



RADA
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ
VYSÍLÁNÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétkova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / e-mail: podatelna@rrtv.gov.cz / ID DS: zfdjda
rrtv.gov.cz

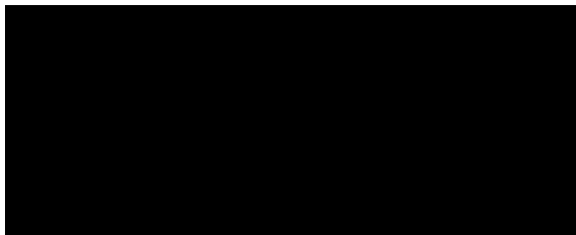
Jedn. identifikátor 571148-RRTV

Naše č. j. RRTV/9455/2023-
beh

Sp. zn. RRTV/2023/752/beh

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 4. srpna 2023, Praha



Odpověď na žádost o poskytnutí informace dle zákona č. 106/1999 Sb.



Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) zřízená zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, v platném znění, jakožto povinný subjekt podle ustanovení § 2 odst. 1 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (dále jen zákon č. 106/1999 Sb.), obdržela dne 28. července 2023 Vaši žádost o poskytnutí informací na základě zákona č. 106/1999 Sb. Žádáte o poskytnutí seznamu všech stížností, které se týkají reklam na alkoholické nápoje (lihoviny, pivo, víno), a to od listopadu 2020 po současnost. Konkrétně žádáte o informace týkající se data obdržení stížnosti; jména společnosti a značky, proti které je stížnost namířena; dále žádáte text stížnosti a informaci o tom, zda se tato stížnost dostala na projednání Rady a jak a kdy Rada rozhodla.

Dovolte mi prosím Vás informovat, že Rada ve sledovaném období obdržela následující stížnosti týkající se reklamy na alkoholické nápoje:

- Dne 9. listopadu 2020 obdržela Rada podnět spotřebitele (č. j. RRTV/15045/2020-vra) týkající se reklamy na destiláty Rudolf Jelínek (RUDOLF JELÍNEK a.s.) v prodejnách Lidl. Věc byla Radě postoupena Českou obchodní inspekcí. Rada se věcí zabývala na svém 19. zasedání konaném dne 24. listopadu 2020, a jelikož neshledala důvody pro zahájení řízení o přestupku, podnět odložila. Text stížnosti v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 1).
- Dne 2. února 2021 Rada obdržela divácký podnět (č. j. RRTV/1802/2021-vra) na televizní reklamu na Hanáckou vodku (Palírna U Zeleného stromu a.s.), kde stěžovatel vyjadřuje pohoršení nad reklamou, v níž účinkuje zpěvák Matěj Ruppert, neboť považuje za obzvlášť nebezpečné, když alkohol propaguje mediálně známá osobnost. Rada se věcí zabývala na svém 4. zasedání 2021 konaném dne 23. února 2021, a jelikož neshledala důvody pro zahájení řízení o přestupku, podnět odložila. Text stížnosti v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 2).
- Dne 27. října 2021 obdržela Rada podnět (č. j. RRTV/13519/2021-vra) týkající se údajně neetické reklamy na alkoholický nápoj Božkov (STOCK Plzeň – Božkov, s.r.o.) s hercem Jiřím Macháčkem.

Jelikož se Rada obsahově totožnou stížností zabývala již dříve (mimo Vámi sledované období), stěžovatele pouze vyrozuměla, že v reklamě nejsou užity prvky, které by vedly k závěru, že mohlo dojít k porušení zákona, a neshledává proto důvody pro zahájení řízení o přestupku. Podání v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 3)

- Dne 3. června 2022 obdržela Rada podnět (č. j. RRTV/6637/2022-vra), kde divák poukazuje na skutečnost, že v podvečer byla odvysílána reklama na vodku a následně na whisky. Konkrétně se jednalo o reklamy propagující alkoholické nápoje Božkov Republica vodka (STOCK Plzeň – Božkov, s.r.o.) a Jack Daniel's Apple (JACK DANIEL DISTILLERY). Rada se věcí zabývala na 10. zasedání 2022 konaném dne 28. června 2022, a jelikož neshledala důvody pro zahájení řízení o přestupku, podnět odložila. Text stížnosti v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 4).
- Dne 16. června 2023 obdržela Rada stížnost divačky (č. j. RRTV/7179/2023-vra), které mimo jiné vadí reklama na alkoholický nápoj Božkov (STOCK Plzeň – Božkov, s.r.o.) v průběhu pořadu pro děti Šest medvědů s cibulkou. Rada se věcí zabývala na 11. zasedání 2023 konaném dne 18. července 2023, a jelikož neshledala důvody pro zahájení řízení o přestupku, podnět odložila. Text stížnosti v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 5).
- Dne 3. července 2023 byla Radě doručena stížnost, kde divačka upozorňuje na obchodní sdělení na produkt Stará žitná myslivecká (Palírna U Zeleného stromu a.s.), ve které vystupuje herec Jiří Bartoška. Podle stěžovatelky se jedná o nekalou obchodní praktiku a rovněž je reklama dle jejího názoru manipulativní. Rada se věcí zabývala na 11. zasedání 2023 konaném dne 18. července 2023, a jelikož neshledala důvody pro zahájení řízení o přestupku, podnět odložila. Text stížnosti v anonymizované podobě Vám zasíláme v příloze (Příloha č. 6).

