

## **Příloha IV - Materiál „Ochrana spotřebitele při poskytování finančních služeb v ČR – přehled právní úpravy“**

I. ÚVOD.....	VIII
II. OBECNĚ K OCHRANĚ SPOTŘEBITELE A JEJÍ PRÁVNÍ ÚPRAVĚ .....	VIII
III. ÚPRAVA OCHRANY SPOTŘEBITELE PŘI POSKYTOVÁNÍ FINANČNÍCH SLUŽEB V ČR .....	XI
A) PRŮŘEZOVÉ PRÁVNÍ PŘEDPISY .....	XI
B) SEKTOROVÉ PŘEDPISY .....	XVI
<i>Oblast kapitálového trhu:</i> .....	xvi
<i>Oblast bankovníctví a úvěrů:</i> .....	xviii
<i>Oblast platebního styku:</i> .....	xx
<i>Oblast pojišťovnictví:</i> .....	xxi
<i>Oblast penzijního připojištění</i>	
<i>Devizová oblast:</i> .....	xxiv
C) PROSTŘEDKY OCHRANY SPOTŘEBITELE.....	XXV
D) ZÁJMOVÁ SDRUŽENÍ NA OCHRANU SPOTŘEBITELE .....	XXVI
E) PROFESNÍ ORGANIZACE ZŘÍZENÉ EX LEGE .....	XXVI
F) PROFESNÍ ORGANIZACE DOBROVOLNÉ (SMLUVNÍ).....	XXVII

### **Ochrana spotřebitele při poskytování finančních služeb v ČR - přehled právní úpravy**

**Pracovní verze výchozího dokumentu určená pro členy Pracovní skupiny pro legislativu v oblasti ochrany spotřebitele a pro řešení sporů mezi klienty a finančními institucemi**

#### **I. Úvod**

Na základě usnesení vlády č. 1594 ze dne 7. prosince 2005 o zlepšení podmínek v bankovním sektoru vznikla Expertní skupina pro finanční sektor, která působí jako diskusní fórum pro oblast finančního trhu, jehož se účastní zástupci státu, regulátora, finančních institucí a spotřebitelských sdružení. Expertní skupina ustavila tři pracovní skupiny, které se mají věnovat specifickým otázkám. Jednou z těchto skupin je i Pracovní skupina pro legislativu v oblasti ochrany spotřebitele a pro řešení sporů mezi klienty a finančními institucemi, jež se snaží v tomto dokumentu popsat, jaká je právní úprava ochrany spotřebitele na finančním trhu, a identifikovat problematická místa.

#### **II. Obecně k ochraně spotřebitele a její právní úpravě**

Problematika ochrany spotřebitele je tématem, na které je kladen důraz nejenom v rámci EU, ale i v celosvětovém měřítku.

**Organizace spojených národů** publikovala materiál „United Nations guidelines for consumer protection“, jenž se problematikou ochrany spotřebitele zabývá z řady hledisek. Tento materiál se zaměřuje na jednotlivé **základní prvky ochrany spotřebitele, z nichž se pro oblast finančního trhu jeví jako podstatné tyto:**

- **ochrana a podpora ekonomických zájmů klientů**
- **odpovídající přístup zákazníků k informacím umožňujícím jim činit rozhodnutí v souladu s jejich přáními a potřebami**
- **vzdělávání klientů, které má zahrnovat i ponaučení o dopadech rozhodnutí spotřebitele (sociálních, ekonomických)**
- **dostupnost mechanismů zjednání nápravy (včetně případného odškodnění)**
- **možnost zakládání zájmových sdružení spotřebitelů a jejich možnost účastnit se řízení a rozhodování, která se jich týkají.**

Tyto principy jsou rozpracovány formou jednotlivých doporučení, která po obsahové stránce do značné míry korespondují s již výše uvedenými zásadami ochrany spotřebitele. OSN je toho názoru, že **státy by měly zajistit, aby při poskytování služeb a prodeji zboží byly dodržovány zákony, potírány škodlivé obchodní praktiky, aby byla zajištěna ochrana spotřebitelů před standardizovanými smlouvami, které by eliminovaly jejich základní práva, aby marketingové a prodejní praktiky byly prováděny způsobem, který poskytne spotřebiteli dostatek relevantních informací potřebných k nezávislému úsudku, tj. nesmí být poskytovány nepravdivé nebo klamavé informace.**

Státy by měly rovněž **přijmout odpovídající právní či administrativní kroky, které umožní spotřebitelům či příslušným sdružením domáhat se svých práv, ať už prostřednictvím formálního či neformálního procesu.**

Státům se doporučuje **věnovat zvýšenou pozornost vzdělávání spotřebitelů, které je nedílnou součástí mechanismů ochrany spotřebitele.** Systém vzdělávání by měl zohlednit i prvek „znevýhodněnosti“ některých typů klientů (např. na venkově, s nízkým vzděláním apod.), které se snadněji stávají obětí různých nekalých praktik. Proto by vzdělávání mělo naučit spotřebitele znát základní legislativu (včetně možností obrany), alespoň rámcově produkty a jejich rizikovost, atd.

**Obdobné principy zakotvuje i právo ES a nepochybně i v důsledku jeho transpozice došlo k jejich promítnutí do českého právního řádu.** Ochrana spotřebitele je v evropských směrnicích chápána zejména soukromoprávně. Preferují prevenci a úpravu práv spotřebitele jako jedné ze smluvních stran před sankcemi ze strany veřejné moci. Seznam směrnic týkající se alespoň okrajově ochrany spotřebitele při poskytování finančních služeb je součástí přílohy k tomuto materiálu.

Evropské směrnice obsahují množství definic, mají mnohdy komplikovanou strukturu, starší ukládají povinnost minimální harmonizace (připouštějí tedy úpravu přísnější ve vztahu k dodavatelům), nově připravované směrnice jsou koncipovány na principu maximální harmonizace. Uvedené směrnice přitom nejsou ve vztahu speciality. Jak ukazuje judikatura Evropského soudního dvora (dále též „ESD“), platí vedle sebe, kumulativně. Oblast komunitárního práva je nyní značně nepřehledná a významně dotvářena judikaturou.

Za účelem zkvalitnění legislativy, její revize a zjednodušení bylo rozhodnuto vypracovat koncepční a terminologický základ, společný referenční rámec [Common Frame of Reference (CFR)]. Tento společný referenční rámec by měl vedle základních principů smluvního práva a definic koncepcí obsahovat i moderní pravidla smluvního práva, a to s rozdíly mezi pravidly pro podnikatelské vztahy a pravidly pro vztahy mezi podnikateli a spotřebiteli. Předpokládá se, že návrh společného referenčního rámce bude dokončen do konce roku 2007, na konci roku 2009 by měl být přijat. Dne 23. září 2005 vydala Evropská komise První výroční zprávu

o pokroku v oblasti evropského smluvního práva a přezkumu *acquis*, v níž je shrnut dosavadní postup.

**Podstata ochrany spotřebitele primárně spočívá v úpravě režimu soukromoprávního vztahu profesionál (dodavatel) – spotřebitel**, respektive v nastavení takových pravidel jednání v tomto vztahu, aby nemohlo docházet ke zneužívání v určitém ohledu fakticky silnějšího postavení dodavatele. Aplikace tohoto principu do praxe obvykle vede ke vzniku určité specifické právní úpravy pro tyto vztahy – **spotřebitelského práva**. Kromě toho má ochrana spotřebitele i významný veřejnoprávní aspekt spočívající především v dohledu nad poskytováním služeb.

**Spotřebitelské právo je možné charakterizovat jako odvětví soukromého práva s prvky veřejnoprávními.** Kogentní ustanovení soukromého práva mají ochránit práva spotřebitelů vzhledem k jejich faktické nerovnosti. Ochrana spotřebitele spočívá především v **omezení zásady smluvní volnosti** – spotřebitelské smlouvy musí mít právními předpisy stanovené náležitosti a nesmí se odchylovat od zákona v neprospěch spotřebitele (např. často používaná taktika v podobě pro klienta nepříznivých ujednání sepsaných drobným textem v rámci všeobecných smluvních podmínek).

Pokud by se měly vymezit **základní charakteristické rysy spotřebitelského práva**, respektive předmětu jeho úpravy, lze uvést tyto základní okruhy:

- **specifický právní režim smluvního vztahu** – postavení spotřebitele vůči dodavateli je oproti klasickému soukromoprávnímu vztahu posíleno (zejména zákaz ujednání v neprospěch spotřebitele, neplatnost ujednání, kterými by se spotřebitel předem vzdal svých práv, interpretace pojmů ve prospěch spotřebitele)
- **jasné vymezení práv a povinností smluvních stran** (ujednání musí být určitá, nesmí být klamavá)
- **důraz na dostatek přesných a nezavádějících informací poskytovaných spotřebiteli** před sjednáváním kontraktu (inzerce, reklama, prvotní přímý kontakt), během jeho sjednávání a v případě dlouhodobých kontraktů i v průběhu jeho trvání, které se týkají jak předmětu smlouvy (zboží, služby), tak i práv a povinností smluvních stran.

