

dTest: Temná strana rychlé módy

5.6.2025 - | DTest

Na základě nových výzkumů, včetně studií spotřebitelských organizací napříč Evropou, poukazujeme na to, jak tyto nezákonné praktiky vedou ke zbytečnému utrácení a finančním ztrátám spotřebitelů, šíření nebezpečných oděvních výrobků v Evropě, a brání spotřebitelům v jejich snaze přispívat k ekologické transformaci.

Evropská komise v únoru 2025 oznámila vlastní šetření dodržování práva EU na ochranu spotřebitele ze strany SHEIN a v květnu firmu vyzvala, aby respektovala unijní legislativu a přestala používat „dark patterns“, jako jsou falešné slevy nebo tlak na spotřebitele (např. vymyšlené časové omezené akční nabídky). Společná akce spotřebitelských organizací doplňuje vyšetřování Komise a sítě CPC (Síť pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele) a poskytuje další důkazy o klamavých praktikách.

Stížnost vyzývá Komisi a evropské dozorové orgány zabývající se ochranou spotřebitele, aby vůči SHEIN zajistily:

- Ukončení používání klamavých technik jako je „confirm-shaming“, hraní na emoce spotřebitelů, nekonečné rolování („infinite scroll“) a neodbytné obtěžování („nagging“), které podle našeho hodnocení představují nekalé obchodní praktiky ve smyslu Směrnice o nekalých obchodních praktikách.
- Předložení důkazů o pravosti uživatelských recenzí a sdělení typu „skladem posledních několik kusů“, které se opakovaně zobrazují spotřebitelům. Pokud nejsou pravdivé, měla by společnost SHEIN s těmito praktikami okamžitě přestat.

Pokud SHEIN nepřijme nápravná opatření, měly by příslušné orgány zakročit, aby zabránily vážným škodám pro spotřebitele, dokud společnost nebude dodržovat právo EU.

Podle výzkumu spotřebitelských organizací nejsou „dark patterns“ problémem jen u SHEIN, ale představují systémový problém v odvětví rychlé módy. Proto organizace vyzývají orgány, aby se zaměřily i na další prodejce, kteří používají podobné nekalé praktiky.

„Používání ‚dark patterns‘ ze strany SHEIN je dobře zdokumentované a podle výzkumu spotřebitelských organizací trvá již několik let. Tyto manipulativní praktiky nutí spotřebitele utrácet více peněz za produkty rychlé módy, které škodí nejen jim, ale i životnímu prostředí a lidem, kteří je vyrábějí“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest, a dodává: „Tento model ultra-rychlé módy je poháněn manipulací, která tlačí spotřebitele k neustálému nakupování. SHEIN je navrženo tak, aby bylo návykové – využívá silné algoritmy k maximalizaci spotřebitelského zapojení a nadměrného utrácení. Očekáváme od úřadů rozhodný a rychlý zásah, který zastaví tyto manipulativní praktiky a odstartuje šetření v celém odvětví.“

Problematické praktiky

Koordinovaná stížnost se zaměřuje na využívání „dark patterns“, které podporují nadměrnou spotřebu environmentálně škodlivých výrobků. SHEIN vystavuje spotřebitele celé řadě takových praktik, včetně sdělení o nízké skladové zásobě („Zbývá jen x kusů“), odpočítávání času na časomíře („Bleskový výprodej“), společenského tlaku skrze recenze a „confirm-shaming“ („Máte nárok na slevu! Opravdu chcete odejít?“). Vyšetřování spotřebitelských organizací ukázalo, že tyto praktiky se

spotřebitelům zobrazují opakovaně – jak na webu, tak v aplikaci – formou častých notifikací.

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-11608/dtest-temna-strana-rychle-mody>