako samotné oznámení o slevě z ceny. „Předchozí“ cena jednotlivého zboží, na které se oznámení vztahuje, musí být uvedena **v místě prodeje**, tj. na cenovkách v obchodech nebo cenových sekcích v rozhraních online obchodů.

Obchodník může také oznámit slevy z cen obecně, přičemž **pro různé kategorie zboží poskytuje různé slevy**. V těchto případech musí obchodník jasně identifikovat kategorie dotčeného zboží a příslušnou slevu, například:

— „sleva 30 % na zboží s modrou tečkou a 40 % na zboží s červenou tečkou“.

Pokud jde o uvedení „předchozí“ ceny za jednotlivé zboží, na které se vztahuje obecné oznámení o slevě z ceny, je třeba rozlišovat dva případy:

- Příklad, ve kterém za posledních 30 dní **obchodník nezvýšil cenu** jednotlivého zboží, na které se vztahují obecná oznámení, a během tohoto období neorganizoval jiné (všeobecné) slevy. V daném případě bude „předchozí“ cenou pro účely článku 6a dříve použitá **prodejní cena zboží**, tj. cena již uvedená na cenovce nebo v cenové sekci rozhraní internetového obchodu. V důsledku toho obchodník nebude muset z důvodu použití článku 6a směrnice o označování cen měnit cenovky/online informace o dotčeném zboží.
- Pokud **obchodník zvýšil cenu** nebo za posledních 30 dní zorganizoval jiné (všeobecné) slevy z ceny, nebude prodejní cena na cenovce nebo online považována za „předchozí“ cenu, protože to nebude nejnižší cena za posledních 30 dnů, jak požaduje článek 6a. Obchodník proto bude muset příslušné cenovky nebo online označení ceny zboží, na které se obecné oznámení o slevě z ceny vztahuje, upravit, aby u tohoto zboží uvedl správnou „předchozí“ cenu.

Článek 6a směrnice o označování cen nebrání **skupinové reklamě** na slevy z ceny, kde centrální subjekty, jako jsou poskytovatelé franšizy, plánují a inzerují slevové kampaně jménem prodejců (maloobchodníků), kteří distribuují jejich produkty. Pokud takový ústřední subjekt jménem svých členů oznámí slevu z ceny, musí zajistit, aby zúčastnění maloobchodníci byli schopni splnit požadavky týkající se slevy z ceny, např. musí umožnit zúčastněným maloobchodníkům dodržovat pravidla pro uvádění „předchozí“ ceny. Každý zúčastněný maloobchodník zůstává i v tomto případě odpovědný za zajištění toho, aby příslušné zboží, které v rámci slevové kampaně prodává, mělo správně uvedenou „předchozí“ cenu.

Jak bylo vysvětleno výše, pokud zúčastněný maloobchodní prodejce držel své ceny během posledních 30 dnů před oznámením slevy z ceny stabilní, není úprava „předchozí“ ceny nutná, protože předchozí prodejní cena bude představovat „předchozí“ cenu ve smyslu článku 6a. Pokud by tomu tak u určitého zboží zahrnutého v obecné kampani nebylo, musí prodávající upravit „předchozí“ cenu příslušného zboží. To se týká i případů, kdy slevové kampaně zahájené příslušným prodejcem (maloobchodníkem) pro vlastní zboží následují do 30 dnů od kampaní zahájených ústředním subjektem. V takových případech musí při určování „předchozí“ ceny zohlednit příslušní jednotliví maloobchodníci sníženou cenu v předchozí kampani (kampaních).

2.3. Věrnostní programy a přizpůsobená sleva z ceny

Článek 6a směrnice o označování cen se nevztahuje na **věrnostní programy zákazníků prodávajícího**, jako jsou slevové karty nebo poukázky, které opravňují spotřebitele ke slevě z ceny u všech produktů prodávajícího nebo u určených produktových řad během dlouhých nepřetržitých období (např. šest měsíců, jeden rok) nebo které umožňují sbírání kreditů (bodů) na budoucí nákupy.

