

Како се заштитити од нелојалних реклама?

Ако мислите да реклама утиче погрешно, непоштено или неовлашћено или ако сумњате на било шта у реклами, можете да тражите помоћ од наших организација потрошача или Центра за заштиту потрошача. У случају да сте претрпели директну штету од рекламе, можете потраживати, појединачно или у оквиру колективних акција, надокнаде преко судова.



САВЕТИ

1. Не верујте слепо рекламама. Не постоји услов да буду објективне. Узми у обзир све критичне речи у њима.
2. Посебно критички се односите на рекламе које се фокусирају на емоционални утицај.
3. Пре доношења одлуке о куповини, добро размислите да ли вам је заиста потребан тај производ и да ли или не можете задовољити те потребе са другим производом.
4. Пре него што купите производ, настојите да проверите информације из реклама на други начин - путем специјализованих књига и часописа, консултација са потрошачким удружењима или једноставно тако што ћете посетити продавнице и темељно се упознате са производом.
5. Васпитавајте децу да се критички односе према рекламама, због своје лаковерности и неискуства. Она су посебно рањива на рекламе која посебно утичу на социјалне групе.

ЦЕНТРИ ЗА ЗАШТИТУ ПОТРОШАЧА

НИШ 18 000

Ул. Генерала Боже Јанковића 9/III
Телефон: 018 / 525 – 040
МоБ. 064 / 11 – 97 – 301
E-mail: forumnis@open.telekom.rs
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

БОР 30 000

Улица Моше Пијаде бр. 19,
Телефон 030 / 423 – 749,
МоБ. 064 / 29 – 35 – 876
E-mail: office@arbor.org.rs
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

ЗАЈЕЧАР 19 000

Насеље Краљевица, зграда Б – 3,
улаз бр. 1, стан бр. 15,
Телефон 019 / 430 – 229,
МоБ. 064 / 94 – 06 – 547
E-mail: kmiodrag@hotmail.com
Радно време: Савког радног дана од 14 до 18 сати

ПИРОТ 10 000

Улица Ђирила и Методија бр. 7,
Телефон 010 / 310 – 901 i 311 – 943,
МоБ. 064 / 16 – 91 – 815
E-mail: sladjana.mancic@pirgos.rs
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

ЛЕСКОВАЦ 16 000

Улица Војводе Мишића бр. 22
Телефон 016 / 256-859
МоБ. 063 / 858 - 02 - 05
E-mail: milic.markovic@gmail.com
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

ПРОКУПЉЕ 27 000

Улица Даринке Несторовић бр. 30
Телефон 027/321-637, 027/324-731
МоБ. 064 / 20 – 77 – 003
E-mail: snezaoop@krstarica.com
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

ВРАЊЕ 17 000

Улица Баба Златина бр. 23, 17 000 Врање
Телефон 017 / 400 – 694
МоБ. 063 / 43 – 16 – 54
E-mail: zivkosvr@gmail.com
Радно време: Савког радног дана од 10 до 14 сати

www.aktivnipotrosaci.info



Стварање овог лифлета помогла је Европска унија.
Садржај лифлета је искључива одговорност
Градске организације потрошача Лесковац
и не представља ставове Европске уније.

КАКО РАЗУМЕТИ РЕКЛАМУ



Delegation of the European Union to the Republic of Serbia
Under the EU funded 'Strengthening Serbia - EU Civil Society Dialogue' Project

Атрактивна реклама на телевизији обећава веома ниску камтну стопу, ако узмете кредит до краја месеца. Ви журите да искористите прилику, али убрзо схвате да атрактивна каматна стопа важи само за првих 6 месеци, као и да ваша банка наплаћује високе накнаде сваког месеца, до исплате кредита.

Да ли треба слепо веровати информацијама у реклами? Које рекламе су забрањене! Ко може да вам помогне?

Рекламирање је било каква комуникација која треба да промовише продају робе и услуга на тржишту.

Ова порука може да буде распрострањена кроз различите медије: новине, часописе, флајере и брошуре, радија и телевизије, интернета, билборда, рекламних сувенирница и још много тога.

Оно што разликује рекламирање од вести и других типова порука је директна и непосредна сврха да утичу на понашање потрошача, као што је мотивација за куповину одређених производа. То се односи и на такозване "слике реклама", које не рекламирају одређени производ и представљају предузеће или бренд, као што ни у овом случају, повећање поверења у трговца, доводи до могућности које нуди производ.



Предности рекламирања

Рекламирање је главни извор информисања потрошача. Кроз рекламу потрошачи сазнају више о новим производима, распродајама, новоотвореним продавницама. Тако се у великој мери олакшава њихов избор. Рекламирање је јак фактор у промоцији транспарентности тржишта и развоја конкуренције и тиме доприноси побољшању квалитета производа и стварању фер цена.

Ризици

Информација од реклама није ни објективна ни потпуна. Њена сврха је да привуче потрошаче и повећа продају. Ослањање на следеће рекламе може довести до озбиљних разочарења код потрошача.

Осим тога, рекламирање стимулише такозване "импулс куповине" у којој је одлука донета након процене потреба и упоређивање производа, а на основу емоционалног утицаја рекламе. Таквом куповином су често разочарани потрошачи, јер после почетне еуфорије, изгледа да је производ непотребан или је претерано скуп.

Законски услови за рекламирање

Да бисте смањили ризике и негативне ефекте рекламирања, Закон о заштити потрошача забрањује две најупечатљивије злоупотребе - обмањујуће и нефер рекламирање, и увео је строге прописе у односу на упоредно рекламирање. Циљ је да се заштити економски интерес потрошача и лојалних трговаца који ће такође бити угрожени, уколико је резултат обмањујућег рекламирања прихваћен, клијент ће бити преусмерен на конкурента.

Обмањујуће рекламирање

Да ли је погрешна свака реклама која, због свог садржаја или презентације, обмањује потрошаче и на тај начин може да утиче на њихову одлуку да купи производ или не. Било који облик обмане рекламирања је забрањено.

У пракси, преваре се могу постићи на различите начине. Најчешће су лажне оптужбе, претеривања, изостављање материјала информација наглашавајући изузетне квалитете и карактеристике свих врста производа и друго.



Нелојална реклама

Нелојална реклама која привлачи пажњу и интересовање потрошача у јавности је неприхватљива, увредљива или скандалозна. Непоштене на пример су рекламе које садрже дискриминаторске изјаве, подривају људско достојанство, изазивају анксиозност или страх; обећавају лаке добити, користе недостатак искуства код људи; имитирају основане производе и робне марке, негативно утичу на омладину; користе елементе насиља. Нелојално рекламирање је забрањено. Поред тога што негативно утичу на тржиште, неки облици непоштених реклама могу да нарушавају јавни ред и мир.



Какве користи имате од реклама?

Реклама је један од главних извора тржишних информација. Она може да пружи вредне информације о понуди. Рационалну одлуку о куповини производа не би требало донети само на основу реклама. Ако је потрошач показао интересовање за рекламирани производ или услугу, поготово ако је од веће вредности, он би требало да прикупи додатне информације, као што су специјална издања организација потрошача и других... и упореди их са осталим сличним понудама у другим продавницама, или да истражи могућности за куповину другог производа са сличним особинама, који може да задовољи исти степен његове потребе.

Другим речима - није вредно да циљане рекламе имају интерес, не довољно да би били информисани за куповину.

Посебна опасност за потрошаче су рекламе које стварају емотивни осећај или представљају производ као део одређеног начина живота, тзв. рекламни стил живота. Посебно млади и неискусни корисници често постају "жртве" таквих предлога.