K doplnění právě uvedeného přehledu mi dovoluete uvést, že Radě byly v daném období doručeny i další stížnosti, které v obecné rovině poukazovaly na nevhodnost nebo častý výskyt reklamy na alkohol v televizním vysílání, ale které se netýkaly žádného konkrétního produktu či značky. Tyto stížnosti proto nebyly do přehledu zahrnuty, neboť z obsahu Vaší žádosti Rada seznala, že žádáte o poskytnutí pouze takových stížností, které se týkají konkrétních alkoholických nápojů.

S pozdravem

Ing. arch. Václav Menci
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno

Věc:
Klamavá reklama

PID
COI0X01DXHOP

Číslo jednací
ČOI 147372/20/O100

Sp.Zn.

PID spis

ID z webu
57394

Datum podání
4. 11. 2020 22:16:42

Podatel

IČ

Příjmení a jméno

Ulice s č.p.

Obec

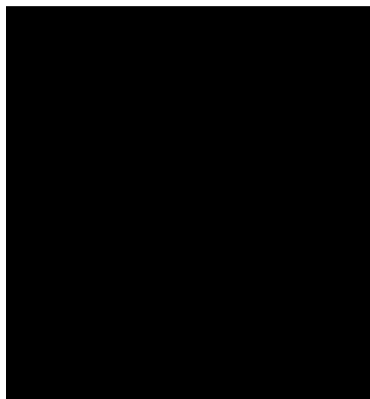
PSČ

E-mail

IDDS

Telefon

Souhlasí se sdělením údajů
kontrolované osobě



Subjekt

Název


RUDOLF JELÍNEK a.s.

IČ

Adresa

Razov 472, Vizovice, 76312

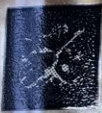
Podrobný popis

Dobrý den, chtěl bych podat podnět na klamavou reklamu, kterou společně vyprodukovali LÍDL a Rudolf Jelínek. Běží v hlavních vysílacích časech TV a v delším provedení i v online médiích. Odkazy na reklamu: <https://www.youtube.com/watch?v=VsuM89iZMpM> <https://www.facebook.com/ads/library/?id=370657877702846> V reklamách se přímo i nepřímo mluví o slivovici a dalších ovocných destilátech. Produkt, který se pak ovšem nabízí je prostá lihovina. Jde o zřejmé klamání spotřebitele, které vnímám za velmi ohavné. Na základě reklamy jsem si dokonce produkt zakoupil...a byl jsem diplomaticky napsáno rozčarován. Předem děkuji za prošetření, 

Seznam příloh

IMG_9135.JPG

IMG_9138 2.JPG



Alliance

Švestka. Lihovina. Složení: lih, min. 25% švestkový destilát.

Švestka. Lihovina. Zloženie: lieh, min. 25% slivkový destilát.

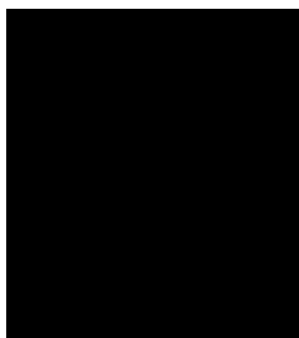


Výrobce: / Výrobca:
RUDOLF JELÍNEK a.s.
Razov 472
763 12 Vizovice
Česká republika

Číslo stížnosti: #27713
Datum a čas stížnosti: 02.02.2021 17:55
Počet příloh: 0

Jméno a příjmení:
Datum narození:

Ulice:
Město:
PSČ:
E-mail:
Telefon:
Fax:
Mobil:



Datum a čas vysílání:
Název programu / služby: ČT1 + NOVA
Typ příjmu: Satelit

Předmět stížnosti: Reklama na alkohol - špatný příklad pro děti

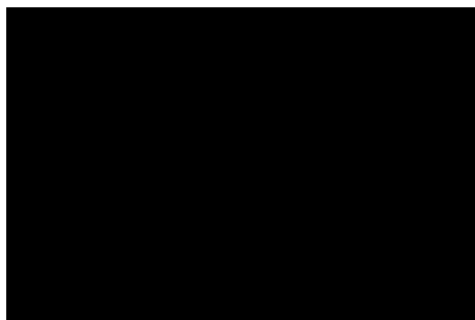
Dobrý den, jsem velmi pohoršen, že reklama propaguje alkohol v podobě Vodka a této reklamě propůjčil svou tvář pan Rupert, poměrně známá toť osobnost a mé děti ve věku 12 a 14 se na to dívají a smyslem reklamy je říct dětem a resp. všem (zde jde hlavně o děti a teenagery), že pokud se chci bavit, má u toho být alkohol, pokud se chci setkat s přáteli, má u toho být opět alkohol. Považuji to za naprosto nepřijatelné a obzvláště nebezpečné, když alkohol propaguje v televizi mediálně známá osobnost. Prosím o zvážení, zda tato reklama je vhodná vzhledem k výchově našich dětí a mládeže obecně. Děkuji

A small black rectangular redaction box covers the signature of the complainant.

Číslo stížnosti: #28059
Datum a čas stížnosti: 27.10.2021 12:30
Počet příloh: 0

Jméno a příjmení:
Datum narození:

Ulice:
Město:
PSČ:
E-mail:
Telefon:
Fax:
Mobil:



Datum a čas vysílání:
Název programu / služby: TV
Typ příjmu: DVB-T

Předmět stížnosti: Stížnost na neetickou reklamu BOŽKOV s panem Macháčekm

Spojení významné osobnosti showbyznysu a jízdy na „jachtě“ vezené autem po ulici s alkoholem, považuji naprosto za hranou únosnosti všech reklam na alkohol. Spotřeba alkoholu stále narůstá, stejně tak jako alkoholismus jednotlivců. Domnívám se, že reklama vede jednoznačně k prezentování společenského úspěchu vybrané skupiny, která nerespektuje nejen dopravní pravidla. Pominu následné setkání na baru partičky vizuálně velmi mladých lidí s následnou pobídkou pana Macháčka k nezřízené konzumaci alkoholu – po-po-plujem. Umím si představit jak působí a k čemu může vést mladé lidi tato nevhodná reklama.

Číslo stížnosti: #28378
Datum a čas stížnosti: 03.06.2022 18:09
Počet příloh: 0

Jméno a příjmení:

Ulice:
Město:
PSČ:
E-mail:
Telefon:
Fax:
Mobil:



Datum a čas vysílání: 03.06.2022 17:59
Název programu / služby: Nova
Typ příjmu: DVB-T

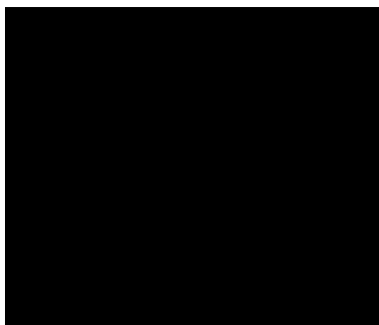
Předmět stížnosti: Reklama na alkohol

V podvečer je vysílána reklama na vodku a v zápětí na whisky.

Číslo stížnosti: #31771
Datum a čas stížnosti: 16.06.2023 09:59
Počet příloh: 0

Jméno a příjmení:
Datum narození:

Ulice:
Město:
PSČ:
E-mail:
Telefon:
Fax:
Mobil:



Datum a čas vysílání: 10.04.2023 00:00
Název programu / služby: Nova
Typ příjmu: DVB-T/DVB-T2

Předmět stížnosti: Závadné reklamy v pořadu pro děti

Dobrý den. Dne 10. 4. jsem pětiletému synovi pustila film pro děti vysílaný na stanici NOVA "Šest medvědů s Cibulkou" s vírou, že se dívá na nezávadný obsah. Když jsem později náhodou procházela kolem, běžela zrovna reklama, kde se hovořilo o antikoncepci (Dr. Max), další reklama propagovala alkohol (Božkov) a následně běžela upoutávka na nějakou kriminálku TV Nova, kde byl přímý záběr na mrtvou seniorku, hovořilo se o vraždě atd.

Už jsem opakovaně psala do TV Nova, jak můžou v době, kdy se každý chlubí schopností personalizovaného obsahu, vysílat tento pro děti zcela nevhodný a závadový obsah reklamy během pořadu pro děti. Nikdo však nereaguje.

