

d Test

**Triky
obchodníků**

**Nabídky po
telefonu**

**Podomní
prodej**

**Neseriózní
e-shopy**

**Internetové
seznamky**



Kdo líčí pasti na seniory

Spotřebitelský problém?

Volejte poradnu dTestu 299 149 009!

Spotřebitelská poradna dTestu je tu pro vás každý všední den mezi 9. a 17. hodinou. Ročně vyřídíme desítky tisíc dotazů.

Můžeme vám poradit v následujících oblastech:

- **reklamace:** jak ji podat, abyste uspěli, nebo jak naložit se zamítnutou či nevyřízenou reklamací,
- **nákupy na internetu:** jak odstoupit od kupní smlouvy, co dělat s poškozenou zásilkou nebo jak čelit neoprávněným požadavkům prodejců,
- **telekomunikace:** co s nepřehledným vyúčtováním služeb, chybějícím pokrytím signálem nebo příliš pomalým internetem,
- **dovolená:** co si ohlídat ve smlouvě o zájezdu, jak řešit neodpovídající ubytování nebo následnou žádost o slevu z ceny zájezdu,
- **energetika:** jak bezpečně přejít k jinému dodavateli, co s příliš vysokými zálohami či nevracením přeplatků nebo jak čelit nekalým praktikám podomních obchodníků,
- **nákupy na neobvyklých místech:** jak se zbavit nevýhodných smluv uzavřených na předváděcích akcích či jinde mimo prostory obvyklé k podnikání.



Předplatitelé dTestu mohou využít přednostního servisu spotřebitelské poradny na telefonním čísle 272 272 273.



Pokud díky vašim podnětům odhalíme nějakou nekalost, informujeme širokou veřejnost a podnikáme náležité právní kroky, abychom ochránili další spotřebitele před podobnými problémy.

O dTestu



Již téměř 30 let jsme ve službách českých spotřebitelů. Za tu dobu jsme otestovali desetitisíce výrobků a každý měsíc vydáváme v časopise dTest a na webových stránkách www.dtest.cz nové nezávislé testy potravin, domácích spotřebičů, výrobků pro děti, elektroniky a dalších.

Provozujeme spotřebitelskou poradnu a službu pro smírné řešení sporů VašeStížnosti.cz, které každoročně pomohou vyřešit a zodpovědět desetitisíce problémů a dotazů.

Na stránkách www.dtest.cz přinášíme kromě testů také aktuální články se spotřebitelskou problematikou, upozorňujeme na různé nešvary a podvody a nabízíme řadu užitečných nástrojů, jež usnadňují spotřebitelům každodenní život.

Největší výhodou dTestu je jeho absolutní nezávislost, mimo jiné díky absenci jakýchkoliv příjmů z reklamy. Nezávislé testy a další služby pro spotřebitele hradíme z příjmů z předplatného a částečně z veřejných zdrojů.



Kdo líčí pastí na seniory

Podle právního stavu k 1. listopadu 2021.

Připravil redakční kolektiv.

Ilustrace Jiří Novák.

dTest, o.p.s. (IČ: 45770760)

se sídlem Černomořská 419/10,

101 00 Praha 10–Vršovice.

Grafická úprava a zlom: Akcent s.r.o.

Přetisk zapovězen.

© dTest, o.p.s., Praha

Už skoro deset let uplynulo od velkého odhalení šmejdu, tedy nepoctivých prodejců, jejichž revírem byly hlavně předváděcí prodejní akce. Medializace problému vedla naštěstí k velkému pokroku jak v osvětě zranitelných spotřebitelů, tak v legislativě je chránící. I statistiky České obchodní inspekce ukazují, že předváděcí akce ustoupily do pozadí, nicméně kreativita šmejdu bohužel nijak nezeslábla a nadále v naší spotřebitelské poradně zaznamenáváme jejich pokusy o obcházení zákona a šizení důvěřivých zákazníků.

To, že jsme od roku 2013 ušli velký kus cesty a že ty nejhorší praktiky, které jsme viděli v dokumentárním filmu Šmejdi, už zákon naštěstí neumožňuje, je skvělou zprávou. První záchrannou sítí bylo a je právo na odstoupení do 14 dní od smluv uzavřených takzvaně na dálku nebo mimo prostory obvyklé k podnikání. Právě druhý uvedený termín zahrnuje předváděcí akce a podomní prodej.

Nelze usínat na vavřínech a naivně usuzovat, že byli v České republice šmejdi vymýceni. Ze zpráv dozorových úřadů i z problémů, se kterými vám pomáháme, lze vyzozorovat, že s ústupem předváděcích akcí přišel rozmach především podomního a telefonického nabízení dodávek elektřiny či plynu a podvodných internetových obchodů.

Zákeřné jsou i služby internetových seznamek. Pokud už jejich používání nemůžete odolat, věnujte pozornost podmínkám prodlužování členství, protože když na něj zapomenete, budete se po pár měsících nad internetovým bankovníctvím značně divit.

Brožura, kterou právě držíte v ruce, vás provede mnohými pastmi a riziky, která v současné době číhají nejen seniory. Věříme, že vám bude užitečným pomocníkem.

Na co vše si dávat pozor



V řadě životních situací je „ne“ kouzelným slůvkem, které nás chrání před obrovskými problémy. Mnoha lidem se ale neříká snadno. S jakými nástrahami se starší lidé běžně setkávají? A proč je důležité umět odmítnout vnučovanou nabídku?

Současná situace spojená s pandemií nemoci covid-19 hraje do karet šmejďům. Ti zneužívají důvěřivosti seniorů a škála nástrojů, které k tomu používají, je široká: nabídky nejružnějšího předraženého či nefunkčního zboží po telefonu, předváděcí a pouliční prodej, neseriózní e-shopy či podomní nabízení smluv o dodávkách energií. Online seznamovací společnosti seniory pro změnu lákají, aby s jejich pomocí zahnali samotu.

Pochybné telefonické nabídky různorodého zboží či služeb

Stačí jeden telefonický hovor, souhlas se zasláním dárku v podobě mince, medaile, holítek či náhradních břitů, a dotyčného člověka čeká jejich pravidelný přísun. Cílem obchodníků není zákazníky obdarovat, ale udělat z nich stálé odběratele svého zboží. Vylákají z nich totiž souhlas, který si nahrávají. Časté jsou také nabídky různých služeb, třeba mobilních tarifů se zlevněnými telefony či tablety. Byť existuje obrana v podobě odstoupení od smlouvy, je lepší naučit se tyto nabídky rovnou odmítat.

Obchodníci seniorům aktuálně nabízejí i „zázračné“ potravinové doplňky, u nichž deklarují léčebné účinky proti koronaviru. Doplňky stravy jsou z hlediska právních předpisů potravinami, a proto jim nelze připisovat léčebné nebo preventivní účinky. Prodejci klamáním porušují zákon, protože se dopouštějí zakázané nekalé obchodní praktiky. Rozmohl se i prodej zboží proti koronaviru jako speciálních amuletů nebo nejružnějších přípravků. Ani zde nejsou žádné pozitivní účinky prokázány.

