

# Stanovisko Nejvyššího soudu ze dne 11.12.2013, sp. zn. Cpjn 200/2013, ECLI:CZ:NS:2013:CPJN.200.2013.1

**Číslo:** 102/2013

## **Právní věta:**

1) Smlouvy o propagaci reklamní plochy uzavřené se spotřebiteli za podmínek popsanych v důvodech tohoto stanoviska jsou inominátními kontrakty, jimiž se zakládají závazkové vztahy, o kterých se účastníci platně dohodli, že se řídí obchodním zákoníkem.

2) Neplatná jsou ujednání dané smlouvy směřující k její automatické prolongaci, ujednání o povinnosti spotřebitele platit smluvní pokutu a náklady na písemnou upomínku, ujednání o nevratnosti plnění poskytnutého spotřebitelem bez ohledu na důvod, pro který dojde k předčasnému ukončení smlouvy tam, kde zákon vrácení vzájemně poskytnutého plnění předpokládá, a sjednání odlišného režimu účinnosti výpovědi smlouvy pro každou ze smluvních stran.

**Soud:** Nejvyšší soud

**Datum rozhodnutí:** 11.12.2013

**Spisová značka:** Cpjn 200/2013

**Číslo rozhodnutí:** 102

**Číslo sešitu:** 10

**Typ rozhodnutí:** Stanovisko

**Hesla:** Smlouva spotřebitelská

**Předpisy:** 4 obch. zák.

§ 262 odst. 1

§ 56 obč. zák.

**Druh:** Rozhodnutí ve věcech občanskoprávních, obchodních a správních

## **Sbírkový text rozhodnutí:**

Stanovisko občanskoprávního a obchodního kolegia Nejvyššího soudu ze dne 11. 12. 2013 ke smlouvám o propagaci reklamní plochy.

Nejvyšší soud, který je povolán sledovat a vyhodnocovat pravomocná rozhodnutí soudů (§ 14 odst. 3 zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů /zákon o soudech a soudcích/, ve znění pozdějších předpisů), zjistil z předložených pravomocných rozhodnutí soudů prvního stupně, že soudy postupují rozdílně při posuzování platnosti smluv o propagaci reklamní plochy, které s fyzickými osobami (nepodnikateli) uzavírají UP PROMOTION, s. r. o., a BEZREKLAMKA, s. r. o.

Soudy se neshodují v těchto otázkách:

- 1) Zda dohoda stran, že závazkový vztah smlouvou založený se řídí obchodním zákoníkem, je platná.
- 2) O jaký typ smlouvy jde, popř. zda jde o nepojmenovanou smlouvu.
- 3) Zda některá ujednání smlouvy jsou neplatná z hlediska úpravy ochrany spotřebitele.

Po vyhodnocení předložených pravomocných rozhodnutí, a na jejich základě, zaujalo občanskoprávní a obchodní kolegium Nejvyššího soudu na návrh předsedy občanskoprávního a obchodního kolegia v zájmu zajištění jednotného rozhodování soudů v těchto věcech, následující stanovisko:

## I.

**Smlouvy o propagaci reklamní plochy uzavřené se spotřebiteli za podmínek popsanych v důvodech tohoto stanoviska jsou inominačními kontrakty, jimiž se zakládají závazkové vztahy, o kterých se účastníci platně dohodli, že se řídí obchodním zákoníkem.**

## II.

**Neplatná jsou ujednání dané smlouvy směřující k její automatické prolongaci, ujednání o povinnosti spotřebitele platit smluvní pokutu a náklady na písemnou upomínku, ujednání o nevratnosti plnění poskytnutého spotřebitelem bez ohledu na důvod, pro který dojde k předčasnému ukončení smlouvy tam, kde zákon vrácení vzájemně poskytnutého plnění předpokládá, a sjednání odlišného režimu účinnosti výpovědi smlouvy pro každou ze smluvních stran.**

