

Platformy nedostatečně reagují na podvodné finanční reklamy

21.5.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Falešné investice, podvodné půjčky nebo reklamy slibující rychlé zbohatnutí. Spotřebitelé na podobné podvody narážejí na sociálních sítích a v online vyhledávacích stále častěji, přesto velmi velké online platformy nezasahují dostatečně účinně. Analýza Evropské spotřebitelské organizace BEUC a 13 dalších spotřebitelských národních organizací ukazuje, že Meta, TikTok a Google často nereagují ani na opakovaná hlášení podvodných reklam. Online platformám přitom z těchto reklam plynou nemalé zisky.

Stížnost na technologické giganty

Evropská spotřebitelská organizace BEUC společně s 29 spotřebitelskými organizacemi podala stížnosti u Evropské komise a u příslušných vnitrostátních orgánů proti společnostem Meta, TikTok a Google za to, že dostatečně účinně nebrání šíření podvodných finančních reklam na svých platformách, jak od vyžaduje evropské nařízení o digitálních službách (DSA).

Podle DSA mají totiž online platformy povinnost zmírňovat rizika vyplývající z podvodného obsahu tím, že mimo jiné zajišťují transparentnost reklam a inzerentů, poskytují snadné způsoby nahlášení podvodů a zajišťují, aby byli podvodníci z platformy odstraněni.

Jen zlomek závadných reklam zmizel

V období od prosince 2025 do března 2026 nahlásily BEUC a 13 národních spotřebitelských organizací téměř 900 reklam podezřelých z porušení právních předpisů EU. Z nich zmíněné platformy na základě těchto oznámení odstranily pouze 27 % reklam, zatímco více než polovinu oznámení zamítly nebo ignorovaly. Zbýlých 20 % reklam bylo staženo ještě předtím, než se daná platforma začala podnětem zabývat.

Škody rostou do miliard EUR

S finančními podvody se tak i nadále každý den setkávají miliony evropských spotřebitelů. Navíc se podvodné praktiky stále častěji šíří prostřednictvím online reklamy a lidé jim čelí při běžných činnostech, jako je sledování videí, čtení zpráv nebo používání sociálních sítí. Podvody se také stávají čím dál sofistikovanějšími a nyní zahrnují krádeže identity, platební podvody nebo převzetí účtů. V členských státech EU dosáhly finanční ztráty utrpěné spotřebiteli v roce 2024 výše 4,2 miliardy eur, což představuje nárůst o 17 % ve srovnání s předchozím rokem.

Spotřebitelské organizace žádají zásah

Z těchto důvodů spotřebitelské organizace včetně dTestu vyzývají Evropskou komisi a odpovědné vnitrostátní orgány, aby prošetřily, zda jsou opatření na zmírnění rizik spojených s finančními podvody, která přijaly výše uvedené platformy, dostatečná, a aby od nich vyžadovaly dodržování nařízení EU. V případě pokračujícího nedodržování předpisů ze strany těchto platform zároveň požadují uložení sankcí.

Podrobnější informace naleznete ve zprávě organizace BEUC a jejích přílohách.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-12310/dtest-platformy-nedostatecne-reagují-na-podvodne-financni-reklamy>