Apelujeme proto nejen na seniory, aby sledovali informace týkající se koronaviru z ověřených zdrojů. Těmi jsou například webové stránky ministerstva zdravotnictví, případně Státního zdravotního ústavu a dalších resortů.

Podomní prodej (zejména) energií

Podomní prodejci si ve způsobech nezadají s pořadatelem předváděcích akcí. Zneužívají nezkušenosti a důvěřivosti především



Seniorská hypotéka

Seniory také narážejí na nabídky v podobě reverzní či seniorské hypotéky. Její podstatou je poskytnutí jednorázové nebo pravidelné renty seniorovi, který naproti této výplatě zastaví svůj domov. Spolu se smlouvou o výplatě renty je uzavřena zástavní smlouva k nemovitosti. Senior tedy zůstává jejím vlastníkem a je povinen hradit všechny náklady spojené s jejím provozem a udržovat ji tak, aby se nesnižovala její hodnota. Výše výplaty se pohybuje mezi 10 až 50 % z ceny nemovitosti.

Poskytovatelé reverzních hypoték lákají na slova, že vám vyplatí peníze a vy nic nesplácíte. Ve skutečnosti se ale jedná o spotřebitelský úvěr. Senior sice úvěr průběžně nesplácí, ale naskakují mu sjednané úroky. Společnost inkasuje peníze až následně ze zajištěné nemovitosti poté, co daný člověk zemře nebo poruší smlouvu.

starších lidí. Často uvádějí lživé informace. Třeba se představují jako zástupci stávajícího dodavatele energií, distributora, Energetického regulačního úřadu či městského a obecního úřadu. Jinou záminkou k návštěvě je kontrola vyúčtování. Jakmile vyúčtování předložíte, spočítají vám úsporu, které dosáhnete, pokud s nimi uzavřete novou smlouvu. Naučte se tedy nezvané návštěvy razantně odmítat.

Dalším častým trikem je podstrčení smlouvy o dodávkách energií k podpisu, přičemž podomní prodejce listinu vydává za neškodné potvrzení o své návštěvě nebo o převzetí několika roušek. Smlouva se může vyklubat i z dokumentu prezentovaného jako nezávazná nabídka. Není tedy dobré cokoliv podomnímu prodejci podepisovat.

Zvláštní pozornost zasluží i podomní nabízení účasti v energetických aukcích. Jejich podstatou je podpis přihlášky do aukce, v níž má být vybrán nejvýhodnější dodavatel energií. Aukce se však často nekoná. Podomní prodejce za vás jakožto zprostředkovatel uzavře na základě plné moci smlouvu o dodávkách energií. A když se takové smlouvy chcete zbavit, klade vám do cesty jednu překážku za druhou.

Není e-shop jako e-shop

Senioři se také dostávají do sítí takzvaných zprostředkovatelských e-shopů s rouškami, respirátory a dalšími ochrannými pomůckami. Jejich webové stránky se tváří jako klasický e-shop, přesto tvrdí, že spotřebitel uzavírá smlouvu s třetím subjektem, nejčastěji prodejcem z Číny. Případné problémy odmítají v rozporu se zákonem řešit. Spotřebitel má právo na odstoupení od smlouvy, které může uplatnit přímo vůči e-shopu. Zkušenosti seniorů ale říkají, že je komunikace velmi složitá a zboží dorazí většinou s velkým zpožděním.

Velmi drahé seznamování

Na seznámení nezadaných v nejlepší věku láká hned několik online placených seznamek. Senioři si nejčastěji stěžují na automatické prodloužování členství, o kterém nebyli dostatečně informováni předem. I když může být samota skličující, další stržené peníze za nechtěné členství z ní nikoho nevysvobodí. Doporučujeme registraci do podobných seznamek vždy pečlivě zvážit.



Z naší poradny

Moje kamarádka z klubu seniorů mi tvrdí, že platby na internetu nejsou bezpečné. Chtěla jsem se zeptat, na co si mám dát pozor, pokud platím zboží v e-shopech kartou.

Linda S.

Vždy si zkontrolujte, že e-shop i webové stránka, na které zadáváte osobní a platební údaje, mají na začátku své internetové adresy „https“. Přenos informací v takovém případě totiž probíhá v šifrované podobě. Pokud zjistíte, že konkrétní e-shop nebo jiná služba nemá šifrovanou komunikaci, rozhodně zpozorněte. Bezpečnějším způsobem platby kartou je využití zabezpečení 3D-Secure, při kterém se obchodník pouze dozvídá, zda platba byla či nebyla provedena. Uživatel však nemá před zahájením platby možnost toto zabezpečení poznat a to, že jej obchodník proklamuje, nemusí nic znamenat. Některé banky zvyšují ochranu zasíláním autorizačních SMS nebo e-mailů s kódem, bez kterého není možné platbu provést.

Rozvoj marketingu cíleného na seniory

Není to tak dávno, kdy panovaly předsudky, že senioři jsou spořiví, vybírají si spíše levné zboží nižší kvality, nepodléhají trendům a pokud něco kupují, tak to, co důvěrně znají. Tedy především zboží denní spotřeby a zdravotnické výrobky. Senioři tak dlouhou dobu byli neatraktivním segmentem spotřebitelů.

Tento mýtus se pozvolna boří a marketéři si začínají uvědomovat, že senioři mohou být poměrně lukrativní skupinou zákazníků. A to nejen v kontextu nákupů nejrůznějších výrobků, ale i jako uživatelé služeb (například asistenčních). Jak vypadá marketingová komunikace cílená na seniory?

Zboží (ne)určené pro seniory

Cílem marketingové komunikace je učinit produkt přitažlivý pro danou cílovou skupinu. V tomto případě: seniorskou. V úvahu se proto musí brát fyziologické stárnutí, které je třeba zohledňovat při tvorbě marketingových strategií. Jedná se zejména o následující: dostatečně velké písmo na etiketách, kontrastní barvy, správné umístění (aby se senioři nemuseli ohýbat ani natahovat) či vyhýbání se cizojazyčným výrazům pro označení zboží.

Senioři mají specifické požadavky, které by výrobek měl splňovat. Současně se ovšem nechtějí vnímat jako izolovaná skupina a nechtějí mít dojem, že výrobek, který kupují, je primárně určen pro ně. Obzvláště v období mezi padesáti a šedesáti čtyřmi lety mají lidé problém vyrovnat se s obrazem seniora. V pozdějším věku začínají tento společenský sebeobraz přijímat, ovšem například v reklamě nechtějí být zobrazováni sami, ale ve společnosti mladších (obvykle) rodinných příslušníků, tedy dětí a vnoučat.