Předmětem smlouvy obsažené na předtištěném formuláři je zajištění propagace specifikované reklamní plochy (mobilní plochy, statické plochy, různé plochy). Dodavatel se zavázal zajistit propagaci plochy jako volné reklamní plochy, a to umístěním údajů a informací o ní na internetovém serveru (portálu) veřejně přístupném všem uživatelům. Objednatel se zavázal zaplatit jednorázovou peněžní částku (včetně daně z přidané hodnoty) za zpracování údajů potřebných pro umístění na internetovém serveru s tím, že „tato částka není vratná, a to ani v případě ukončení této smlouvy z jakéhokoliv důvodu.“ Smlouva je uzavřena na dobu jednoho roku; automaticky (opakovaně) se prodlužuje o další rok, nebude-li objednatel „písemně doporučenou poštou“ vypovězena nejpozději 30 dnů před jejím ukončením. Po dobu prvního roku trvání smlouvy je „propagace reklamní plochy poskytována zdarma“. Za každý další rok trvání smlouvy se sjednává paušální odměna dodavatele včetně daně z přidané hodnoty splatná ve lhůtě čtrnácti dnů ode dne automatického prodloužení smlouvy; „tato částka není vratná, a to ani v případě ukončení této smlouvy z jakéhokoliv důvodu.“ Dodavatel je oprávněn smlouvu jednostranně vypovědět bez udání důvodu. Pro případ, že objednatel nezaplatí „jakoukoli platbu vyplývající z této smlouvy řádně a včas,“ sjednaly strany smluvní pokutu ve výši 1000 Kč, splatnou ve lhůtě jednoho měsíce po sjednaném datu splatnosti platby, a úroky z prodlení ve výši 0,3 % z dlužné částky za každý den prodlení objednatele do zaplacení. V případě vymáhání jakéhokoliv peněžitého plnění se objednatel zavázal zaplatit dodavateli „za každou odeslanou písemnou upomínku k plnění“ 200 Kč (do jednoho týdne od okamžiku odeslání písemné upomínky). Závěrem se strany dohodly, že „veškeré jejich závazkové vztahy a jednotlivé nároky vyplývající z této smlouvy se budou dle ustanovení § 262 odst. 1 obč. zák. řídit zákonem č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.“ „Objednatel výslovně prohlašuje a je si vědom toho, že na základě tohoto ustanovení nedochází ke zhoršení jeho právního postavení jako účastníka této smlouvy.“ „Toto ustanovení sjednávají smluvní strany proto, že obsah smluvního vztahu účastníků smlouvy s přihlédnutím ke všem okolnostem vhodněji vystihuje obchodní zákoník,

když objednatel prostřednictvím propagace reklamní plochy ... může dosahovat zisku.“ Obsahem smlouvy je i prorogační doložka (spory vzniklé z této smlouvy nebo v souvislosti s ní budou projednány a rozhodnuty Okresním soudem v Benešově).

Ve věcech vedených pod sp. zn. 6 C 106/2011, 5 C 301/2011, 8 C 390/2011, 9 C 55/2012, 13 C 51/2012, 13 C 60/2011, 14 C 206/2011, 4 C 103/2012, 5 C 413/2011, 11 C 298/2011, 14 C 383/2011 Okresní soud v Benešově uzavřel, že dohoda stran o tom, že jejich závazkový vztah se bude řídit obchodním zákoníkem, nesměruje ke zhoršení právního postavení účastníka, který není podnikatelem (§ 262 odst. 1 obch. zák.), a smlouvu o propagaci reklamní plochy považoval za nepojmenovanou smlouvu (§ 269 odst. 2 obch. zák.). Stejně právní posouzení zaujal ve věci vedené pod sp. zn. 12 C 9/2012 Okresní soud ve Vsetíně – pobočka ve Valašském Meziříčí.

