



Evropské spotřebitelské centrum pro ČR
při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR
Provozované za finanční pomoci EU

Výroční zpráva o činnosti
Evropského spotřebitelského centra pro ČR za rok 2007

Praha, květen 2008

Obsah

1. Informace o činnosti Evropského spotřebitelského centra pro ČR v roce 2007
2. Klasifikace řešených případů v roce 2007
3. Společné projekty sítě ESC
4. Budování mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v ČR
5. Osvětová činnost ESC
6. Leták - Jak reklamovat zboží koupené v Evropské unii
7. Příklady pomoci spotřebitelům v Evropském spotřebitelském centru Praha v roce 2007
8. Kontakty na spotřebitelské organizace
9. Síť partnerských evropských spotřebitelských center

1. Informace o činnosti Evropského spotřebitelského centra pro ČR v roce 2007

Činnost Evropského spotřebitelského centra pro ČR se řídila plánem práce a podmínkami vyplývajícími z uzavřené grantové smlouvy mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a Evropskou komisí na léta 2007 – 2008, jakož i dodatečnými korekcemi z přijatých úsporných opatření MPO ČR začátkem roku 2007 a projednaných s EK dodatečně. Rok 2007 byl třetím rokem existence českého ESC pracujícího při MPO ČR. České ESC je součástí evropské sítě, která měla v roce 2007 27 členů (země EU, Islandu a Norska, zatím bez Rumunska a Bulharska).

Pomoc spotřebitelům

Prvořadým úkolem ESC je poskytovat spotřebitelům, v našem případě především českým, dostatek informací o jejich právech na společném trhu, o způsobech jejich vymáhání, včetně konkrétní pomoci při řešení jejich přeshraničních problémů. Snahou ESC je posílit sebedůvěru spotřebitelů, přispívat k tomu, aby spotřebitelé mohli plně využívat výhod společného trhu. Rostoucí počet kontaktů ESC se spotřebiteli, jakož i dosahované výsledky svědčí o tom, že se tento úkol daří plnit.

České ESC řešilo v roce 2007 celkem 190 přeshraničních stížností a sporů (nárůst téměř o 30 % oproti roku 2006), zodpovědělo o 18 % více žádostí o radu či informaci o spotřebitelských právech na společném trhu (ze 182 v r. 2006 na 214 v r. 2007). Úspěšnost řešení stížností a sporů byla téměř 60 % (59,9 %) a oproti roku 2006 se zvýšila o 9 %. (Podrobnější informace o charakteru řešených případů – viz klasifikace řešených případů v ESC v roce 2007). Materiály ESC na webových stránkách navštívilo cca 11 000 lidí. Jako reakci na nejčastější dotazy českých spotřebitelů ESC zpracovalo, vytisklo a v červnu distribuovalo 10 000 letáků Jak reklamovat zboží zakoupené v Evropské unii.

Spolupráce při budování systému ADR v ČR

K významným oblastem činnosti ESC v r. 2007 patřila spolupráce s MPO ČR při přípravě návrhu systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v ČR, který MPO zpracovalo a koncem roku 2007 schválilo. ESC, které bude potenciálním uživatelem tohoto systému při řešení přeshraničních spotřebitelských sporů, v této souvislosti zejména

- pomáhalo se sběrem a vyhodnocováním materiálů a zkušeností ze zahraničí, přičemž využívalo svých kontaktů v síti ESC,
- využívalo svých poznatků při projednávání návrhu projektu a způsobu jeho realizace, když pracovník ESC byl členem pracovního týmu projektu,
- zorganizovalo k návrhu projektu mezinárodní seminář (50 účastníků, z toho 11 ze zahraničí),
- podílí se na propagaci nového systému při jeho zavádění do života přípravou propagační brožury pro budoucí uživatele systému, při svých přednáškách.

Promoční aktivity

Obdobně jako v minulých letech věnovalo ESC velkou pozornost propagaci činnosti a výsledků jak svých, tak celé sítě ESC, aby se o těchto relativně nových službách dozvědělo co nejvíce lidí. ESC spolupracovalo např. na přípravě a zveřejnění

- dvou pořadů České televize o ESC v rámci programové řady Eurofundue o evropských institucích,
- reportáže České televize o elektronickém obchodování a přeshraničních nákupech,
- dvou tiskových zpráv pro ČTK,

- dvou speciálních příloh v deníku Právo (příloha FIRMA dne 16. 7.), s články o timeshare, právech cestujících v letecké dopravě, způsobech reklamace v zemích EU a v deníku Hospodářské noviny (příloha Moje peníze dne 18. 7.) s článkem o nakupování v zahraničí a způsobech reklamace,
- 14 dalších článků, reportáží, tiskových zpráv, interview publikovaných v celostátních, regionálních i internetových novinách,
- společná inzerce šesti evropských sítí v ČR (Solvit, ESC, FINNET, Euroinfocentre, Europe Direct, Asociace občanských poraden) v letáku „Společně“, který tvořil přílohu deníku DNES dne 9.5. (financováno zastoupením EK v Praze).

Významným zdrojem informací pro spotřebitele se staly webové stránky Evropského spotřebitelského centra www.mpo.cz/esc. Mnohé materiály ESC se dostaly na domovskou stránku Ochrany spotřebitele MPO, zpráva ze společného projektu sítě ESC o právech cestujících v letecké dopravě v roce 2006 dokonce na homepage MPO ČR.

Za výsledek promoční aktivity lze považovat i zpracování a distribuci Výroční zprávy o činnosti ESC za rok 2006 v tištěné podobě v české a anglické verzi (á 100 ks). Podrobnější přehled výsledků ESC za rok 2007 nabízí promoční CD.

Angažovanost ESC při společných akcích

V rámci sítě ESC se naše ESC podílelo především na

- zdokonalování společného informačního systému sítě ESC spuštěného k 1. 1. 2007 zasílanými připomínkami,
- realizaci společného projektu sítě ESC Práva cestujících v letecké dopravě v roce 2006, zpracovaného na základě stížností obdržných sítí ESC k této problematice, na propagaci výsledků (zprávu viz na našich webových stránkách),
- realizaci společného projektu sítě ESC Turismus – s užitečnými informacemi pro spotřebitele při cestování (viz naše webové stránky).

Ze spolupráce s evropskými sítěmi v ČR a organizacemi na ochranu spotřebitele lze připomenout

- účast na schůzce šesti evropských sítí v ČR a Zastoupení EK v ČR organizovanou Solvit centrem k další možné spolupráci, jejímž výsledkem byla společná propagace v již zmiňovaném letáku „Společně“,
- účast ESC při propagační akci Solvit (a Europe Direct) při příležitosti 5. výročí vzniku Solvit – distribuce letáků Jak reklamovat zboží koupené v EU, letáku „Společně“ s inzercí šesti evropských sítí v ČR, distribuce propagačních nákupních tašek s logem sítě ESC v propagačním stánku na Václavském náměstí dne 13. 7,
- prezentace ESC na společné schůzce 23 evropských sítí v ČR organizované Zastoupením EK v ČR,
- tři přednášky o činnosti a zkušenostech ESC pro zástupce regionálních poboček sítě Europe Direct v Mostě, pro pobočky v Olomouci a Brně, přednášku pro Eurocentrum Praha, přednášku pro pracovníky živnostenských úřadů a obecních úřadů organizovanou Centrem spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochranu spotřebitele v Třebíči.