Prodejní situace se tedy pro skupinu starších lidí modeluje jako reklama vizuálně zpracovaná pro cílovou skupinu mladší o deset až patnáct let. Marketing cílený na seniory klade důraz spíše na hodnoty (zdraví, spokojenost, rodinu) než na vlastnosti výrobku.



Zřídka využívané výhody

Senioři jakožto spotřebitelé jsou méně důvěřiví, k novým produktům skeptičtější a nemají zrovna rádi riziko. Kladně tedy oceňují nabídky prodejců, jako jsou vzorky či možnost bezplatného vrácení výrobku. Nutno ovšem dodat, že tuto možnost senioři často berou jako jakousi psychickou podporu a ujištění se, že nákupem nic neriskují. Ve skutečnosti však od kupních smluv v možném termínu odstupují jen velmi zřídka a neradi.

Odolejte trikům obchodníků

Nejen senioři musejí mít vždy na paměti, že hlavním zájmem každého obchodníka je zisk. Získávání zákazníků se tak může někdy zvrhnout v neférovou hru. Na jaké nástroje z oblasti marketingu a reklamy je především radno dát si pozor?

Objem reklamy a obchodních nabídek všude kolem nás neustále roste. A nejen objem – i jejich úroveň se mění, ať už jde o cílenost, či podprahovost. Přestože je právní úprava mantinelů reklamy a působení na zákazníky na vysoké úrovni, v reálném světě nebývají všechna pravidla dodržována. Nejlepším způsobem, jak reklamě nepodlehnout a nenechat se jí ošálit, je seznámit se s nejčastějšími triky a mít je při nákupech v povědomí.

Architektura, která prodává

Zamysleli jste se někdy nad tím, jaký vliv na vaše nákupní rozhodování má jen organizace prodejny, rozmístění zboží a smyslové podněty, které na vás proudí ze všech stran? Nastavování těchto proměnných je už samostatnou disciplínou. Především v supermarketech si můžete všimnout, jak často se mění rozmístění různých oddělení. Zákazníci jsou tak cíleně mateni. Nejběžnější zboží denní potřeby se záměrně umísťuje na odlehlejší místa, k nimž musíte dojít kolem zbytečností, kterými se vás prodejna snaží zaujmout. V rámci jednoho druhu produktu se pak do výše očí dávají ty nejdražší, na kterých má prodávající největší marži; ty obyčejné či lacinější musíte většinou hledat při zemi. Při čekání ve frontě u pokladny vás zase dráždí sladkosti.

Nezanedbatelný vliv na vaše rozhodování má ale třeba i hudba či osvětlení v provozovně. Některá nákupní centra dokonce používají aromatické látky, které ve svých prostorech vypouštějí do vzduchu s cílem navodit zákazníkům náladu pro utrácení.

Sleva není zadarmo

Proti ziskuchtivým prodejcům samozřejmě stojí zákazníci, kteří chtějí nakoupit co nejlevněji a co nejlepšího zboží. Jelikož je cena pro valnou většinu spotřebitelů při nákupech stále hlavním vodítkem, nalézají právě kolem ní podnikatelé mnoho manévrovacího prostoru k manipulaci. Slovíčko sleva často působí jako magická formule, která má potenciál stát se



Dostanete od nás dárek...

Pokud vám prodejce nabízí něco zadarmo, zpozorněte. Kromě jasně psychologické funkce, tedy že se vám snaží hlavně zalíbit a později využít vašeho pocitu vděku, mívá dárek často i faktické háčky. Pokud je vázán na nákup jiného zboží, dost možná to vypovídá o tom, že je jeho cena výrazně nadsazena a fakticky platíte za oba dva produkty. Pokud už je vám něco nabízeno zdarma, nesmí vás převzetí dárku stát ani žádné vedlejší výdaje, jen ty nutné na převzetí nebo komunikaci s dárce. Právě vysoké poštovné a jiné poplatky často kompenzují „bezplatnost“ dárku.

silným argumentem, proč se k nákupu produktu přiklonit nebo proč třeba jen vstoupit do prodejny, přestože tvrzení o její výši či vůbec existenci nemusí mít úplně pevné základy.

Oblíbeným trikem je nadhodnocování míry zlevnění zboží tím, že se počítá z přemrštěné základní ceny, a tudíž je z velké části, ne-li zcela, iluzorní. Než se necháte křiklavými procenty zlákat, porozhlédněte se raději u jiných obchodníků. Dost možná zjistíte, že se jedná o cenu relativně běžnou nebo jen lehce výhodnější, a haló efekt z vás opadne. Když už zboží ve slevě kupujete, přesvědčte se při placení, že byla cena snížena u všech položek, u kterých byla deklarována.

Kdo by to četl

Zlatým pravidlem (především při komunikaci s podomními či jinými podobně neústupnými prodejci) je nepodepisovat nic, co jste nečetli. A čím delší text před vámi leží, tím nižší je pravděpodobnost, že se vám bude chtít číst. Právě v dlouhých smlouvách o poskytování služeb, obchodních podmínkách a dodatcích smluv se proto nejlépe skrývají nepoctivá ujednání a kličky.

Vždy trvejte na tom, že si chcete smlouvu a podmínky v klidu prostudovat a rozhodnout se až posléze. Časově omezené nabídky „tady a teď, nebo nikdy“ nevěstí nic dobrého. Už jen reakce prodejce na tento naprosto pochopitelný požadavek vám leccos prozradí o tom, co (ne)hezkého se asi v dokumentech dočtete. Pokud při jejich studiu narazíte na nesrozumitelné či rozporuplné pasáže, raději od koupě ruce pryč.

Kromě smluvních ustanovení prodejci slovíčkaři i v samotných reklamách – pokud se vrátíme k cenám, nejtypičtější jsou nenápadné předložky „od“ či „až“. Ty, stejně jako pro spotřebitele nevýhodné podmínky, bývají často psány oblíbeným mravenčím písmem. Vrcholným trikem je uvádění výše ceny či různých vedlejších poplatků pohřbených v hloubi smlouvy pouze slovně – při zběžném přelétnutí očima nejste na poplatek upozornění číslicí vystupující z textu.

Familiérní nota

V posledních letech se rozmohla technika, kdy obchodníci zasílají potenciálním zákazníkům e-mailů působící dojmem, že je



Z naší poradny

Koupila jsem si sadu profesionálních žárovek v balení „3+1 zdarma“. Z obalu ani jiných informací nebylo zřejmé, která žárovka je ta „zdarma“. Po nějakém čase se jedna rozbila, a tudíž jsem ji šla reklamovat. Reklamace byla zamítnuta s tím, že se jedná právě o tu žárovku, která byla zdarma.

Markéta L.