Kromě uvedených právních principů ochrany spotřebitele, hraje významnou roli, a to zejména v případě finančních produktů, **míra „vzdělanosti“ spotřebitelů**. V řadě zemí je proto této problematice věnována poměrně značná pozornost a kompetentní orgány, spotřebitelské i profesní organizace se zabývají též vzděláváním veřejnosti.

Jelikož existuje řada legálních i doktrinálních definic pojmů „spotřebitel“ a „finanční služby“ a tyto mohou být též obecnou veřejností lehce odlišně chápány, považujeme za účelné tyto pojmy pro účely tohoto materiálu vymezit. Nestanoví-li se dále výslovně jinak, považuje se pro účely tohoto dokumentu za **spotřebitele fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy, na jejímž základě se poskytuje finanční služba, nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. Za finanční služby se potom považují služby poskytované podnikatelsky (též) spotřebitelům osobami, které podléhají dohledu České národní banky<sup>1</sup>, a dále služby jim věcně podobné, poskytované podnikatelsky (též) spotřebitelům jinými osobami (např. leasingovými společnostmi, poskytovateli spotřebitelských úvěrů, poštou apod.).**

<sup>1</sup> § 44 odst. 1 zákona č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění pozdějších předpisů.

### III. Úprava ochrany spotřebitele při poskytování finančních služeb v ČR

Úprava ochrany spotřebitele při poskytování finančních služeb je obsažena v řadě právních předpisů. Jde jednak o **zákony, v nichž je ochrana spotřebitele stěžejním tématem předmětu úpravy a je chápána v klasickém smyslu – tj. upravuje vztah dodavatel – spotřebitel** (jedná se např. o zákon o ochraně spotřebitele, zákon o spotřebitelských úvěrech), dále o **zákony, které se primárně zabývají jinou problematikou, nicméně obsahují poměrně ucelenou pasáž upravující problematiku ochrany spotřebitele (občanský zákoník) nebo jednotlivá ustanovení s takovýmto předmětem úpravy** (např. zákon o podnikání na kapitálovém trhu, zákon o pojistné smlouvě či zákon o pojišťovacích zprostředkovatelích a likvidátorech pojistných událostí). **Mezi posledně zmiňovanou skupinu zákonů patří především právní předpisy, které obsahují obezřetnostní pravidla podnikání finančních institucí, jež ve svých důsledcích nepřímo napomáhají ochraně spotřebitele.**

#### a) Průřezové právní předpisy

##### Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále též „ZOS“):

Tento zákon stanoví některé podmínky podnikání významné pro ochranu spotřebitele, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele. Zákon se vztahuje na prodej výrobků a poskytování služeb v případech, kdy k plnění dochází na území ČR, popř. souvisí-li plnění s podnikatelskou činností provozovanou na území ČR. **Upozorňujeme však na skutečnost, že není zřejmé, do jaké míry se zákon vztahuje na finanční služby. Tento problém je velmi podstatný a vyžaduje podrobnou právní analýzu.**

Službou se totiž dle § 2 odst. 1 písm. j) se rozumí jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony, kde se **dozor nad ochranou spotřebitele** svěřuje profesním sdružením nebo jiným orgánům státní správy. Přestože poznámka pod čarou odkazuje na zákon o advokacii, tak část odborné literatury dovozuje, že zákon o ochraně spotřebitele se nevztahuje např. ani na banky.<sup>2</sup> Na druhou stranu je vhodné zmínit, že ust. § 1 odst. 2 ZOS stanoví, že ustanovení zvláštních předpisů týkající se poskytování služeb, nejsou tímto zákonem dotčena. Jde o aktuální interpretační problém. **Podrobnou výkladovou analýzu současného právního stavu by měla provést pracovní skupina.**

Za spotřebitele se dle ZOS považuje fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.

Zákon zakotvuje **základní zásady spotřebitelského práva – zásadu poctivosti prodeje výrobků a poskytování služeb, zákaz diskriminace spotřebitele, zákaz chování v rozporu s dobrými mravy a zákaz klamání spotřebitele. Dále zakotvuje informační povinnosti dodavatelů vůči spotřebitelům – z pohledu tohoto materiálu se jako nejvýznamnější jeví povinnost řádně informovat spotřebitele i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou a zákaz zproštění se informační povinnosti.** Prodávající je dále povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb včetně údajů o tom, kde lze reklamaci uplatnit.

<sup>2</sup> Navíc dle rozhodnutí Ústavního soudu ČR nejsou poznámky pod čarou právně závazné.

Dále tento zákon stanoví, které orgány vykonávají dozor nad ochranou spotřebitele a sankce za porušení práva na ochranu spotřebitele. Dozor nad dodržováním uvedených principů vykonává Česká obchodní inspekce, pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad (§ 2 odst. 1 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci). Bude-li tedy přijat názor, že se tento zákon vztahuje i na finanční trh, není v současné době zřejmé, který orgán (ČOI, ČNB či jiný subjekt) by měl dozor nad dodržováním principů zakotvených v tomto zákoně vykonávat. Tuto otázku je rovněž nutné podrobit hlubší analýze v rámci pracovní skupiny.

**Informační povinnost podle § 9 ZOS kontrolují obecní živnostenské úřady, příslušné podle umístění provozovny.**

V neposlední řadě je upraveno i postavení zájmových sdružení na ochranu spotřebitele a jejich práva – zejména jde o právo činit podněty státním orgánům a podávat návrhy soudu na zahájení řízení o zdržení se protiprávního jednání porušujícího práva spotřebitelů, za předpokladu, že návrh podá sdružení, v jehož stanovách je uveden jako cíl – ochrana spotřebitele – nebo subjekt uvedený v seznamu osob oprávněných k podání žalob na zdržení se protiprávního jednání v oblasti ochrany práv spotřebitelů, aniž je dotčeno právo soudu přezkoumat, zda návrh na zahájení řízení byl podán oprávněným subjektem. Seznam oprávněných osob je veden Komisí Evropských společenství a je zveřejňován v Úředním věstníku Evropské unie.<sup>3</sup>

#### Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník:

Kromě jednotlivých smluvních typů je z pohledu ochrany spotřebitele relevantní úprava části první, a to hlavy čtvrté, která se zabývá **problematikou právních úkonů**, zejména pak otázkou jejich absolutní a relativní neplatnosti, a hlavy páté, která obsahuje **speciální úpravu spotřebitelských smluv**. Úprava spotřebitelských smluv obsažená v občanském zákoníku se vztahuje i na finanční služby, s výjimkou finančních služeb uzavíraných na dálku, pro které platí „jen“ § 53 odst. 1 až 3 a 5, § 53a a §§ 54a až 54d .

Ustanovení § 54 totiž „vylučuje“ z aplikace ochrany spotřebitele u smluv uzavíraných na dálku smlouvy o finančních službách, protože si to specifika finančních služeb vyžadují a jsou předmětem zvláštních zákonů. Ačkoliv jsou pro smlouvy o finančních službách vyloučeny podle návětí § 54 ustanovení § 53a a § 53 odst. 2 až odst. 9, s ohledem na znění písm. a) je zřejmé, že ve skutečnosti jsou vyloučeny pouze § 53 odst. 4 a odst. 6 až 9. Způsob transpozice směrnice 2002/65/ES by měl být podroben analýze v rámci pracovní skupiny.

Vymezuje pojmy **spotřebitelská smlouva**,<sup>4</sup> **spotřebitel**<sup>5</sup> a **dodavatel**<sup>6</sup> a **zakotvuje základní zásady jednání ve vztahu dodavatel – spotřebitel. Těmito zásadami zejména jsou:**

<sup>3</sup> Ustanovení § 25 odst. 4 stanoví, že do seznamu oprávněných osob může být za Českou republiku navrženo sdružení, pokud bylo založeno v souladu s právním řádem České republiky, aktivně působí v oblasti ochrany spotřebitelů po dobu alespoň dvou let, je nezávislé a neziskové a má vypořádány veškeré finanční závazky k České republice“

<sup>4</sup> Pojem spotřebitelských smluv rozšířil ochranu i na smlouvy nepojmenované aj.