Článek 6a směrnice o označování cen se nevztahuje ani na **skutečně přizpůsobené slevy z ceny**, které nemají povahu „oznámení“ o slevě z ceny. Typickým příkladem takové slevy jsou slevy, které vyplývají z předchozích nákupů spotřebitele u dotyčného prodávajícího, například když spotřebitel při nákupu obdrží poukaz „20 % sleva“ platný pro další nákup do konce měsíce. Další příklady skutečně přizpůsobené slevy z ceny, které nespádají do působnosti článku 6a, jsou slevy poskytované při zvláštních příležitostech pro daného spotřebitele, například při přihlášení do věrnostního programu nebo u příležitosti svatby či narozenin spotřebitele, jakož i slevy z ceny uplatněné v době nákupu, které nebyly předem „oznámeny“.

Tyto věrnostní programy a přizpůsobené nabídky jsou nadále posuzovány podle směrnice o nekalých obchodních praktikách (viz oddíly 2.8.2 a 4.2.8 pokynů ke směrnici o nekalých obchodních praktikách) ⁽¹⁷⁾.

Naproti tomu článek 6a směrnice o označování cen se uplatní na ty slevy z ceny, které, ač prezentovány jako přizpůsobené, jsou spotřebitelům **ve skutečnosti nabízeny/oznamovány obecně**. K takové situaci může dojít, pokud obchodník poskytne „poukázky“ nebo slevové kódy potenciálně všem spotřebitelům, kteří během konkrétních období navštíví kamenný obchod nebo internetový obchod. Příkladem mohou být kampaně jako:

- „Dnes 20 % sleva při použití kódu XYZ“ nebo
- „Tento víkend 20 % sleva na vše pouze pro členy věrnostního programu“,

kde je kód/věrnostní program přístupný mnoha zákazníkům nebo jejich většině. V těchto případech musí obchodník splnit požadavky článku 6a, tj. zajistit, aby „předchozí“ cena za veškeré dotčené zboží byla jejich **nejnižší veřejně dostupnou cenou** za posledních 30 dnů (viz oddíl 2.1 o obecných oznámeních slev z ceny).

3. VZÁJEMNÝ VZTAH SE SMĚRNICÍ O NEKALÝCH OBCHODNÍCH PRAKTIKÁCH

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách ⁽¹⁸⁾ zakazuje v transakcích mezi podniky a spotřebiteli nekalé obchodní praktiky ⁽¹⁹⁾. Vztahuje se na všechny obchodní praktiky před, během a po uskutečnění transakce mezi spotřebitelem a podnikatelem. Ustanovení čl. 2 písm. d) směrnice o nekalých obchodních praktikách definuje obchodní praktiky jako „jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli“. Nekalé obchodní praktiky mohou být klamavé nebo agresivní (články 6 až 9) nebo mohou představovat porušení náležité profesionální péče (čl. 5 odst. 2), které pravděpodobně může narušit transakční rozhodnutí průměrného spotřebitele.

Ustanovení čl. 3 odst. 4 směrnice o nekalých obchodních praktikách stanoví, že „v případě rozporu mezi ustanoveními [směrnice o nekalých obchodních praktikách] a jinými pravidly Společenství, která upravují určité aspekty nekalých obchodních praktik, jsou tato jiná pravidla Společenství pro tyto určité aspekty rozhodná a použijí se“.

Pokud tedy článek 6a směrnice o označování cen zavádí specifický soubor pravidel týkajících se definice a uvádění „předchozí“ ceny při oznámení slevy z ceny, má přednost před směrnicí o nekalých obchodních praktikách, pokud jde o ty aspekty slevy z ceny, které se řídí zvláštními pravidly ⁽²⁰⁾.

