



Jedn. identifikátor 273090-RRTV

Váš dopis zn. -  
Naše č. j. RRTV/8280/2018-  
had  
Sp. zn. RRTV/2017/756/had  
Zasedání Rady 6-2018/poř. č. 34

Vyřizuje: AO

Datum, místo 21. 3. 2018, Praha



## NAPOMENUTÍ

I. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) a dle § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů, účinného v době odvysílání obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), a ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen zákon č. 250/2016 Sb.), v platném znění, vydala dne 20. března 2018 následující rozhodnutí: Obviněný zadavatel reklamy, Patron ca, s.r.o., IČ: 27113078, se sídlem Jakubská 647/2, Staré Město, 110 00 Praha 1, se uznává vinným v souladu s § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním reklamy/teleshoppingu s motivem „ALAVIS“, respektive „Inovo5“, odvysílané dne 16. dubna 2017 v čase 13:25:12 hodin na programu Prima, došlo k porušení povinnosti, aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplněk stravy Inovo5, obsahovala zřetelný text "doplněk stravy". V obchodním sdělení zřetelný text absentuje. Přestože je dominantním obsahem obchodního sdělení inzerce veterinárních přípravků, je zde i uveden opakovaný odkaz na přípravky, které svým složením odpovídají přípravkům veterinárním, avšak jsou určeny lidem. Kategorizace těchto přípravků však není uvedena.

II. Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli Patron ca, s.r.o., IČ: 27113078, se sídlem Jakubská 647/2, Staré Město, 110 00 Praha 1 za spáchání uvedeného přestupku trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžitý trest. Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 2 000 000 Kč.

III. V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíc korun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2017756, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

## Odůvodnění:

### Popis obchodního sdělení:

Takřka po celou dobu trvání v pravém horním rohu text „Teleshopping“. V rámci teleshoppingového bloku Vychytávky extra je v první prezentaci bloku, reálně začínající v čase 13:25:48 hodin, primárně propagován produkt ALAVIS 5 – veterinární přípravek pro pohybový aparát psů a koček. Jedná se o komplexní kloubní výživu pro psy a kočky s obsahem kyseliny hyaluronové, která je vhodná pro preventivní podávání i při kloubních obtížích. V průběhu předemtného obchodního sdělení diskutují moderátoři této části teleshoppingového bloku, Vlasta Korec a Hanka Kynychová, s veterinární lékařkou Terezou Šnepovou. Paní Šnepová představuje obecně veterinární přípravky značky ALAVIS, přičemž je v rámci prezentace konfrontována s tvrzením, že si přípravky určené pro zvířata kupují pro sebe i lidé. Veterinářka se snaží odhadnout motivy, které k tomuto kroku spotřebitele vedou, a zdůrazňuje, že „lidé by neměli užívat veterinární přípravky“. Následně se na obrazovce (bílé pozadí) objeví na krátkou chvíli balení produktu ALAVIS TRIPLE blend EXTRA SILNÝ, vlevo dole logo společnosti Barny's s textem „BORN IN CANADA“, vpravo dole logo společnosti ALAVIS s textem „Born in Canada“. Prezentaci neoznačeného produktu doprovází komentářem paní Šnepová: *„A proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barny's vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem. Samozřejmě to dávkování je upravený pro lidi, protože takový kůň váží pět set nebo sedm set kilo, takže tam dávky jsou zcela jiné.“*

Z webových stránek společnosti Barny's (a na nich umístěného obrázku balení) lze vyčíst, že se jedná o doplněk stravy (viz „<https://www.barnys.cz/cs/klouby-a-zada/3-barny-s-triple-blend-extra-silny.html>“).

