



RADA
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ
VYSÍLÁNÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétkova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / Fax: + 420 274 810 885

www.rrtv.cz

Jedn. identifikátor 269377 - RRTV

Váš dopis zn. -
Naše č. j. RRTV/6125/2018-rud
Sp. zn. RRTV/2017/495/rud
Zasedání Rady 2-2018/poř. č. 32

ČESKÁ TELEVIZE
Na hřebenech II 1132/4
14700 Praha 4

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 23. 1. 2018, Praha

ZASTAVENÍ SPRÁVNÍHO ŘÍZENÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad na základě ustanovení § 5 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, v platném znění (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.) a podle ustanovení § 66 odst. 2 a ustanovení § 76 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, v platném znění (dále jen zákon č. 500/2004 Sb.) vydala dne 23. ledna 2018 toto usnesení:

Rada zastavuje s provozovatelem ČESKÁ TELEVIZE, IČ: 00027383, sídlem Kavčí hory, Praha 4, PSČ 14070, správní řízení vedené pro možné porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se mohl dopustit odvysíláním reklamního spotu s motivem „Cemio RED“ dne 17. ledna 2017 v čase 21:50:08 hodin na programu ČT 2, neboť se porušení zákona neprokázalo, čímž odpadl důvod správního řízení.

Odůvodnění:

Zahájení správního řízení:

Česká televize je provozovatelem televizního vysílání programů ČT1, ČT2, ČT 24, ČT Sport, ČT :D a ČT Art na základě zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů.

Rada v rámci pravidelného monitoringu obchodních sdělení zjistila, že dne 17. ledna 2017 byl v čase 21:50:08 hodin na programu ČT2 byl odvysílán reklamní spot s motivem „Cemio RED3“

Popis:

V levém horním rohu logo Cemio switzerland. Muž ve středním věku se dívá do zrcadla, posléze mluví směrem k divákům a prochází se bytem. Mezitím stříh do grafického prostředí s balením produktu RED 3 a textem „NOVÁ GENERACE“. Dále grafika zachycující tablety s nápisy „PROSTATA“, „POTENCE“, „VITALITA“. V dolní části obrazovky přitom uvedeno text „Slivoň africká podporuje zdraví prostaty. Maca podporuje sexuální zdraví a fyzickou kondici. Sibiřský ženšen podporuje vitalitu.“. Dále opět vyobrazena tableta a nad ní text „ TŘI ÚČINKY V JEDNÉ KAPSLI“. Po stříhu k muži přichází žena se sklenkou. Vycházejí spolu na terasu a objímají se. Pozadí rozostřeno, zatímco v popředí se objevuje balení propagovaného produktu a vedle něj texty „PROSTATA“, „POTENCE“, „VITALITA“. Pod balením je umístěn text „DOPLNĚK STRAVY“. Ve spodní části obrazovky se objevuje informační lišta s oznámením „ORIGINÁL OD CEMIO SWITZERLAND OD 299 Kč.“

Komentář: (muž) : „Pánové, máte koule si přiznat, že vaše prostata není jako před lety, a víte, že prostata souvisí i s potenci a vitalitou?“

Mužský hlas: „Přípravek nové generace red 3, na prostatu, potenci a vitalitu. Tři účinky v jedné kapsli denně.“

Muž: „Takže když si vyberete dobře...“

Žena: „Cos říkal miláčku?“

Muž: „Že jsem si vybral dobře, láska“

Mužský hlas: „Red3, na prostatu, potenci a vitalitu. Vyzkoušejte original od Cemio Switzerland za jedinečnou cenu.“



Rozbor:

Jedná se o obchodní sdělení, jehož předmětem je propagace doplňku stravy/potravinu Cemio RED3 pro prostatu, potenci a vitalitu, přičemž se dle Rady jedná o produkt, který spadá do kategorie doplňků stravy pro podporu erekce a sexuální výkonnosti. A to nejen z hlediska samotného určení účinku produktu na potenci, ale rovněž i z toho důvodu, že je v rámci uvedeného sdělení explicitně uvedeno, že propagovaný produkt obsahuje maca, podporující „sexuální zdraví a fyzickou kondici“. Z uvedené podoby sdělení je patrné, že v rámci kapslí jsou uvedeny celkem tři účinky, přičemž je ve stejné míře zmiňován vliv nejen na prostatu a vitalitu, ale taktéž na potenci.