V souladu s tím musí být správnost „předchozí“ ceny uvedené prodávajícím a odpovídajícího snížení ceny posouzena podle zvláštních požadavků článku 6a směrnice o označování cen. To však nevylučuje, aby vnitrostátní donucovací orgány směrnici o nekalých obchodních praktikách uplatňovaly také na praktiky obchodníků, které porušují článek 6a směrnice o označování cen, pokud **také** představují nekalé praktiky zakázané směrnicí o nekalých obchodních praktikách, zejména klamavá jednání v souvislosti s existencí konkrétní cenové výhody ve smyslu čl. 6 odst. 1 písm. d).

Kromě toho, jak je uvedeno v oddíle 1.2.5 pokynů ke směrnici o nekalých obchodních praktikách, směrnice o nekalých obchodních praktikách a zejména její čl. 6 odst. 1 písm. d) o klamavých tvrzeních o existenci cenové výhody se **uplatní i na další aspekty slevy z ceny**. Směrnice o nekalých obchodních praktikách by se mohla vztahovat na různé klamavé aspekty slev z ceny, například:

- nadměrně dlouhá období, během nichž sleva z ceny platí, ve srovnání s obdobím, během kterého je zboží prodáváno za plnou cenu,
- inzerce slevy jako například „až 70 % slevy“, když se cena sníží o 70 % pouze u některých položek a u ostatních se sníží o výrazně nižší procento.

⁽¹⁷⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en

⁽¹⁸⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách) (Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22).

⁽¹⁹⁾ Před změnou směrnice o označování cen provedenou směrnicí (EU) 2019/2161 Soudní dvůr Evropské unie ve věci C-421/12, Evropská komise v. Belgické království, ECLI:EU:C:2013:769, potvrdil, že členské státy nemohou na základě směrnice o nekalých obchodních praktikách a (původní) směrnice o označování cen přijmout více vnitrostátních požadavků na slevy z cen.

⁽²⁰⁾ Viz také rozsudek Soudního dvora ve věci Citroën, C-476/14, ECLI:EU:C:2016:527.

V tomto ohledu je třeba poznamenat, že kromě slevy z ceny může prodávající používat jiné druhy **postupů prezentujících cenové výhody**, jako například:

- srovnání s jinými cenami, např. s cenami jiných obchodníků ⁽²¹⁾ nebo výrobcem doporučenou maloobchodní cenou,
- kombinované nebo vázané podmíněné nabídky (např. „kupte jednu, získáte dvě“ nebo „30 % sleva při nákupu tří“).

Tyto propagační postupy nespádají do oblasti působnosti článku 6a směrnice o označování cen, ale nadále plně podléhají směrnici o nekalých obchodních praktikách.

Směrnice o nekalých obchodních praktikách se vztahuje také na veškerá oznámení slev z ceny nebo jiné druhy postupů prezentujících cenové výhody týkající se digitálního obsahu ⁽²²⁾ a všech druhů služeb, protože směrnice o označování cen se vztahuje pouze na movité zboží (viz oddíl 1.1).

Prodávající může také srovnání cen kombinovat s oznámením o slevě z ceny upraveným v článku 6a směrnice o označování cen. Jak je uvedeno v oddíle 2.8.2 pokynů ke směrnici o nekalých obchodních praktikách, prodejce prezentujících srovnání cen **musí věnovat maximální pozornost** tomu, aby průměrný spotřebitel cenové srovnání např. s doporučenou maloobchodní cenou nevnímal jako slevu z ceny. Pokud je v důsledku klamavé prezentace cenové srovnání průměrným spotřebitelem skutečně vnímáno jako sleva z ceny, může taková praktika představovat porušení směrnice o nekalých obchodních praktikách v důsledku nesprávného uvedení „předchozí“ ceny i článku 6a směrnice o označování cen.

4. MOŽNOSTI REGULACE

Ustanovení čl. 6a odst. 3 až 5 členským státům nabízí možnost se od obecného pravidla o slevě z ceny odchýlit v případě:

- zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby („zboží snadno podléhající zkáze“),
- zboží, které je na trhu po dobu kratší než 30 dní („nové zboží“), a
- postupného zvyšování slevy z ceny v rámci období 30 dnů.

