

5. 12. 2007

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

Už žádné klamání zákazníků, přikáže obchodníkům zákon

Letošní předvánoční kampaň by mohla být poslední, kdy obchodníci útočí na české peněženky bez zábran.

Skóre: 0.73

Název zdroje: Hospodářské noviny

Datum vydání: 05.12.2007

Nadpis: Už žádné klamání zákazníků, přikáže obchodníkům zákon

Strana: 5

Rubrika: z domova

Autor: Tereza Nosálková

Náklad: 58615

Oblast: Celostátní deníky

Zpracováno: 05.12.2007 08:21

Identifikace: DCHN20071205030025 cz

Klíčová slova: soudu (4x), práva (2x), zákon, Hospodářského, dodržování zákonné, obchodní zákoník, Novela zákona

Letošní předvánoční kampaň by mohla být poslední, kdy obchodníci útočí na české peněženky bez zábran. Vláda chce, aby lákání na nejnižší ceny, zaručené výhry, zkratka "nakupování zdarma" zmizelo z reklam.

Novela zákona dává na černou listinu obchodní metody, které jsou klamavé či agresivní. Má to vlastně být novela zákona, kterou Čechům nakázala svou směrnicí Evropská komise. V těchto dnech se jí zabývají poslanci.

"Je to výrazná novela, protože staví mimo zákon konkrétní praktiky, které jsou bohužel v České republice na denním pořádku," říká Ivana Picková, předsedkyně Sdružení obrany spotřebitelů.

Předkladatel novely, ministerstvo průmyslu a obchodu, ukazuje prstem například na takové případy, kdy obchodník bez důkazu tvrdí, že jeho zboží je nejlevnější, zakazuje nálepku "gratis" pro případy, kdy ke zboží musí zákazník přikoupit ještě další výrobek či mezi vyložené agresivní postupy řadí reklamní vějičky cílené na děti.

"Euronovela by měla přispět k posílení ochrany ekonomických zájmů spotřebitelů a k odstranění překážek fungování společného evropského spotřebitelského trhu. Zároveň by také měla přispět ke korektní hospodářské soutěži," říká mluvčí úřadu Tomáš Bartoňovský.

Češi se přitom podle Pickové ani po letech divoké reklamní masáže nepoučili a stále obchodníkům s deštěm, kteří často sahají k neetickým způsobům, důvěřují.

"Znám tisíce případů, kdy se oklamání snažili u soudu vymocit spravedlnost v případech, kdy jim obchodníci slíbili výhry nebo něco zdarma, ale pouze za předpokladu, že museli ještě něco koupit nebo minimálně někam zavolat. Tato novela by to mohla změnit," popisuje problémy českých spotřebitelů Picková.

Podle odborníků na reklamu jsou už vyjmenované metody dnes podle práva postihnutelné - obchodní zákoník zakazuje klamavou reklamu a zákon o reklamě vyžaduje, aby byla etická.

Ale i odborníci vítají vypíchnutí jednotlivých nekalých obchodních aktivit.

"Citlivou je otázka reklamy působící na děti. Ty jsou ve svém rozhodování velmi manipulovatelné, a proto už Etický kodex Rady pro reklamu hovoří o restrikcích, které euronovela obsahuje. Možnost pětimilionové pokuty bude snad dostatečným imperativem k dodržování zákonné normy," říká prezident Asociace českých reklamních agentur Pavel Brabec.

Rada sice má svůj kodex, ale žádné sankce udělovat nemůže. Zůstává tak na obchodnících, zda agresivní reklamu stáhnout, nebo ne.

Novela zákona teď čeká ve sněmovně na schválení.

"Je to víceméně technická záležitost, očekávám, že bude hladce schválena," říká Oldřich Vojíř (ODS), předseda sněmovního Hospodářského výboru, který novelu připomínkoval.

Platit by měla už od léta příštího roku.

Co postihuje novela zákona:

Klamavou reklamu:

nepravdivé tvrzení, že obchodník brzy ukončí svou činnost, tedy když příliš dlouho "bankrotuje"

pyramidový prodej

obchodníci nebudou moci slibovat speciální ceny jen pod podmínkou okamžitého nákupu

agresivní REKLAMU

u vybízení dětí k nákupu zboží nebo k jejich "žadonění" po rodičích

Zpracovatel: [Anopress IT a.s.](#)