Je pravdou, že záruka se vztahuje jen na zboží, které spotřebitel nabyl úplatně, tedy za které zaplatil. Časté jsou například akce „při koupi tří párů bot ten nejlevnější zdarma“, ale je nutné vždy nepochybně určit, které zboží je tím darem. To se v tomto případě nestalo. U akcí typu „3+1 zdarma“, kdy není možné jednotlivé kusy od sebe odlišit, se jedná jen o množstevní slevu, nikoliv o tři kusy v plné ceně a jeden zdarma (každý kus je reprezentován poměrnou částí z kupní ceny – v tomto případě 25 procenty). Reklamovat je tedy možné každý kus zboží zvlášť. Pokud by navíc prodejce trval na svém názoru, dopustil by se klamavé obchodní praktiky a bylo by vhodné podat podnět České obchodní inspekci.

píšuou jejich blízcí. Jak lépe někomu vnutit zbytečný produkt či službu než tím, že dostane doporučení od své kamarádky nebo potomka? Proto vždy pečlivě kontrolujte, z jaké e-mailové adresy zpráva přišla, případně zdánlivého odesílatele konfrontujte. Zjištěné podvodné zprávy neváhejte hlásit dozorovým orgánům.

Do podobné kategorie spadají i takzvané imitace osobních dopisů, kdy vás prodávající kontaktují zprávami, které na první pohled nepůsobí jako reklama, nýbrž osobní přátelský dopis. Dejte si na ně pozor, zmást mohou především zvláště zranitelné spotřebitele, nejen seniory.

Ať už vám ale přijde jakákoliv nevyžádaná pošta, neváhejte se obrátit na odesílatele s požadavkem, že si přejete být vymazáni z jeho databáze a dále nekontaktováni. To platí jak pro poštovní, tak i elektronickou komunikaci.

Neznalost zákona

Bohužel se stále najdou i obchodníci, kteří špatně vykládají ustanovení o spotřebitelských smlouvách – ať už z vlastní neznalosti, nebo záměrně. Například si vymýšlejí nejrůznější zákonné výjimky, pod které daná transakce údajně spadá, a tudíž nemáte mít určitá práva, na která jste obvykle zvyklí.

Tak třeba tvrzení, že zboží zakoupené ve slevě nelze reklamovat nebo v případě internetových obchodů do 14 dnů vrátit, zpravidla nejsou založena na žádném existujícím právním předpisu, ledaže byste třeba chtěli reklamovat vadu, pro kterou byla cena snížena.

Při reklamaci také někteří prodejci rádi vyvolávají dojem, že jste jim vydáni na milost a že tedy rozhodnou, jaké řešení a za jak dlouho vám mohou nabídnout. Pozor, reklamovat máte vždy s jasným rozhodnutím, jak si problém přejete vyřešit, a k vyřízení reklamace zákon jasně stanovuje 30denní lhůtu. Prodavač může zkoušet argumentovat interními předpisy, tedy jakousi individuální firemní praxí – ta však nikoho mimo danou společnost nezavazuje a nemůže vás krátit na právech stanovených právními předpisy.



Podívat, ale nesahat

Dobrym receptem na nákup, kterého budete doma litovat, je pořízení zboží, se kterým jste neměli šanci pořádně se seznámit. Tak se dobře skrývají případné nedostatky. Existují produkty, hlavně ty, které pořizujete jednou za čas a mají vám sloužit delší dobu, s nimiž je radno se pořádně seznámit, než do nich investujete. Pokud vám na prodejně odmítají různé funkce produktu předvést, ba i třeba ho jen vyjmout z obalu, je důležité se zamyslet, proč tomu tak je. Na to vše totiž máte právo.

Snad ještě ošemetnější je tento problém u nákupů přes internet, kdy mohou být fotografie zboží zveřejněné na webových stránkách internetového obchodu velmi zavádějící. V těchto případech takzvaných distančních smluv je však alespoň možné zklamání vyřešit relativně snadněji odstoupením od smlouvy do 14 dnů.

Neříkejte své „ano“ lehkovážně

Řeč sice nebude o žádosti o ruku, ale i ve spotřebitelských vztazích je třeba dobře si rozmyslet, s kým vstoupíte do svazku smluvního. Již mnoho let se můžete setkávat s nejrůznějšími telefonickými nabídkami a každé vaše neuvážené „ano“ může znamenat závazné přijetí smlouvy. Zakořeněné přesvědčení, že co není na papíře, nikoho nezavazuje, je omyl, který může vaši peněženku hodně bolet.

Nepodceňujte značná rizika

Uzavírání smlouvy po telefonu s sebou nese mnohá rizika. Předně má v drtivé většině případů záznam hovoru pouze druhá strana; tedy podnikatel, který vám nabízí své zboží či služby. Obsahem smlouvy je vše, co jste odsouhlasili v průběhu hovoru. Pokud nemáte, jak si ověřit, co při hovoru zaznělo, budete velmi obtížně prokazovat svá tvrzení.

V praxi se lze dokonce setkat s případy, kdy si podnikatel telefonický hovor účelově sestříhá podle své potřeby a původně nevinná konverzace se změní v účinnou zbraň proti spotřebiteli. To jsou ovšem již extrémní případy. Většinou si spotřebitelé komplikují život sami tím, že v rámci telefonického hovoru kývnou na nabídku, která na první pohled vypadá lákavě. Poté si ale zjistí více informací, popřemýšlejí a své rozhodnutí změní. Problém nastává ve chvíli, kdy spotřebitel zůstane pasivní. Od uzavření smlouvy totiž počíná běžet neúprosná lhůta pro odstoupení, jejíž promeškání se nevyplácí. Je dobré vědět, že u různého typu smluv se může začátek běhu lhůty pro odstoupení od smlouvy lišit. Například při sjednání kupní smlouvy začíná lhůta běžet až od převzetí zboží.

Jak na vyvázání se z nechtěné smlouvy

Odstoupení od smlouvy nikdy neoznamujte podnikateli telefonicky. Pokud si hovor sami nenahrajete, později už neprokážete, že k odstoupení od smlouvy z vaší strany skutečně došlo. Voláte-li zpět na nepřijatý hovor nebo proto, že chcete smlouvu zrušit, dávejte si pozor také na různě zpoplatněné linky. Kromě nechtěného závazku vás může čekat i tučné vyúčtování za telefon.

Promeškání lhůty pro odstoupení od smlouvy pro vás může mít dalekosáhlé důsledky. Pokud si objednáte setrvačný prodej



Ptejme se předem

Když se chystáte nakupovat, těžko vás napadne, že by se hodilo před nákupem nastudovat psychologii, marketing či právo. Jenže obchodníci poznatky z těchto oborů mají a mnohdy je chytrě využívají. Chcete s nimi držet krok? Nejčastější pasti jsme zachytili v sérii článků, které čerpají ze skutečných příběhů z naší poradny. Navštivte www.dtest.cz/ptejme-se.