Okresní soud v Ostravě ve věci vedené pod sp. zn. 38 C 135/2012 dohodu o podřízení právního vztahu obchodnímu zákoníku měl za platnou; i když je žalovaným spotřebitel (§ 52 odst. 3 obč. zák.), „pouhé podřízení smlouvy obchodnímu zákoníku samo o sobě nevede ke zhoršení jeho právního postavení.“ Vzhledem k postavení žalovaného jako spotřebitele aplikoval na právní vztah založený smlouvou o propagaci reklamní plochy, kterou považoval za smlouvu o dílo, ustanovení občanského zákoníku o spotřebitelských smlouvách (viz § 262 odst. 4 obch. zák.). Se zřetelem k tomu, že závazkem žalobce je pouhé pasivní zajištění propagace reklamy, nikoliv samotná propagace, za neplatná ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě žalovaného značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, označil závazek žalovaného uhradit sjednanou částku bez ohledu na splnění povinnosti žalobcem, uzavření smlouvy na dobu jednoho roku s automatickou prolongací s tím, že žalobce je oprávněn smlouvu jednostranně vypovědět kdykoliv bez udání důvodů, avšak žalovaný může smlouvu vypovědět „písemně doporučenou poštou“ nejpozději 30 dnů před jejím ukončením, a okolnost, že žalobce není povinen vrátit žalovanému jakoukoliv alikvotní část sjednané ceny ani v případě ukončení smlouvy před sjednanou dobou trvání.

Okresní soud v Teplicích ve věci vedené pod sp. zn. 18 C 58/2012 uzavřel, že dohoda o volbě práva je neplatná (§ 262 odst. 1 obch. zák.). Smlouvu o propagaci reklamní plochy, kterou podřadil smlouvě o dílo podle § 631 a násl. obč. zák., posoudil jako neplatný právní úkon, protože žalobce neprokázal, že byla podepsána jednajícím osobou (§ 40 odst. 3 obč. zák.). I kdyby byla smlouva platná, zaujal co do neplatnosti jednotlivých ujednání z hlediska § 55 odst. 2, § 56 odst. 1 odst. 3 písm. e), f), a j) obč. zák. stejný názor jako Okresní soud v Ostravě ve věci uvedené výše.

Podle ustanovení § 262 obch. zák. si strany mohou dohodnout, že jejich závazkový vztah, který nespadá pod vztahy uvedené v § 261, se řídí tímto zákonem. Jestliže taková dohoda směřuje ke zhoršení právního postavení účastníka smlouvy, který není podnikatelem, je neplatná (odstavec 1/). 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, adhézních 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 (odstavec 4/).

Podle ustanovení § 55 obč. zák. se smluvní ujednání spotřebitelských smluv nemohou odchýlit od zákona v neprospěch spotřebitele. Spotřebitel se zejména nemůže vzdát práv, které mu zákon poskytuje, nebo jinak zhoršit své smluvní postavení (odstavec 1/). Ujednání ve spotřebitelských smlouvách podle § 56 jsou neplatná (odstavec 2/).

Podle ustanovení § 56 odst. 1 obč. zák. nesmějí spotřebitelské smlouvy obsahovat ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a

povinnostech stran. Nepřípustná jsou podle ustanovení § 56 odst. 3 obč. zák. zejména smluvní ujednání, která

- a) vylučují nebo omezují odpovědnost dodavatele za jednání či opomenutí, kterým byla spotřebiteli způsobena smrt či újma na zdraví,
- b) vylučují nebo omezují práva spotřebitele při uplatnění odpovědnosti za vady či odpovědnosti za škodu,
- c) stanoví, že smlouva je pro spotřebitele závazná, zatímco plnění dodavatele je vázáno na splnění podmínky, jejíž uskutečnění je závislé výlučně na vůli dodavatele,
- d) dovolují dodavateli, aby spotřebiteli nevydal jím poskytnuté plnění i v případě, že spotřebitel neuzavře smlouvu s dodavatelem či od ní odstoupí,
- e) opravňují dodavatele odstoupit od smlouvy bez smluvního či zákonného důvodu a spotřebitele nikoliv,
- f) opravňují dodavatele, aby bez důvodů hodných zvláštního zřetele vypověděl smlouvu na dobu neurčitou bez přiměřené výpovědní doby,
- g) zavazují spotřebitele k plnění podmínek, s nimiž se neměl možnost seznámit před uzavřením smlouvy,
- h) dovolují dodavateli jednostranně změnit smluvní podmínky bez důvodu sjednaného ve smlouvě,
- i) stanoví, že cena zboží či služeb bude určena v době jejich splnění, nebo dodavatele opravňují k zvýšení ceny zboží či služeb, aniž by spotřebitel byl oprávněn od smlouvy odstoupit, je-li cena sjednaná v době uzavření smlouvy při splnění podstatně překročena,
- j) přikazují spotřebiteli, aby splnil všechny závazky i v případě, že dodavatel nesplnil závazky, které mu vznikly,
- k) dovolují dodavateli převést práva a povinnosti ze smlouvy bez souhlasu spotřebitele, dojde-li převodem ke zhoršení dobytosti nebo zajištění pohledávky spotřebitele.