<sup>5</sup> Spotřebitelem je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. Pro účely smluv o finančních službách uzavíraných na dálku se za spotřebitele pokládá pouze fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy o finančních službách uzavírané na dálku nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

- nemožnost odchýlit se ve smlouvě od zákona v neprospěch spotřebitele,
- při pochybnostech o významu smluv platí výklad pro spotřebitele příznivější smlouvy nesmějí obsahovat ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran – zákon uvádí i jejich demonstrativní výčet,
- byla-li spotřebitelská smlouva uzavřena mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele nebo nemá-li dodavatel žádné stálé místo k podnikání, může spotřebitel od smlouvy písemně odstoupit do 14 dnů od jejího uzavření, popř. v případě finančních uzavíraných na dálku též do 14 dnů ode dne předání zákonem stanovených informací, nastane-li tento den po uzavření smlouvy v případě smlouvy o penzijním připojištění uzavřené na dálku je tato lhůta 30 dnů,
- dodavatel musí spotřebitele písemně upozornit na právo odstoupit od smlouvy nejpozději při uzavření smlouvy.

Pokud by tyto zásady nebyly respektovány v právních úkonech, mohou být tyto právní úkony postiženy sankcí absolutní nebo relativní neplatnosti.

Jak naznačuje důvodová zpráva k připravovanému novému občanskému zákoníku „*má být tzv. spotřebitelské právo upraveno – podobně jako v Rakousku a dalších státech – speciálním zákonem. Důvod tohoto řešení je v nestabilitě právní úpravy v této oblasti, podrobované opakovaným novelizacím.*“

### **Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník**

Vzhledem k tomu, že drtivá většina vztahů mezi klienty a finančními institucemi se řadí mezi tzv. „absolutní obchody“, tj. řídí se obchodním zákoníkem, který vykazuje značnou míru smluvní volnosti, jako velmi významné se jeví ustanovení § 262 odst. 4 obchodního zákoníku, které smluvní volnost omezuje a představuje zřejmou provazbu na úpravu spotřebitelských smluv v občanském zákoníku. Toto ustanovení zní: *„Ve vztazích podle § 261 nebo podřízených obchodnímu zákoníku dohodou podle odstavce 1 se použijí, nevyplývá-li z tohoto zákona nebo ze zvláštních právních předpisů něco jiného, ustanovení této části na obě strany; ustanovení občanského zákoníku nebo zvláštních právních předpisů o spotřebitelských smlouvách, adhezních smlouvách, zneužívajících klauzulích a jiná ustanovení směřující k ochraně spotřebitele je však třeba použít vždy, je-li to ve prospěch smluvní strany, která není podnikatelem. Smluvní strana, která není podnikatelem, nese odpovědnost za porušení povinností z těchto vztahů podle občanského zákoníku a na její společné závazky se použijí ustanovení občanského zákoníku.“*

Při hodnocení úpravy vykazující rysy ochrany spotřebitele **nelze opomenout úpravu práva nekalé soutěže v obchodním zákoníku**. Kromě generální klauzule nekalé soutěže (nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům) **jde primárně o úpravu klamavé reklamy a klamavého označování zboží a služeb**.

Primární roli v dodržování zákona **by měly hrát soudy**. U „nekalosoutěžního“ jednání dochází k určitému překrývání se zákonem na ochranu spotřebitele (zákaz klamání).

---

<sup>6</sup> Dodavatelem je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

### **Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů<sup>7</sup>**

Z hlediska ochrany spotřebitele je významné, jak finanční instituce nakládají a zabezpečují získané osobní údaje svých klientů aby nedošlo k jejich případnému zneužití a následnému poškození práv klienta.

Tento zákon obecně upravuje problematiku ochrany osobních údajů, které zpracovávají státní orgány, orgány územní samosprávy, jiné orgány veřejné moci a fyzické a právnické osoby, tedy i osoby poskytující finanční služby.

Jednotlivé sektorové zákony stanoví, které osobní údaje smí finanční instituce o spotřebiteli zpracovat. Pokud by finanční instituce chtěla zpracovávat i jiné údaje než stanovené ve zvláštním zákoně, musela by splnit oznamovací povinnost podle § 16 zákona o ochraně osobních údajů.

Ustanovení § 12 zakotvuje právo spotřebitele (subjektu údajů) požádat o informace o zpracování svých osobních údajů. V takovém případě, je mu správce povinen tuto informaci bez zbytečného odkladu předat. Správce má právo za poskytnutí informace požadovat přiměřenou úhradu nepřevyšující náklady nezbytné na poskytnutí informace. Povinnost správce poskytnout informace subjektu údajů upravenou v § 12 může za správce plnit zpracovatel.

### **Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy**

Uvedený zákon mimo jiné v § 2 **vymezuje reklamu, která je zakázána** (např. klamavá reklama, skrytá reklama, nevyžádaná reklama, reklama založená na podprahovém vnímání atd.) a **vymezuje orgány dozoru nad dodržováním tohoto zákona**.

Z pohledu finančního trhu je rozhodujícím dozorovým orgánem Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a krajské živnostenské úřady (dalšími orgány dozoru jsou podle produktů např. Ministerstvo zdravotnictví, Státní ústav pro kontrolu léčiv).

### **Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže**

Ačkoliv předmětem úpravy obsažené v tomto zákoně není primárně ochrana spotřebitele, některá ustanovení se této problematiky nepochybně dotýkají. V řadě případů musí Úřad pro ochranu hospodářské soutěže při svém rozhodování přihlídnout i k dopadům rozhodnutí na spotřebitele.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> ČNB zastává názor, že předmětem úpravy zákona o ochraně osobních údajů není problematika ochrany spotřebitele, ale předmětem je ochrana soukromí fyzických osob před neoprávněnými zásahy do jejich soukromí. Zákon neupravuje jednání stran při plnění předmětu smlouvy (či při nabízení produktů) s cílem „posílit“ postavení spotřebitele v soukromoprávním vztahu s podnikatelem, tak jak je uvedeno u charakteristiky spotřebitelského práva v úvodní části tohoto materiálu. Povinnými subjekty podle tohoto zákona navíc nejsou jen podnikatelé, ale i nepodnikatelské subjekty včetně státních orgánů. S tímto názorem MF v zásadě souhlasí, nicméně i Úřad pro ochranu osobních údajů upozorňuje na řadu problémů, které se na finančním trhu v oblasti nakládání s osobními údaji dějí, proto MF doporučuje věnovat i těmto otázkám zvýšenou pozornost.

<sup>8</sup> Viz např. §§ 3, 4, 10, 11, 17 a 26 citovaného zákona.

Orgánem kontrolujícím dodržování zákona je Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

### **Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách**

Zákon vymezuje práva a povinnosti právnických a fyzických osob a orgánů veřejné správy při uplatňování, regulaci a kontrole cen, mimo jiné též za služby. Zákon směřuje jak k ochraně soutěže na trhu, tak k ochraně zákazníků (spotřebitelů). Ohledně finančních služeb platí v zásadě ceny sjednané (smluvní, nikoliv regulované či úředně stanovené), přesto na jejich stanovení je třeba uplatňovat některá obecná zákonem stanovená pravidla.

Relevantní by za určité situace mohlo být především ustanovení § 2 odst. 3 zákona, doplněné v září roku 2005 v souvislosti se zákonem o finančních konglomerátech, které říká, že prodávající nesmí zneužívat svého hospodářského postavení k tomu, aby získal nepřiměřený hospodářský prospěch prodejem za sjednanou cenu zahrnující neoprávněné náklady nebo nepřiměřený zisk, nebo k tomu, aby narušoval tržní prostředí uplatňováním podnákladových prodejních cen. **Pracovní skupina by měla provést hlubší analýzu uvedeného ustanovení z pohledu, zda je reálně aplikovatelné i na finanční služby.**

Podle zákona č. 265/1991 Sb., o působnosti orgánů České republiky v oblasti cen, ve znění pozdějších předpisů, kontrolují dodržování zákona o cenách obce, kraje, finanční ředitelství a jako ústřední orgán státní správy Ministerstvo financí.

### **Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti**

Tento zákon v souladu s právem ES vymezuje odpovědnost (povinnosti) osob, které poskytují služby elektronickými prostředky (zejm. internet, elektronická pošta, telefon), za obsah přenášených informací. Reguluje primárně z hlediska subjektu poskytovatele služeb informační společnosti (internetu, telekomunikace) a z hlediska předmětu ochranu soukromí a osobních dat, nicméně některá jeho ustanovení směřují i na ochranu spotřebitele vůči finanční instituci.

Především jde o problematiku nevyžádané komunikace (typicky spamy), nad níž dohlíží Úřad pro ochranu osobních údajů. Obchodní sdělení lze šířit elektronickými prostředky jen za podmínek stanovených tímto zákonem.