Posléze, po osvětlení obchodních vztahů mezi značkami Barny's a ALAVIS, se prezentace stočí zpět k produktům / veterinárním přípravkům určeným pro zvířata, respektive pro psy. Paní Šnepová v první řadě uvádí, pro které typy psů jsou veterinární přípravky značky ALAVIS vhodné. Tato část prezentace končí tvrzením: „...ale také pro štěňata velkých a obřích plemen, během jejich růstu a vývoje a také pracovním a sportovním psům.“ Vzápětí následuje prezentace „lidské verze“ tohoto přípravku, doprovázená komentářem paní Šnepové: „Naše sesterská značka Barny's má však lidskou verzi tohoto přípravku. Barny's Inovo 5. A jak jsem viděla v pořadu Černé ovce, tak se tento produkt nejlépe umístil v dé testu. Takže ani v tomto případě by lidé neměli užívat veterinární přípravky, protože na trhu existuje velmi kvalitní přípravek, který je určený pro lidské klouby, Barny's Inovo 5.“ Tento komentář doprovází obrazovou složku, v níž je v grafickém prostředí (bílé pozadí) uprostřed umístěno balení produktu Inovo 5, na němž je čitelný text „Inovo 5“, pod ním „5+1“ a níže „výživových látek v jedné tabletě“. V levém dolním rohu balení text „90“. Nahoře uprostřed balení logo společnosti Barny's. V centrální části balení se nachází schematický obrázek (pravděpodobně) kolenního kloubu. V pravé dolní části balení by se měl nacházet, dle dostupného obrázku balení umístěného na internetových stránkách „<https://www.barnys.cz/cs/klouby-a-zada/4-inovo-5.html>“, text „Doplněk stravy“. Tento text je však umístěn pouze na zobrazovaném balení produktu, přičemž je špatně čitelný. Vlevo dole na obrazovce je rovněž umístěno logo společnosti Barny's s textem „BORN IN CANADA“. Po chvíli se pak grafické prostředí proměňuje, když balení produktu Inovo 5 mizí v pravé části obrazovky. Když grafické prostředí zmizí zcela, následuje pohled na několik balení veterinárních přípravků ALAVIS 5 určených pro zvířata, umístěných patrně ve studiu.

Po osvětlení označení Inovo 5, respektive vysvětlení onoho čísla 5 v názvu produktu, se prezentace stáčí zpět k veterinárním přípravkům pro zvířata, aniž by bylo v rámci zvukové složky jakýmkoliv způsobem upozorněno, že některé produkty jsou doplňky stravy (ALAVIS TRIPLE blend EXTRA SILNÝ, Inovo 5), opakovaně je užit pouze termín „přípravek“. Po čas celé

prezentace ke kategorizaci výše zmíněných produktů jako doplňků stravy nedojde, odhlédneme-li od nečitelného a nejasného zobrazení textu „doplňk stravy“ na baleních produktů v grafickém prostředí, ani v rámci složky obrazové.

V rámci prezentace produktů společnosti ALAVIS – zejména pak veterinárního přípravku ALAVIS 5 – která představuje součást teleshoppingového bloku Vychytávky extra, jsou propagovány i produkty ALAVIS TRIPLE blend EXTRA SILNÝ a Inovo 5, které jsou doplňky stravy určené pro lidské klouby. Prezentace samotná není primárně zaměřena na tyto produkty, leč obrazová složka zobrazuje balení obou zmíněných produktů, přičemž po čas celé prezentace nedojde k řádné kategorizaci produktů jako doplňků stravy. Veterinární lékařka používá v souvislosti s oběma výše zmíněnými produkty pouze termínu „přípravek“. „A proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barny’s vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem.“ Případně: „Naše sesterská značka Barny’s má však lidskou verzi tohoto přípravku Barny’s Inovo 5.

Vzhledem ke skutečnosti, že se jedná o doplňky stravy, musí takové obchodní sdělení dle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplňk stravy". V rámci předmětného obchodního sdělení je informace o kategorii produktů ALAVIS TRIPLE blend EXTRA SILNÝ a Inovo 5 pouze součástí obrazové složky, a to jenom v nezřetelné podobě, neboť dle dostupných dat by měl být text "doplňk stravy" součástí v rámci spotu exponované části balení obou produktů. Tento text ovšem nesplňuje požadavek zřetelnosti a navíc je umístěn pouze na balení produktu, z čehož vyplývá, že v rámci obrazové složky předmětného obchodního sdělení není naplněna podmínka o nutné přítomnosti zřetelného textu "doplňk stravy", jak je formulována v § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) na svém 21. zasedání konaném 2. 11. 2010 vydala stanovisko podle § 5 písm. y) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, k výkladu pojmu „zřetelný text“ vyplývajícím z požadavků zákona o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů (§ 5a odst. 5 písm. d), § 5d odst. 4, § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.).