Podle ustanovení § 269 odst. 2, věty první, obč. zák. mohou účastníci uzavřít i takovou smlouvu, která není upravena jako typ smlouvy.

Není sporu o tom, že smlouva o propagaci reklamní plochy popsaná v tomto stanovisku je spotřebitelskou (adhézní) smlouvou, jejíž obsah není výsledkem jednání stran, ale byl dodavatelem (ve sporech žalobcem) vzhledem k jeho postavení silnější strany v daném právním vztahu - vyjma identifikace plochy a ceny plnění - určen předem, aniž by spotřebitel (ve sporech žalovaný) měl možnost jej ovlivnit (§ 52 odst. 1, 2, 3 obč. zák.).

Režimu obchodního zákoníku podřídili účastníci, tj. podnikatel (dodavatel) a osoba, která podnikatelem není (spotřebitel), právní vztah smlouvou založený s tím, že jeho obsah „s přihlédnutím ke všem okolnostem vhodněji vystihuje obchodní zákoník, když objednatel prostřednictvím propagace reklamní plochy ... může dosahovat zisku.“ Dohoda o volbě práva, resp. její platnost je omezena ochranou spotřebitele, tedy strany, která zaujímá v zakládaném právním vztahu slabší postavení; výsledkem takové dohody totiž nesmí být - jak výslovně stanoví § 262 odst. 1, věta druhá, obč. zák. - zhoršení právního postavení účastníka, který není podnikatelem. Platí, že režim

obchodního zákoníku nelze paušálně považovat za takový, který a priori zhoršuje postavení strany, jež není podnikatelem. S přihlédnutím k tomu, o jaký typ smlouvy se jedná (viz výklad níže), a se zřetelem ke kogentní úpravě ochrany spotřebitele (§ 262 odst. 4, § 263 odst. 1 obch. zák.) lze uzavřít, že dohoda podřizující právní vztah založený smlouvou o propagaci reklamní plochy není ve smyslu § 262 odst. 1, věty druhé, obch. zák. neplatná.

Smlouva o propagaci reklamní plochy je inominačním kontraktem (§ 269 odst. 2, věta první, obch. zák.). O smlouvu o dílo nejde proto, že vymezený předmět - nabídka plochy k reklamním účelům umístěním údajů a informací na internetovém serveru (pasivní inzerce) - nespĺňuje kritéria díla ve smyslu § 536 odst. 2 obch. zák. Nelze uvažovat ani o typu mandátní smlouvy, neboť umístění údajů a informací na internetovém serveru dodavatele není jednáním mandatáře jménem mandanta (§ 566 odst. 1 obch. zák.).

Pro obchodní závazkové vztahy spadající do kategorie typových a fakultativních obchodů, jejichž stranou je osoba, která není podnikatelem, se použijí ustanovení občanského zákoníku a zvláštních zákonů směřujících k ochraně spotřebitele, je-li to ve prospěch strany, která není podnikatelem (srov. § 262 odst. 4 obch. zák., § 52 a násl. obč. zák.).

I pro smluvní vztahy podléhající režimu obchodního zákoníku se uplatní ustanovení § 41 obč. zák., podle něhož vztahuje-li se důvod neplatnosti jen na část právního úkonu, je neplatnou jen tato část, pokud z povahy právního úkonu nebo z jeho obsahu anebo z okolností, za nichž k němu došlo, nevyplývá, že tuto část nelze oddělit od ostatního obsahu. Z toho důvodu je třeba hodnotit platnost jednotlivých smluvních ujednání zvlášť a vážít, zda jejich případná neplatnost způsobuje neplatnost celé smlouvy, nebo zda zbylá (platná) část smlouvy sama o sobě obtojí.