Podrobnosti elektronického kontaktu (adresu el. pošty) lze za účelem šíření obchodních sdělení elektronickými prostředky využít pouze ve vztahu k uživatelům, kteří k tomu dali předchozí souhlas. Pokud finanční instituce získá od svého zákazníka podrobnosti jeho elektronického kontaktu pro elektronickou poštu v souvislosti s poskytnutím služby podle požadavků zákona o ochraně osobních údajů, může využít tyto podrobnosti elektronického kontaktu pro potřeby šíření obchodních sdělení týkajících se jejích vlastních obdobných výrobků nebo služeb za předpokladu, že zákazník má jasnou a zřetelnou možnost jednoduchým způsobem, zdarma nebo na účet této fyzické nebo právnické osoby odmítnout souhlas s takovýmto využitím svého elektronického kontaktu i při zasílání každé jednotlivé zprávy, pokud původně toto využití neodmítl.

Zaslání elektronické pošty za účelem šíření obchodního sdělení je zakázáno, pokud



- a) není zřetelně a jasně označena jako obchodní sdělení,
- b) skrývá nebo utahuje totožnost odesílatele, jehož jménem se komunikace uskutečňuje, nebo
- c) je zaslána bez platné adresy, na kterou by mohl adresát přímo a účinně zaslat informaci o tom, že si nepřeje, aby mu byly obchodní informace odesílatelem nadále zasílány.

Zákon dále říká, že osoby vykonávající regulované činnosti mohou za použití elektronických prostředků v rámci činností, které jsou obsahem regulované činnosti, šířit obchodní sdělení, a to v souladu s § 7 a v souladu s příslušnými pravidly vydávanými obchodními, profesními a spotřebitelskými sdruženími, která upravují zejména nezávislost, důstojnost, čest povolání a poctivý přístup k zákazníkům. Toto ustanovení podporuje samoregulaci a „etické kodexy“. Je však otázkou, zda je za regulované osoby možné považovat finanční instituce, nad kterými vykonává dohled ČNB. Zákon tento pojem nevymezuje, ale v poznámce pod čarou odkazuje na zákon o uznávání odborné kvalifikace, což by svědčilo spíše výkladu, že má namysli advokáty, daňové poradce, auditory apod., tedy profese vykonávané fyzickými osobami sdružených v profesních komorách. **Pracovní skupina by měla provést bližší analýzu této právní úpravy za účelem zjištění, zda se v ní preferovaná samoregulace může vztahovat i na finanční instituce.**

## **b) Sektorové předpisy**

### **Oblast kapitálového trhu:**

#### **Zákon č. 256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu (dále též „ZPKT“):**

Principy ochrany spotřebitele stanoví především ustanovení § 15 ZPKT. Tato pravidla jsou dále rozvedena v části druhé vyhlášky KCP č. 258/2004 Sb., kterou se stanoví podrobnosti dodržování pravidel obezřetného poskytování investičních služeb a podrobnější způsoby jednání obchodníka s cennými papíry se zákazníky.

§ 15 ZPKT zakotvuje zejména tyto principy:

- povinnost jednat kvalifikovaně, čestně, spravedlivě a v nejlepším zájmu zákazníků a řádného fungování trhu,
- povinnost vyžadovat od zákazníků a poskytovat jim relevantní informace,
- povinnost informovat zákazníka úplně, pravdivě a srozumitelně o skutečnostech souvisejících s poskytnutím investiční služby a o možných rizicích,
- princip priority zájmů zákazníka před zájmy obchodníka,
- princip plnění pokynů zákazníků za nejlepších podmínek,
- informační povinnost o podmínkách poskytování náhrad z Garančního fondu a o způsobu uplatňování nároku na výplatu náhrady,
- povinnost používat pravdivé informace při propagaci investičních služeb,
- zákaz poskytování klamavých informací a zamlčování důležitých skutečností,
- zákaz nabízení nezaručených výhod.

Vyhláška č. 258/2004 Sb. zakotvuje tyto principy a povinnosti obchodníka:

- poskytovat své služby kvalifikovaně, čestně, v nejlepším zájmu svých zákazníků prostřednictvím odborně způsobilých zaměstnanců, kteří poučí zákazníka, že není povinen odpovědět na položené otázky, a pokud na ně odpoví, činí tak zcela dobrovolně, zaměstnanci dále zákazníka poučí o důsledcích, pokud poskytnuté informace nebyly pravdivé nebo úplné,

- srozumitelně informovat zákazníka o postupu uplatňování reklamací a stížností a jejich vyřizování, má-li reklamační řád, musí jej zpřístupnit veřejnosti,
- sdělit zákazníkovi výši či způsob stanovení výše poplatků účtovaných za každý druh služby, kterou je oprávněn poskytnout,
- vyhodnocovat zákaznickovy pokyny, tak aby na jejich základě nedocházelo k manipulaci s trhem a smlouva mezi obchodníkem a zákazníkem musí obsahovat upozornění, že obchodník neprovede pokyn na jehož základě by mohlo dojít k manipulaci s trhem,
- průkazným způsobem informovat zákazníka o možných rizicích, která mohou souviset s požadovanou službou či pokynem, a o možných zajištěních proti nim,
- písemně informovat zákazníka o obchodech, které pro něj uzavřel,
- při propagaci investičních služeb zajistit, aby bylo z obsahu zřejmé, kterou investiční službu nabízí, dále obsahuje upozornění na rizika spojená s poskytovanou službou, u všech informací použitých pro propagaci musí být uveden jejich zdroj.

Z hlediska ochrany spotřebitele je též důležitý institut **Garančního fondu** obchodníků s cennými papíry.<sup>9</sup> Náhrada se zákazníkovi poskytuje ve výši 90 % částky, nejvýše se však vyplatí částka v korunách českých odpovídající 20 000 EUR pro jednoho zákazníka u jednoho obchodníka s cennými papíry.

**Určité znaky ochrany spotřebitele vykazují i některá další ustanovení ZPKT.** V tomto směru lze například zmínit povinnost obchodníka s cennými papíry uveřejňovat informace (§ 16 odst. 3), ustanovení upravující problematiku uveřejňování prospektu cenného papíru, dále ustanovení části osmé, hlavy I ZPKT, jejímž předmětem je úprava ochrany kapitálového trhu a investorů – jedná se zejména o požadavky na uveřejnění pololetní a výroční zprávy emitentů kótovaných cenných papírů, povinnost emitenta rovněž zacházet se všemi vlastníky jím emitovaných cenných papírů, povinnost zajistit výplatu výnosů, informační povinnosti emitenta (např. o změně práv spojených s cenným papírem, o významných skutečnostech významných pro ochranu investorů nebo řádné fungování trhu atd.). Emitent nesmí při plnění svých informačních povinností používat nepravdivé, klamavé nebo zavádějící údaje, zamlčovat skutečnosti důležité pro rozhodování investorů, nabízet výhody, jejichž spolehlivost nemůže zaručit a uvádět nesprávné údaje o své hospodářské situaci. Dále lze do této oblasti zařadit úpravu povinností investičních zprostředkovatelů obsaženou v § 32 odst. 1 písm. b) a § 32 odst. 2 a 4.

### **Zákon č. 189/2004 Sb., o kolektivním investování (dále též „ZKI“)**

Daný zákon na řadě míst akcentuje požadavek „ochrany podílníků (investorů)“, ať již při výkonu činnosti investiční společností či investičním fondem anebo při výkonu dohledu Českou národní bankou. Ačkoliv nejde o „klasickou“ ochranu spotřebitele, lze tento požadavek v určitém slova smyslu jako jeho ochranu chápat, neboť cílem je zabránit případnému znehodnocení investic investorů.

<sup>9</sup> Podle názoru ČNB tyto instituty (Fond pojištění vkladů, Garanční fond obchodníků s cennými papíry) představují i určitou garanci důvěryhodnosti sektoru a návratnosti investice a snižují též riziko „runu“ na takto pojištěnou instituci a do jisté míry i systémové riziko. Je ale třeba dodat, že tyto instituty svou konstrukcí (limitace výše náhrady a spoluúčast) zároveň mají nutit **klienty (fyzické i právnické osoby)** k tomu, aby své prostředky investovali obezřetně.

Konkrétně potom v § 81 specifikuje náležitosti propagačních materiálů fondu kolektivního investování, což lze považovat za ustanovení představující ochranu spotřebitele v klasickém slova smyslu. Stejně jako některá ustanovení věnovaná pravidlům jednání investiční společnosti nebo investičního fondu, pravidla pro veřejné nabízení akcií nebo podílových listů fondu kolektivního investování (§ 79 a násl.), a dále například ustanovení informačních povinností fondů kolektivního investování (část IX - § 83 a násl.).

