

Stejný obal, menší obsah. Kdy už smrskflace klame spotřebitele?

2.6.2026 - Lucie Korbéliusová | DTest

Na první pohled stejné balení, ve skutečnosti méně zboží. Smrskflace - situace, kdy výrobci zmenšují obsah výrobků, ale ponechávají stejné obaly i ceny - se stává běžnou praxí, která spotřebitele často překvapí až při důkladnějším přezkoumání. Přehlednější orientaci mají v Česku zajistit měrné ceny i pravidla pro férové balení. Některé státy Evropské unie však k regulaci v posledních letech přistoupily důsledněji. Jaká pravidla platí v Česku a jak se s fenoménem smrskflace vypořádávají jiné státy?

Za stejnou cenu méně zboží

Problémem není jen samotné zmenšování balení, ale především způsob, jakým jsou změny prezentovány. Česká právní úprava zatím smrskflaci výslovně neupravuje, některá pravidla však mohou spotřebitele chránit alespoň nepřímo. Zákon o ochraně spotřebitele zakazuje klamavé obchodní praktiky, tedy i takové prezentování výrobků, které by mohlo zákazníka uvést v omyl ohledně množství nebo ceny zboží. *„Výrobci tak nesmějí používat nadměrně velké obaly, pokud jejich velikost neodpovídá skutečnému obsahu a mohla by spotřebitele mást. Obchodníci mají v řadě případů také povinnost uvádět takzvané měrné ceny, například cenu za kilogram nebo litr výrobku, aby zákazníci mohli snadněji porovnat skutečnou hodnotu zboží,“* vysvětluje ředitelka spotřebitelské organizace dTest Eduarda Hekšová.

Méně čokolády, stejný obal

Na problematickou praxi upozornily německé soudy v nedávném případě čokolád Milka. Výrobce zmenšil některé tabulky z původních 100 gramů na 90 gramů, přičemž obal zůstal téměř beze změny a cena se v některých případech dokonce zvýšila. Německý soud rozhodl, že takový postup může představovat klamání spotřebitelů, pokud výrobce změnu dostatečně viditelně neoznačí. Podle soudu nestačí upravit drobný údaj o gramáži – zákazník musí být na změnu upozorněn jasně a srozumitelně.

Některé státy už zakročily

Podobná pravidla už zavádějí i další evropské státy. Například ve Francii musí od července 2024 velké supermarkety povinně upozorňovat na výrobky, u nichž se snížilo množství při stejné nebo vyšší ceně. Rakousko letos přijalo zákon, který obchodníkům ukládá označovat výrobky zasažené smrskflací přímo u regálu po dobu nejméně 60 dnů. A podobná úprava platí i v Maďarsku. *„Evropská unie zatím stanovuje hlavně obecná pravidla pro uvádění množství a jednotkových cen na obalech, konkrétní opatření proti smrskflaci však ponechává na jednotlivých členských státech,“* uzavírá Hekšová z dTestu.

Kontakt pro média:

Lucie Korbéliusová, 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 dTestu 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-12330/dtest-stejny-obal-mensi-obsah-kdy-uz-smrskface-klame-spotrebitele>