

Klamavá reklama

Klamavá reklama je v obchodním zákoníku popsána jako šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které je způsobilé vyvolat klamnou představu a zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži prospěch na úkor jiných soutěžitelů či spotřebitelů. Klamavým je i údaj sám o sobě pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl.

Velmi často máme možnost vidět v televizi nebo v tisku reklamy na nejrůznější zboží, kdy oprávněně pochybujeme o tom, zda věci, které nám jsou prezentovány, jsou tak úžasné.

Totéž platí i o mnohých finančních produktech. Nejpůvabnější jsou z tohoto pohledu reklamy nebankovních úvěrových společností, které se tváří jako naši nejlepší přátelé, kteří nám kdykoli přispěchají na pomoc. Údaj o RPSN, pokud se vůbec objeví, se mihne na obrazovce rychlostí blesku nebo je uvedeno kouzelné slůvko „OD“. Třeba „RPSN od 15%“, což konkrétně pro nás může být v realu 35 %.

Pojišťovny nebo penzijní fondy často v reklamách uvádí, že v případě plateb na životní pojištění nebo penzijní připojištění lze z daní odečíst ročně až 12 000 Kč. To je však zavádějící informace, protože v zákoně o daních se jednoznačně uvádí, že uvedená částka se odečítá z daňového základu, což je zásadní rozdíl z hlediska úspory pro klienta. Ta může reálně dosáhnout necelých 5 000 Kč.

Bohužel boj proti podobným nekalým praktikám je v ČR zcela nedostatečný. Jinak je tomu ve většině vyspělých zemí. Např. firma Danone čelí v USA soudnímu projednávání v souvislosti s reklamní kampaní, která u jogurtů Activia zdůrazňuje jejich zdravotní přínos a lepší probiotické účinky, než jsou u výrobků konkurence. V Británii zase zastavili reklamu na Actimel. Úřad ASA (The Advertising Standards Authority), který ve Spojeném království dbá na pravdivost reklam, totiž došel k tomu, že nápoj nemá žádný přínos pro dětské zdraví, a reklamu zakázal. U nás však tyto a obdobné reklamy zabírají podstatnou část vysílacího času všech hlavních televizních stanic.

Nezbývá nám tedy než se především spolehnout na svůj úsudek, který by však měl být založen na rozsahu a kvalitě našich znalostí. To je jeden z důvodů, proč se vzdělávat, proč se zabývat finanční gramotností. Neocenitelnou službu nám poskytuje internet, který je přímo záračným médiem, pokud hledáte, dopátráte se potřebných informací.