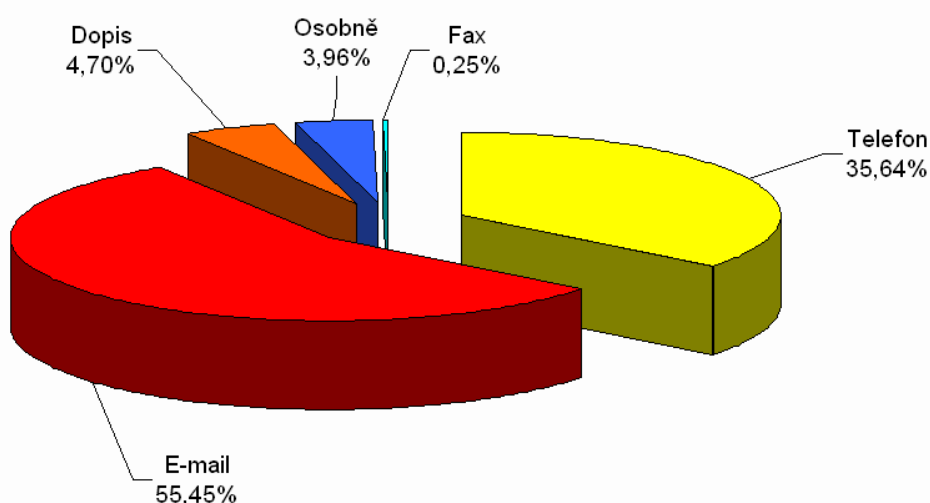
Čerpání rozpočtu

Rozpočet ESC na období 2007 – 2008 byl schválen ve výši 242 894,58 €, tj. 6 913 994 Kč při kurzu 28,465 Kč/€ v době sestavování rozpočtu v srpnu r. 2006. Z toho se na rok 2007 počítalo s částkou 3 591 488 Kč. Rozpočet je rovným dílem spolufinancován Evropskou komisí a Ministerstvem průmyslu ČR. S ohledem na úsporná provozní opatření MPO se podařilo ušetřit přibližně 37 % nákladů na provoz ESC a výdaje za rok 2007 tak činily pouze 2 250 635 Kč.

2. Klasifikace řešených případů v ESC v roce 2007

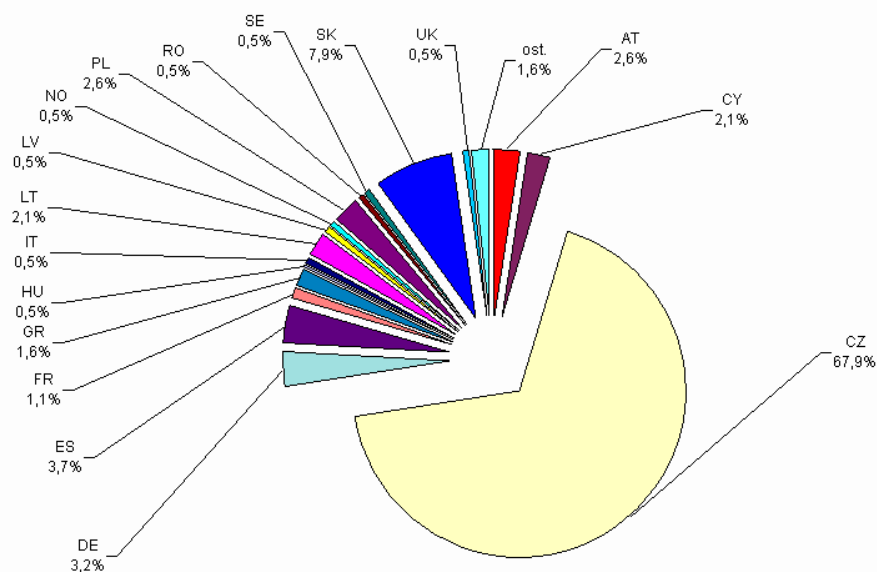
Evropské spotřebitelské centrum pro ČR (ESC) při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR řešilo v roce 2007 celkem 404 případů. Dotazů či žádostí o radu, jak např. reklamovat výrobek koupený v zahraničí, obdrželo centrum 214, což je o 17,5 % více než v roce 2006. Přeshraničních stížností a sporů obdrželo dokonce o 29,3 % více (190 případů) než v roce 2006. ESC řeší tyto případy s pomocí sítě partnerských ESC v zemích EU, Norsku a na Islandu a loni poprvé bylo k přenosu dat o případech využito společného informačního systému sítě ESC.

ESC bylo v těchto případech kontaktováno nejčastěji e-mailem – 55,4 % a pak ve 35,6 % případů telefonicky. Oproti roku 2006 se výrazně zvýšil podíl telefonických kontaktů z 21,3 % na 35,6 % (viz graf č. 1).



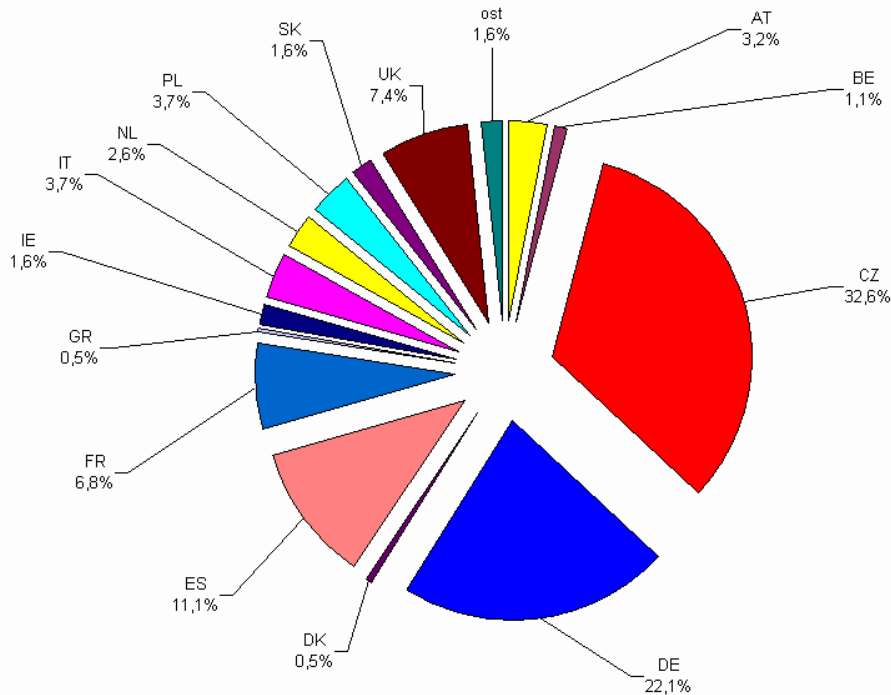
Stejně jako v roce 2006 se potvrdilo, že naše ESC slouží především českým spotřebitelům. Z těch spotřebitelů, kteří se obrátili na naše ESC s žádostí o radu či informaci, bylo 83 % z ČR (v roce 2006 77 %). Pomoc při řešení stížnosti či sporu požadovali rovněž především čeští spotřebitelé, kteří tvořili 68 % všech žadatelů (v roce 2006 71 %). To zároveň znamená, že přibližně třetina stížností (32 %) pocházela ze zahraničí, zejména od zahraničních turistů, a směřovala vůči našim podnikatelům. Je přirozené, že nejvíce zahraničních stížností přišlo ze Slovenska (7,9 % ze všech stížností), pak ale 3,7 % ze Španělska, dále z Německa (3,1 %), z Polska a Rakouska (á 2,7 %), Kypru a Litvy (á 2,1 %).

Klasifikace podle země původu spotřebitele (viz graf č. 2)



Kam směřovaly stížnosti zahraničních spotřebitelů vůči českým firmám? Jednoznačně na služby našich leteckých společností – 35,5 % všech stížností ze zahraničí. Byly to např. všechny obdržené stížnosti z Kypru, Lotyšska, Litvy a Norska, podstatná část stížností ze Španělska. Stížnosti ze Slovenska či Německa byly různorodé, nijak zvlášť zaměřené. Stížnosti z Polska směřovaly především na u nás zakoupenou výpočetní techniku a software, stížnosti z Rakouska souvisely především s voláním na telefonní erotickou linku provozovanou českou společností ze Znojma a s následnou fakturací.