Potence – schopnost, možnost 1. obv. ve vztahu k pohlavnímu styku, schopnost soulože resp. dostatečné erekce (...) lat. potentia moc, potens schopný. zdroj: <http://lekarske.slovníky.cz/pojem/potence>

Dle ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby obchodní sdělení týkající se erotických služeb, erotických výrobků a humánních léčivých přípravků nebo doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti nebyly zařazovány do vysílání v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin; tato povinnost se na provozovatele vysílání nevztahuje, je-li vysílání koncovému uživateli dostupné na základě písemné smlouvy uzavřené s osobou starší 18 let a je k němu poskytnuto technické opatření, které této osobě umožňuje omezit přístup k vysílání dětem a mladistvým.

Předmětné obchodní sdělení však bylo odvysíláno v čase 21:50:08 hodin, tedy mimo časový úsek, který je pro vysílání takovýchto spotů zákonem povolen.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 9. zasedání konaném dne 9. května 2017 zahájit s provozovatelem ČESKÁ TELEVIZE, IČ: 00027383, sídlem Kavčí hory, Praha 4, PSČ 14070, správní řízení z moci úřední pro možné porušení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., podle něhož je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby obchodní sdělení týkající se erotických služeb, erotických výrobků a humánních léčivých přípravků nebo doplňků stravy na podporu erekce a sexuální výkonnosti nebyly zařazovány do vysílání v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin, kterého se mohl dopustit tím, že dne 17. ledna 2017 v čase 21:50:08 hodin na programu ČT 2 odvysílal reklamní spot s motivem „Cemio RED3“, který byl obchodním sdělením obsahujícím propagaci doplňku stravy Cemio RED3. který je přípravkem pro podporu prostaty, potence a vitality (zvuková složka: „Pánové, máte koule si přiznat, že vaše prostata není jako před lety, a víte, že prostata souvisí i s potencí a vitalitou?“, „přípravek nové generace red 3, na prostatu, potenci a vitalitu. Tři účinky v jedné kapsli denně.“, „Red3, na prostatu, potenci a vitalitu. Vyzkoušejte original od Cemio Switzerland za jedinečnou cenu.“; obrazová složka: „PROSTATA“, „POTENCE“, „VITALITA“, „Slivoň africká podporuje zdraví prostaty. Maca podporuje sexuální zdraví a fyzickou kondici. Sibiřský ženšen podporuje vitalitu.“).

Oznámení o zahájení správního řízení bylo provozovateli doručeno dne 26. května 2017 a tímto dnem bylo zahájeno správní řízení ve věci. Zároveň byla účastníku řízení stanovena lhůta 30 dní pro písemné vyjádření.

Vyjádření účastníka řízení:

Dne 12. června 2017 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

Účastník předesílá, že ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., je ve své současné podobě účinné teprve od 7. září 2017. Jedná se tedy o relativně novou právní úpravu zavádějící pro provozovatele vysílání zcela nový druh povinnosti. Navzdory tomu však Rada nevydala žádné oficiální stanovisko, jímž by vyjádřila svůj názor na danou problematiku (zejména k výkladu pojmů „doplňky stravy na podporu sexuální výkonnosti“) a dala tak dostatečným způsobem najevo, jak mají provozovatelé k plnění této povinnosti přistupovat v praxi.

Účastník namítá, že doposud neobdržel předchozí upozornění na porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., které je nezbytnou podmínkou pro uložení pokuty. Nejsou tak splněny pro uložení pokuty a je dán důvod pro zastavení správního řízení.