Často si neuvědomujeme, že se při nakupování zboží či sjednávání smluv o poskytnutí různých služeb můžeme setkat s mnoha triky ze strany obchodníků. Někdy je využívají způsobem, který je v mezích slušného fungování v tržní společnosti, mnohdy ale v míře, která tuto pomyslnou hranici překračuje a může poškodit naše zájmy. Ve smluvním vztahu s obchodníkem jsme jakožto nakupující obvykle tou slabší stranou, a proto je namístě se včas posílit užitečnými informacemi. Nejčastěji totiž chybujeme právě tím, že se neptáme na vlastnosti nakupovaného zboží či služby předem.

pamětních mincí, bude vám schránku v pravidelných měsíčních intervalech zaplavovat nepotřebné zboží, které už nepůjde vrátit. Jestliže odsouhlasíte změnu dodavatele energií či operátora, může vás navíc kromě nevýhodné smlouvy postihnout i sankční poplatek za předčasné zrušení vaší stávající smlouvy.

Smlouva nemusí být jen na papíře

Mezi spotřebiteli stále panuje jakési všeobecné přesvědčení o tom, že co není na papíře, nikoho nezavazuje. Písemné vyhotovení smlouvy ale nemá na platnost ústního ujednání žádný vliv. Podnikatel navíc nemá podle zákona povinnost poskytovat spotřebiteli smlouvu v písemné formě. Jednu z mála výjimek představují smlouvy o elektronických komunikacích, u nichž zákon výslovně stanoví, že poskytovatel služeb musí ihned po uzavření smlouvy dodat spotřebiteli veškeré informace o jejím obsahu v elektronické nebo listinné podobě. Čtrnáctidenní lhůta pro odstoupení od smlouvy pak počíná běžet až od chvíle, kdy jsou spotřebiteli příslušné informace k dispozici.

Již nějakou dobu se v této souvislosti hovoří o zásadní změně. Pokud by se jí podařilo prosadit, musel by obchodník každou nabídku učiněnou telefonicky předložit spotřebiteli také na trvalém nosiči. Smlouva by pak byla uzavřená až v okamžiku, kdy ji spotřebitel písemně potvrdí. Na to si však budeme muset ještě nějakou chvíli počkat.

A na závěr jedno varování pro kupující, kteří, viděno očima zákona, nejsou v postavení spotřebitelů. Může se jednat o případy koupě mezi dvěma občany nebo obchodní smlouvy mezi podnikateli. Kupující ne-spotřebitel, který řekne do telefonu „ano“, od smlouvy bez dobrého důvodu vůbec neodstoupí.



Z naší poradny

V poslední době mě stále obtěžují společnosti, které mi volají a nabízejí mi zboží přes telefon. Jelikož chci mít klid, většinou řeknu „ano“ a dále to už neřeším. Nedávno mě však kolega v práci upozornil, že i přes telefon lze uzavřít smlouvu. Je to pravda?

Arnošt L.

Opravdu lze smlouvu přes telefon uzavřít. Každé vaše „ano“ či jiný souhlasný projev v průběhu hovoru může znamenat závazné přijetí smlouvy. Jejím obsahem je pak vše, co jste odsouhlasil v průběhu hovoru. Zákon umožňuje od smlouvy uzavřené tímto způsobem odstoupit, a to do 14 dní od převzetí zboží. V případě smlouvy na poskytování služeb můžete odstoupit do 14 dnů ode dne jejího uzavření.

Pozor na hovory s dodavateli energií

Přistoupit na uzavření smlouvy o dodávkách elektřiny či plynu lze i ústně, čehož hojně využívají někteří dodavatelé. Někdy však dochází k tomu, že spotřebitel ani neví, že souhlasil s novou smlouvou, případně dodatkem k ní slůvkem „ano“, jímž reagoval na otázku dodavatele. Jak se v takovém případě bránit?

Vše může začít zcela nevině. Dodavatel vám zavolá s tím, že ho zajímá, zda jste spokojeni s obdrženým vyúčtováním spotřebovaných energií. Odpovíte, že ano. Poté následuje otázka ohledně spokojenosti s vaším stávajícím produktem. Telefonní operátor vám následně nabídne, že je k dispozici jiný produkt, který je pro vás vzhledem ke spotřebě výhodnější. Pokud budete s novým produktem souhlasit, změníte smlouvu. Ovšem o podmínkách této nové smlouvy v daném okamžiku nic nevíte.

Někteří dodavatelé si spotřebitele „pojistí“ tak, že po telefonátu vyšlou kurýra se smlouvou, který trvá na jejím podpisu s argumentací, že již přece spotřebitel se smlouvou telefonicky souhlasil a podpis je pouhou formalitou.

Jak se takové smlouvy zbavit, jestliže zjistíte, že jste se unáhli? Jak pro smlouvu sjednanou po telefonu, tak podepsanou kurýrovi platí, že od ní lze odstoupit ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření. Přičemž tato lhůta se prodlužuje o dobu, po kterou nebyl spotřebitel o právu na odstoupení poučen, maximálně o jeden rok. Nestihnete-li včas od smlouvy odstoupit, můžete ji ještě vypovědět ve lhůtě 15 dní od zahájení dodávek, jestliže jste smlouvu uzavřeli s novým dodavatelem energií.

Užitečné může být pořízení si nahrávky rozhovoru s dodavatelem. Řada lidí stále žije v přesvědčení, že hovory si nelze nahrávat. Ovšem pokud má nahrávka později sloužit jako důkaz o tom, že jste s ničím nesouhlasili, je to přípustné. Přiveze-li vám smlouvu kurýr, který trvá na podpisu, můžete argumentovat tím, že na vás byl vyvíjen nátlak, čímž se dodavatel dopustil užití zakázaných agresivních praktik.

Pomoci spotřebitelům má novela energetického zákona, převážně účinná od 1. ledna 2022. Ta posiluje jejich ochranu například tím, že co se týče smluv uzavíraných po telefonu, zavádí povinnost bezodkladně předložit zákazníkovi jejich písemné vyhotovení. Ovšem ani ta nejlepší právní úprava nepomůže, pokud se spotřebitelé nebudou svých práv dovolávat.



Stop telešmejdům

Český parlament na podzim 2021 schválil novelu zákona o elektronických komunikacích, která mimo jiné zavádí přísnější pravidla pro obtěžující marketingová volání. Již několik měsíců vedeme kampaň Stop telešmejdům, kterou podpořilo více než čtrnáct tisíc spotřebitelů. Dali tak zákonodárcům najevo, že chtějí, aby byla schválena nová pravidla pro telemarketing. V čem změna spočívá?

Stávající podoba zákona využívá takzvaný princip opt-out, to znamená, že telefonicky kontaktovat lze každou osobu, která v účastnickém seznamu nemá uvedeno, že si nepřeje být obtěžována. Ochranu soukromí před přímým telemarketingem zajistí princip opt-in, na který se nově přechází. Telefonicky půjde kontaktovat pouze osobu, která v účastnickém seznamu bude mít uvedeno, že si přeje být takto kontaktována.

V našich aktivitách budeme pokračovat i nadále, dokud se nepřesvědčíme, že vás nová pravidla dostatečně ochrání. Více se dozvíte na www.dtest.cz/stop-telesmejdem.