Rada ve svém stanovisku mimo jiné uvedla, že pojem zřetelný interpretovala za použití synonym jako „viditelný, výrazný, jasný, srozumitelný, patrný, nepochybný“. Následně dospěla k závěru, že zákon o regulaci reklamy „požaduje zřetelnost, tedy takovou vlastnost, která umožní divákovi vstřebat informaci - zaznamenat ji zrakem a zaznamenat ji v myslí“. Je evidentní, že při výkladu pojmu „zřetelný“ žádný rozvíjející přívlastek není použit a nelze tak tuto interpretaci označit za rozšiřující výklad, pouze pomocí synonym pojmu „zřetelný“ učinila závěr o tom, že není-li adresátovi reklamy umožněno zaznamenat zrakem a myslí, že inzerovaný přípravek je doplňkem stravy, dojde k porušení povinností vyplývajících z ustanovení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy.

Pro vyhodnocení zřetelnosti textu „doplňk stravy“ v reklamním spotu je nutné zkoumat, zda průměrný divák během zhlédnutí reklamního spotu mohl bez jakýchkoli obtíží zaregistrovat zobrazený text „doplňk stravy“ a byl tak schopen ve své myslí zaznamenat informaci, že nabízený přípravek je doplňkem stravy. Úkolem orgánu dozoru, resp. soudu ve správním soudnictví, je hodnotit, zda si průměrný spotřebitel mohl odnést požadovanou informaci, nikoliv zjišťovat, zda bylo nade vší pochybnost jasné, že si informaci odnesl.

Lze tedy dovodit, že zákonem stanovený text „doplňěk stravy“ má být proveden takovým způsobem, aby byl divákem nejen zaznamenán, ale měl i dostatečnou dobu k jeho přečtení. Není tedy jen podstatná velikost písma, barva písma s ohledem k barvě podkladu, ale i doba, po jakou je předmětný text zobrazen. Neopominutelným kritériem pro posouzení zřetelnosti pak také může být, mnohdy užívané, odvádění pozornosti diváka od textu „doplňěk stravy“ pomocí různých dynamických podkresů, či nadbytečného „informačního šumu“. Opravdovým oříškem pro divákovu pozornost pak je umístění textu svisle podél prezentovaného výrobku. Za nesplnění podmínky umístění textu je pak a priori považována situace, je-li text pouze na balení přípravku.

Na jiném místě v rámci téhož stanoviska Rada uvádí, že podstatným kritériem pro vyhodnocení zřetelnosti je dostatečná velikost písma, umožňující čitelnost textu ze standardní vzdálenosti od obrazovky, barva písma s ohledem k barvě podkladu, tzn., aby písmo nesplývalo s podkladem, a typ písma, tzn., aby použitý font nebyl obtížně rozluštitelný.

Vzhledem k tomu, že obchodní sdělení s motivem „ALAVIS“, respektive „Inovo5“, neobsahuje zřetelný text "doplňěk stravy", rozhodla Rada zahájit se zadavatelem obchodního sdělení řízení o přestupku pro možné porušení § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.

Řízení o přestupku bylo zahájeno pod sp. zn. RRTV/2017/756/had.

Účastník ve svém vyjádření konstatuje v úvodu průběh řízení. K obsahu řízení uvádí pak následující:

*V první řadě je nutno uvést, že se jedná o obchodní sdělení zaměřené pouze na veterinární přípravky účastníka řízení. Tato skutečnost je zřejmá z celého obchodního sdělení, jehož maximální část zabírá vysvětlování účinků veterinárních přípravků a pouze několik vět je věnováno doplňkům stravy pro lidi. Je zřejmé, že adresátem obchodního sdělení nejsou osoby s kloubními problémy, ale osoby, které jsou vlastníky zvířat a hledají veterinární přípravky pro svá zvířata.*

*Doplňěk stravy, který je v obchodním sdělení velmi stručně inzerován, navíc není ani výrobkem účastníka řízení, který se zaměřuje výlučně na veterinární přípravky. Výrobce doplňku stravy může být sice sesterskou společností účastníka řízení, avšak obchodní sdělení je zaměřeno výlučně na účastníka řízení a na odbyť jeho výrobků. Dle ustanovení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy pak „Reklama na doplňěk stravy musí obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplňěk stravy".“*