Účastník namítá, že nesouhlasí s názorem Rady o možném porušení zákona, nicméně ke skutkovým okolnostem případu i k jeho právní kvalifikaci se vyjádření podrobněji až po provedeném dokazování.

Další postup v rámci správního řízení:

Rada na svém 13. zasedání konaném dne 8. srpna 2017 provedla důkaz zhlédnutím záznamu reklamy s motivem „Cemi RED3“ odvysílané dne 17. ledna 2017 v čase 21:50:08 hodin na programu ČT 2.

Dne 25. srpna 2017 bylo provozovateli doručeno Oznámení o doplnění spisu, jehož přílohou Rada účastníku řízení zaslala protokol z provedeného dokazování a stanovila mu lhůtu 20 dní k vyjádření.

Doplnění vyjádření účastníka:

Dne 14. září 2017 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení k Oznámení, kde uvedl následující:

Účastník řízení odkazuje na své předchozí vyjádření a doplňuje ho v tom směru, že během správního řízení nebylo prokázáno, že by se v případě předmětného obchodního sdělení jednalo skutečně o obchodní sdělení týkající se doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti podle ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a ve správním spise absentují jakékoli podklady, které by tento závěr odůvodňovaly a které by prokazovaly, že produkt Cemio RED3 spadá do kategorie doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti, když ze samotného spotu vyplývá, že předmětný přípravek napomáhá celkové kondici mužů a jejich životní energii.

Účastník dále namítá, že v průběhu správního řízení nebylo nikterak prokázáno, že by předmětné obchodní sdělení bylo skutečně odvysíláno v čase od 21:50:08. Tento důkaz je přítom pro rozhodnutí stěžejní, neboť musí být jednoznačně prokázáno, že předmětné obchodní sdělení bylo do vysílání zařazeno skutečně v době od 06:00 do 22:00 hodin.

Doplnění podkladů pro rozhodnutí:

Dne 25. září 2017 bylo účastníku řízení doručeno Oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování a byla mu stanovena lhůta 20 dní pro písemné vyjádření. Do spisu byl doplněn výtisk z internetových stránek <https://www.red3.cz/zkusenosti-uzivatelu-2/>, ze dne 4. září 2017, kde tzv. ověření uživatelé produktu Cemio RED3 sepsali své zkušenosti s užíváním tohoto přípravku. Dále byl spis doplněn o data poskytnutá spolupracující externí agenturou Nielsen Admosphere, a.s., sídlem Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha 3, která obsahují přehled všech obchodních sdělení odvysílaných dne 17. ledna 2017 na programu ČT2. Z dokumentu vyplývá, že v čase od 21:50:08 hodin byl odvysílán sponzorský vzkaz s motivem CEMIO RED3. Oba dokumenty byly provozovateli zaslány.

Dne 17. října 2017 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka k tomuto Oznámení, kde odkázal na své předchozí vyjádření a dále uvedl, že dokument z internetových stránek Cemio nedokazuje, že produkt Cemio RED3 spadá do kategorie doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti. Takový dokument, který zachycuje pouze anonymní reakce uživatelů produktu, není schopen nahradit odborné hodnocení daného produktu kompetentními orgány veřejné správy či subjekty odborné veřejnosti. Webová stránka je navíc provozována samotným výrobcem produktu a recenze budou tedy obsahovat pouze taková hodnocení, která vyznívají pro výrobce příznivě. Radou předložená hodnocení uživatelů o údajném zlepšení potence, erekce a sexuální výkonnosti nelze z tohoto důvodu považovat za důvěryhodné a objektivní, neboť se nejedná o nezávislé recenze, ale o informace zveřejněné na přání výrobce. Z recenzí je navíc zřejmé, že uživatelé ve většině případů hovoří nikoli o sexuální výkonnosti, ale o celkové vitalitě či celkové životní energii. Takové informace mohou mít jen relativní vypovídací hodnotu.