4.1. Zboží snadno podléhající zkáze

Článek 6a

3. Členské státy mohou stanovit odlišná pravidla pro zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby.

Možnost stanovená v čl. 6a odst. 3 členským státům umožňuje stanovit odlišná pravidla pro zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby. Tato pravidla mohou dokonce zahrnovat **úplné vyjmutí daného zboží z působnosti článku 6a** nebo možnost prodávajícího uvést jako „předchozí“ cenu poslední cenu bezprostředně před uplatněním slevy z ceny.

Zboží, které „snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby“, je zbožím snadno podléhajícím zkáze, které může být nutné zlevňovat častěji, aby se rychleji prodalo s ohledem na blížící se datum spotřeby. Tento pojem je rovněž použit v čl. 16 odst. 1 písm. d) směrnice o právech spotřebitelů ⁽²³⁾, v němž se stanoví, že spotřebitelé nemají právo odstoupit od smlouvy uzavřené na dálku a mimo obchodní prostory, pokud jde o „dodání zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby“.

Směrnice o právech spotřebitelů „zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby“, nedefinuje. Soulad s objektivními kritérii „snadného podléhání zkáze“ nebo „krátké doby spotřeby“ je třeba posuzovat případ od případu. Příkladem zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby, jsou čerstvé potraviny a nápoje s krátkou dobou spotřeby. Tuto možnost, podle které se členské státy mohou odchýlit od obecného pravidla o slevě z ceny, nelze použít na zboží, které nepodléhá zkáze kvůli svému fyzickému složení a vlastnostem, ale pouze „zastará“ v obchodním smyslu, například v případě sezónního oblečení ⁽²⁴⁾.

⁽²¹⁾ Srovnání cen různých obchodníků spadá rovněž do působnosti směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě (Úř. věst. L 376, 27.12.2006, s. 21), která stanoví podmínky, za kterých je srovnávací reklama povolena.

⁽²²⁾ Definovaný jako „data, která jsou vytvořena a poskytována v digitální podobě“ v čl. 2 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb (Úř. věst. L 136, 22.5.2019, s. 1).

⁽²³⁾ Směrnice 2011/83/EU.

⁽²⁴⁾ Viz pokyny ke směrnici 2011/83/EU o právech spotřebitelů: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_en

Při výkladu tohoto pojmu podle směrnice o označování cen platí stejný přístup jako v rámci směrnice o právech spotřebitelů.

4.2. „Nové zboží“

Článek 6a

4. Pokud byl výrobek na trhu po dobu kratší než 30 dnů, členské státy mohou rovněž stanovit kratší období, než je období uvedené v odstavci 2.

Možnost stanovená v čl. 6a odst. 4 členskými státy umožňuje povolit oznámení o slevě z ceny také u zboží, které obchodník prodával před oznámením slevy z ceny po dobu kratší než 30 dní („nové zboží“). Tato možnost je formulována široce a odkazuje na „dobu kratší“ (než je výchozí lhůta nejméně 30 dní).

Na rozdíl od možnosti regulace týkající se zboží, které snadno podléhá zkáze nebo má krátkou dobu spotřeby, pro které mohou členské státy stanovit „odlišná pravidla“, včetně vynětí takového zboží z působnosti článku 6a, tato možnost regulace zmiňuje pouze „dobu kratší“. Nelze ji tedy vykládat tak, že zahrnuje také možnost úplného vynětí tohoto zboží z požadavku dodržovat pro stanovení „předchozí“ ceny referenční období.

Pokud se tedy členské státy rozhodnou tuto možnost odchýlit se od obecného pravidla použít, musí pro stanovení „předchozí“ ceny určit **konkrétní lhůtu**, nebo alternativně **obchodníkům umožnit, aby si lhůtu určili sami a uvedli ji spolu s odpovídající „předchozí“ cenou**. V tomto posledně uvedeném případě, kde konkrétní referenční období není vnitrostátními pravidly stanoveno, bude spravedlnost v případě oznámení o snížení cen dotyčného zboží i nadále posuzována případ od případu podle směrnice o nekalých obchodních praktikách.