*Účastník řízení uvádí, že s ohledem na skutečnost, že předmětné obchodní sdělení není reklamou na doplňěk stravy, ustanovení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy na něj nelze aplikovat. Dle rozsudku Nejvyššího správního soudu č.j. 2 As 218/2015-62 ze dne 19.11.2015 pak „Televizní relace, která je svou povahou teleshoppingem ve smyslu zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, spadá pod definici reklamy podle § 1 odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.“ Dle ustanovení § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění, je pak teleshopping „přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplaty nebo obdobnou protihodnotu“. Je zřejmé, že zmínění doplňku stravy v obchodním sdělení účastníka řízení nesplňuje ani definici teleshoppingu, neboť se nejedná o přímou nabídku zboží, ale pouze o zmínění tohoto doplňku stravy odborníci na veterinární přípravky – veterinární lékařkou. Předmětné sdělení pak nemůže být a ani není reklamou či teleshoppingem, neboť jeho cílem není prodej doplňků stravy sesterské společnosti účastníka řízení, kdy obchodní sdělení je*

*mířeno na zcela jinou cílovou skupinu, a to na vlastníky či chovatele zvířat, veterinární lékaře apod., nikoli na osoby, které samy trpí kloubními potížemi.*

**K tomuto Rada uvádí, že přípravek není nabízen k přímému prodeji. Inzerování přípravku v televizním čase označeném a vymezeném jako teleshopping, byť bez uvedení odkazu na cenu, bude vždy obchodním sdělením (tedy kategorií vymezenou § 2 odst. 2 zákona o vysílání), podléhajícím povinnostem dle zákona o regulaci reklamy. Opačný výklad by vedl k absurdním situacím. Například by mohlo dojít k situaci, kdy v rámci inzerce produktu by mohla být bez dalšího uvedena „zmínka“ o léčivu na předpis, jehož propagace široké veřejnosti je zakázána. A rovněž by tak zcela „legitimně“ mohly být propagovány i jiné produkty a služby, jejichž běžná inzerce je zapovězena. Uvedené jednání, kdy inzerent v rámci vymezeného času pro vysílání teleshoppingu, respektive teleshoppingového pořadu - deklaruje mimo hlavní produkt i jiné výrobky, byť bez označení ceny, ale charakterizující jejich vlastnosti, je nutno vnímat jako obchodní sdělení ve smyslu zákona.**

*Informování veterinární lékařky o tom, že existuje verze veterinárního přípravku ALAVIS také pro lidi ve formě výrobků značky Barny's, je naopak informací, která má spotřebitele chránit před užíváním veterinárních přípravků, špatným dávkováním apod. Dále je třeba uvést, že se v žádném případě nejedná o přímou nabídku na koupi doplňku stravy, kdy v obchodním sdělení není ani uvedeno, kde a jak, případně za jakou cenu, lze tyto zakoupit. Spotřebitel pak v případě zájmu o koupi doplňků stravy bude o povaze výrobků značky Barny's podrobně informován například na webových stránkách dodavatele těchto výrobků, v lékárně či v kamenném obchodě. Jen těžko si lze představit, že průměrný spotřebitel, který navíc sleduje obchodní sdělení zaměřené na veterinární přípravky, zakoupí bez dalšího doplněk stravy pouze na základě jeho zmínění pouze v takové krátkosti.*

**S uvedeným tvrzením účastníka nelze souhlasit, že „si lze těžko představit, že průměrný spotřebitel, který navíc sleduje obchodní sdělení zaměřené na veterinární přípravky, zakoupí bez dalšího doplněk stravy pouze na základě jeho zmínění pouze v takové krátkosti“. Uvedená zmínka totiž v obsahovém kontextu celého obchodního sdělení plní jasnou propagační funkci. Potenciální spotřebitel je informován o existenci konkrétního produktu a jeho určení. To, že není v obchodním sdělení (teleshoppingu) cena nebo místo prodeje produktu, z takové propagace činí fakticky standardní reklamu, pro niž je typické neuvádění ceny a místa prodeje.**

