JAK MOC SMÃ• REKLAMA LHÃ•T?

NedÄ›le, 19 Ãºnor 2017

UÅ¾ mÄ› to víc neÅ¾ štve. A tak pÅ™emýšlím: existuje nÄ›co – nÄ›jaký nadÅ™ízený orgán, který je mo
kontaktovat, pokud je jasnÄ› vidÄ›t, Å¾e zpÅ¯sob prodeje (reklamy) jednoznaÄ•nÄ› vyuÅ¾ívá neinformovanosti zákazníkÅ¯,
pÅ™ípadnÄ› jejich dÅ¯vÄ›Å™ivosti? Nafukovat a pÅ™ehánÄ›t se prý v reklamÄ› mÅ¯Å¾e, aspoÅˆ do jisté míry. Ale co kdyÅ¾
Nadsázka, pÅ™íkrasy, pÅ™ehánÄ›ní – s tím se v reklamÄ› poÄ•ítá. Lhát a klamat ale prý nesmí. Kde je však
hranice?

Klamavá reklama by se zjednodušenÄ› dala definovat takto: o zboÅ¾í nebo sluÅ¾bÄ› se uvádÄ›jí nepravdivé údaje
proto, aby spotÅ™ebitele pÅ™imÄ›ly k nákupu, obvykle na úkor konkurence, pÅ™iÄ•emÅ¾ bez klamných údajÅ¯ by produkt ne
PÅ™i posuzování toho, jestli je reklama klamavá, se podle obÄ•anského zákoníku zohledÅˆují pÅ™edevším (ale neje
údaje, které reklama sdÄ›luje o: dostupnosti, povaze nebo provedení prodávaných produktÅ¯, jejich sloÅ¾ení, výrobním
postupu, datu výroby nebo poskytnutí, zpÅ¯sobilosti k urÄ•enému úÄ•elu, pouÅ¾itelnosti, mnoÅ¾ství, zemÄ›pisném Ä•i obch
pÅ¯vodu, vlastnostech zboÅ¾í vÄ•etnÄ› pÅ™epokládaných výsledkÅ¯ jeho pouÅ¾ití, nebo výsledkÅ¯ provedených zkou
a testÅ¯,cenÄ› nebo zpÅ¯sobu jejího urÄ•ení,podmínek, za kterých se zboÅ¾í prodává nebo sluÅ¾ba poskytuje,povahy,
vlastností a práv zadavatele reklamy – jako je jeho totoÅ¾nost, majetek, odborná zpÅ¯sobilost, jeho práva
duševního vlastnictví nebo jeho vyznamenání a pocty. Typickým pÅ™íkladem klamavé reklamy je: Výrob
nebo prodejce v reklamÄ› tvrdí, Å¾e budete díky jeho zboÅ¾í štíhlejší, krásnÄ›jší nebo chytÅ™ej&scaro
produkt nemá vlastnosti, které by to dokázaly jakkoli ovlivnit. TÅ™eba tvrdí, Å¾e kdyÅ¾ budete kaÅ¾dé ráno snídat jeho
kÅ™upavé müsli, urÄ•itÄ› zhubnete, ale müsli bude ve skuteÄ•nosti obsahovat jen sloÅ¾ky, které k hubnutí nepÅ™ispívají. Neb
bude prodejce bÄ›Å¾eckých bot tvrdit, Å¾e v jeho obutí zhubnete daleko rychleji neÅ¾ v jiném. V minulosti dostala firma za tak
reklamu tuÄ•nou pokutu a musela ji stáhnout – nezávislé testy totiÅ¾ prokázaly, Å¾e její boty mají na hubnutí stejný vliv
jako kaÅ¾dé jiné. Na klamavou reklamu si mÅ¯Å¾ete stÄ›Å¾ovat u ÄŒeské obchodní inspekce, která záleÅ¾itost provÄ›
zjistí pochybení, udÄ›lí hÅ™íšníkovi pokutu. OdškodnÄ›ní vám ale nezajistí. „Pokuta od ÄŒOI mÅ¯Å¾e
udÄ›lena i v pÅ™ípadÄ›, Å¾e nedojde k poškození konkrétního zákazníka, staÄ•í, kdyÅ¾ klamavá reklama existuje. N
ÄŒeská obchodní inspekce ta pravá instance, je tÅ™eba si stÄ›Å¾ovat jinde. Tedy pÅ™inejmenším, pokud jde o stíÅ¾
instituci Ä•i obchodníka, který vás podfouknul, oÄ•esal, vyÅ¾dímal… prostÄ› pÅ™ipravil o nervy a peníze. Na klamavou
reklamu si mÅ¯Å¾eme stÄ›Å¾ovat také u: Rady pro rozhlasové a televizní vysílání v pÅ™ípadÄ› reklamy vysílané v rozhla
a televiziStátního ústav pro kontrolu léÄ•iv, Ministerstva zdravotnictví a Státní rostlinolékaÅ™ské správy v pÅ™ípadech
reklamy na léÄ•ivé pÅ™ípravky, zdravotnické prostÅ™edky a pÅ™ípravky na ochranu rostlin, pokud nejde o reklamu televizn
nebo rozhlasovou,Krajského Å¾ivnostenského úÅ™adu pÅ™íslušného podle sídla nebo místa podnikání
zadavatele reklamy pro všechny ostatní pÅ™ípady.

urÄ•itÄ› znáte pár konkrétních reklam,které jsou opravdu klamavé - napište je do komentáÅ™Å¯:))) d@niela