Když vás navštíví podomní prodejce

Jestliže jste podepsali dokument, o kterém vám podomní prodejce tvrdil, že pouze potvrzuje převzetí nabídky nebo jeho návštěvu u vás doma, mohli jste ve skutečnosti uzavřít smlouvu o dodávkách energií. Nebyli byste první ani poslední. O změně se pak můžete dozvědět až ze závěrečného vyúčtování. Jak se této situaci vyhnout a co dělat, pokud už jste za takových okolností smlouvu uzavřeli?

Podomní prodejci energií se často nerozpakují lhát o výhodnosti své nabídky, někdy se dokonce vydávají za zástupce distributora nebo pracovníka Energetického regulačního úřadu. Rozšířenou praktikou je i to, že vám předloží k podpisu dokument, který údajně pouze potvrzuje převzetí nabídky k uzavření nové smlouvy o dodávkách energií. Jindy může prodejce tvrdit, že potřebuje váš podpis pro zaměstnavatele jako potvrzení své návštěvy u vás doma. Z podpisu takového dokumentu se ovšem může vyklubat nová smlouva s jiným dodavatelem nebo dodatek k vaší stávající smlouvě.

V naší spotřebitelské poradně se pravidelně setkáváme s tím, že podomní prodejce podstrčí nic netušícím spotřebitelům k podpisu smlouvu o dodávkách energií. Základní rada zní: nic podomnímu prodejci nepodepisujte a v klidu si předložený dokument po odchodu prodejce prostudujte a případně se mu poté ozvěte. Kontakt na sebe mu raději nedávejte, aby vás neobtěžoval svými nabídkami.

A co když už přeci jen takto smlouvu či dodatek ke smlouvě podepíšete? Můžete od nich naštěstí odstoupit či je vypovědět. Musíte si ale včas uvědomit, k čemu došlo, a pohlídat si lhůty pro ukončení smlouvy. Že jste nevědomky souhlasili se změnou dodavatele, poznáte podle toho, že vám bude doručeno závěrečné vyúčtování od vašeho původního dodavatele, případně i uvítací dokumentace a rozpis záloh od nového dodavatele. Lhůta pro odstoupení od smlouvy činí 14 dnů od jejího podpisu. Jedná-li se o změnu dodavatele, můžete navíc smlouvu vypovědět do 15 dnů od zahájení dodávek novým dodavatelem. Pokud již ovšem od něj elektřinu nebo plyn odeberete, budete za odebranou energii muset samozřejmě zaplatit.



Braňte se před podomními a pouličními prodejci, abyste nepřišli o peníze.

■ **Vyhňte se jim.** Nejjednodušší způsob, jak se s nimi vůbec nedostat do kontaktu.

■ **Nemluvte s nimi.** Nevidíte je, neslyšíte je, nenavazujete s nimi oční kontakt.

■ **Opakujte „ne“.** Je-li prodejce neodbytný a jde za vámi (na ulici, po chodbě), říkejte „ne“, „nemám zájem“ a hlavně se nezastavujte.

■ **Nebudte zvědaví.** Nejčastějším důvodem, proč lidé naletí a nechávají se zvíkat, je zvědavost.

■ **Nedávejte na sebe kontakt.** Pokud jste se již dali do řeči s prodejcem a chce po vás kontakt, důsledně odmítněte. Na dlouhou dobu byste se ho nezbavili.

■ **Nic nepodepisujte.** Hlavní zásada, které se musíte zuby nehty držet.

Energošmejdi a novela zákona

V září 2021 český parlament definitivně schválil takzvanou protišmejdskou novelu energetického zákona, která se snaží vypořádat s nekalými a mnohdy i agresivními praktikami vykutálených obchodníků s energiemi, pro něž se vžilo označení energošmejdi. Setkání s nimi totiž může vést zejména seniory a další zvláště zranitelné spotřebitele k podepsání smlouvy o zprostředkování výběru nového dodavatele nebo přihlášky do výběrového řízení vedoucího k nevýhodné smlouvě o dodávkách energií, obsahující mnohdy vysoké smluvní pokuty. A co konkrétně tato novela přináší?

Jak už jsme uváděli na předchozích stranách, spotřebitelé jsou leckdy od podomních prodejců dotlačeni i k podpisu dokumentu prezentovaného jako pouhý doklad o návštěvě nebo sjednání služby hlídání cen energií. Zvláště seniři proto netuší, že tím udělili plnou moc ke změně dodavatele energií a že jim hrozí smluvní pokuta ve výši několika tisíc korun, jestliže budou chtít svůj závazek zrušit. Jako nejvyšší zatím evidujeme pokutu přes čtrnáct tisíc korun.

Podle schválené novely, která s výjimkou některých částí nabude účinnosti již 1. ledna 2022, bude možné energošmejdy více postihovat, jelikož právě zprostředkovatelé budou muset nově splňovat podmínky vzdělání, praxe i bezúhonnosti a získat licenci od Energetického regulačního úřadu. Zároveň se ruší pravomoc České obchodní inspekce, která dříve vykonávala dohled i nad zprostředkovateli v energetice, což bylo odůvodněno právě tím, že neměli licenci od Energetického regulačního úřadu, a tak nespádali pod jeho kontrolu. Tuto dvojkolejnost jsme vždy viděli jako problematickou, protože spotřebitele mátlá, obraceli se někdy o pomoc na nesprávný úřad a té se jim tak včas nedostalo.

Zásadní změnou je právě to, že spotřebitel bude nově moci bez sankce kdykoliv rozvázat svůj závazek se zprostředkovatelem, tedy vypovědět přihlášku do aukce či odvolat zprostředkovateli plnou moc. Rovněž půjde bez sankce vypovědět smlouvu o dodávce energií uzavřenou za spotřebitele zprostředkovatelem ve lhůtě do patnáctého dne po zahájení dodávek elektřiny nebo plynu.



O peníze vás může připravit nejen energošmejdi...

S různými úskalími se můžete setkat i u smluv, které uzavíráte na pobočce dodavatele energií. Například se necháte nalákat na výhodnost ceny za odebranou elektřinu a plyn. Ovšem tu tvoří vedle ceny za množství spotřebované energie i stálý měsíční plat, jehož výši byste si měli zkontrolovat. Ověřte si také, zda se nezavazujete k placení dalších služeb, které nemusíte vůbec využít, jelikož jsou drahé nebo neznáte jejich rozsah. Jedná se o různá pojistění nebo služby zámečnicka, opraváře, elektrikáře a podobně. Všímejte si smluvních pokut, které vám hrozí. Výhodnost ceny si můžete ověřit v některém z internetových srovnávačů cen energií.

Poznejte podvodný e-shop

Podvodnými e-shopy se to na internetu jen hemží. Jak je ale poznat a nepadnout do pastí? Spolehlivý detektor podvodných internetových obchodů zatím bohužel vynalezen nebyl. Existují ale indicie, které vám mohou napovědět, zda je ten, v němž nakupujete, skutečně seriózní. Které to jsou?