Druhý z předložených materiálů představuje dle účastníka řízení pouze tabulku se seznamem, který není přehledný a neobsahuje žádné označení či další možnost ověření zdroje a pravdivosti údajů. Tabulka neobsahuje informace, jak byly údaje v ní obsažené získány, kdo je zpracoval, kdo je vyhodnotil a už vůbec není zřejmé, že údaje odpovídají skutečnosti. Takovou tabulku si může vyhotovit kdokoli. I pokud by tedy tato data skutečně dodala agentura Nielsen Admosphere, a.s., pak je třeba vzít v úvahu, že se jedná o data získaná za účelem marketingových a mediálních výzkumů, kdy užití názvosloví se nemusí nutně shodovat s názvoslovím legislativním. Skutečnost, že mediální výzkum něco označuje termínem „obchodní sdělení“ ještě neznamená, že by se jednalo o obchodní sdělení ve smyslu ustanovení § 2 odst. 2 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. Závěr, že pojem „obchodní sdělení“ uvedený v tabulce je obchodním sdělením v právním smyslu, nemůže Rada činit jen na základě toho, že jiný subjekt používá shodně znějící pojem v souvislosti s provozováním svého podnikání. Totéž platí o dalších pojmech uvedených v tabulce (reklama, spot, teleshopping, sponzoring), které rovněž nemusí být významově shodné s pojmy definovanými zákonem.

Odborný posudek:

Dne 13. prosince 2017 zaslal účastník řízení listinný důkaz – odborné stanovisko České lékařské společnosti J.E.Purkyně – Sexuologické společnosti, zpracované doc. MUDr. Jaroslavem Zvěřinou, CSc.

Jak je patrné z posudku, jeho zpracování zadala Asociace televizních organizací (ATO), již je Česká televize členem.

Výsledky posudku jsou následující:

Lze obecně automaticky ztotožňovat podporu správné funkce prostaty a potažmo sexuálního zdraví či potence s podporou sexuální výkonnosti, nebo je představitelné, aby humánní léčivý přípravek či doplněk stravy podporoval/přispíval ke správné funkci prostaty a potažmo sexuálního zdraví nebo potenci a zároveň nebyl přípravkem „na podporu sexuální výkonnosti“ ?

Pojem „sexuální zdraví“ zahrnuje samozřejmě také správnou funkci pohlavních orgánů, tedy potenci. Přípravek, který má zlepšit problémy s onemocněním prostaty jistě není specifickým prostředkem k podpoře „sexuální výkonnosti“, kterou se myslí přímá podpora erekce, nebo doba trvání, nebo četnost pohlavního styku.

Je přípravek Cemio Red 3 přípravkem na „podporu sexuální výkonnosti“ ?

Podobných fototerapeutických přípravků, které mají mírnit problémy spojené s benigní hyperplazií prostaty je dnes nabízena celá řada. Pokud je prezentována triáda „Prostata – Potence – Vitalita“ jako významné zlepšení zdravotního stavu mužů s onemocněním prostaty, pak v tomto problém není. Jistě by bylo také vhodné uvést, že nejvýraznějším problémem prostatiků jsou potíže s močením. Zlepšení těchto potíží pak nepochybně zlepšuje celkové sexuální zdraví mužů, potažmo tedy jejich potenci. V případě Cemio Red 3 se tedy nejedná o účelové určení přípravku „na podporu sexuální výkonnosti“. Jako příklad pro srovnání lze použít, že například přípravek určený k lepšímu hojení ran na chodidle jistě ve výsledku nakonec přispěje také k lepšímu běžeckému výkonu. To ale neznamená, že by se jednalo o přípravek „na podporu běžecké výkonnosti“.

Stručný nástin významu pojmů sexuální zdraví, potence a sexuální výkonnost, jak je chápou odborníci v oblasti sexuologie a případných rozdílů mezi těmito významy.