### **Zákon č. 190/2004 Sb., o dluhopisech**

Zákon o dluhopisech rovněž obsahuje ustanovení, která ve svém důsledku napomáhají ochraně investorů. Jedná se především o § 7, který upravuje emisní podmínky, jež vymezují práva a povinnosti emitenta a vlastníka dluhopisu, jakož i podrobnější informace o emisi dluhopisů, § 10, který stanoví povinnost uveřejnění Českou národní bankou schválených emisních podmínek, případně § 12, který podmiňuje změnu emisních podmínek souhlasem schůze vlastníků dluhopisů a schválením ČNB. Významnou roli při ochraně investorů sehrává právě institut „schůze vlastníků dluhopisů“ (§ 21 a násl.), kterou je emitent povinen ve stanovených případech svolat a na níž musí být významné skutečnosti (změna emisních podmínek, změna emitenta apod.) projednány a odsouhlaseny, jestliže však emitent poruší některé své povinnosti, může schůzi svolat vlastník dluhopisu.

### **Oblast bankovníctví a úvěrů:**

#### **Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách**

**Relevantními ustanoveními z hlediska ochrany spotřebitele se jeví :**

- ustanovení § 11, které ukládá bankám informační povinnost o podmínkách přijímání vkladů, poskytování úvěrů a dalších bankovních obchodů a služeb, včetně účasti v platebních systémech, v českém jazyce; zakotvuje povinnost bank informovat u služeb spočívajících v převzetí peněžních prostředků od klienta o vztahu služby k pojištění pohledávek z vkladů včetně limitů pro výplatu z fondu jedné oprávněné osobě; ukládá povinnost informovat o způsobu výplaty náhrad z fondu pojištění vkladů a o způsobu uplatnění nároků u takového fondu; dále jsou banky povinny ve svých provozních prostorách informovat o postupu při vyřizování stížností,
- § 37 stanoví případ, kdy banka musí znát určité údaje o klientovi, odmítnutí klienta z důvodů zachování anonymity klienta, toto ustanovení určuje, že údaje o klientech podléhají bankovnímu tajemství,
- ustanovení § 38 zakotvuje bankovní tajemství,
- pojištění pohledávek z vkladů (§ 41a a násl.), náhrada se oprávněné osobě poskytuje ve výši 90 % z vkladů, nejvýše však v částce odpovídající 25 000 EUR pro jednu oprávněnou osobu u jedné banky.

#### **Zákon č. 96/1993 Sb., o stavebním spoření a státní podpoře stavebního spoření (dále též „ZSS“)**

Jelikož tvoří převážnou většinu účastníků stavebního spoření spotřebitelé, stanoví ZSS i s ohledem na jejich ochranu práva a povinnosti vůči stavební spořitelně. Jedná se o:

- některé povinné náležitosti smlouvy o stavebním spoření a písemnou formu (§ 5 odst. 6, § 7 a 11), např. úroková sazba z vkladů a úroková sazba z úvěrů a možnost spořitelny jednostranně změnit úrokovou sazbu z vkladů za stanovených podmínek, smlouva o stavební spoření musí do ukončení doby spoření nejdéle po dobu 6 let od jejího uzavření výši úplaty za vedení účtu stavebního spoření a za služby nezbytně související s vedením účtu, aj.,
- právo účastníka na poskytnutí úvěru ze stavebního spoření na financování bytových potřeb,
- povinnost stavební spořitelny vypracovat a uveřejnit všeobecné obchodní podmínky, které schvaluje Ministerstvo financí.

### **Zákon č. 87/1995 Sb., o spořitelních a úvěrních družstvech (dále též „ZSÚD“)**

Dalším finančním subjektem, který poskytuje spotřebitelům finanční služby, je spořitelni a úvěrní družstvo (dále též „záložna“). Záložny poskytují finanční služby pouze svým členům, řadu z nich však lze považovat za spotřebitele ve smyslu tohoto materiálu.

Záložna je povinna seznámit uchazeče o členství se všemi skutečnostmi související se členstvím, např. stanovami, obchodními podmínkami, právy a povinnostmi vyplývajícími z členství apod., zároveň je povinna informovat včas o změnách výše uvedených skutečností (§ 4).

Členové záložny jsou povinni se podílet na krytí ztrát družstevní záložny, výši částky sděluje představenstvo (§ 4a), na druhou stranu lze zisk záložny rozdělit mezi její členy. Pravidla pro výši uhrazovací povinnosti stanoví § 4a odst. 2 ZSÚD.<sup>10</sup>

Z hlediska pohledu ochrany spotřebitele je významný Fond pojištění vkladů. Z fondu lze oprávněné osobě poskytnout náhradu ve výši 90 % souhrnu všech pojištěných vkladů oprávněné osoby u záložny, nejvýše však 700 000 Kč.

### **Zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru**

Uvedený zákon definuje spotřebitelský úvěr a vymezuje podmínky poskytování spotřebitelských úvěrů, stanoví některé specifické náležitosti smluv o spotřebitelském úvěru (písemná forma, musí obsahovat roční procentní sazbu nákladů (RPSN), musí být stanoven počet, výše a rozvrh splátek, podmínky předčasného splacení, atd.). Zároveň stanoví i práva a povinnosti stran. Např. zákon stanoví, že nejsou-li dodrženy požadavky zákona ohledně formálních a obsahových náležitostí smlouvy, je úvěr úročen ve výši diskontní sazby platné ke dni sjednání smlouvy o úvěru a ujednání o jiných platbách na spotřebitelský úvěr se stávají neplatnými s účinností ode dne, kdy spotřebitel tuto skutečnost uplatní u věřitele.

**Dozor nad dodržováním tohoto zákona je svěřen ČOI.**

---

<sup>10</sup> Dle názoru ČNB tato ustanovení nesouvisí s ochranou spotřebitele, avšak podle názoru MF tato ustanovení s ochranou spotřebitele jednoznačně souvisejí, neboť zakotvují základní režim (vztah, v němž je spotřebitel a spořitelni a úvěrní družstvo), který se diametrálně liší od vztahu BANKA – KLIENT. Dle názoru ČNB je však třeba vzít v potaz i druhý úhel pohledu – člen družstva není jen klient, je také subjektem s rozhodovací pravomocí – má právo volit a být zvolen do orgánů záložny – nejde tedy o klasické postavení klienta-spotřebitele.

**Oblast platebního styku:**

**Zákon č. 124/2002 Sb., o platebním styku**

**Z pohledu ochrany spotřebitele jsou relevantní zejména:**

- § 7, který stanoví **povinnost informovat veřejnost jasně a srozumitelně** písemnou formou ve svých provozních prostorách, a je-li to vhodné též elektronickými prostředky, předem o **obecných podmínkách provádění převodů** a vymezuje obsahové náležitosti takové informace.

Dále toto ustanovení **stanoví povinnost informovat klienta** jasně a srozumitelně písemnou formou, a je-li to vhodné, též elektronickými prostředky **o uskutečněných převodech**, nevzdá-li se klient nároku na tuto informaci, včetně obsahové specifikace takové informace:

- § 8 obsahuje **lhůty k převodu** a sankce za nedodržení této lhůty v § 9;
- § 12 – zákaz provádění srážek z částky převodu;
- dle § 16 ČNB vydává za účelem ochrany držitelů vzorové obchodní podmínky;
- **§ 17 – upravuje povinnost vydavatelů elektronických platebních prostředků informovat včas zájemce o jím vydávaný elektronický platební prostředek o obchodních podmínkách, o tom, zda jsou v souladu se vzorovými obchodními podmínkami ČNB, a v případě odlišností od vzorových podmínek musí vydavatel specifikovat, v čem odlišnosti spočívají;**
- § 18 stanoví **právo držitele na vrácení peněžitých prostředků**, jestliže bylo užito elektronického platebního prostředku, aniž by byl fyzicky předložen, nebo bez identifikace držitele osobním identifikačním číslem nebo bez identifikace jiným způsobem, neumožňuje-li podstata elektronického platebního prostředku jeho fyzické předložení;
- **§§ 12 a 21, které zakládají kompetenci finančního arbitra** pro řešení sporů v oblasti platebního styku a mezi držiteli a vydavateli elektronických platebních prostředků;

ČNB je oprávněna uložit pokutu v případě porušení zákona v části upravující elektronické platební prostředky, spory podle části druhé a třetí může vedle obecných soudů rozhodovat **finanční arbitř**.

**Zákon č. 21/1992 Sb., o bankách**

Zákon o bankách obsahuje § 20c, který upravuje **princip opravného zúčtování** pro případy, kdy banka nezúčtovala částku dle příkazu klienta nebo nepoužila bankovní spojení v souladu s tímto příkazem.