Určité ujednání ve spotřebitelské smlouvě je neplatné podle § 55 odst. 2 obč. zák. tehdy, pokud v rozporu s požadavkem dobré víry znamená k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran (§ 56 odst. 1 obč. zák.), přičemž v § 56 odst. 3 obč. zák. je uveden příkladný výčet takových ujednání.

Ustanovením § 56 odst. 1 obč. zák. byl do českého právního řádu implementován čl. 3 odst. 1 směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. 4. 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, podle něhož smluvní podmínka, která nebyla individuálně sjednána, je považována za nepřiměřenou, jestliže v rozporu s požadavkem přiměřenosti způsobuje významnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, které vyplývají z dané smlouvy, v neprospěch spotřebitele. Z toho plyne povinnost soudu vykládat i § 56 odst. 1 obč. zák. tak, aby bylo dosaženo cíle sledovaného jeho unijní předlohou, tj. aby byla spotřebitelům poskytována ochrana před nepřiměřenými podmínkami ve spotřebitelských smlouvách alespoň v rozsahu uvedenou směrnicí předvídaném.

Výklad sousloví „v rozporu s požadavkem přiměřenosti způsobuje významnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran“ představuje tzv. *acte éclairé*, tj. otázku výkladu unijního práva Soudním dvorem Evropské unie (dále též „SDEU“) již provedenou a nevzbuzující pochybnosti.

SDEU je vyložil v rozsudku ze dne 14. 3. 2013 ve věci Mohamed Aziz proti Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa (Catalunyacaixa), C-415/11, kde uvádí:

Článek 3 odst. 1 směrnice 93/13 musí být vykládán v tom smyslu, že:

- pojem „významná nerovnováha“ v neprospěch spotřebitele je třeba posuzovat na základě analýzy vnitrostátních právních předpisů, které by se použily v případě neexistence dohody stran, aby bylo možné posoudit, zda a případně do jaké míry je právní postavení spotřebitele smlouvou zhoršeno ve srovnání s právním postavením, jaké

by měl podle platné vnitrostátní právní úpravy. Stejně tak by za tímto účelem mělo být přezkoumáno právní postavení, v jakém se daný spotřebitel nachází s ohledem na prostředky, které má podle vnitrostátních právních předpisů k dispozici pro zabránění dalšímu používání zneužívajících klauzulí;

- za účelem zodpovězení otázky, zda je způsobena nerovnováha „v rozporu s požadavkem dobré víry“, je třeba ověřit, zda prodávající nebo poskytovatel, který jedná se spotřebitelem poctivě a přiměřeně, mohl rozumně očekávat, že by spotřebitel s předmětnou klauzulí souhlasil v rámci individuálního vyjednávání o obsahu smlouvy.

Pro posouzení, zda smlouva o propagaci reklamní plochy, jež nebyla sjednána individuálně, obsahuje ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, je tedy rozhodující, zda se strany v konkrétním ujednání odchýlily od dispozitivního ustanovení zákona, kterým by se jejich smluvní vztah jinak řídil, a to výrazně v neprospěch spotřebitele, a zda poskytovatel služby mohl rozumně očekávat, že by spotřebitel s předmětnou klauzulí souhlasil v rámci individuálního vyjednávání o obsahu smlouvy.

K podmínce prostředků, které má spotřebitel k dispozici ve směru zabránění dalšího používání zneužívající klauzule, je třeba ve vztahu k níže uvedeným smluvním ujednáním předeslat, že s výjimkou neplatnosti takových ujednání podle § 55 odst. 2 obč. zák. spotřebitel žádnou takovou možnost v rámci českého právního řádu nemá.