Sexuální zdraví je termín, který zahrnuje všechny složky lidské sexuality. Od tělesně pohlavního vývoje, přes rozvoj druhotných pohlavních znaků až k reprodukční zdatnosti a fungování sexuálních orgánů.

Co se týče sexuální výkonnosti, je tím v sexuologické oblasti myšleno hodnocení a zdůrazňování jednotlivých funkčních složek sexuální potence, tedy u mužů zejména erekce, trvání pohlavního styku a jeho častost. Sám termín potence nijak blíže nepracuje s těmito jednotlivými složkami sexuální funkce muže. Jako takový je tedy pojmem obecným a v dané souvislosti jen popisnou charakteristikou celkového sexuálního zdraví.

Diskutabilním prvkem zmíněné reklamní sekvence v dané souvislosti je přítomnost ženské postavy jako symbolu oné nabízené zlepšené potence, což může puritánskému hodnotiteli implikovat „nevhodnou“ erotickou komponentu, která pak může být napadána v pořadech určených dětem a mládeži, vzhledem k účelovému určení daného doplňku stravy je však taková implikace zavádějící.

Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 2. zasedání konaném dne 23. ledna 2018 a po zvážení všech podkladů pro rozhodnutí dospěla k následujícím závěrům:

Dle ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby obchodní sdělení týkající se erotických služeb, erotických výrobků a humánních léčivých přípravků nebo doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti nebyly zařazovány do vysílání v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin; tato povinnost se na provozovatele vysílání nevztahuje, je-li vysílání koncovému uživateli dostupné na základě písemné smlouvy uzavřené s osobou starší 18 let a je k němu poskytnuto technické opatření, které této osobě umožňuje omezit přístup k vysílání dětem a mladistvým.

Rada, jakožto orgán veřejné moci, je povinna rozhodovat výhradně na základě zákona a v mezích zákona. Předmětné ustanovení poměrně jednoznačně uvádí, že v jeho smyslu „závadná“ obchodní sdělení se týkají erotických služeb, erotických výrobků a humánních léčivých přípravků nebo doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti. Je tedy podstatné vždy s určitostí vyhodnotit, zda prezentovaný přípravek je skutečně doplňkem stravy na podporu sexuální výkonnosti, či zda se pouze tak „tváří“. Je tedy nutné vycházet z toho, k čemu je doplněk stravy reálně určen, nikoli z toho, jakým způsobem předmětné obchodní sdělení působí. S ohledem na tuto skutečnost je tak dle našeho mínění třeba v předmětné věci vycházet ze závěrů obdobného posudku doc. Zvěřiny, člena Sexuologické společnosti.

Pokud účastník řízení namítá, že se jedná o relativně novou právní úpravu a že Rada nevydala žádné stanovisko, jímž by vyjádřila svůj názor na danou problematiku, pak je nutno podotknout, že žádný zákon Radě neukládá povinnost vydávat stanoviska (to, že ji zákon tuto možnost dovoluje, neznamená, že ji přikazuje). Vydávání stanovisek tak záleží čistě na vůli Rady, Rada k němu přistupuje obvykle v případech, kdy by aplikace konkrétního ustanovení mohla být sporná či by mohla činit provozovatelům potíže. V případě ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., Rada prozatím žádné výkladové problémy nezaznamenala a neshledala důvod pro vydání stanoviska. Což samozřejmě nevylučuje, že k tomuto může v budoucnu přistoupit. Mimo to, jakým způsobem Rada hodnotí možné porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., deklaruje Rada v jednotlivých upozorněních na porušení zákona dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., které provozovatelům ukládá při prvním zjištění porušení daného ustanovení a která jsou nezbytnou podmínkou pro pozdější uložení pokuty. Účastníku řízení prozatím nebylo uloženo upozornění na porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., Rada správní řízení zahájila z toho důvodu, aby účastníku řízení poskytla prostor pro jeho vyjádření a sobě prostor pro shromažďování podkladů nutných pro kvalifikované rozhodnutí ve věci.