Pravidlo číslo jedna zní - nikdy nenakupujte v e-shopu, na jehož stránkách nejsou uvedeny identifikační údaje provozovatele. Takový obchodník tím porušuje zákon. Podle občanského zákoníku je totiž podnikatel při jednání se spotřebitelem, které směřuje k uzavření smlouvy, vždy povinen sdělit mu svou totožnost.

Jistě byste si žádné zboží nekoupili v temné uličce od člověka zahaleného tak, že mu ani nevidíte do obličeje. Přistupujte proto stejně i k online nakupování. Pokud nevíte, kdo zboží prodává, nic nekupujte. S e-shopy, které na webových stránkách neuvádějí informace o provozovateli, máme velmi špatné zkušenosti. Většinou neumožňují platit dobírkou, což rovněž nevěstí nic dobrého. Zákazník, který pošle platbu předem na účet, se často slibovaného výrobku vůbec nedočká a webová stránka za nějaký čas zmizí z povrchu zemského.

I v případě, že vám zboží doručí, může být chybějící identifikace prodejce problém. Pokud je výrobek vadný, budete se asi marně pít po tom, kde uplatnit reklamaci. Spoléhat pak můžete jen na ochotu prodejce komunikovat se zákazníky například prostřednictvím interaktivního formuláře nebo e-mailové adresy z webových stránek.

Další indicií, že se jedná o neseriózní obchod, může být strojově přeložený text nabídky. Pokud prodejce ani nepochází z České republiky, bude veškerá komunikace i případné vyřizování reklamací o to obtížnější. Pokud se obchodník v rámci své podnikatelské činnosti zaměřuje na české spotřebitele, bude se sice smlouva řídit českým právem, to ovšem nezaručuje snadnou vymahatelnost vašich práv.

Pokud se poohlížíte po značkovém zboží, pak buďte obzvláště obezřetní. Nízká cena nemusí vždy znamenat výhodnou slevu, může se také jednat o padělek.



Prodejce si vždy raději předem dobře prověřte. Prvním krokem by mělo být jeho dohledání v obchodním či živnostenském rejstříku. Je také dobré věnovat pozornost recenzím ostatních zákazníků, kteří již mají s tímto obchodníkem nějaké zkušenosti. Kromě toho můžete využít i naši bezplatnou službu pro ověřování důvěryhodnosti e-shopů na www.dtest.cz/eshopy, kde najdete mnoho užitečných informací.

Je to e-shop, nebo není?

V poslední době se v naší spotřebitelské poradně stále častěji setkáváme s e-shopy, které nabízejí velké množství levného zboží, často i s dopravou zdarma. To je na první pohled výhodné. Ovšem druhou stranou mince je dlouhá doba dodání v řádech několika týdnů. A kupující navíc většinou nevědí, že neuzavírají smlouvu s provozovatelem „e-shopu“, ale jeho prostřednictvím s jiným subjektem, velmi často se zahraničním dodavatelem ze země mimo Evropskou unii.

Webové stránky „zprostředkovatelského e-shopu“ se tváří jako standardní e-shop. Takže průměrný spotřebitel vůbec neočekává a není schopen rozpoznat, že kromě provozovatele e-shopu uzavírá další smlouvu se subjektem mimo Českou republiku, nejčastěji z Číny. Případně že provozovatele „zprostředkovatelského e-shopu“ pověřuje k uzavření smlouvy s takovým subjektem. Největším problémem spojeným s tímto způsobem podnikání je, že při něm dochází ke krácení práv českých spotřebitelů, například práva na odstoupení od smlouvy bez uvedení důvodu ve lhůtě čtrnácti dnů od převzetí zboží.

Jediným na první pohled zřejmým ukazatelem toho, že jde o něco neobvyklého, je poznámka o dostupnosti zboží ve stylu „skladem u dodavatele“, někdy s doplněním několikátýdenní doby dodání. Konkrétní informace o zprostředkování, případně zastoupení je uvedena pouze v obchodních podmínkách, což je podle našeho názoru nedostatečné a jedná se o takzvané překvapivé ujednání. To podle občanského zákoníku znamená, že je dané ujednání neúčinné, takže je vůči spotřebitelům zcela bezvýznamné. Z pohledu spotřebitele se v podstatě jedná o kupní smlouvu uzavřenou přímo s provozovatelem e-shopu, z čehož mu plynou veškerá související práva.

V České republice se nemůže stát, že spotřebitel nakoupí na webových stránkách, které vypadají jako tuzemský e-shop, a následně jsou mu odepřena důležitá práva, jež vyplývají z národní a unijní právní úpravy. Například odstoupit od smlouvy uzavřené přes internet může spotřebitel i před samotným dodáním zboží, což vyplývá z příslušných unijních předpisů.



Z naší poradny

Zaregistroval jsem se na webových stránkách, a využil tak možnosti vyzkoušet si prémiové členství, kdy bylo prezentováno na týden zdarma a poté za úhradu. Po měsíci mi přišel e-mail s tím, že mám zaplatit za členství. Já ale žádnou smlouvu nepodepsal, jen jsem se zaregistroval a myslím jsem si, že se prémiové členství samo zruší.

Lukáš V.

I pouhá registrace na webových stránkách je uzavřením smlouvy s poskytovatelem služeb. O tom, jaká je cena za poskytnutí služeb, vás musí poskytovatel dostatečně informovat. Jestliže při registraci bylo srozumitelně uvedeno, že danou službu budete muset po týdnu začít hradit, poskytovatel splnil svou informační povinnost a může po vás požadovat platbu. Jestliže již nemáte o členství zájem, ukončete čerpání služby podle podmínek sjednaných ve smlouvě.

Online seznámení? Raději ne

Nepoctivých obchodníků, kteří vydělávají na důvěřivosti tuzemských uživatelů internetu, neustále přibývá. Provozovatelé online seznamek cílí na všechny věkové kategorie, a proto je nutné mít se před nimi na pozoru.

Online seznamky lákají na měsíc na zkoušku zdarma nebo za sníženou cenu. Pokud po zkušebním období členství aktivně neukončíte, budete se divit, protože seznamka vám jej automaticky prodlouží. Aby mohlo dojít k automatickému prodloužení smlouvy, musíte být na tuto věc jasně a srozumitelně upozorněni ještě před závaznou registrací. Seznamky ale o prodloužení velmi často informují způsobem, který nesplňuje zákonné požadavky.

Spotřebitelé provozovatelům online seznamek sdělují údaje o svých platebních kartách v přesvědčení, že se jim z nich strhne jenom částka lehce převyšující jedno sto či dvě stě korun, avšak opak je pravdou. Jakmile má společnost údaje o platební kartě, může si načítovat poplatek za čtvrtletní či půlroční prodloužení v několikatisícové výši. Vymáhání částky zpátky je složité, stejně jako jakákoliv komunikace se seznamkami. Pouhé zablokování karty však nestačí, i když se může zdát, že pokud nejdou strhnout peníze, nemáte problém. Případnou smlouvu se společností je třeba včas před prodloužením ukončit, a to i v případě, kdy si myslíte, že podnikání seznamky je nelegální.