K otázce plnění ze strany spotřebitele je třeba uvést, že zavázal-li se poskytovatel ke „zpracování údajů potřebných pro umístění na internetovém serveru“, za což mu měl spotřebitel zaplatit určitou částku a zavázal-li se dále v prvním roce trvání smluvního vztahu zdarma propagovat reklamní plochu spotřebitele umístěním údajů a informací o ní na inzertní server, nelze uvažovat o tom, že by šlo o dva různé závazky, na sobě nezávislé, z nichž prvý by byl úplatný a druhý bezúplatný. Naopak, vzájemná provázanost daných plnění vede k závěru, že jde ze strany poskytovatele o plnění jediné, a to v plném rozsahu úplatné. Informace nelze totiž inzerovat na internetové stránce bez jejich předchozího zpracování, stejně jako nelze očekávat, že by poskytovatel umožnil spotřebiteli inzerci jím dodaných a zpracovaných podkladů zdarma.

Samotná povinnost spotřebitele uhradit plnění za zpracování jím dodaných údajů potřebných pro inzerci na Internetu a jejich inzerce a výše ceny za takto poskytnutou službu nepodléhají omezení § 56 odst. 1 obč. zák. (srov. § 56 odst. 2 obč. zák.). V daném rozsahu proto nejde o ujednání neplatné pro rozpor s § 56 odst. 1 obč. zák.

Ujednání o smluvní pokutě je vedlejším ujednáním, které není typickou součástí smlouvy. Povinnost spotřebitele v daném případě smluvní pokutu hradit by nastoupila výlučně proto, že poskytovatel využil dispozitivní úpravu § 544 a násl. obč. zák. a tuto povinnost spotřebitele do adhézní smlouvy vtělil. Za situace, kdy stíhá povinnost hradit smluvní pokutu v případě porušení smluvních povinností výlučně spotřebitele, nikoli poskytovatele služby, lze uzavřít, že jde o ujednání představující, i vzhledem k poměru výše smluvní pokuty k výši (významu) jí zajištěné povinnosti, významnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, a to k újmě spotřebitele. Poskytovatel přitom nemohl rozumně očekávat, že by spotřebitel s daným ujednáním souhlasil v případě individuálního sjednání smlouvy. Ujednání o smluvní pokutě je proto neplatné podle § 55 odst. 2 obč. zák.

Ze stejných důvodů je podle § 55 odst. 2 obč. zák. neplatné i ujednání o povinnosti spotřebitele hradit paušální náklady na zaslání písemné upomínky v případě porušení jeho povinností, když poskytovatel žádnou takovou povinnost v případě porušení jeho povinností nemá.

V otázce automatického prodlužování (prolongace) trvání smluvního vztahu je zřejmé, že se jedná o

ujednání, které upravuje práva a povinnosti stran jinak, než zákonná úprava, podle níž by smluvní vztah sjednaný na jeden rok zanikl uplynutím doby (§ 578 obč. zák.). Ve spojení s povinnostmi, které prodloužení trvání smlouvy o další rok spotřebiteli přináší, tj. povinnost hradit cenu služby (uveřejnění inzerátu), jež byla první rok poskytována „bezplatně“, a v případě jejího nezaplacení i smluvní pokutu a další sankce, včetně omezení možnosti spotřebitele se ze smluvního vztahu vyvázat výpovědí (viz níže) a sjednanou povinností poskytnout plnění poskytovateli v plném rozsahu i v případě, kdy dojde k předčasnému ukončení smlouvy z jeho strany, je zřejmé, že automatické prodloužení doby trvání smlouvy představuje významnou nerovnováhu v právech a povinnostech smluvních stran v neprospěch spotřebitele. Nelze přitom rozumně očekávat, že by spotřebitel s ujednáním o prolongaci souhlasil, při vědomí povinností, které jsou s ním spojeny, kdyby měl možnost o něm vyjednávat individuálně. Z toho důvodu je ujednání o automatickém prodlužování smlouvy v daném případě neplatné podle § 55 odst. 2 obč. zák. a k aktivaci povinností smluvních stran předvídaných pro druhý a další rok trvání smlouvy nedojde.