**Úřední sdělení České národní banky ze dne 4. prosince 2002 o vydání Vzorových obchodních podmínek pro vydávání a užívání elektronických platebních prostředků**

Vzorové obchodní podmínky pro vydávání a užívání elektronických platebních prostředků zveřejňuje ČNB na základě ustanovení § 16 zákona o platebním styku v Úředním věstníku ČNB. Obsahují úpravu vzájemných práv a povinností vydavatelů a držitelů při vydávání a užívání elektronických platebních prostředků. Vydavatel je povinen podle ustanovení § 17

zákona o platebním styku v úvodních ustanoveních svých obchodních podmínek pro vydávání a užívání elektronických platebních prostředků výslovně informovat, zda tyto podmínky odpovídají vzorovým obchodním podmínkám České národní banky vydaným podle § 16 a jaký je obsah případných odchylek.<sup>11</sup>

Význam pro spotřebitele má poskytování vzájemné součinnosti bank při opravném zúčtování, neboť to napomáhá vyřizování reklamací tuzemského platebního styku (vyhláška ČNB č. 62/2004 Sb., kterou se stanoví způsob provádění platebního styku mezi bankami, zúčtování na účtech u bank a technické postupy bank).

### **Zákon č.29/2000 Sb., o poštovních službách**

Tento zákon upravuje poštovní služby, jež považuje za činnost prováděnou na základě poštovní smlouvy a za podmínek stanovených tímto zákonem, jejímž účelem je dodání poštovní zásilky nebo **poukázané peněžní částky**.

### **Oblast pojišťovnictví:**

#### **Zákon č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví**

**Podle § 6 odst. 1 vykonává Česká národní banka dohled v pojišťovnictví zejména v zájmu ochrany spotřebitele.** Jedná se o důležité ustanovení, které by nemělo mít pouze proklamativní povahu, ale které by mělo představovat základní kritérium pro výkon dohledu v pojišťovnictví.

Dalšími relevantními ustanoveními z hlediska ochrany spotřebitele jsou např.:

- § 13 Technické rezervy (např. odst. 9 – povinnost mít vytvořeny technické rezervy s ohledem na celý rozsah činnosti)
- § 13a Výše pojistného (povinnost stanovit výši pojistného tak, aby bylo dostatečné ...)
- § 22 odst. 1 Solventnost pojišťoven a zajišťoven (povinnost mít po celou dobu své činnosti vlastní zdroje nejméně ve výši požadované míry solventnosti)
- § 27 - § 32 – opatření k odstranění nedostatků v zájmu ochrany spotřebitele (např. pozastavení oprávnění k uzavírání nových smluv, převod kmene apod.)
- § 39 Mlčenlivost (týká se pojištění; nesmí být možno identifikovat osobu – účastníka pojištění)
- § 39 odst. 13 – vymezení případů, kdy si pojišťovny mohou vyměňovat informace týkající se pojištění fyzických a právnických osob.

---

<sup>11</sup> Přestože nejsou tyto vzorové obchodní podmínky právně závazné, některé povinnosti v nich obsažené budou závazným způsobem upraveny v připravované směrnici o platebních službách (např. odpovědnostní limit klienta při ztrátě platební karty).

**Zákon č. 38/2004 Sb., o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí (dále též „ZPZ“)**

Podle § 21 tohoto zákona je osoba provozující zprostředkovatelskou činnost v pojišťovnictví nebo činnost samostatného likvidátora pojistných událostí zejména:

- **povinna tuto svoji činnost vykonávat s odbornou péčí, chránit zájmy spotřebitele, zejména nesmí uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné nebo dvojsmyslné údaje a informace, anebo zamlčet údaje o charakteru a vlastnostech poskytovaných služeb;**
- **v souvislosti se svojí činností pojišťovacího zprostředkovatele nebo samostatného likvidátora pojistných událostí nesmí klientovi poskytovat neoprávněné výhody finanční, materiální či nemateriální povahy;**
- **před uzavřením smlouvy povinna klientovi sdělit údaje o postupech, podle nichž spotřebitel a ostatní dotčené osoby mohou podat stížnost, popřípadě žalobu na pojišťovacího zprostředkovatele;**
- **povinna informovat klienta o tom, zda daný typ pojištění je oprávněna sjednávat pro jednu či více pojišťoven, s uvedením jejich výčtu;**
- **před uzavřením pojistné smlouvy povinna, zejména na základě informací poskytnutých klientem a v závislosti na charakteru sjednávaného pojištění, zaznamenat požadavky a potřeby klienta související se sjednávaným pojištěním a důvody, na kterých pojišťovací zprostředkovatel zakládá svá doporučení pro výběr daného pojistného produktu;**
- **povinna své doporučení poskytnout na základě analýzy dostatečného počtu pojistných produktů nabízených na trhu tak, aby mohla podle odborných kritérií doporučit uzavření pojistné smlouvy odpovídající potřebám a požadavkům klienta.**

Další ustanovení vztahující se k ochraně spotřebitele jsou i ustanovení o povinném pojištění zprostředkovatelů pro případ odpovědnosti za škodu způsobenou výkonem této činnosti (§ 7 odst. 5 – pojišťovací agent, § 8 odst. 5 – pojišťovací makléř, § 10 odst. 4 – samostatný likvidátor pojistných událostí, § 12 – veřejně přístupný registr vedený ČNB).

**Zákon č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě (dále též „ZPS“)**

Ačkoliv je ZPS soukromoprávní normou, ve které se definuje pojistná smlouva jako smlouva o finančních službách, ve které se pojistitel zavazuje v případě vzniku nahodilé události poskytnout ve sjednaném rozsahu plnění a pojistník se zavazuje platit pojistiteli pojistné, obsahuje ZPS některá ustanovení na ochranu spotřebitele. Především se jedná o informační povinnosti stanovené v § 65 a násl. ZPS:

- **zájemci o uzavření pojistné smlouvy musí být informováni** o informacích uvedených v § 66 ZPS:
  - a) základní informace o pojistiteli (§ 66 odst. 1 ZPS),
  - b) informace o závazku vyplývající z případné uzavřené smlouvy – definice všech pojištění a opcí, doba platnosti a způsob zániku pojistné smlouvy, způsoby a doba placení pojistného, způsob výpočtu a rozdělení bonusů, pokud jsou obsahem pojistné smlouvy, určení výše odkupného aj. (§ 66 odst. 2 ZPS),
  - c) informace před uzavřením pojistné smlouvy týkající se pojištění osob uzavírané na dálku – informace o existenci daní nebo jiných poplatků, které nejsou hrazeny pojistitelem nebo jím nejsou ukládány, o zvláštních poplatcích za použití prostředku komunikace na dálku, o minimální délce trvání pojistné smlouvy, o

jazyku, případně jazycích, ve kterých se souhlasem zájemce bude pojistitel komunikovat s pojistníkem během trvání smlouvy a ve kterých jsou poskytovány pojistné podmínky a další informace (§ 66 odst. 3 ZPS), možnosti obdržení dalších informací na vyžádání (§ 66 odst. 4 ZPS)

d) informace pojistitele o uzavření pojistné smlouvy týkající se pojištění osob na dálku a

Informace uvedené pod bodem c) a d) mají být k dispozici zájemci na trvalém nosiči dat v dostatečné době před okamžikem, od kterého je zájemce pojistnou smlouvou vázán, a právo na obdržení těchto informací v tištěné podobě během trvání smlouvy a právo změnit způsob komunikace na dálku

- informace, které musí být pojistníkovi **oznámeny během trvání pojistné smlouvy** – změny týkající se osoby pojistitele, jakékoliv změny údajů uvedených v § 66 odst. 2 písm. a) až i) ZPS a informace o každoročním stavu bonusů (§ 67 ZPS).

Výše uvedené informace mají být oznamovány jasným a přesným způsobem, písemně a v českém jazyce (§ 65 odst. 1 ZPS). Informace mohou být poskytnuty i v jiném jazyce, jestliže to zájemce nebo pojistník požaduje nebo pokud má možnost volby práva, které bude pro pojistnou smlouvu použito.

