



Tisková zpráva ze dne 30. ledna 2025

dTest: Jak rozpoznat anonymní e-shop

Pryč jsou časy, kdy bylo možné nedůvěryhodné e-shopy snadno odhalit podle gramatických chyb nebo podezřelé domény. Dnešní podvodníci jsou sofistikovanější, umí vzbudit důvěru a nalákat spotřebitele na výhodné nabídky. Ti si však často až ve chvíli problémů uvědomí, že vlastně neví, od koho zboží nakoupili. Co jsou to anonymní e-shopy a proč se jim vyvarovat?

Není všechno zlato, co se třpytí

Na první pohled může e-shop působit zcela seriózně. Dokonce své výrobky prezentuje jako ryze českou produkci a doplňuje je dojemným příběhem o tom, jak celý koncept obchodu vznikl. Vše je podtrženo ilustračními fotografiemi, které působí profesionálně a nedávají spotřebiteli důvod pochybovat o solventnosti takového e-shopu. Navíc na stránkách právě probíhají obrovské sezónní nebo dokonce likvidační slevy, takže nabídka vypadá velmi lákavě.

I takovýto e-shop může být ale pouhý podvod, který se snaží připravit spotřebitele o peníze. Prezentace české výroby ani vysoké slevy samozřejmě neznamenají, že se e-shop snaží spotřebitele podvést. Zároveň by ale spotřebitelé neměli spoléhat pouze na informace, které jim provozovatel e-shopu sám záměrně zdůrazňuje. Háček se totiž většinou skrývá jinde než na úvodní stránce. Čemu tedy věnovat pozornost?

Kontakty, kontakty, kontakty

Jako první by měl spotřebitel ověřit, od koho nakupuje. V sekci „O nás“ nebo „Kontakty“ by měl najít informace, jako je obchodní název, adresa sídla nebo provozovny a u českého subjektu také IČO. Pokud místo těchto údajů narazí pouze na online formulář nebo e-mailovou adresu, může se jednat o první varovný signál.

„Pokud má spotřebitel k dispozici pouze elektronickou komunikaci, aniž by věděl, kde se nachází fyzická adresa prodejce, výrazně se tím snižuje jeho šance na úspěšnou reklamaci nebo vrácení zboží. Navíc v případě, že zboží vůbec nedorazí, nemá kam odeslat písemnosti, dokonce si ani nemůže být jistý, zda nakupuje u českého nebo zahraničního prodejce,“ uvádí ředitelka spotřebitelské organizace dTest Eduarda Hekšová. *„Takové e-shopy označujeme jako anonymní a v těchto případech důrazně doporučujeme, aby si spotřebitelé pro svůj nákup zvolili jiný e-shop,“* pokračuje.

Pokud spotřebitel tyto informace nedohledal, je čas nahlédnout do obchodních podmínek. Ty by mimo jiné neměly obsahovat ustanovení, která by jakkoli zkracovala jeho zákonná práva, například že zboží zakoupené online lze vrátit pouze do 5 dnů namísto 14 nebo že tato možnost je zcela vyloučena. Přestože taková ustanovení nejsou platná, mohou být dalším signálem, že se nejedná o důvěryhodného prodejce.

dTest, o.p.s.

Černomořská 419/10
101 00 Praha 10
tel.: +420 241 404 922
fax: +420 241 406 533
dtest@dtest.cz
www.dtest.cz

IČ: 45770760
DIČ: CZ45770760
zápis u Městského
soudu v Praze,
oddíl O, vložka 1277

bankovní účet:
2700029989/2010
Fio banka, a. s.

Na co zaměřit pozornost?

Pokud spotřebitel výše zmíněné informace získá, ale stále si není jistý, zda je nákup na daném e-shopu bezpečný, měl by sledovat i další faktory. „*Například nestandardně vysoké slevy, jejichž odpočet běží na výrazném časovači a vybízí k rychlému nákupu s tím, že zbývá posledních deset minut, nemusí také vzbuzovat důvěru. Zvláště pokud se spotřebitel na stránku podívá následující den a zjistí, že slevy stále platí,*“ upozorňuje dále Hekšová.

Myslet by měl spotřebitel i na to, že různé certifikáty nebo ocenění typu „e-shop roku“ nemusí mít žádnou vypovídající hodnotu. Recenze je také vždy lepší hledat na nezávislých recenzních portálech než věřit těm, které si e-shop zveřejňuje sám na svých stránkách nebo sociálních sítích. Tam může totiž negativní příspěvky snadno odstranit.

Spotřebitelé by měli také vždy ověřit, zda se e-shop nenachází na [seznamu rizikových e-shopů České obchodní inspekce](#). Provéřit může také prodávajícího i v rámci platformy [VašeStížnosti.cz](#).

Zboží nikde, kontakt není

Jak tedy postupovat, pokud spotřebitel zboží objednal, zaplatil, ale objednávka nikdy nedorazila? „*Nejprve by měl kontaktovat prodejce jakýmkoli dostupným způsobem, například e-mailem nebo zprávou na sociálních sítích. Předmětem sdělení může být dodatečná lhůta k plnění, případně odstoupení do smlouvy v rámci 14denní lhůty. Pokud prodejce nedodá zboží ani ve stanovené dodatečné lhůtě, má spotřebitel rovněž právo odstoupit od smlouvy,*“ doplňuje Hekšová.

Pokud jsou veškeré pokusy o kontakt neúspěšné a spotřebitel nemá žádnou možnost dohledat prodávajícího nebo ho identifikovat, například protože e-shop již není dostupný na původní doméně, může se obrátit na svou banku a požádat o chargeback. Ačkoli banka nemá povinnost peníze automaticky vrátit, pokud spotřebitel předloží potřebné dokumenty, například potvrzení o objednávce, existuje šance, že banka reklamaci platby uzná a peníze vrátí. Pokud ani tato možnost nevede k vyřešení situace, může se spotřebitel obrátit na Policii ČR a podat trestní oznámení pro podezření z podvodu.

Kontakt pro média:

Lucie Korbéliusová

media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.