Předem děkuji za prověření.

S pozdravem

A black rectangular redaction box covers the signature of the complainant.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétova 44/6
120 00 Praha 2

doručeno emailem (podatelna@rrtv.cz)

V Praze dne 3. července 2023

Věc: Stížnost na reklamu týkající se Staré žitné myslivecké

Dobrý den,

ráda bych Radu pro rozhlasové a televizní vysílání **upozornila na jednání společnosti Palírna U Zeleného stromu a.s.**, se sídlem Drážďanská 14/84, Krásné Březno, 400 07 Ústí nad Labem, IČO: 273 36 760.

Nedávno jsem v televizním vysílání shlédla reklamní spot s Jiřím Bartoškou na produkt Stará žitná myslivecká, který se odehrává v baru, přičemž na konci reklamního spotu je zmíněn slogan „**Stará žitná myslivecká. Náš svět je whiskey.**“ Jakožto člověk, který má whiskey rád, ochutnává různé whiskey na trhu a je obeznámen i s procesem její výroby jsem byla velice překvapena tímto sloganem, jelikož **produkt Stará žitná myslivecká** je na trhu dlouhou dobu a rozhodně nebyl dříve označován jako whiskey. Nicméně jsem se rozhodla tento produkt zakoupit a otestovat s vidinou toho, že si vychutnám kvalitní whiskey – jak jsem následně při koupi zjistila, dokonce za zlomek ceny oproti ostatním whiskey na trhu.

Jaké bylo mé překvapení, když zakoupený destilát „Stará žitná myslivecká“ nechutnal vůbec jako whiskey. Dále jsem zjistila, že tento destilát zraje jen 1 rok, avšak whiskey podle mých znalostí musí minimálně 4, obsah alkoholu je pouze 38%, přestože whiskey musí mít minimálně 40% alkoholu a obsahuje maceráty, které ale žádná whiskey obsahovat nesmí. Z toho se mi jeví, že produkt žádnou whiskey není.

Při bližším průzkumu jsem na webových stránkách společnosti Palírna U Zeleného stromu a.s.¹ zjistila, že některé produkty v sekci Stará žitná myslivecká by měly být whiskey, a to konkrétně Stará žitná myslivecká Selection, Stará žitná myslivecká Bourbon Cask Reserve a Stará žitná myslivecká Single barrel. Já jsem ovšem zakoupila produkt Stará žitná myslivecká, což dle webových stránek whiskey pravděpodobně není.

Z mého pohledu ale **reklama („Stará žitná myslivecká. Náš svět je whiskey.“) spotřebitele přesvědčuje, že všechny produkty z řady Stará žitná myslivecká patří mezi whiskey**, což minimálně u mnou zakoupeného produktu není pravda. Jsem přesvědčena, že výše popsané jednání společnosti není správné, jelikož jsem s důvěrou v reklamní spot, který by podle práva neměl klamat spotřebitele, učinila nákup, který bych za jiných okolností neuskutečnila (domnívala jsem se, že kupuji whiskey). Podle mého názoru se jedná o reklamu, která je nekalou obchodní praktikou.

Také mě zaráží, že u čísla na etiketě (které mi evokuje dobu zrání whisky) je uvedeno „No.“. Není mi zřejmé, zda produkt Stará žitná myslivecká no. 1 skutečně zraje jeden rok, a zda produkt Stará žitná myslivecká Reserve no. 4 zraje skutečně čtyři roky, nebo zda označení „No.“ má pouze z marketingového hlediska číslovat a odlišovat jednotlivé produkty od sebe. Podle mě si každý

¹ <https://palirnauzelenehostromu.cz/znacky/stara-myslivecka/>

spotřebitel bude stejně jako já myslet, že se jedná o dobu zrání produktu, což se mi s ohledem na nízkou cenu zmíněných produktů nejeví jako pravděpodobné.

Navíc se mi reklamní spot zdá také poměrně manipulativní, když ve mně jako spotřebiteli vzbuzuje pocit, že pokud budu pít jejich whiskey, budu oblíbená v dobré společnosti a budu mít také peníze na luxusní životní styl, který reklamní spot reprezentuje, což ovšem bude jen těžko pravda. Mám za to, že reklama vytváří dojem, že konzumace whiskey může vést k dosažení společenského úspěchu, což je právem také zakázáno.

Ráda bych Vás proto na základě tohoto podnětu požádala o posouzení popsaného jednání společnosti Palírna U Zeleného stromu a.s. a následné vyrozumění o Vašich závěrech, zda je takové chování ke spotřebiteli správné.

Děkuji za Vaši odpověď.

S pozdravem