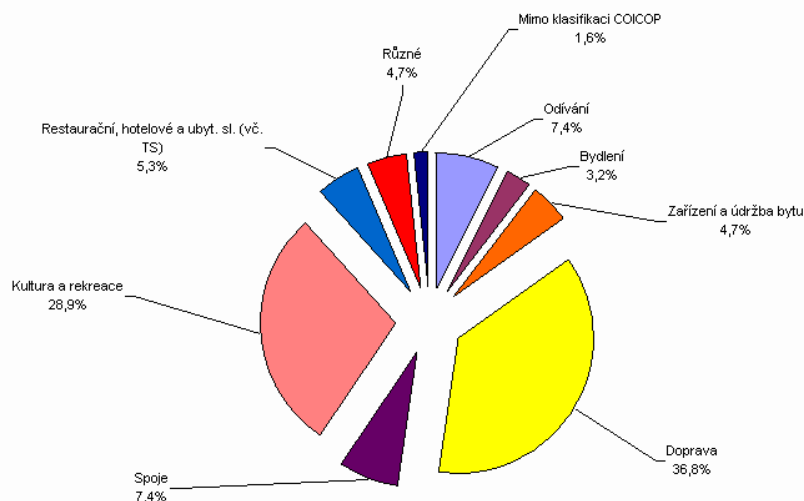
Klasifikace stížností podle země původu podnikatele (prodávajícího) – viz graf č. 3



Hodnotíme-li stížnosti a spory podle země původu obchodníka, dostali se poprvé za dobu existence našeho ESC na první místo čeští obchodníci, na které připadla téměř třetina všech stížností. Teprve na druhém místě se umístili němečtí obchodníci (22,1 %), kteří až dosud zaujímali vždy první místo. Naši spotřebitelé si dále stěžovali nejvíce na podnikatele ze Španělska (11 %), Spojeného království (7,4 %), Francie (6,8 %), Itálie a Polska (3,7 %) a Rakouska (3,2 %).

Téměř čtvrtina všech stížností vůči německým podnikatelům pocházela od nespokojených kupců ojetých aut. I když tento podíl stížností rok od roku klesá, je počet postižených stále dost vysoký. K nákupům přes internet využívají Češi stále nejvíc nabídek německých internetových obchodníků. Tato forma nákupu a problémy s ní spojené jsou druhou hlavní příčinou stížností vůči německým obchodníkům. Plná třetina všech stížností na španělské podnikatele se týká timesharu a členství v tzv. holiday klubech, tj. pronájmu pobytů u moře na několik let dopředu. Zvláštností stížností do Francie jsou stížnosti na internetovou firmu, která má nabídku i v českém jazyce a třebaže by měla firma ctít českou legislativu, např. manuálu v češtině se od ní zatím nedočkáte. Stížnosti českých spotřebitelů na zakoupený nábytek či jeho instalaci se opakovaly vůči polským dodavatelům.

Stížnosti a spory podle druhu výrobku či služby (graf č. 4)



Hodnocení stížností a sporů je letos ovlivněno novou metodologií klasifikace, zavedenou v souvislosti se spuštěním nového informačního systému v síti ESC. Srovnání s výsledky roku 2006 je tak mnohem obtížnější, někde jsou výsledky nesrovnatelné.

Nejvíce stížností přišlo k sektoru dopravy (36,8 % ze všech stížností), kam jsou však zahrnuty jak nákupy a opravy motorových i nemotorových vozidel, tak dopravní služby, např. leteckých společností. Stížností na zpoždění letadel, zavazadel, jejich poškození či ztrátu přišlo celkem 41, což představuje 21,6 % všech obdržených stížností. Oproti roku 2006, kdy naše ESC řešilo 19 stížností tohoto druhu, jde o více než dvojnásobný nárůst. Že nejde o žádnou zvláštnost České republiky, potvrzují výsledky zprávy ze společného projektu sítě ESC ohledně práv cestujících v letecké dopravě za rok 2006, podle kterých byl v r. 2006

nárůst těchto stížností oproti roku 2005 v celé Evropě téměř dvojnásobný (viz www.mpo.cz/esc).

Podíl stížností spojených s nákupem ojetých aut především z Německa, ale i z Belgie (5,3 % všech stížností) je letos poloviční oproti loňskému roku a klesá již od roku 2005. Rady a doporučení našeho ESC na našich webových stránkách přináší své ovoce. Potvrzují to mj. i čísla o návštěvnosti této složky na našich webových stránkách, které patří k nejnavštěvovanějším vůbec.

Na druhé místo se dostaly stížnosti na výrobky a služby z poměrně nehomogenní skupiny Rekreační a kultura. Z této skupiny lze připomenout výrobky, které byly až dosud řazeny do skupiny elektronika (letos 13,1 % všech stížností, loni 17 %), služby zahraničních cestovních kanceláří spojené se zajištěním turistických zájezdů (5,8 %), ale i stále problematické nákupy dětských kočárků (3,8 %) ať již z Německa či z Polska.

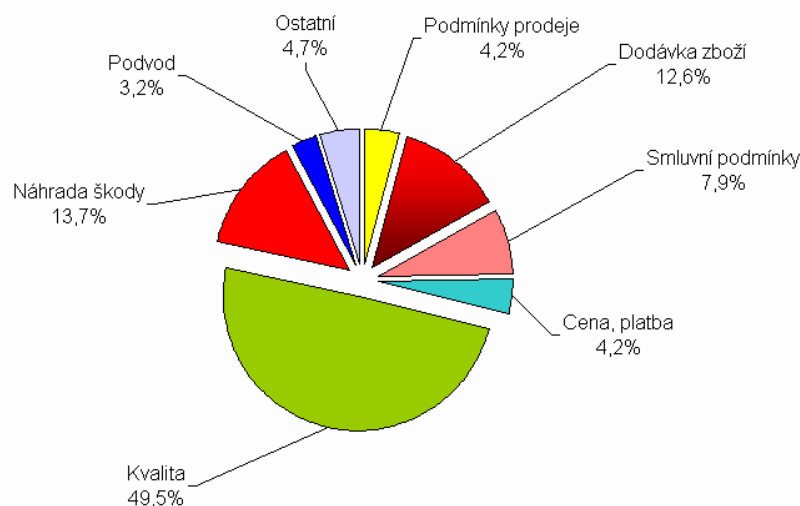
Výrazně vzrostl podíl stížností na výrobky a služby spojené s bydlením, především zakázkovou výrobou nábytku (z Polska), ale i oprav domu (okna, střecha) a pronájmu. Z loňských 3 % vzrostl tento podíl na letošních 7,8 % všech stížností.

Oproti roku 2006 naopak poklesl z 10 % na 7,4 % podíl stížností na oděvní výrobky a není již zřejmý rozdíl v teritoriálním směřování reklamací jako loni.

Relativně významný podíl představují stížnosti na telekomunikační služby a vybavení včetně internetových služeb. Zatímco loni jsme tyto stížnosti zvláště nehodnotili, letos představují 7,4 % všech stížností. Za zmínku z této oblasti stojí např. zatím neoprávněné stížnosti rezidentů ze zahraničí či našich občanů dlouhodoběji žijících v cizině na diskriminační podmínky při pořizování telefonních karet (vyšší zálohy).

Výrazně se oproti loňsku snížil počet stížností týkajících se timeshare a holiday klubů (ze 16 % na 5,3 %). Hlavním důvodem však byla skutečnost, že jsme už nedostávali staré případy. Účinnost naší pomoci v této oblasti je zatím stále velmi nízká a omezuje se na rady, resp. varování.