Jisté znaky ochrany spotřebitele vykazují ustanovení:

- o podstatných náležitostech pojistné smlouvy (§ 4 ZPS),
- omezující možnost odchýlit se od ustanovení ZPS a zvláštních právních předpisů v případě povinného pojištění a nemožnost odmítnout poskytnutí pojistného plnění z důvodů uvedených v zákoně (§ 5 ZPS),
- povinná písemná forma pro pojistnou smlouvu, s výjimkou případů, kdy zakládá pojištění s pojistnou dobou kratší než 1 rok, a pro ostatní právní úkony týkající se pojištění,
- ukládající pojistiteli vydat potvrzení o uzavření smlouvy – pojistku, v které musí být uvedeny zákonem stanovené údaje, a povinnost vydat na náklady pojistníka druhopis pojistky,
- o povinnosti pojistníka seznámit pojištěného s obsahem pojistné smlouvy (§ 10 odst. 2),
- o povinnosti pojistitele sdělit na žádost pojistníka zásady pro stanovení výše pojistného,
- o povinnosti snížit a právu zvýšit pojistné (§ 15 ZPS),
- o povinnosti pojistitele bezodkladně po oznámení pojistné události zahájit šetření nutná ke zjištění jeho povinnosti plnit a o splatnosti pojistného plnění (15 dnů) po skončení šetření (§ 16 ZPS),
- o právu oprávněné osoby v případě soupojištění na plnění v celé výši vůči vedoucímu pojistiteli, pojištění se platí a oznámení o škodné události přijímá vedoucí pojistitel (§ 30 ZPS).<sup>12</sup>

Tento zákon byl původně koncipován jako speciální předpis, který měl pojmout všechny aspekty soukromoprávní ochrany spotřebitele pojistných služeb. Uvedená koncepce byla zásadním způsobem zmařena novelou občanského zákoníku zákonem č. 56/2006 Sb.,

<sup>12</sup> Od tohoto ustanovení se nelze odchýlit s výjimkou pojištění velkých rizik, jak plyne i z nového znění § 30 odst. 7, účinného od 1. dubna 2006: „S výjimkou pojištění velkých rizik podle zvláštního právního předpisu upravujícího pojišťovnictví se od ustanovení tohoto paragrafu nelze v pojistné smlouvě odchýlit ani v případě, kdy se některý z pojistitelů účastní soupojištění prostřednictvím obchodní sítě založené v místě sídla pojistitele nebo prostřednictvím jeho pobočky, které se nacházejí v jiném členském státě než členském státě sídla pojistitele, nebo nachází-li se pojistné riziko v jiném členském státě nebo v České republice.“



zmíněným výše v souvislosti s právní úpravou obsaženou v občanském zákoníku. Implementací všech citovaných směrnic EU do občanského zákoníku vznikla duální úprava soukromoprávní ochrany spotřebitele pojistných služeb se všemi interpretačními problémy s tím spojenými (především nejednoznačnost a nepřehlednost).

### **Oblast penzijního připojištění se státním příspěvkem**

#### **Zákon č. 42/1994 Sb., o penzijním připojištění se státním příspěvkem (dále též „ZPP“)**

Upravuje doplňkové důchodové připojištění jehož podstatou je, že si účastníci (spotřebitelé) odkládají část své současné spotřeby do penzijních fondů, za účelem pozdější výplaty starobní, výsluhové, invalidní nebo pozůstalostní penze.

Ustanovení s rysy ochrany spotřebitele jsou:

- povinnost penzijního fondu seznámit účastníka před uzavřením smlouvy se statutem a penzijním plánem (§13 ZPP), penzijní plán i statut musí být každému přístupný (§ 9 odst. 4),
- obligatorní náležitosti smlouvy (§ 12 a násl. ZPP), která nesmí obsahovat zneužitelné klausule v neprospěch účastníka. Nedílnou součástí smlouvy je penzijní plán (§ 14 odst. 2), který musí dle zákona (§ 11) stanovit mimo jiné druhy dávek, podmínky nároku na dávky, způsob výpočtu dávek, důvody pro výpověď penzijního připojištění, podmínky placení příspěvku, přerušení plateb, převod peněžních prostředků do jiného fondu. Změnit penzijní plán, který je součástí smlouvy lze jen po dohodě mezi PF a účastníkem (§ 16),
- zákonná povinnost schválení penzijního plánu a statutu dozorový orgánem, to platí i o jejich změnách (§ 5 odst.3 a 4, § 9 odst. 2),
- zákonná povinnost penzijních fondů každoročně bezplatně a písemně informovat účastníky o výši prostředků evidovaných ve prospěch jejich nároků, o stavu těchto nároků a o připsaném zhodnocení. Součástí informace je i zpráva o hospodaření PF a umístění prostředků, jejich výši a počtu účastníků (§ 26 odst.1 a 2),
- zákonná možnost účastníků vyvázat se po jednom roce připojištění ze systému a dále možnost převést prostředky k jinému PF (§ 23 a 24 ZPP),
- zákonná povinnost informovat veřejnost o seznamu členů orgánů penzijního fondu a seznamu akcionářů (§ 26 odst. 3 ZPP),
- zákonná úprava pravidel investování PF, které je pod kontrolou státního dozorového orgánu (viz. § 33,34). Investování je zároveň obsaženo, včetně zásad hospodaření, ve statutu, který musí obsahovat zákonem schválené náležitosti, budoucí účastníci s ním musí být seznámeni a musí být dostupný (viz § 10, § 13, § 26 odst. 2),
- zákonná sankce při nedodržování zákonných povinností včetně informačních vůči účastníkům (§ 473b ZPP).

### **Devizová oblast:**

**Vyhláška ČNB č. 434/2002 Sb., kterou se stanoví náležitosti žádosti o udělení devizové licence, předpoklady a podmínky pro provádění některých obchodů s devizovými hodnotami a postup pro nakládání s padělanými nebo pozměněnými prostředky**

Tato prováděcí vyhláška k devizovému zákonu (v něm samotným pravidla na ochranu spotřebitele explicitně obsažena nejsou) vedle dalších skutečností stanoví i podmínky pro provádění některých obchodů s devizovými hodnotami devizovými místy dotýkající se určitých práv spotřebitelů. Jde zejména o:

- § 5: požadavek na technickou adekvátnost provozoven, kde se provádějí hotovostní devizové obchody,
- § 7: požadavek na obsah tzv. odpočtu o nákupu nebo prodeji cizí měny v hotovosti, jehož jeden stejnopis obdrží zákazník,
- § 8 odst. 3: požadavek na zřetelné a jednoznačné uveřejnění kurzovního lístku a ceníku za služby.,
- § 18 písm. c) až f) a § 19 odst. 2: pravidla pro jednání s klienty v případě bezhotovostních obchodů s cizí měnou,
- § 20 odst. 5 až 8: obsahové náležitosti dokladu o provedení bezhotovostního obchodu s cizí měnou, jehož jeden stejnopis obdrží zákazník,
- § 21: požadavek na určení kurzu a ceny bezhotovostního obchodu a povinnost informovat klienta předem o ceně služby.

### **c) Prostředky ochrany spotřebitele**

#### **Soudní ochrana**

Problematika ochrany spotřebitele se promítá i do oblasti ochrany práv spotřebitelů. **Existuje** zde samozřejmě klasické **právo na soudní ochranu**, kdy se spotřebitel může domáhat svých práv formou žaloby. Podle platného práva může soud účastníkovi, jehož žalobě vyhověl, přiznat na jeho návrh ve výroku rozsudku právo rozsudek uveřejnit na náklady neúspěšného účastníka, přičemž podle okolností případu soud stanoví též rozsah, formu a způsob uveřejnění. Je evidentní, že z toho vyplývající hrozba případné nežádoucí negativní publicity (v daném případě asi nelze předpokládat, že by o tento druh reklamy byl mezi podnikateli zájem) je nástrojem, který může preventivně působit na podnikatele v oblasti jednání se spotřebiteli.

V některých případech, kdy je podezření, že poskytovatel finanční služby spáchal trestný čin (např. poškozování věřitele, lichva), může spotřebitel podat trestní oznámení.

#### **Mimosoudní ochrana při řešení sporů**

V českém právu byl navíc pro řešení určitého velmi úzkého okruhu vztahů zřízen zákonem č. 229/2002 Sb. i mimosoudní orgán, **finanční arbitr**. Řeší spory mezi osobami, které provádějí převody peněžitých prostředků, a jejich klienty při provádění, převodů peněžních prostředků podle zvláštního právního předpisu, opravného zúčtování podle zvláštního právního předpisu upravujícího činnost bank a inkasní formy placení na území ČR, jestliže výše částky, která je předmětem sporu, vyjádřená v eurech nepřesahuje ke dni podání návrhu částku 50 000, a spory mezi vydavatelem a držitelem elektronických platebních prostředků. Finanční arbitr rozhoduje v řízení, které lze zahájit pouze na návrh navrhovatele, ve věci samé nálezem. Doručený nález, který již nelze napadnout námitkami, je v právní moci. Jakmile uplynula lhůta k plnění, je nález soudně vykonatelný. Strany však mají možnost volby, zda se obrátí na obecný soud či finančního arbitra.