*Je navíc zřejmé, že pokud by účelem obchodního sdělení byla propagace či nabídka na koupi doplňku stravy (dle definice reklamy a teleshoppingu), byly by konkrétní účinky a benefity doplňku stravy mnohonásobně zdůrazněny obdobně jako u veterinárního přípravku. V takovém případě pak je dle názoru účastníka řízení zcela dostačující, pokud je označení výrobku jako doplňku stravy uvedeno pouze na obalu výrobku.*

**K tomuto i sama judikatura uvádí, že takovéto označení nepostačí. Mimo to, v obchodním sdělení se opakovaně hovoří o „přípravku“:**

***„Myslím však, že nenaplním vaše očekávání, protože raději bych hovořila o veterinárních přípravcích od kanadské značky Alavis, které právě těmto zvířatům pomáhají.“***

***„Důvodem může být snad skutečnost, že veterinární přípravky, na rozdíl od doplňků stravy, procházejí mnohem složitějším procesem schvalování a lidé jim tedy více důvěřují. Možná, že důvod může být ten, že v případě koňských přípravků Alavis, tak lidé objevili, že obsahují stejné účinné látky, jako jsou v přípravcích pro lidi, a to veterinární balení je více ekonomické. Ty důvody můžou být i jiné, opravdu nevím. Lidé by však neměli užívat***

**veterinární přípravky, a proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barnys vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem.**

Z uvedeného není zřejmé, zdali byl vyvinut doplněk stravy, zdravotnický prostředek, či jiná kategorie. Logická posloupnost sdělení mimo to dovoluje interpretaci, že produkt vyvinutý pro lidi podléhal podobnému procesu schvalování jako veterinární přípravek, tudíž hrozí, že by divák mohl produkt chápat i jako humánní léčivo. Úvodem je zmíněno, že existují veterinární přípravky, které „procházejí mnohem složitějším procesem schvalování a lidé jim tedy více důvěřují“, následně je sděleno: (...), **a proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barny's vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem.**“ Z uvedeného vůbec nevyplývá, že by se muselo o doplněk stravy jednat.

K námitce účastníka, že kdyby účelem sdělení byla propagace doplňku stravy, byly by „konkrétní účinky a benefity doplňku stravy mnohonásobně zdůrazněny obdobně jako u veterinárního přípravku“, je nutno konstatovat, že neexistuje definiční znak reklamy „mnohonásobné zdůraznění“.

**Dále ve svém vyjádření účastník rozporuje správní praxi Rady.**

„Účastník řízení zákonnou úpravu a úmysl zákonodárce naprosto respektuje stejně tak jako jeho sesterská společnost vyrábějící výrobky pro lidi. Předmětnou praxi Rady pro rozhlasové a televizní vysílání považuje klient za neudržitelnou, kdy Rada pro rozhlasové a televizní vysílání sleduje, zda se v obchodním sdělení zaměřeném výlučně na veterinární přípravky, objeví odkaz na doplněk stravy, který nebude dle názoru Rady pro rozhlasové a televizní vysílání dostatečně označen, a to mimo jiné i s ohledem na skutečnost, že příslušné správní orgány rozhodují o shodných či podobných věcech naprosto jinak, především ve vztahu k osobě distributora či prodejce.“

**K uvedenému tvrzení účastníka je nutno uvést, že Rada pro rozhlasové a televizní vysílání plní svou funkci dozorového orgánu. Teze účastníka, že stávající „praxe je neudržitelná“, nelze komentovat, neboť se nevztahuje přímo k řízení.**

