

Veźměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Rozsudek: Infolinka zachraňuje !

Zákony samy o sobě přirozeně nemohou popisovat konkrétní řešení pro všechny životní situace, které kdy nastanou - a pak je na soudech, aby zákony rozumným způsobem aplikovaly, přičemž touto interpretací zákonů samozřejmě vytvářejí jistě precedenty. Proto se s rozsudky coby zdrojem pravidel budeme setkávat stále častěji. Pro úplnost ještě doplňuji, že v dále popisovaném případě jsem byl angažován, nicméně zde uvádím výlučně závěry soudní.

O co šlo ? Jeden finanční ústav nabízel masívní reklamní kampaní „novou jarní kolekci hypoték a překlenovacích úvěrů s úrokem jen 2,99 %“. Kromě textu a notně zvýrazněné číslice „2,99“ byl v reklamě přítomen již jen odkaz na infolinku. Konkurenční finanční ústav považoval takovou reklamu za nekalou soutěž, a to zejména proto, že inzerent zamlčuje údaj o tom, že úrok platí jen pro první tři měsíce čerpání překlenovacího úvěru, poté již bude úvěr úročen standardní výší úrokové sazby 5,75 - 7,75%. Navíc, krátkodobé zvýhodnění úrokové míry se týká pouze smluv uzavřených v období tří měsíců - nic z toho však ani plakátová ani televizní reklama neuvádí, čímž je vytvářen mylný dojem o tom, že nabízený úvěrový produkt je nejvýhodnější ze všech.

Soud prvního stupně žalobu zamítl a zdůraznil, že reklama obsahovala vždy dovětek, že o přesných podmínkách inzerované nabídky „se informujte v pobočkách“, reklamní materiály obsahovaly i odkaz na informační stránky na internetu a číslo bezplatné telefonní linky. Soud také konstatoval, že průměrný spotřebitel - zájemce o úvěr - se nerozhoduje na základě takové nabídky a reklamy. Pokud snad i z ní vychází, pak věnuje nezbytně pozornost i údajům dalším, zde uvedeným třeba i drobným písmem, jež ho nasměrují k dalším zdrojům informací, včetně příslušných poboček. Toto - tj. přilákání potenciálních zákazníků do poboček - je však ostatně cílem každé takové reklamy a je přípustným soutěžním chováním. Soud uzavřel, že žalovaní použili „reklamní trik sice agresivní, nikoli však ještě v rozporu s pravidly soutěže“, nejde tedy o jednání nekalé soutěže.

Také odvolací soud viděl případ stejně. Uvedl, že hlavní uvedený údaj byl sám o sobě pravdivý - tj. uvedená výše úrokové sazby byla poskytována, a také případný zájemce byl odkázán na další zdroj informací. Soud také zdůraznil, že v tištěné reklamě (letácích), rovněž k podpoře kampaně široce užitá, byli zájemci informováni již podrobněji o podmínkách, za nichž výše sazby 2,99% platila.

Oba soudy pak shodně zmínily, že je na místě vzít v úvahu funkci reklamy jako takové s přihlédnutím k segmentu trhu, na němž se střetávají konkrétní účastníci. Reklama není totéž co obchodní nabídka a jejím účelem je vzbudit pozornost a zaujmout co největší počet adresátů. Proto je zpravidla pro ni užito stručné a na první pohled upoutávající jednoduché (zvláště pak v případech reklamy v televizi a na billboardech, o kterou zde jde) reklamní sdělení vyznačující se určitou mírou nadsázky či přehánění. Pokud takováto prezentace obsahuje i odkazy na podrobné informace a způsob, jak je získat, není důvod spatřovat v tomto sdělení pro jeho „zkratkovitost“ možnost klamání spotřebitele, způsobilost uvést jej v omyl. Průměrný zákazník (hypotéčních úvěrů) již vzhledem k závažnosti věci si před uzavřením úvěrové smlouvy pečlivě ověří podmínky, za nichž může úvěr získat, a vezme v úvahu přitom nabídky vícero soutěžitelů, jež se mu nabízí. Již vzhledem k tomu, že spotřebitelská veřejnost je soutěžiteli i v tomto segmentu trhu dnes a denně v médiích zahrnována různými i superlativními nabídkami, není zde důvod dovozovat, že by se právě posuzovanou nabídkou nechala jakkoli zmást či uvést v omyl.

JUDr. Filip Winter, advokát

110 00 Praha 1, Na Příkopě 25

www.akwinter.cz

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Dědictví](#)
- [Výživné](#)
- [Valná hromada](#)
- [Ustanovení zástupce](#)
- [Náhrada škody](#)
- [Nájemné \(exkluzivně pro předplatitele\)](#)
- [Odměna advokáta \(exkluzivně pro předplatitele\)](#)
- [Péče o dítě \(exkluzivně pro předplatitele\)](#)
- [Smlouva o smlouvě budoucí \(exkluzivně pro předplatitele\)](#)
- [Daňová exekuce](#)
- [Cenové rozhodnutí rozporné se zákonem](#)