Stížnosti a spory podle druhu problému (graf č. 5)



I letos jsou na prvním místě stížnosti, které se vztahovaly ke kvalitě zakoupených výrobků a služeb. Překvapivé je, že těchto stížností byla téměř plná polovina ze všech obdržených stížností (49,5 %), že oproti roku 2006 (28,6 %) tento podíl výrazně vzrostl. Tato skutečnost je zřejmě výsledkem rostoucí spotřebitelské náročnosti na kvalitu, rostoucí odvahy spotřebitelů reklamovat i výrobek zakoupený v zahraničí.

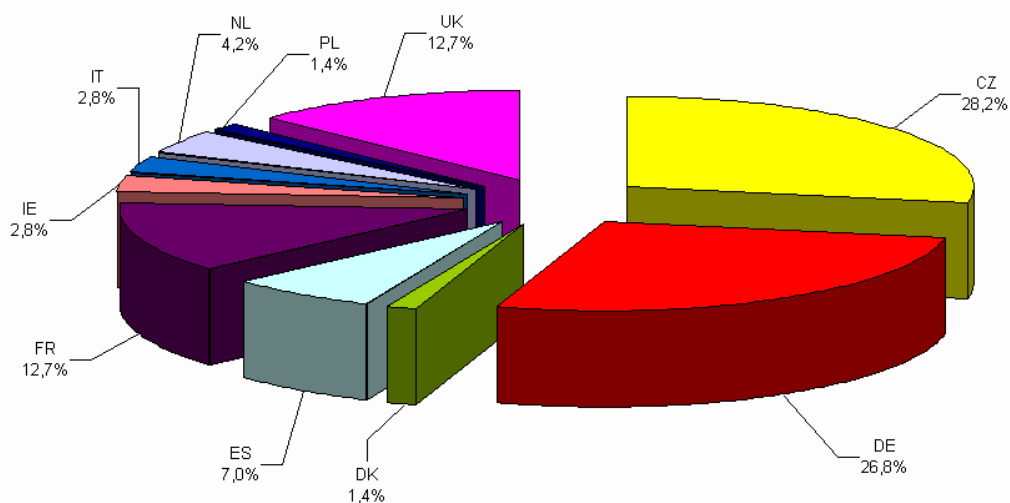
Stále významným okruhem stížností jsou problémy s uznáním přeshraniční reklamace. Jejich podíl byl v roce 2007 sice nepatrně nižší než v r. 2006 (13,7 % oproti 15,6 %), zaujaly však v pořadí důležitosti druhé místo. U tohoto typu stížností bylo naše ESC nadprůměrně úspěšné při asistenci spotřebiteli.

Nedodání či částečné dodání výrobku či služby, tj. stížnosti na dodací podmínky, si udrželo třetí místo jako v r. 2006. Podíl těchto stížností se však snížil ze 17 % na 12,6 % v r. 2007. V rozhodující míře jde o důsledky nedostatků v internetovém obchodování.

S poklesem počtu stížností na holiday kluby (timeshare) došlo k výraznému poklesu stížností z oblasti podmínek prodeje, tj. zejména prodeje pod nátlakem.

3,2 % všech stížností se týkalo podvodů při prodeji zboží a služeb, tj. problémového okruhu, který byl loni jako nespecifikovaný zahrnut ve čtyřprocentní skupině ostatní.

[Internetové obchody \(graf č. 6\)](#)



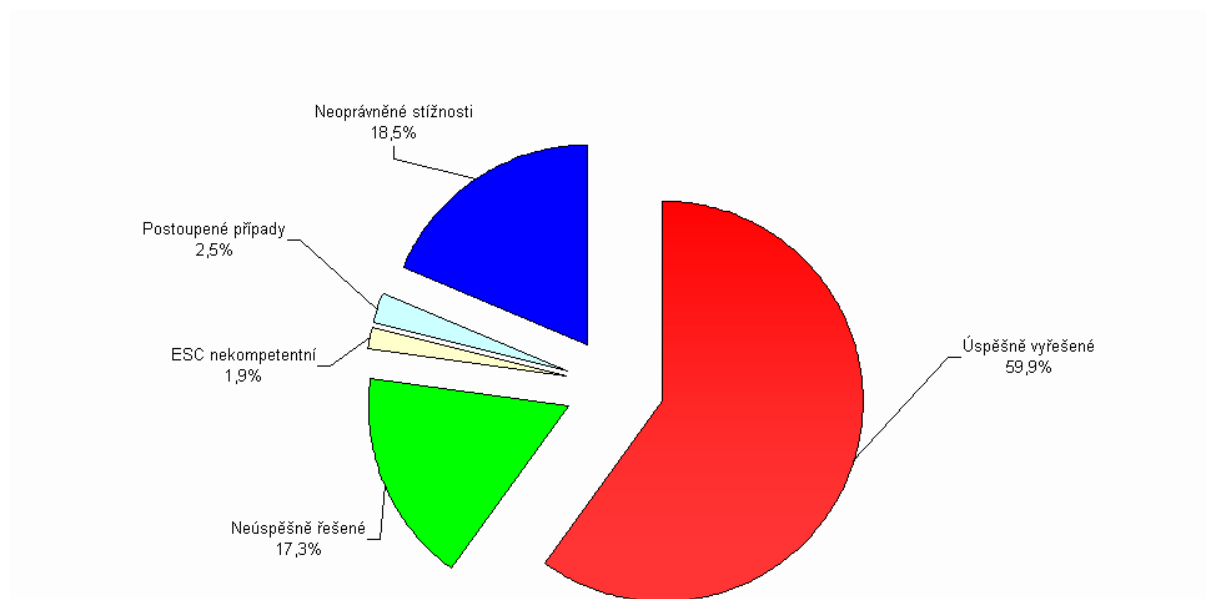
Na klasifikaci přeshraničních stížností podle distribučních kanálů, kterých bylo k nákupu zboží v zahraničí využito, je zajímavý soustavný nárůst stížností z internetových obchodů. V r. 2007 činil podíl stížností z internetových obchodů již 37,3 % (oproti 29,3 % v r. 2006). Zatímco v r. 2006 činil podíl stížností na zboží a služby pořízené v kamenných obchodech 61,9 %, v roce 2007 činil tento podíl už jen 45,8 %. Není zřejmě daleko doba, kdy se podíly stížností z přeshraničních nákupů přes internet a v kamenných obchodech vyrovnají.

Že se do přeshraničního internetového obchodování stále rychleji zapojují i české firmy svědčí skutečnost, že ze všech stížností na zboží takto zakoupené patřilo českým podnikatelům prvé místo s podílem 28,2 % (v r. 2006 to bylo 21 %). Teprve druhé místo

s podílem 26,8 % patřilo německým obchodníkům. S velkým odstupem pak na dalších místech zůstávají internetoví prodejci ze Spojeného království a Francie (á 12,7 %), Španělska (7 %) a ostatních zemí.

Rostoucí počet stížností z internetových obchodů českých podnikatelů by měl vést ty poctivé k tomu, aby veřejně deklarovali svou důvěryhodnost a usilovali o členství v tzv. trustmarks, tj. usilovali o získání certifikátu o dodržování závazných pravidel při těchto obchodech. Příznivě by se to určitě odrazilo i v jejich obratu.