**Účastník dále uvádí následující:**

K tomuto lze například uvést následující tvrzení obsažená v televizních reklamách jiných výrobců. „Enzycol, když vás klouby táhnou ke dnu, je tu Enzycol“ výrobce SIMPLY YOU PHARMACEUTICALS a.s. „Priessnitz – péče o Vaše klouby“ výrobce SIMPLY YOU PHARMACEUTICALS a.s. „Thermolka, při bolestech pohybového aparátu, konopné mazání, hřejivá úleva“ výrobce SIMPLY YOU PHARMACEUTICALS a.s. „Konopné mazání Thermolka, eso tenistky Plíškové, hřejivá úleva“ výrobce SIMPLY YOU PHARMACEUTICALS a.s. „Thermolka extra, eso Kateřiny Plíškové při bolestech pohybového aparátu, konopné mazání Thermolka, hřejivá úleva“ výrobce SIMPLY YOU PHARMACEUTICALS a.s. „Detritin 2000, pomáhá udržet normální funkci imunitního systému“ výrobce Naturprodukt „To nejlepší pro Tvé klouby od Proenzi“ výrobce WALMARK a.s. „Proenzi intenziv, to nejlepší pro Tvé klouby“ výrobce WALMARK a.s. „Švýcarský senior kamzík na klouby“ výrobce Cemio Switzerland, s.r.o. „No-Prostal, žádné potíže s prostatou“ výrobce UROCONT s.r.o. Uvedený výčet je pouze demonstrativní. Zůstává tedy nevyřešenou otázkou, co je vlastně zakázáno a co je povoleno, když neexistuje příslušná metodika, což dává nepříjemný prostor pro vlastní výklad, zejména ze strany správního orgánu, který o věci rozhoduje, k tíži kontrolovaného subjektu, který byl správním orgánem vybrán, zatímco u ostatních subjektů je podobný postup považován za zákonný. Je naprosto zřejmé, že uvedený stav, vyjádřený velmi okrajově a demonstrativně, je neudržitelný nejen s ohledem na jistotu kontrolovaných subjektů před zákonem, ale i s ohledem na možné zneužití různých kontaktů na příslušné správní orgány při poškozování konkurence, které mnohdy až překračují hranici trestního práva. Účastník řízení se proto nad rámec samotného správního

řízení na Vás obrací s žádostí o vytvoření takové závazné metodiky a je připraven k tomuto poskytnout součinnost. Zároveň Vás účastník řízení zdvořile, leč důrazně žádá, o vyjádření se k předmětnému demonstrativnímu výčtu, o kterém má Vaše Rada dozajista povědomí při sledování programů v rámci své činnosti a k vyjádření k věci v konkrétních souvislostech, mimo jiné i ve smyslu § 13 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, kdy je potřeba v rozhodnutí vysvětlit případné odchylky posuzování v podobných věcech.

Uvedený požadavek účastníka považujeme za zcela bezprecedentní a vymykající se přestupkovému řízení. V rámci přestupkového řízení není prostor k tomu, aby orgán řízení objasňoval nesouvisející jednání. Uvedený požadavek obviněného považujeme za obstrukční. Účastník se může s kroky Rady vůči jiným zadavatelům seznámit prostřednictvím webu Rady, kde jsou zveřejněny všechny uložené pokuty a kde jsou v rámci tiskových zpráv a zápisů zveřejněna všechna přijatá usnesení. Rada podstatných informací je dostupná rovněž ve výročních zprávách Rady.

Dále je třeba zdůraznit, že účastníkem požadovanou metodiku poskytuje zejména bohatá judikatura. A ve věci naplňování povinnosti uvádění textu „doplňk stravy“ pak i opakovaně zmíněné stanovisko Rady (rovněž zveřejněné na webu Rady). V daném kontextu je třeba zdůraznit, že uvedené námitky účastníka jsou věcně nesouvisející s předmětem daného řízení (neuvedení povinného textu doplňk stravy). Účastník ve svém vyjádření polemizuje patrně s domnělým obsahem léčebných tvrzení v reklamách svých konkurentů. I k porušení povinnosti deklarace léčebných účinků doplňku stravy existuje bohatá judikatura. Tato věc ovšem není předmětem vedeného řízení o přestupku. Odkaz účastníka na soukromoprávní předpis neshledáváme jako relevantní pro oblast veřejného práva.

#### **Správní uvážení Rady:**

##### **Ke skutkové podstatě přestupku uvádíme následující:**

V rámci teleshoppingového bloku Vychytávky extra je v první prezentaci bloku primárně propagován produkt ALAVIS 5 – veterinární přípravek pro pohybový aparát psů a koček. V průběhu předmětného obchodního sdělení diskutují moderátoři této části teleshoppingového bloku, Vlasta Korec a Hanka Kynychová, s veterinární lékařkou Terezou Šnepovou. Paní Šnepová představuje obecně veterinární přípravky značky ALAVIS, přičemž je v rámci prezentace konfrontována s tvrzením, že si přípravky určené pro zvířata kupují pro sebe i lidé.

