

Občanská poradna Brno

projekt: Spotřebitelské poradenství

klíčová slova: obtěžující reklama, stížnost

Způsob jakým klient poradnu kontaktoval: emailem

Kde se klient o poradně/projektu dozvěděl: není OP známo

Počet uskutečněných konzultací: 1

Výchozí situace:

Na poradnu se prostřednictvím emailu obrátila uživatelka (U), která se ptá na postup, komu adresovat stížnost v situaci, kdy je jí opakovaně vhazován do poštovní schránky soubor letáků různých supermarketů, ačkoliv má na schránce jasně uvedeno, že si letáky nepřeje. U bydlí v obci v okrese Brno venkov v bytovém domě. U neví, kdo je distributorem neadresných letáků v papírové formě, pracovník distribuce nemá žádné označení. U zvažuje, že podá stížnost, jelikož ji letáky velmi obtěžují, ve schránce se objevují 2krát týdně, jedná se o letáky obchodních řetězců Tesco, Billa, Lidl a Kaufland, Penny market i ze vzdálenějších měst, které jsou cca 20 km od jejího bydliště. U se také obává, aby při odstranění letáků nevyhodila nějakou důležitou zásilku či jinou písemnost. U musí papír z letáků likvidovat, vzhledem k jejich množství a její snížené mobilitě, musí vždy požádat o pomoc syna, který jí navštěvuje. Ten jí radí, aby napsala každému z obchodních řetězců dopis. U píše, že má nízký důchod a při současných cenách za poštovní zásilku, bude nucena uhradit cca přes 300 Kč. U neuvádí, zda se zkusila osobně obrátit přímo na pracovníka distributora, aby do schránky letáky nevhazoval.

Popis problému – zakázka:

U by zajímalo, na koho se může obrátit se stížností.

Intervence/ Možnosti řešení:

U v písemné odpovědi informována o ustanoveních zákona č.40/1995 Sb. O regulaci reklamy, které vymezuje pojmy jako zadavatel a šířitel reklamy, tyto pojmy U vysvětleny. Také informována o ustanovení § 2 odst.1, které uvádí, co je považováno za obtěžující reklamu. U informována, že se podnikající osoba šířitel či zadavatel se dopouští správního deliktu, pokud adresáta nevyžádanou reklamou obtěžuje nebo šíření reklamy vede adresáta k výdajům. U navrženo zaslat svůj nesouhlas písemně přímo zadavatelům reklamy, v tomto případě konkrétním obchodním řetězcům eventuálně formou emailové korespondence, navrženo požádat syna o pomoc se sepsáním a odesláním. Pokud by vhazování letáků pokračovalo, U bylo navrženo sepsat a zaslat stížnost na krajský živnostenský úřad dle sídla šířitele/zadavatele reklamy, který je dozorovým orgánem dle §23 zákona o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. U zaslán vzor stížnosti, a pokyny k sepsání. U také předán kontakt na specializované spotřebitelské poradny, kde také může konzultovat navržený postup, předán kontakt na dTest a Sdružení obrany spotřebitele.

Prognóza:

Jelikož U dala srozumitelně najevo, že si nepřeje žádnou reklamu, dá se považovat pokračující vhazování tištěných reklamních letáků neadresného typu jako obtěžující reklamou. Nelze s jistotou tvrdit, zda bude U úspěšná, pokud se na pracovníka distributora (šířitele) reklamy obrátí osobně nebo na obchodní domy prostřednictvím emailu. Nebude-li nesouhlas U od zadavatele reklamy

respektován, jeví se jako nejvhodnější podání stížnosti na živnostenský úřad, jelikož má možnost uložit postihující sankci.

Zpětná vazba: nebyla uživatelkou poskytnuta

Citované zdroje: 40/1995 o regulaci reklamy, o ochraně spotřebitele 634/1992 Sb.