Účinnost pomoci ESC (graf č. 7)



Ze 190 přeshraničních stížností a sporů, řešených naším Evropským spotřebitelským centrem v r. 2007 bylo uzavřeno 162, 28 zůstalo rozpracováno. Z těchto dořešených případů bylo ve prospěch spotřebitele, tj. úspěšně, ukončeno téměř 60 % (59,9 %), zatímco v r. 2006 to bylo 51 %. Neúspěšně skončilo 17,3 % (v r. 2006 24 %) stížností, kdy obchodník požadavky spotřebitele i argumenty ESC odmítl. Patří sem i případy, kdy obchodník přes intervenci a urgence ESC vůbec neodpověděl. Je zároveň příznačné, že rok od roku roste podíl stížností, kdy spotřebitel uplatňoval svou stížnost neoprávněně. V r. 2007 tvořily tyto stížnosti 18,5 %, v r. 2006 14 % ze všech uzavřených stížností.

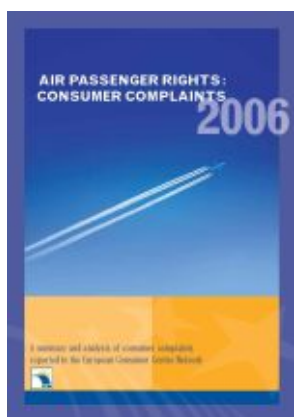
Žádosti o radu či informaci, celkem 214, byly zodpovězeny všechny, nejpozději vždy do dvou dnů. Účelné je na tomto místě připomenout více než 10 000 návštěvníků webových stránek Evropského spotřebitelského centra za rok 2007.

3. Společné projekty sítě ESC

České Evropské spotřebitelské centrum se v roce 2007 zúčastnilo dvou společných projektů sítě ("Práva cestujících v letecké dopravě" a "Turismus - Rádce spotřebitelům při turistice po zemích Evropské unie, Islandu a Norsku"), jejichž cílem je na základě obdržených konkrétních spotřebitelských stížností analyzovat příčiny hlavních problémů v dané oblasti ochrany spotřebitele, nabídnout doporučení spotřebitelům i Evropské komisi.

Práva cestujících v letecké dopravě

Pod gescí Evropských spotřebitelských center (ESC) v Belgii, Irsku a Švédsku se v síti 27 ESC uskutečnil společný projekt k problematice ochrany práv cestujících v letecké dopravě. Závěry šetření vycházejí z analýzy dotazů, stížností a sporů cestujících na evropské letecké společnosti, které obdržela Evropská spotřebitelská centra v průběhu roku 2006 a které pomáhala cestujícím řešit.



"Turismus - Rádce spotřebitelům při turistice po zemích Evropské unie, Islandu a Norsku"

Účelem předkládané zprávy, která byla koordinována partnerským Evropským spotřebitelským centrem v Německu a ve Francii, je poskytnutí základních informací o turistice v Rakousku, Kypru, České republice, Dánsku, Francii, Řecku, Německu, Islandu, Itálii, Lucemburku, Malty, Nizozemsku, Norsku, Polsku, Portugalsku, Slovensku a Slovinsku.

Jsou zde praktické rady a důležité právní informace zahrnující různá témata. Snahou bylo zahrnout do společného projektu všechny relevantní informace, týkající se ochrany spotřebitelů při cestování do výše uvedených zemí a jejich pobytu v nich. Poskytnuté informace nejsou však ve všech bodech plně vyčerpávající a mělo by se na ně pohlížet spíše jako na průvodce.

Počítá se s tím, že projekt bude v příštím roce rozšířen o další témata, případně další země.

4. Budování systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v ČR (ADR)

Ministerstvo průmyslu a obchodu vypracovalo návrh Systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v ČR. Evropské spotřebitelské centrum aktivně spolupracovalo nejen při sběru zahraničních zkušeností při vypracování návrhu, ale i při realizaci systému. Dne 4.10.2007 se uskutečnil s mezinárodní účastí seminář Systém alternativního řešení spotřebitelských sporů v ČR, jehož organizátorem bylo ESC Praha.

Na semináři Systém ADR v ČR byly přijaty tyto závěry:

1. Návrh je připraven tak, že je možné systém spustit od 1. 1. 2008.
2. Kontaktní místa Hospodářské komory jsou připravena, technicky vybavena, informačně propojena. Jejich počet bude průběžně rozšiřován o vhodná kontaktní místa především ze spotřebitelských organizací. Již kontaktní místa by se měla stát významným filtrem v procesu řešení sporů poskytováním kvalifikovaných informací.
3. Limitem vyššího využití systému ADR se může stát počáteční nedostatek kvalifikovaných mediátorů. Lze předpokládat, že přijetí zákona o mediaci, stanovení kvalifikačních požadavků na mediátory, rozšíří nabídku školení mediátorů,lepší konkurenčního prostředí. Školné by nemělo být vysoké.
4. Předpokládaným termínem spuštění systému je 1. 1. 2008. Úspěšnost systému bude průběžně vyhodnocována. Zásadní je především důvěra uživatelů. V případě nutnosti budou v závislosti na výsledku přezkoumávání jeho účinnosti navrženy nutné legislativní změny.
5. Systém bude přijímat stížnosti ze všech oborů výrobků a služeb, spory zahraničních spotřebitelů.

Spuštění systému musí doprovázet dobře připravená informační kampaň nabízející informace o funkcích systému a způsobu jeho využití, případně varující před spotřebitelskou nezodpovědností při uzavírání spotřebitelských smluv.



5. Osvětová činnost

Ve spolupráci s MPO ČR, s organizacemi na ochranu spotřebitele, Solvit centrem, Eurocentry, sítí Europe Direct a dalšími organizacemi a orgány šíří ESC poznatky a zkušenosti své a celé sítě ESC z řešení přeshraničních spotřebitelských stížností mezi spotřebiteli i odbornou veřejností. Využívá k tomu přednášek, seminářů a konferencí, letáků a především svých webových stránkách. K šíření užitečných informací, rad a doporučení, varování, jsou neopominutelným partnerem samozřejmě media.

The image shows two screenshots of the ESC website. The left screenshot displays the 'Ochrana spotřebitele' (Consumer Protection) section, featuring a list of services, a 'Měsíčníčky' (Monthly) section, and a 'Měsíční služby' (Monthly services) section. The right screenshot shows a hand holding a globe with the EU flag, with text in Czech about EU travel, work across borders, and financial aid. It includes logos for the Czech Republic, European Union, and various partner organizations like Solvit and Eurocentres.

This is a page from the 'EVROPSKÉ SPOTŘEBITELSKÉ CENTRUM' (European Consumer Centre) titled 'Z archivu řešených případů' (From the archive of resolved cases). It features several articles with illustrations, including a yellow car, a bottle of wine, and a person with a suitcase. The text discusses various consumer complaints and their resolutions.

This is a page from '20 cestování' (20 Travel) titled 'Největší problémy bývají se zavazadly' (The biggest problems are usually with luggage). It features a photograph of a person with a suitcase and text discussing travel-related issues, specifically luggage problems. The page includes a small table with travel-related information.

Sporták na elektrinu
 Škoda Laguna Csc Concepty nabízí plně elektrický pohon, což díky je základem elektrického řazení. Všechny tři motory mají výkon 105 kW (143 koní) a spotřeba energie činí 16 kWh/100 km.

FIRMA
 INFORMACE PRO PODNIKATELE

KODAŇ 498
 CORDON

Je to pivo studené?
 Vášnivá klasická studená piva, která jsou v České republice velmi oblíbená, jsou nyní dostupná i v zahraničí. Pivo je studené, což znamená, že je chladnější než ostatní piva. To je důležité, protože studená piva jsou zdravější a chutnější. Pokud chcete pít studené pivo, zvolte si Cordon. Cordon je studené pivo, které je chladnější než ostatní piva. To je důležité, protože studená piva jsou zdravější a chutnější. Pokud chcete pít studené pivo, zvolte si Cordon.

Ztracený či zničený kufr nebo zpožděný let! Jaké máte právo?