**Moderátor:** „Já bych se vás rád zeptal, možná pro vás na nepříjemnou otázku, já jsem slyšel takovou nestandardní věc, kterou mi buď potvrďte anebo vyvráťte. Veterinární přípravky si lidé nekupují pro koně, pro zvířata, ale kupují si je sami pro sebe.“

**Doktorka:** „Víme o tom a přináší nám to nemalé problémy. Mrzí nás tedy, že jsme nechtěně vtahováni na toto téma do různých novinových článků.“

(V tento okamžik je na obrazovce uvedena grafika ztvárňující přípravek Alavis určený pro koně, záběr na tento přípravek je prezentován v časech od 57.8 do 1:04.4 minuty)



*Ptáte se, proč tomu tak je, ale já opravdu nevím. Důvodem může být snad skutečnost, že veterinární přípravky, na rozdíl od doplňků stravy, procházejí mnohem složitějším procesem schvalování a lidé jim tedy více důvěřují. Možná, že důvod může být ten, že v případě koňských přípravků Alavis, tak lidé objevili, že obsahují stejné účinné látky, jako jsou v přípravcích pro lidi, a to veterinární balení je více ekonomické. Ty důvody mohou být i jiné, opravdu nevím. Lidé by však neměli užívat veterinární přípravky, a proto (v tuto chvíli je uveden záběr na přípravek TRIPLE blend EXTRA SILNÝ, komentář pokračuje následujícími slovy)*



*jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barnys vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem. Samozřejmě to dávkování je upravené pro lidi, protože takový kůň váží 500 nebo 700 kilo, takže tam ty dávky jsou zcela jiné.“*

Z uvedeného komentáře, při inzerci přípravku určeného lidem není nikterak ozřejmeno, o jakou kategorii výrobku se jedná. Divák se na základě výpovědi lékařky dozví následující (...) a proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barnys vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem.“

Z webových stránek, jak již bylo ozřejmeno v usnesení o zahájení řízení o přestupku, společnosti Barnys (a na nich umístěného obrázku balení) lze vyčíst, že se jedná o doplněk stravy.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> (viz „<https://www.barnys.cz/cs/klouby-a-zada/3-barny-s-triple-blend-extra-silny.html>“).



V případě doporučení veterinárního přípravku pro psy a kočky je rovněž doporučována „humánní verze“.

„Tento přípravek je určen zejména pro stará zvířata, při pouhazových stavech, ale také pro štěňata velkých a obřích plemen během jejich růstu a vývoje a také pracovním a sportovním psům. Naše sesterská značka Barnys má však lidskou verzi tohoto přípravku, Barnys Inovo 5. (následuje grafické vyobrazení přípravku)



„A jak jsem viděla v pořadu Černé ovce, tak se tento produkt nejlépe umístil v dTestu. Takže ani v tomto případě by lidé neměli užívat veterinární přípravky, protože na trhu existuje velmi kvalitní přípravek, který je určený pro lidské klouby, Barnys Inovo 5.“

Z uvedeného komentáře, při inzerci přípravku určeného lidem, rovněž není nikterak ozřejmáno, o jakou kategorii výrobku se jedná.

#### **K vyjádření účastníka dále Rada uvádí:**

Pro úplnost zrekapitulujme základní teze. Označení doplňku stravy pouze na obale nepostačuje. To potvrzuje i judikatura. Mimo to, v obchodním sdělení se opakovaně hovoří o „přípravku“: „Myslím však, že nenaplním vaše očekávání, protože raději bych hovořila o veterinárních přípravcích od kanadské značky Alavis, které právě těmto zvířatům pomáhají.“

„Důvodem může být snad skutečnost, že veterinární přípravky, na rozdíl od doplňků stravy, procházejí mnohem složitějším procesem schvalování a lidé jim tedy více důvěřují. Možná, že důvod může být ten, že v případě koňských přípravků Alavis, tak lidé objevili, že obsahují stejné účinné látky, jako jsou v přípravcích pro lidi, a to veterinární balení je více ekonomické. Ty důvody mohou být i jiné, opravdu nevím. Lidé by však neměli užívat veterinární přípravky, a proto jsme s naší sesterskou kanadskou společností Barnys vytvořili takový přípravek, který je určen nikoliv koním, ale lidem.“

Z uvedeného není zřejmé, zdali byl vyvinut doplněk stravy, zdravotnický prostředek, či jiná kategorie.