Ideální je samozřejmě platební údaje žádné takové společnosti nesdělovat, ale když už se vám něco takového stane, je nutné nebyť pasivní a jednat rychle. Nejspolehlivější je odstoupit od smlouvy do 14 dnů od registrace. Je to totiž zákonné právo každého spotřebitele, což zrušení smlouvy výrazně zjednodušuje.

S pozdější výpovědí to už je složitější, protože pravidla pro ni určují společnosti ve svých obchodních podmínkách. Řada požadavků seznamek ohledně výpovědi je vůči spotřebitelům nepřiměřená, takže se k nim ze zákona nepřihlíží, ale i tak dokážou ukončování členství v seznamce zkomplikovat. Někdy vám nezbude nic jiného, než se obrátit s žádostí o takzvaný chargeback na svou banku a domáhat se vrácení stržených peněz s její pomocí.



Chargeback neboli zpětná platba

Tento postup se dá použít v případě potíží při platbách na internetu jak v tuzemských e-shopech, tak i u obchodníků z jiných zemí Evropské unie i mimo ni. Pomůže v situacích, kdy nedostanete zaplacené zboží, bylo vám strženo více peněz, než mělo, nebo jste byli jinak podvedeni. Nástroj zpětné platby může být někdy jedinou možností, jak dostat své peníze zpět. Podmínkou je, že jste platbu na internetu provedli platební kartou.

Banky v Evropské unii obvykle nemají ze zákona povinnost tuto zpětnou platbu provádět. V určitých případech jsou k tomu ale svolné, a to na základě pravidel karetních asociací. V případě problému je třeba co nejdříve kontaktovat svou banku s žádostí o provedení zpětné platby. Žádost je vhodné podpořit relevantními dokumenty, například kopií komunikace s obchodníkem či potvrzením faktu, že se obchodník ocitl v úpadku.

Seniorská hypotéka. Vstupenka do ráje, nebo do pekla?

Seniorská neboli reverzní hypotéka cílí na osamělé starší lidi, kterým nestačí důchod k pokrytí životních nákladů a nákladů na bydlení. Optimističtější variantou je využití tohoto produktu ke zvýšení životního standardu v důchodu. Jak vzdálená je reklama od reality?

Podstatou konceptu reverzní hypotéky, která je tradičním finančním produktem například v USA a ve Velké Británii, je poskytnutí jednorázové nebo pravidelné renty seniorovi, který proti této výplatě zastaví svůj domov. Slovo domov je použito zcela záměrně, kdy úspěch tohoto konceptu staví právě na psychologickém aspektu, a tím je láska k domovu a neochota jej na stáří opustit. Společnosti uzavírají tuto smlouvu s lidmi staršími 60 let.

Spolu se smlouvou o výplatě renty je uzavřena zástavní smlouva k nemovitosti. Senior tedy zůstává vlastníkem nemovitosti a je povinen hradit všechny náklady spojené s jejím provozem a udržovat ji tak, aby se nesnižovala její hodnota. Na oplátku je mu vyplacena buď jednorázová částka, nebo je tato výplata rozložena do pravidelných plateb po určité omezené období (třeba po dobu 20 let), případně se jedná o kombinaci obou variant. Výše výplaty se pohybuje mezi 10 až 50 % z ceny nemovitosti, a to podle pravidla: čím je senior starší, tím vyšší výplata.

Senior je povinen nemovitost pojistit a toto pojištění platit. Dalšími náklady, které musí hradit, je poplatek za uzavření smlouvy ve výši až desítek tisíc korun, náklady na vklad zástavního práva do katastru nemovitostí a odhad nemovitosti. Poplatek za uzavření smlouvy nemusí senior uhradit ze svého, ale může o tuto částku navýšit úvěr, což ale v důsledku znamená zaplacení vyšší částky, která odpovídá sjednanému úroku.

Společnosti lákají na slova, že vám vyplatí peníze a vy nic nesplácíte. Opravdu? Reverzní hypotéka je spotřebitelský úvěr podléhající regulaci zákona o spotřebitelském úvěru. Senior sice úvěr průběžně nesplácí, ale naskakují mu sjednané úroky. Společnost inkasuje peníze až následně ze zajištěné nemovitosti poté, co daný člověk zemře nebo poruší některou ze smluvních povinností. Aktuálně lze u reverzní hypotéky získat úrok ve výši cca 9 % ročně ze zapůjčené částky a RPSN ve výši cca 10 %. Srovnáme-li si úrokové sazby na trhu, zjistíme, že může jít o předražený produkt.



Poradte se

Starší lidé, které můžeme označit za zranitelné spotřebitele, by měli svůj úmysl sjednat si reverzní hypotéku diskutovat v rámci rodiny, s blízkou osobou nebo s nezávislým odborníkem, aby si mohli uvědomit případnou rizikovitost tohoto produktu.

Varujeme před podepisováním čehokoliv na různých kurzech finanční gramotnosti, které jsou pořádány pro seniory.

VašeStížnosti.cz

Řešíte problém s prodejcem či dodavatelem služeb, ale nechcete jít až k soudu? Svěřte svůj problém internetové službě pro smírné řešení sporů VašeStížnosti.cz.

Na webových stránkách www.vasestiznosti.cz vložíte stížnost na konkrétní subjekt. dTest k vaší stížnosti vypracuje stanovisko a předá ji konkrétnímu podnikateli k vyřešení.

Průběh řešení stížnosti je viditelný pro všechny návštěvníky stránek. Podnikatelé jsou tak motivováni být ke svým zákazníkům co nejvstřícnější.

Službu VašeStížnosti.cz poskytujeme spotřebitelům i podnikatelům zdarma. Jsme rádi, že můžeme touto cestou přispívat ke smírnému řešení sporů.



Předplatitelé dTestu mohou pro vkládání stížností využít své přístupové údaje pro www.dtest.cz. Ostatní uživatelé a uživatelky si mohou založit svůj účet přímo na webu www.vasestiznosti.cz nebo se přihlásit přes Facebook.

www.vasestiznosti.cz



Předplatné dTestu zahrnuje

- každý měsíc aktuální vydání časopisu dTest
- přístup do databáze s výsledky testů tisíců výrobků na www.dtest.cz
- mobilní aplikaci dTest s výsledky testů a řadou užitečných nástrojů
- možnost poslouchat časopis v audioverzi
- praktickou aplikaci pro čtení časopisu kdykoliv a kdekoliv i offline
- přednostní servis spotřebitelské poradny

Objednávejte na www.dtest.cz/predplatne nebo telefonicky na číslo 241 404 922.

www.dtest.cz/predplatne