Nezapomínejte!
 Váš kufr musí být označen jménem a adresou. Pokud je ztracen, můžete požadovat náhradu. Pokud je zničen, můžete požadovat náhradu. Pokud je zpožděný let, můžete požadovat náhradu. Pokud je zrušen let, můžete požadovat náhradu. Pokud je zpožděný let, můžete požadovat náhradu. Pokud je zrušen let, můžete požadovat náhradu.

Jak reklamovat zboží koupené v EU

Dotazník od směrů brázdění obvodu

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy

Jak reklamovat zboží koupené v EU

Dotazník od směrů brázdění obvodu

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy

Často velké podvod: timshare a holiday kluby

Let za všechny prachy



6. Leták - Jak reklamovat zboží koupené v Evropské unii?



10. Záruky podle občanského zákoníku, podle obchodního zákoníku

Poměrně často si kupující pletou svou roli spotřebitele a živnostníka, tj. nakupování podle občanského zákoníku a obchodního zákoníku. Je-li na prodejním dokladu uvedeno IČO kupujícího, nakupuje-li živnostník výrobek pro svou živnost, nákup se řídí podmínkami obchodního zákoníku, nikoli občanského zákoníku. Kupující v tomto případě nemá automaticky nárok na dvouletou záruční dobu, protože není spotřebitel, ale délku záruční lhůty si musí sjednat v kupní smlouvě.

Obchodním zákoníkem se řídí i nakupování v síti řetězce Makro (Metro). Makro je velkoobchodní řetězec určený pro nákupy podnikatelů, kteří sem mají vstup na kartu. Nakupováním v Makro se spotřebitel vědomě připravuje o svá spotřebitelská práva vyplývající z občanského zákoníku, ze zákona na ochranu spotřebitele.

Odmítá-li zahraniční obchodník podle Vás oprávněnou reklamaci přijmout nebo vzniknou-li Vám nějaké další problémy při nakupování v Evropské unii, obraťte se se svým problémem na Evropské spotřebitelské centrum pro ČR.

Evropské spotřebitelské centrum pro ČR
při Ministerstvu průmyslu a obchodu
(provazované za finanční pomoci EU)

Na Františku 32
110 15 Praha 1
pracoviště: Politických vězňů 20, Praha 1

telefon: 22406 2017, 22406 2046
e-mail: esc@mipo.cz
webové stránky: www.mipo.cz/esc - česká verze



EUROPEAN CONSUMER CENTRE'S NETWORK

EVROPSKÉ SPOTŘEBITELSKÉ CENTRUM PRO ČR



při Ministerstvu průmyslu a obchodu v ČR za finanční podpory Evropské unie

ECC-Net



Poskytuje informace o spotřebitelských právech na společném trhu, pomáhá při řešení přeshraničních reklamací



www.mipo.cz/esc
www.mipocz.eu/esc
esc@mipo.cz
tel.: +420 224 062 017/046
fax: +420 224 062 314

Jak reklamovat zboží koupené v Evropské unii?

Postup při reklamaci zboží či služby zakoupených v zemích EU, Norsku a na Islandu se výrazně neliší od způsobů reklamování u nás. Na dodržování hlavních zásad při reklamaci do těchto zemí a na některé významnější odlišnosti v procesu reklamačního řízení chceme upozornit v tomto letáku.



1. Jaké doklady pro reklamaci potřebujete?

Hlavním předpokladem pro hladké vyřízení reklamace je předložení dokladu o zakoupení výrobku či služby.

2. Kde lze vadný výrobek reklamovat?

Vadný výrobek či službu musíte reklamovat tam, kde jste je zakoupili. Tzv. eurozáruka neexistuje. Výrobek zakoupený v TESCO v Londýně nelze reklamovat v TESCO v Praze, fotoaparát dané značky zakoupený ve Vídni nelze běžně reklamovat v autorizovaném servisu dané značky v Praze. Nedodržení této zásady můžete přijít o cenu opravy a možnost reklamovat případně další vady.

Existují však výjimky, kdy některé autorizované servisy v ČR (např. u aut) nabízejí bezplatné opravy výrobků zakoupených v zahraničí během dvou let od zakoupení. Pak je ale spolupráce prodávajícího a servisu podložena smlouvou a kupující musí seznam těchto servisů obdržet při nákupu.

3. Jak dlouhá je záruční lhůta u nových výrobků?

Ve všech zemích EU, v Norsku a na Islandu prodejce ručí za veškeré vady, pokud se rozpor spotřebního zboží či služby se smlouvou projeví v době do dvou let od dodávky zboží. Reklamuje-li spotřebitel vadný výrobek, prodávající je povinen závadu posoudit a vyhodnotit, reklamaci přijmout či odmítnout. Vznikne-li závada na výrobku v prvních šesti měsících po zakoupení, má se za to, že existovala již v okamžiku nákupu. Uznání reklamace by mělo být bezproblémové. Spotřebitel má právo, aby zboží bylo uvedeno do souladu s kupní smlouvou, tj. aby bylo zdarma opraveno nebo nahrazeno. Za neoprávněnou reklamaci lze považovat opotřebení výrobku či závadu vzniklou neodborným zacházením s výrobkem. Že nejde o neoprávněnou reklamaci, že vada výrobku byla způsobena např. vadou materiálu či výrobní vadou, může spotřebitel doložit znaleckým posudkem. Znalecký posudek vypracuje za úplatu soudní znalec. Seznam soudních znalců naleznete na www.justice.cz. Proávající však takový znalecký posudek uznat nemusí. Problémy s uznáním reklamace mohou proto vzniknout spíše po uplynutí šestiměsíční lhůty. Vadné zboží proto reklamujte bezodkladně.

Transpozicí evropské směrnice do národních legislativ může být odlišně upraveno započítávání doby opravy do lhůty pro reklamaci. V některých zemích platí, že lhůta pro uplatnění reklamace se neprodlužuje o dobu, po kterou byl výrobek v opravě, nevzniká nová lhůta pro reklamaci u vyměněné součásti.

4. Jak dlouhá je lhůta pro reklamaci vady u použitého zboží?



Dvouletá lhůta pro reklamaci vady existuje obdobně i na použitý výrobek. Zkrácení záruční doby až na jeden rok je možné a dokonce obvyklé, prodávající však o tom musí kupujícího informovat písemně buď ve svých obchodních podmínkách či na jiném dokladu (např. na faktuře). Neučiní-li tak, platí dvouletá lhůta pro reklamaci vady.

5. Rozšířená, prodloužená záruka (komerční záruka)

Dobrovolně dodatečně záruky poskytované výrobcem či prodávajícím nesmějí omezovat zákonná práva spotřebitelů vyplývající z předpisů. Musí být potvrzeny písemně, a pak jsou soudně vymahatelné.

6. V jakém jazyce reklamaci napsat?

Není povinností prodávajícího přijmout reklamaci v cizím jazyce, pokud však v tomto jazyce své zboží nenabízí (např. na svých webových stránkách). Případy, kdy zahraniční obchodník odmítne reklamaci v angličtině, jsou však řídké.



7. Jak je to s úhradou nutných nákladů s reklamací spojených?

Úhrada nutných nákladů s reklamací spojených je, zejména u našich západních sousedů, upravena odlišně od podmínek u nás. Obvykle není povinností obchodníka tyto náklady hradit. V Rakousku např. záleží na tom, zda si spotřebitel vyvezl zboží v prodejně či mu bylo zasláno (pak obchodník hradí i náklady spojené se zasláním výrobku). Při reklamování zboží proto vždy o úhradu těchto nákladů prodávajícího požádejte.

8. Jak dlouho má prodávající na vyřízení reklamace?

V zemích na západ od nás není zákonem stanovena lhůta k vyřízení reklamace jako u nás (30 dnů). Platí tzv. lhůta obvyklá - 4 - 6 týdnů. Je proto žádoucí, abyste si do reklamačního dopisu stanovili datum odpovědi. V zemích na východ od nás je lhůta obvykle stanovena (např. na Slovensku 30 dnů, v Polsku 14 dnů).

