

Není dieta, jako dieta, je to hlavně obchod

22.2.2024 - Lucie Korbeliusová | DTest

Zhubne zejména Vaše peněženka

Naši čtenáři jistě sami narazili na “zázračné” přípravky, které slibují zaručené a snadné hubnutí až desítek kg za měsíc, navíc bez následného jojo efektu. Jimi slibované účinky však obvykle nebývají podloženy výzkumy ani certifikáty. V lepších případech se tak jedná o glorifikované doplňky stravy, které mají zanedbatelné až žádné pozitivní účinky. V horších případech mohou závadné přípravky způsobit vážné zdravotní potíže. “Proto doporučujeme ověřit, zda se nejedná o neověřený či nelegální přípravek, např. na webu Státního úřadu pro kontrolu léčiv.” doporučuje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Zmíněné diety, zpravidla slibující to samé, bývají v převážné většině případů založeny na úplném vynechání určitého druhu potravin z jídelníčku. Jsou však dlouhodobě neudržitelné, jelikož hrozí, že člověku budou chybět některé pro tělo potřebné látky. Proto je potřeba při těchto dietách pečlivě hlídat vyvážené složení stravy a nejlépe je také konzultovat s lékařem.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce již v minulosti prověřovala podněty na zmíněné pochybné diety. Například společnosti Opravdové hubnutí s. r. o., která provozuje stránku Ketomix již byly uloženy finanční sankce ve správním řízení. Nadále však tato společnost láká spotřebitele na své „zázračné“ keto diety.

Ketošmejdí často uvádí, že se jedná o jídlo na celý den. Následně však tyto výrobky nesplňují limity celodenní stravy, které jsou stanoveny v právních předpisech. Dlouhodobá konzumace těchto produktů tak může vést k zdravotním problémům, zejména k podvýživě, protože se nejedná o plnohodnotnou náhradu celodenní stravy.

Vždy zaručené, nikdy však podložené

Nabídky často uvádějí klamavé informace, což je dle zákona nekalou obchodní praktikou. Používají přitom rozličné manipulativní taktiky, při jejichž výskytu by spotřebitelé měli zbystřit a nadále přistupovat k nabídce produktu či služby s obezřetností. Příkladem je vábivá reklama, vyvolání beznaděje či strachu ze zmeškání (tzv. FOMO), kterými se snaží přimět spotřebitele ke koupi. Zároveň se nabídka často snaží znehodnotit konkurenci a tvrdí, že jediná efektivní (popř. vůbec možná) metoda je právě ta jejich, často nabízená za velmi vysokou cenu. Jako příklad lze uvést výrok: “Pomocí běžných diet zhubnout do plavek včas není možné! Ta naše Vám to však umožní!”

Svoji validitu se přitom snaží podložit odkazy na náhodné odborníky či výzkumy všemožných světových univerzit, ačkoliv přesný zdroj neuvedou, natožpak rovnou odkaz na něj. V některých případech odborník či výzkum ani neexistují. “I ohlasy uživatelů, které jsou na webu nabízejícím daný přípravek je třeba brát s rezervou, protože často mívá prodejce nad komentáři absolutní kontrolu. Může tak mazat ty negativní a fabrikovat pozitivní.” dodává Eduarda Hekšová.

Kde najít (dietní) zrnko pravdy?

Pokud spotřebitelé narazí na zdroj informací, který se vyznačuje některými ze znaků uvedených výše, doporučujeme jeho obsah ověřovat z více zdrojů, nejlépe různého typu. Článek vychvalující určitou dietu nebo produkt doporučujeme porovnat s informacemi z jiných typů zdrojů, např. odborných

článků, výzkumů, tisku, rozhovorů s odborníky na daný obor či recenzemi uživatelů na stránkách, které jsou agregátory recenzí, ovšem samy prodej neuskutečňují (např. heureka.cz nebo zbozi.cz). Produkty a prodejce lze ověřit také na stránkách Státního úřadu pro kontrolu léčiv nebo v seznamu rizikových e-shopů České obchodní inspekce.

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-10758/dtest-neni-dieta-jako-dieta-je-to-hlavne-obchod>