Pojem „na trhu“ je třeba vykládat v kontextu obecného pravidla stanoveného v čl. 6a odst. 1 a 2, které se týká jednání konkrétního obchodníka oznamujícího slevu z ceny. „Trh“ v této souvislosti tedy odkazuje na prodej zboží daným obchodníkem, definovaný v čl. 2 písm. d) směrnice o označování cen.

Zboží by mělo být považováno za zboží, které již na „trhu“ bylo, v případě, že **prodávající** po určité době přerušení **obnoví nabídku stejného** zboží, např. poté, co zboží nebylo dočasně na skladě nebo v případě sezónního zboží, jako je zimní/letní oblečení. V takovém případě by se výjimka stanovená v čl. 6a odst. 4 neuplatnila, protože takové zboží by nebylo, přísně vzato, nové.

V těchto situacích si však obchodník může jako referenční období pro stanovení „předchozí“ ceny zvolit **delší časové období**, během kterého bylo zboží nabízeno k prodeji celkem nejméně 30 dní. Pokud tedy prodávající po určité době přerušení opět nabídne zboží k prodeji, může prodávající oznámit slevu z ceny, přičemž jako „předchozí“ cenu uvede nejnižší cenu uplatněnou v referenčním období před přerušením (například v minulém roce) za předpokladu, že:

— zboží bylo během tohoto referenčního období nabízeno k prodeji celkem nejméně po dobu 30 dnů a

— uvedená „předchozí“ cena je nejnižší cena za celé referenční období.

S výhradou požadavku na posouzení případ od případu může být po obchodníkovi požadováno, aby v souladu s článkem 7 směrnice o nekalých obchodních praktikách spotřebitele informoval v případě, že uvedená „předchozí“ cena je cena, která nebyla použita v období bezprostředně předcházejícím slevě z ceny, ale například v předchozí sezóně.

4.3. Postupné zvyšování slevy z ceny

Článek 6a

5. Členské státy mohou stanovit, že v případech, kdy se sleva z ceny postupně zvyšuje, rozumí se předchozí cenou cena bez slevy z ceny před jejím prvním uplatněním;

Možnost regulace stanovená v čl. 6a odst. 5 se uplatní, pokud je sleva z ceny během jedné prodejní kampaně postupně a **bez přerušení** zvyšována. V tomto případě je „předchozí“ cena nejnižší cenou platnou během 30 dnů před uplatněním prvního oznámení o slevě z ceny a „předchozí“ cenou zůstává pro všechna následující oznámení o slevě z ceny během dané prodejní kampaně.

- Například nejnižší cena zboží za posledních 30 dní před zahájením prodejní kampaně byla 100 EUR. Když prodejce oznámí první slevu z ceny (např. 10 % sleva), uvede jako svou „předchozí“ cenu 100 EUR a stejnou „předchozí“ cenu si pak může ponechat i při oznámení následujících 20 % a 30 % slev.

Jiná situace je v případě po sobě jdoucích prodejních kampaní během třicetidenního období (např. v případě akcí jako „20 % sleva každou neděli v prosinci“ nebo během po sobě jdoucích akcí „den nezadaných“, „Black Friday“, „Cyber Monday“ nebo vánočních prodejních kampaní v listopadu anebo prosinci). V souvislosti s takovými následnými prodejními kampaněmi, kde je cena v přerušovaných (krátkých) obdobích zvyšována, platí obecné pravidlo článku 6a a „předchozí“ cenou pro každé postupné zvýšení slevy z ceny je nejnižší cena nejméně za posledních 30 dnů, tj. včetně ceny snížené v rámci předchozích akcí.

Aby se zabránilo obcházení čl. 6a odst. 1 a 2, je třeba odstavec 5 vykládat restriktivně. Uplatní se tedy pouze tehdy, když se sleva z ceny zvyšuje postupně, bez přerušení a bez zvyšování uvedené „předchozí“ ceny po dobu nepřetržitého zvyšování slevy z ceny.