9. Odstoupení od smlouvy bez udání důvodu

Při nákupu na dálku (tj. např. při internetových nákupech, u zásilkového obchodu), při nákupech mimo provozovnu prodávajícího (např. na prezentacích v hotelích, výstavách, výletech), máte právo k odstoupení od smlouvy bez udání důvodu do určité doby: V ČR je tato lhůta 14 dnů. V jednotlivých členských zemích EU je však tato lhůta stanovena odlišně (7 dnů pro odstoupení od smlouvy mají např. na Slovensku, v Rakousku, Francii, Velké Británii, 10 dnů v Polsku a Itálii, 14 dnů např. v Německu).

7. Vybrané případy řešené ESC v roce 2007

- 1) Přes francouzského internetového obchodníka, který měl nabídku v češtině na webových stránkách s českou doménou, koupil pan P. v červenci fotoaparát. Dodavatel ve svých obchodních podmínkách sice sliboval ctít českou legislativu na ochranu spotřebitele, nicméně český manuál s výrobkem neposlal. Pan P. se rozhodl, že takový výrobek nechce. Fotoaparát asi po týdnu od doručení vrátil a žádal zpět peníze. Když se dodavatel k ničemu neměl, požádal pan P. začátkem prosince o pomoc Evropské spotřebitelské centrum.

Odstoupení od smlouvy bez udání důvodu (nedodání českého návodu není důvodem k odstoupení od smlouvy) je při internetovém nákupu možné v dané lhůtě, která se však liší podle práva francouzského (7 dnů) a českého (14 dnů). Protože je dodavatel svou nabídkou zaměřen na českého spotřebitele (nabídka v češtině) a protože se navíc sám dobrovolně zavázal respektovat české právo, řešila se stížnost podle českého práva. Dodavatel musel uznat, že spotřebitel tuto lhůtu dodržel. Vrátil našemu spotřebiteli peníze poté, co u něho na podnět českého ESC intervenovalo francouzské ESC.

- 2) Paní B. si na své dovolené v Itálii vypůjčila auto. Vrácení auta ji půjčovna potvrdila bez jakýchkoli připomínek. Po měsíci však paní B. zjistila, že jí půjčovna dodatečně, bez jejího vědomí, strhla částku 402 €, údajně za opravu poškozené karoserie. Paní B. se obrátila na ESC s prosbou o radu, co má dělat.

Naše ESC využilo poznatku o výsledcích ujednání mezi zástupci největších evropských autopůjčoven a největších vydavatelů platebních karet, které zorganizoval dánský rozhodčí senát (Consumer Complaint Board) ve spolupráce s dánským ESC. Vydavatelé platebních karet zde s autopůjčovnami odsouhlasili, že půjčovny mohou z platebních karet dodatečně, bez vědomí spotřebitele, odečíst pouze malé částky, např. za doplnění paliva, za pozdější vrácení auta či za parkování, nikoli však za poškození auta.

Naše ESC doporučilo paní B., aby se na výsledky tohoto jednání odvolala a autopůjčovnu znovu požádala o vrácení peněz. Do 14 dnů dostala paní B. peníze zpět.

- 3) Čtyři španělští spotřebitelé se chtěli vrátit s českou nízkonákladovou společností z Prahy do Madridu. Bohužel zjistili, že byl let zrušen, aniž by o tom byl kdokoliv z nich informován. Vzhledem k tomu, že jim přepravce odmítl poskytnout náhradní let, byli spotřebitelé nuceni si zakoupit jiné letenky, a tak jim vznikla škoda v hodnotě 61 060 Kč. Při jednání s přepravcem se ukázalo, že tento informoval o zrušení letu několik měsíců před jeho plánovaným datem španělskou cestovní kancelář, od které si spotřebitelé koupili letenky a která je o zrušení letu měla informovat. Bohužel španělská cestovní kancelář nesplnila svou povinnost. Český přepravce konečně nemohl španělské spotřebitele ani informovat, neboť kontaktní údaje spotřebitelů znala pouze španělská cestovní kancelář. Přesto je dle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 261/2004 ze dne 11. února 2004, kterým se stanoví společná pravidla náhrad a pomoci cestujícím v letecké dopravě v případě odepření nástupu na palubu, zrušení nebo významného zpoždění letů český nízkonákladový přepravce povinen uhradit každému z poškozených kompenzaci 250 € za zrušení letu. Na žádost španělského ESC a po intervenci ze strany českého Evropského spotřebitelského centra poskytl český přepravce spotřebitelům kompenzaci v souladu s Nařízením a dále poskytl i údaje z elektronického systému, který informuje o zrušení letů tak, aby

mohli španělští spotřebitelé vymáhat náhradu škody soudně proti španělské cestovní kanceláři.

- 4) Český spotřebitel si koupil motocykl v Německu a přesto, že jednoznačně uvedl, že motocykl vyváží z Německa do České republiky, byla mu k ceně nesprávně připočtena daň z přidané hodnoty, která se zjednodušeně řečeno u nových dopravních prostředků hradí až v zemi, kam je dopravní prostředek dovezen a kde je registrován. Vzhledem k této chybě prodejce spotřebitel musel zaplatit daň z přidané hodnoty dvakrát: nejen v Německu, ale i v České republice. Spotřebitel reklamoval tuto chybu u prodejce a u daňového úřadu, který pro Německo řeší případy, kdy plátcem daně je cizinec. Neuspěl ani u jednoho z nich. Z podnětu českého ESC intervenovalo německé Evropské spotřebitelské centru u prodejce, který nakonec spotřebiteli vrátil částku neoprávněně účtované daně.
- 5) Český spotřebitel si v Německu koupil ojetý automobil. Když se vrátil do České republiky, opět si pořadně přečetl smlouvu a zjistil, že po jeho podpisu prodejce dodatečně dopsal nad jméno spotřebitele slovo "firma". Spotřebitele to pochopitelně vylekalo, protože kdyby kupoval automobil jako společnost, nevztahovalo by se něj ustanovení německého zákona, které stanoví, že prodejce spotřebiteli odpovídá za vady, které byly na zboží v době převzetí. Spotřebitel se tedy obrátil na Evropské spotřebitelské centrum, abychom mu poskytli právní stanovisko k podepsané smlouvě. Němečtí kolegové došli k závěru, že smlouva sama je velmi zmatená a vzhledem k tomu, že tento spotřebitel žádnou společnost neměl, bylo prokazatelné, že se ze strany prodejce jednalo o klamavé jednání a smlouva byla tedy neplatná. Spotřebitel německého prodejce se závěry německého ESC seznámil a tento pak připravil nový návrh smlouvy, který oba podepsali.
- 6) Anglický spotřebitel, který žije v České republice a je tedy českým rezidentem, si objednal elektroniku přes Internet z Francie. Prodejce bohužel spletl adresu dodání a elektronika putovala několik měsíců tam a zpět mezi špatnou adresou a německým skladem. Vzhledem k tomu, že spotřebitel objednanou elektroniku skutečně potřeboval, musel si mezitím koupit jinou a vzhledem k podstatnému porušení smlouvy ze strany prodejce, spočívajícím v nedodání objednaného zboží, odstoupil od smlouvy. Přesto se prodejce k ničemu neměl. Až na základě intervence francouzského Evropského spotřebitelského centra prodejce vrátil spotřebiteli zaplacené peníze.
- 7) Manželé si chtěli objednat spodní prádlo z katalogu v českém jazyce švýcarské společnosti. Proto zavolali na české telefonní číslo společnosti, která spodní prádlo nabízela. Při telefonickém rozhovoru v českém jazyce se paní zeptala na cenu doručení zboží a v tom okamžiku jí pracovník společnosti zavěsil telefon. Vzhledem k tomu, že se ani nedohodli na konkrétním produktu se manželé domnívali, že jim nic nepříjde. K jejich překvapení jim však přišlo pánské spodní prádlo univerzální velikosti a k němu byla přiložena faktura vystavená na značně vysokou částku. Manželé tedy zboží uložili aniž by porušili obal a čekali, co se bude dít dál. Následně je kontaktovala velmi nevybíravým způsobem vymahačská společnost. Vzhledem k tomu, že smlouva nebyla uzavřena, neboť se strany nedohodly ani na předmětu koupě ani na ceně, šlo o tzv. setrvačný prodej, kdy dle ustanovení § 53 odstavce 9 „poskytne-li dodavatel plnění spotřebiteli bez objednávky, není spotřebitel povinen dodavateli jeho plnění vrátit ani jej o tom vyrozumět.“ Na základě dotazu vzneseného vůči našemu ESC živnostenským úřadem byla těmto spotřebitelům vysvětlena jejich práva a poskytnuta pomoc při sestavení dopisu společnosti. Po obdržení dopisu švýcarskou společností je již vymahačská společnost nikdy nekontaktovala.