Odišně si strany sjednaly také nevratnost plnění poskytnutého spotřebitelem, a to bez ohledu na důvod, pro který dojde k ukončení smlouvy. Takové ujednání nelze považovat obecně za neplatné, neboť strany smlouvy jsou povinny si poskytnout plnění, ke kterému se zavázaly (§ 494 obč. zák.). Neplatným se však stává v okamžiku, kdy se dostane do rozporu se zákonnou úpravou povinností smluvních stran v případě odstoupení od smlouvy (srov. § 344 obch. zák. a § 457 obč. zák.). V takovém případě by šlo o neplatné ujednání odporující § 56 odst. 1 obč. zák., ve smyslu § 56 odst. 3 písm. d) obč. zák.

V rozporu s § 56 odst. 1 obč. zák. je také ujednání týkající se výpovědi smlouvy. Obě smluvní strany sice mají právo vypovědět smlouvu bez udání důvodů, ale na rozdíl od dodavatele, jehož výpověď je účinná *ex nunc*, nastávají účinky výpovědi spotřebitele uplynutím lhůty jednoho roku za předpokladu, že výpověď podal včas, tj. před tím, než začala běžet třicetidenní lhůta počítaná zpětně od předpokládaného ukončení právního vztahu.

Smlouva uzavřená na dobu určitou skončí uplynutím sjednané doby (§ 578 obč. zák.). V posuzovaném případě se strany odchýlily od této dispozitivní úpravy tím, že sjednaly možnost jich obou smlouvu vypovědět. To je sice obecně přípustné, v případě spotřebitelské smlouvy však musí dané ujednání poskytovat oběma stranám stejná práva, tj. možnost smlouvu vypovědět za stejných podmínek, a pokud jim stejná práva neposkytuje, tj. jedna ze stran může smlouvu vypovědět za podmínek výhodnějších než strana druhá, musí být pro takové ujednání, směřuje-li ke zhoršení postavení spotřebitele, legitimní důvod. Jinak řečeno, daná nevýhoda musí být pro spotřebitele vyvážena odpovídající výhodou. Tak tomu zde není, když spotřebitel je oproti poskytovateli služby v možnosti smlouvu vypovědět výrazně omezen, aniž by dané znevýhodnění bylo jakkoli kompenzováno. Ani zde nelze rozumně očekávat, že by spotřebitel s ujednáním o prolongaci souhlasil, kdyby měl možnost o něm vyjednávat individuálně.

Pro úplnost je třeba dodat, že za porušení povinnosti uhradit cenu poskytované služby odpovídá spotřebitel v souladu s § 262 odst. 4 obch. zák. podle občanského zákoníku. Přitom platí, že povaha ustanovení § 517 odst. 2 obč. zák. vylučuje, aby výše úroku z prodlení byla v občanskoprávních vztazích dohodnuta jinak, než stanoví právní předpis, který toto ustanovení provádí (srov. rozsudek Nejvyššího soudu uveřejněný pod číslem 26/2006 Sbírky soudních rozhodnutí a stanovisek).

K otázce platnosti dohody o místní příslušnosti uzavřené podle § 89a o. s. ř. se Nejvyšší soud vyjádřil ve stanovisku ze dne 9. 10. 2013, sp. zn. [Cpjn 200/2011](#). Tam přijal a odůvodnil závěr, podle kterého „obchodní věci“ ve smyslu ustanovení § 89a o. s. ř. se rozumí i věc, ve které je předmětem sporu plnění ze závazkového vztahu, který se řídí obchodním zákoníkem (jen) proto, že smluvní strany závazkového vztahu uzavřely dohodu podle ustanovení § 262 odst. 1 obch. zák. nebo proto, že tak bez ohledu na povahu účastníků závazkového vztahu určuje ustanovení § 261 odst. 3 obch. zák.

Prorogační doložka ve spotřebitelské smlouvě, která nebyla sjednána individuálně a která zakládá místní příslušnost soudu, jenž se nachází v blízkosti sídla dodavatele (§ 52 odst. 2 obč. zák.), jak z hlediska územního, tak i dopravních možností, odporuje ustanovení § 56 odst. 1 obč. zák. tehdy, jestliže v rozporu s požadavkem dobré víry způsobuje významnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran, které vyplývají z dané smlouvy, v neprospěch spotřebitele.