Současná právní úprava nevyklučuje, aby majetkové spory mezi spotřebiteli a finančními institucemi rozhodovali na základě vzájemné dohody rozhodci dle zákona č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů.

### **Státní dozor**

Nad rámec soukromoprávních sankcí vyplývajících ze smluvního práva umožňují jednotlivé sektorové zákony finančního trhu v případě nedodržení soukromoprávních ustanovení i uplatnění veřejnoprávních sankcí vůči dodavatelům (finančním institucím).

Dodržování spotřebitelského práva podléhá dozoru řady státních orgánů, z nichž nejvýznamnější roli hraje **Česká obchodní inspekce**. V případě porušení povinností v oblasti ochrany spotřebitele mohou být podnikatelským subjektům orgánem dozoru uloženy pokuty.

**V oblasti finančního trhu došlo od 1. dubna 2006 ke sloučení stávajících dozorových orgánů. Jediným orgánem dohledu je do budoucna Česká národní banka. Ta vykonává dohled především v zájmu stability finančního systému jako celku, přičemž dohlíží nad dodržováním regulatorních předpisů zákonem stanovenými osobami (finančními institucemi) a jejich finančním zdravím. Česká národní banka se však při výkonu dohledu pouze výjimečně zabývá jednotlivými smlouvami finančních institucí se zákazníky a pokud ano, tak opět z hlediska stability a integrity trhu či konkrétní instituce. Vedle toho Ministerstvo financí vykonává dozor nad poskytováním státního příspěvku na penzijní připojištění a kontrolu v oblasti státní podpory stavebního spoření.**

**V oblasti regulace reklamy pak existuje široká škála orgánů dozoru – nejvýznamnější roli z pohledu finančního trhu hrají Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (v případě televizní a rozhlasové reklamy) a dále krajské živnostenské úřady.**

### **d) Zájmová sdružení na ochranu spotřebitele**

Spotřebitel nemusí být při ochraně svých práv osamocen. **Platná legislativa totiž výslovně počítá i s existencí sdružení založených k ochraně spotřebitele.** Tato sdružení jsou aktivně legitimována jak k podání návrhu na zahájení řízení u soudu o zdržení se protiprávního jednání ve věci ochrany práv spotřebitelů, tak jsou oprávněna činit podněty orgánům veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele.

V některých oblastech ochrany spotřebitele hrají určitou roli i profesní organizace sdružující poskytovatele finančních služeb. Jedná se například o:

### **e) Profesní organizace zřízené ex lege**

**Českou kancelář pojistitelů**, která zjišťuje, uchovává a poskytuje vybrané údaje:

- o pojištění odpovědnosti vozidel registrovaných na území České republiky,
- o škodních zástupcích, které jmenovali pojistitelé mající oprávnění provozovat pojištění odpovědnosti z provozu vozidla v České republice pro území ostatních členských států Evropského hospodářského prostoru. Oprávněné osoby, jež mají nárok na náhradu škody v důsledku dopravní nehody, mohou prostřednictvím informačního střediska České kanceláře

pojistitelů zjišťovat údaje potřebné pro navázání kontaktu s odpovědným pojistitelem vozidla škůdce, jeho škodním zástupcem, korespondenčním partnerem nebo dalším kompetentním subjektem. Dále spravuje garanční fond, zabezpečuje plnění úkolů souvisejících s jejím členstvím v Radě kanceláří, uzavírá dohody s kanceláři pojistitelů cizích států, informačními středisky a orgány pověřenými v jiných členských státech vyřizováním žádostí o náhradní plnění a zabezpečuje úkoly vyplývající z těchto dohod, aj.

#### **f) Profesionální organizace dobrovolné (smluvní)**

**Českou bankovní asociaci**, která přijala Kodex chování mezi bankami a klienty, jímž je velmi výrazně rozšířena úprava vzájemných vztahů mezi bankou a jejími retailovými klienty, a to s důrazem na přesné vymezení práv klientů, doposud obsažená v Etickém kodexu České bankovní asociace, který mimo jiné stanovil základní zásady chování bank a jejich zaměstnanců ke klientům. Kodex se zaměřuje i na oblasti publicity, propagační, akviziční a reklamní činnosti, kterými prezentuje banka své služby odpovědně, seriózně a pravdivě a bez zavádějících či zkreslujících informací o službách svých konkurentů.

**Asociaci pro kapitálový trh (dále jen „AKAT“), jejímž cílem je rozvoj, standardizace a popularizace kapitálového trhu.** Zejména podporuje vzdělávání a osvětu v oblasti kapitálového trhu, pořádá přednášky, semináře, konference, vydává publikace, právní stanoviska a etické normy, podílí se na připomínkování zákonů a vyhlášek souvisejících s kapitálovým trhem a podporuje vzdělávání a osvětu v oblasti kapitálového trhu. Zároveň má i samoregulační prvky. Zjistí-li etická komise závažné porušení povinností účastníků kapitálového trhu v České republice, může navrhnout představenstvu AKAT, aby jménem AKAT informovalo o této skutečnosti příslušný orgán dohledu.

**Českou asociaci obchodníků s cennými papíry**, která má za jeden ze svých cílů stanovenou propagaci kapitálového trhu se zaměřením na oblast obchodování s investičními nástroji. Přijala pro členy závazný Etický kodex, který poměrně detailně upravuje principy jednání členů a jejich zaměstnanců. Na asociaci je rovněž možné se obracet s dotazy týkajícími se problematiky kapitálového trhu.

**Asociaci českých pojišťovacích makléřů**, která přijala materiál Kodex etiky pojišťovacího makléře, jehož preambule stanoví povinnost makléřů především hájit zájmy svých klientů, zpracovávat pro ně optimální pojistné programy jak z hlediska jejich potřeb, tak z hlediska nabídky pojistného trhu. Přitom je makléř povinen respektovat platné právní předpisy, uchovávat obchodní tajemství svých klientů a dbát na dodržování právních norem.

**Českou asociaci pojišťoven (dále jen „ČAP“),** která je zájmovým sdružením 25 komerčních pojišťoven. Posláním asociace je zastupovat a hájit zájmy pojišťoven a jejich klientů ve vztahu k orgánům státní správy i ve vztahu k zahraničí a podporovat tak rozvoj pojišťovnictví a pojistného trhu v České republice. ČAP zpracovává připomínky k právním předpisům týkajícím se pojišťovnictví i pojištění. Tímto způsobem se podílí na rozvoji právní úpravy v této oblasti v souladu s právem EU. ČAP dbá na prosazování pravidel etického chování na pojistném trhu. V roce 1995 vydala Kodex etiky v pojišťovnictví, který byl významně novelizován v roce 2006. ČAP vytváří některá doporučení upravující postupy pojišťoven (např. v roce 2004 Doporučení CEA pro sjednávání pojištění přes Internet).

**Asociaci penzijních fondů ČR (dále jen APF ČR)**, která sdružuje všechny penzijní fondy aktivně působící na trhu penzijního připojištění. Je přístupná i dalším právním subjektům majícím vztah k penzijnímu připojištění. Základním posláním asociace je koordinovat, zastupovat, prosazovat a hájit společné zájmy svých členů. Působí k odstraňování rozporů mezi členy asociace s cílem eliminovat negativní důsledky jak pro trh penzijního připojištění, tak pro účastníky. Za účelem prosazování korektních vztahů na trhu penzijního připojištění přijala APF ČR v roce 1997 Kodex etiky. APF ČR se snaží zpřístupnit informace o penzijním připojištění i penzijních fondech široké veřejnosti. Každého čtvrt roku zveřejňuje na www stránkách mimo jiné ekonomická data i údaje o akcionářské struktuře, depozitářích, správcích portfolia a auditorech jednotlivých PF, tytéž informace jsou obsaženy i v dvojjazyčné publikaci vydávané asociací a umístěné rovněž na www stránkách.

**Asociaci fondů a asset managementu České republiky (dále jen „AFAM“)**, která sdružuje nejvýznamnější tuzemské i zahraniční investiční společnosti a asset management společnosti, které působí v ČR. Svou činností napomáhá ke zvýšení transparentnosti kapitálového trhu a ochraně investorů. Pravidelně zpracovává informace o jednotlivých fondech, které spravují členové Asociace.

**Asociaci finančních zprostředkovatelů a finančních poradců České republiky**, která svou činností pomáhá rozvíjet služby na finančním trhu a zvyšuje ochranu investorů. Dále pořádá vzdělávací akce pro širokou veřejnost.

**Radu pro reklamu**, která je organizací samoregulace reklamy k dosažení čestné, decentní, legální a pravdivé reklamy na území České republiky. Členy jsou zástupci zadavatelů reklamy, reklamních agentur i médií.