- 8) Paní H. z Rakouska si objednala u českého internetového obchodníka za 3 153 Kč několik DVD disků. Cenu však prý zaplatila nadvakrát, takže obchodník její platbu neidentifikoval, částku vedl jako neuhrazenou a zboží neposílal. Paní H. se tentokrát obrátila přímo na české ESC a žádala o pomoc. Na žádost našeho ESC o přešetření stížnosti dodavatel našel pouze platbu ve výši 2 853 Kč a slíbil zboží v této hodnotě odeslat. Tuto dobrou zprávu jsme sdělili i spotřebitelce a požádali ji, aby nás o obdržení zboží informovala. Jaké však bylo naše překvapení, když nám sdělila reakci českého dodavatele. Ten spotřebitelce sdělil, že od smlouvy odstupuje a vyúčtoval jí náklady na dohledání plateb a náklady svého právníka v celkové výši 4 018 Kč. Ve zprávě klientského centra pro zákazníka na on-line sledování stavu jeho objednávky bylo možno se dočíst, že se čeká na úhradu nezaplaceného rozdílu. V tomto případě se může spotřebitelka domáhat svých práv už pouze soudní cestou. Možnosti šetření ESC jsou omezené.
- 9) Slečně S. ze Stuttgartu se při letu ze Sliače přes Prahu ztratil ze zavazadla odevzdaného k přepravě laptop. Německé ESC požádalo naše ESC, abychom spotřebitelce pomohli vymoci na letecké společnosti kompenzaci, kterou před tím tato odmítla.

Řada leteckých společností ve svých přepravních podmínkách jmenovitě stanoví, které předměty lze přepravovat pouze v příručím zavazadle v kabině, nikoliv v podaném spoluzavazadle. Jinak společnost není za vzniklou škodu odpovědná a žádné kompenzace, které pro případ ztráty, poškození či zpoždění zavazadel stanoví Montrealská úmluva, nehradí. I v tomto případě měla společnost ve svých přepravních podmínkách jasně uvedeno, že k těmto předmětům kromě peněz, kreditních karet, léků, klíčů, brýlí, šperků, mobilních telefonů, křehkých a uměleckých předmětů, patří i notebook.

Požadavek spotřebitelky na náhradu škody byl tedy skutečně neoprávněný.

8. Kontakty na spotřebitelské organizace

Organizace	Logo	Spojení
<p>SOS - Sdružení obrany spotřebitelů, o.s. Sídlo: Novákových 8 180 00 Praha 8 www.spotrebitele.info</p>		sos@spotrebitele.info tel.: 224239940 poradenská linka — 900 08 08 08 poradny ve všech krajích Ing. Václav Ransdorf předseda
<p>Občanské sdružení spotřebitelů TEST Zelený pruh 95/97 147 00 Praha 4 www.dtest.cz</p>		dtest@dtest.cz tel.: 227027632 tel./fax: 227027633 JUDr. Ida Rozová
<p>Spotřebitel.cz Sídlo: Šárecká 15 160 00 Praha 6 P.O.Box: Jindřišská 14 111 21 Praha 1 www.spotrebitel.cz Poradenství a Redakce Q magazín Sokolovská 95 180 00 Praha 8 www.qmagazin.cz</p>		info@spotrebitel.cz tel.: 233326184 fax: 233326185 poradna@spotrebitel.cz redakce@qmagazin.cz tel.: 224811111 tel.: 222311369 fax: 222311686 p. Petr Brynda
<p>Sdružení českých spotřebitelů, o.s. (SČS) Budějovická 73 140 00 Praha 4 www.konzument.cz</p>		dupal@regio.cz novak@regio.cz tel.: 261263574 fax: 261262268 Ing. Libor Dupal Ing. Libor Novák
<p>Centrum spotřebitelsko — podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele Třebíč Kmochova 762/13 674 01 Třebíč</p>		cspv@volny.cz tel./fax: 568824160 kancelář: tel./fax: 568843263 p. Ivan Vojtek
<p>Asociace občanských poraden Tachovské nám. 3 130 00 Praha 3 www.obcanskeporadny.cz</p>		aop@obcanskeporadny.cz tel./fax: 222780599 Mgr. Hynek Kalvoda
<p>Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele Bubenečská 21 160 00 Praha 6 www.food-consumer.cz</p>		paha@food-consumer.cz tel.: 233340635 Ing. Petr Mamula, CSc.
<p>Síť ekologických poraden ČR (STEP) Kancelář Ostrava: Na Hradbách 3 702 00 Ostrava www.ekoporadna.cz</p>		step@ecn.cz tel.: 596111281 Mgr. Kamila Kanichová
<p>Finanční arbitr ČR Washingtonova 25 110 00 Praha 1 http://www.finarbitr.cz</p>		arbitr@finarbitr.cz tel.: 221674600 fax: 221674666 Dr. Ing. František Klufa Finanční arbitr ČR

9. Síť partnerských evropských spotřebitelských center

Země	Zkratka	Internetové spojení
Belgie	BE	www.eccbelgium.be
Bulharsko	BG	ecc.bulgaria@kzp.bg
Dánsko	DK	www.forbrugereuropa.dk
Estonsko	EE	www.consumer.ee
Finsko	FI	www.ecc.fi
Francie	FR	www.euroinfo—kehl.com
Irsko	IE	www.eccdublin.ie
Island	IS	www.ena.is
Itálie	IT	www.ecc—net.it
Kypr	CY	www.agrino.org/ecc.cy
Lotyšsko	LV	www.ecclatvia.lv
Litva	LT	www.ecc.lt
Lucembursko	LU	www.cecluxembourg.lu
Maďarsko	HU	www.efk.hu
Malta	MT	www.eccnetmalta.gov.mt
Německo	DE	www.euroinfo—kehl.com ; www.evz.de
Nizozemsko	NL	www.eccnl.eu
Norsko	NO	www.forbrukereuropa.no
Polsko	PL	www.konsument.gov.pl
Portugalsko	PT	www.cec.consumidor.pt
Rakousko	AT	www.europakonsument.at
Rumunsko	RO	www.eccromania.ro
Řecko	GR	www.eccefpolis.gr
Slovensko	SK	www.economy.gov.sk/ecc
Slovinsko	SI	www.epc.si
Spojené království	UK	www.ukecc.net

Španělsko	ES	www.cec.consumo—inc.es
Švédsko	SE	www.konsumenteuropa.se

Podrobnější informace o kontaktních spojeních evropských spotřebitelských center jsou uvedeny na adrese:
http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/docs/ecc_network_centers.pdf