Obsahem dokumentu „Recenze ověřených uživatelů“ dostupného na internetových stránkách prodejce produktu Cemio RED3 Rada zamýšlela demonstrovat, že nezanedbatelné množství uživatelů zaznamenalo po užívání přípravku také zlepšení v oblasti sexuální výkonnosti. Rada souhlasí s účastníkem řízení, že tyto recenze nemohou nahradit odborné hodnocení produktu, které má Rada nyní k dispozici a které je jedním z podkladů pro rozhodnutí.

Co se týče tabulky údajů poskytnutých společností Nielsen Admosphere, a.s., pak tato společnost provádí monitoring obchodních sdělení realizovaných na území České republiky v televizním vysílání, rozhlasovém vysílání, tisku atd. Popisuje ve svých analýzách přehledy obchodních sdělení, včetně identifikace místa, času, typu přenosu sdělení, identifikace osoby zadavatele a ceny spotů. Tato data pak přenáší svým klientům pomocí speciálního softwaru, který má k dispozici i Rada. Rada je přesvědčena o tom, že tabulka, kterou účastníku řízení poskytla, je dostatečně přehledná i srozumitelná. Účastník řízení byl informován, kdo je zpracovatelem údajů v tabulce uváděných. Účastník namítá, že marketingový jazyk se liší od názvosloví legislativního a že pokud mediální výzkum označuje něco jako „obchodní sdělení“, pak že se nemusí jednat o obchodní sdělení podle zákona. Předmětem správního řízení, ani předmětem námitek účastníka však nebyla skutečnost, že by daný spot Cemio RED3 nebyl obchodním sdělením. Fakt, že se jednalo o obchodní sdělení – reklamu, je mezi Radou a účastníkem řízení nesporný a rozhodně nelze říci, že by identifikaci obchodního sdělení Rada provedla pouze na základě údajů poskytnutých agenturou Nielsen Admosphere, a.s. Identifikaci spotu jako reklamy provedla Rada na základě analýzy obchodních sdělení za měsíc leden 2017a rovněž tak na základě zařazení spotu do reklamního bloku, nikoli pouze na základě údajů poskytnutých externě. Rada tedy v žádném případě nehodnotí jednotlivé formy obchodních sdělení pouze na základě označení provedeného agenturou Nielsen Admosphere, a.s., ale na základě své vlastní správní činnosti.

Jak tedy bylo výše uvedeno, je třeba v této věci vycházet z předloženého odborného posudku. Dle tohoto se v případě produktu Cemio RED3 „nejedná o účelové určení přípravku na podporu sexuální výkonnosti“, „Pokud je prezentována triáda „Prostata – Potence – Vitalita“ jako významné zlepšení zdravotního stavu mužů s onemocněním prostaty, pak v tomto problém není.“ Z tohoto důvodu nemohlo odvysíláním předmětného obchodního sdělení v čase 08:52:28 hodin dojít k porušení zákona.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 2. zasedání konaném dne 23. ledna 2018 zastavit s provozovatelem ČESKÁ TELEVIZE, IČ: 00027383, sídlem Kavčí hory, Praha 4, PSČ 14070, správní řízení vedené pro možné porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se mohl dopustit odvysíláním reklamního spotu s motivem „Cemio RED“ dne 17. ledna 2017 v čase 21:50:08 hodin na programu ČT 2, neboť se porušení zákona neprokázalo, čímž odpadl důvod správního řízení.

Poučení:

Dle ustanovení § 38 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., mají účastníci řízení a jejich zástupci právo nahlížet do spisu, a to i v případě, že je rozhodnutí ve věci již v právní moci.

Proti tomuto usnesení není dle ustanovení § 66 zákona č. 231/2001 Sb., možno podat žalobu.

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno



ČESKÁ LÉKAŘSKÁ SPOLEČNOST J.E.PURKYNĚ
Sexuologická společnost
120 0 Praha 2, Ke Karlovu 11, tel. 224965245

V Praze 28. 11. 2017

Tit.