Požadavek účastníka na objasnění tvrzení z reklam konkurentů považujeme za zcela bezprecedentní a vymykající se přestupkovému řízení. V rámci přestupkového řízení není prostor k tomu, aby orgán řízení objasňoval nesouvisející jednání. Uvedený požadavek obviněného považujeme za obstrukční.

Závěrem konstatujeme, že v rámci teleshoppingového bloku dochází k představení a propagaci humánního prostředku vycházejícího z účinků veterinárního přípravku.

Vzhledem ke skutečnosti, že se jedná o propagaci doplňku stravy, musí takové obchodní sdělení dle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplňk stravy". V rámci předmětného obchodního sdělení je informace o kategorii produktů ALAVIS TRIPLE blend EXTRA SILNÝ a Inovo 5 pouze součástí obrazové složky, a to jenom v nezřetelné podobě, neboť dle dostupných dat by měl být text "doplňk stravy" součástí v rámci spotu exponované části balení obou produktů. Tento text ovšem nesplňuje požadavek zřetelnosti a navíc je umístěn pouze na balení produktu, z čehož vyplývá, že v rámci obrazové složky předmětného obchodního sdělení není naplněna podmínka o nutné přítomnosti zřetelného textu "doplňk stravy", jak je formulována v § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) na svém 21. zasedání konaném 2. 11. 2010 vydala stanovisko podle § 5 písm. y) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, k výkladu pojmu „zřetelný text“ vyplývajícím z požadavků zákona o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů (§ 5a odst. 5 písm. d), § 5d odst. 4, § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.), jehož závěry jsou rozebrány výše.

Pro vyhodnocení zřetelnosti textu „doplňk stravy“ v reklamním spotu je nutné zkoumat, zda průměrný divák během zhlédnutí reklamního spotu mohl bez jakýchkoli obtíží zaregistrovat zobrazený text „doplňk stravy“ a byl tak schopen ve své mysli zaznamenat informaci, že nabízený přípravek je doplňkem stravy. Úkolem orgánu dozoru, resp. soudu ve správním soudnictví, je hodnotit, zda si průměrný spotřebitel mohl odnést požadovanou informaci, nikoliv zjišťovat, zda bylo nade všechnu pochybnost jasné, že si informaci odnesl.

Lze tedy dovodit, že zákonem stanovený text „doplňk stravy“ má být proveden takovým způsobem, aby byl divákem nejen zaznamenán, ale měl i dostatečnou dobu k jeho přečtení. Není tedy jen podstatná velikost písma, barva písma s ohledem k barvě podkladu, ale i doba, po jakou je předmětný text zobrazen. Neopominutelným kritériem pro posouzení zřetelnosti pak také může být, mnohdy užívané, odvádění pozornosti diváka od textu „doplňk stravy“ pomocí různých dynamických podkresů, či nadbytečného „informačního šumu“. Opravdovým oříškem pro divákovu pozornost pak je umístění textu svisle podél prezentovaného výrobku. Za nesplnění podmínky umístění textu je pak a priori považována situace, je-li text pouze na balení přípravku.

Vzhledem k tomu, že obchodní sdělení s motivem „ALAVIS“, respektive „Inovo5“, neobsahuje zřetelný text "doplňk stravy", máme po stránce skutkové za prokázané porušení § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. Uvedenou skutečnost potvrdilo i provedené dokazování zhlédnutím audiovizuálního záznamu obchodního sdělení, které proběhlo dne 21. 11. 2017.

Na základě výše uvedeného rozhodla Rada, že nejsou dány důvody pro zastavení řízení o přestupku. Současně nejsou na základě správní úvahy rovněž dány důvody pro uložení pokuty, neboť již s ohledem na přístup účastníka je v daném případě postačující napomenutí. V souladu s prvkem generální prevence v daném případě splnilo účel samotné řízení o přestupku, a proto Rada za spáchání uvedeného přestupku rozhodla uložit správní trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžitý trest.

Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 2 000 000 Kč v případě porušení § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2017756, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

### **Poučení**

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

**Ivan Krejčí**  
předseda Rady  
pro rozhlasové a televizní vysílání  
elektronicky podepsáno