ATO, Asociace televizních organizací
Salmovská 1 1
120 00 Praha 2

K vašemu dotazu a žádosti o stanovisko, týkající se reklamního vysílání ve vztahu k humánním léčivým přípravkům nebo doplňkům stravy „na podporu sexuální výkonnosti“ mám k Vaším otázkám toto odborné stanovisko:

1/ Lze obecně automaticky ztotožňovat podporu správné funkce prostaty a potažmo sexuálního zdraví či potence s podporou sexuální výkonnosti, nebo je představitelné, aby humánní léčivý přípravek či doplněk stravy podporoval/přispíval ke správné funkci prostaty a potažmo sexuálnímu zdraví nebo potenci a zároveň nebyl přípravkem „na podporu sexuální výkonnosti“?

Pojem „sexuální zdraví“ zahrnuje samozřejmě také správnou funkci pohlavních orgánů, tedy potenci. Přípravek, který má zlepšit problémy s onemocněním prostaty jistě není specifickým prostředkem k podpoře „sexuální výkonnosti“, kterou se myslí přímá podpora erekce, nebo doba trvání, nebo četnost pohlavního styku.

2/ Je přípravek Cemio Red 3 přípravkem „na podporu sexuální výkonnosti“?

Co se týče přípravku Cemio Red 3, přečetl jsem reklamní materiál a mohu říci, že podobných fytoterapeutických přípravků, které mají mířit problémy, spojené s benigní hyperplazií prostaty je dnes nabízena celá řada. Pokud bude prezentována triáda „Prostata – Potence – Vitalita“ jako významné zlepšení zdravotního stavu mužů s onemocněním prostaty, pak bych v tom problém neviděl. Jistě by bylo také vhodné uvést, že nejvýraznějším problémem prostatiků jsou potíže s močením. Zlepšení těchto potíží pak nepochybně zlepšuje celkové sexuální zdraví mužů, potažmo tedy jejich potenci. V případě Cemio Red 3 se tedy nejedná o účelové určení přípravku „na podporu sexuální výkonnosti“. Jako příklad pro srovnání lze použít, že např. přípravek určený k lepšímu hojení ran (na chodidle) jistě ve výsledku

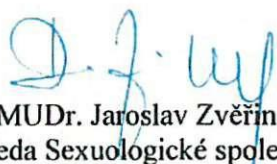
nakonec přispěje také k lepšímu běžeckému výkonu. To ale neznamená, že by se jednalo o přípravek „na podporu běžecké výkonnosti“.

3/ Prosíme též o stručný nástin významu pojmů sexuální zdraví, potence a sexuální výkonnost, jak je chápou odborníci v oblasti sexuologie, a případných rozdílů mezi těmito významy.

Sexuální zdraví je termín, který zahrnuje všechny složky lidské sexuality. Od tělesně pohlavního vývoje, přes rozvoj druhotných pohlavních znaků až k reprodukční zdatnosti a fungování sexuálních orgánů.

Co se sexuální výkonnosti týče, je tím v sexuologické oblasti myšleno hodnocení a zdůrazňování jednotlivých funkčních složek sexuální potence, tedy u mužů zejména erekce, trvání pohlavního styku a jeho častost. Sám termín potence nijak blíže nepracuje s těmito jednotlivými složkami sexuální funkce muže. Jako takový tedy pojmem obecným a v dané souvislosti jen popisnou charakteristikou celkového sexuálního zdraví.

Diskutabilním prvkem zmíněné reklamní sekvence v dané souvislosti je myslím zejména přítomnost ženské postavy jako symbolu oné nabízené zlepšené potence, což může puritánskému hodnotiteli implikovat „nevhodnou“ erotickou komponentu, která pak může být napadána v pořadech, určených dětem a mládeži; vzhledem k účelovému určení daného doplňku stravy je však taková implikace zavádějící.


Doc. MUDr. Jaroslav Zvěřina, CSc.
předseda Sexuologické společnosti