

Jedn. identifikátor 292628-RRTV

Naše č. j. RRTV/20498/2018-  
had

Sp. zn. RRTV/2018/723/had  
Zasedání Rady 20-2018/poř. č. \_\_\_\_  
26

Vyřizuje: AO

Datum, místo 11. 12. 2018, Praha

Emporia Style Ltd. Emporia Style  
Kft., Márvány u. 17., Budapest,  
1012, Maďarsko

Emporia Style Kft., Boszormenyi ut.  
20-22, Budapešť, 1126, Maďarsko

## Rozhodnutí

1. **Usnesení o spojení řízení**
2. **Rozhodnutí ve věci přestupkového řízení**

### 1. Usnesení o spojení řízení

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) dle ustanovení § 88 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon č. 250/2016 Sb.“) a dle ustanovení § 140 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb. (dále jen „zákon č. 500/2004 Sb.“) vydala dne 4. prosince 2018 následující usnesení: Rada spojuje řízení o přestupku sp. zn. RRTV/2018/722/had a sp. zn. RRTV/2018/723/had, vedená se společností Emporia Style Kft., IČO: 01-09-170422, se sídlem 1012 Budapest, Márvány u. 17., DIČ: 12239856-2-41. Společné řízení bude nadále vedeno pod sp. zn. RRTV/2018/723/had.

### 2. Rozhodnutí ve věci přestupkového řízení

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) 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, (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), dle § 8a odst. 2 písm. d) a § 8a odst. 2 písm. j) zákona č. 40/1995 Sb., v platném znění, v řízení o přestupku vedeném podle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon o odpovědnosti za přestupky“), rozhodla dne 4. prosince 2018 takto:

Zadavatel reklamy, Emporia Style Kft., IČO: 01-09-170422, se sídlem 1012 Budapest, Márvány u. 17., DIČ: 12239856-2-41, se uznává vinným

- I. 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 teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 20. června 2018 v čase od 7.20 hodin na programu Televize Barrandov, došlo k porušení povinnosti, aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplněk stravy, obsahovala zřetelný text "doplněk stravy". V předmětném

obchodním sdělení tato kategorizace absentuje jak ve složce zvukové, tak ve formě zřetelného textu.

- II. V souladu s § 8a odst. 2 písm. j) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., dle čl. 7 odst. 3 a 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, kterým se stanoví, že informace o potravině nesmějí připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat, včetně související reklamy, neboť jsou v předmětném obchodním sdělení uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokující léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění osteoporózou a dalších zdravotních problémech, jako je například ucívání cév. Moderátorka ve studiu prohlašovala, že přípravek MultiLady pomáhá pacientům s osteoporózou, a to nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů, ale také jako řešení již existujících zdravotních problémů.
- III. Za přestupek se pachateli v souladu s § 8a odst. 6 písm. b), ukládá úhrnná pokuta ve výši 750 000 Kč (slovy sedm set padesát tisíc korun českých). Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2018723.

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 2018723, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

## **Odůvodnění:**

### **I.**

#### **A. Popis a vymezení skutku:**

[1] Klenot TV patří mezi teleshoppingové bloky vysílané pravidelně na programech provozovatele Barrandov Televizní Studio a.s. Jeho zadavatelem je společnost Emporia Style Kft., která prostřednictvím obchodního sdělení na televizních obrazovkách nabízí divákům šperky – především prsteny, náušnice, náramky a náhrdelníky s drahokamy a polodrahokamy.

[2] V případě tohoto obchodního sdělení, které je označeno jako teleshopping, je nutno konstatovat, že se jedná o reklamu ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., konkrétně § 1 odst. 2, dle kterého se reklamou rozumí předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky.

[3] Pokud tedy zákon č. 40/1995 Sb. hovoří ve svých ustanoveních o reklamě, pak se tato ustanovení vztahují i na teleshopping, neboť tento typ obchodního sdělení má všechny znaky reklamy, což konstatuje i definice teleshoppingu, jímž se rozumí 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, která vyplývá z ustanovení § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb. Z pohledu zákona č. 40/1995 Sb. pak je zřejmé, že na předmětné obchodní sdělení jsou aplikovatelná ustanovení a tedy i požadavky tohoto zákona.

[4] Na základě monitoringu teleshoppingu vplynula následující zjištění:

[5] V čase záznamu 1:27:38 hodin byla ve studiu přivítána další moderátorka, Pavla. Její znalosti či odbornost nebyly uvedeny do kontextu, přesto lze konstatovat, že svým vystupováním působila dojmem experta na zdraví a výživu. Do studia přišla prezentovat výrobek zvaný MultiLady, doplněk stravy obsahující vitamíny, minerály a stopové prvky, který je dle informací výrobce i moderátorek vhodný zejména pro ženy. Těm také byla prezentace zásadně přizpůsobena. Na obrazovce bylo po celou dobu přítomné telefonní číslo 226 226 247, nazvané Linka zdraví, které zřejmě sloužilo k objednávkám propagovaného zboží.

[6] Moderátorka nejprve divákům osvětlila, proč je ve studiu. „Týká se to onemocnění, které samozřejmě většina z vás už zaslechla, možná, že někdo ne, tak si ho malinko přiblížíme. Toto onemocnění samozřejmě má své jméno a je to osteoporóza. Osteoporóza je onemocnění, takzvané řídnutí kostí, takže už jenom ten název vám asi naznačí, o co se asi tak jedná.“ Dále moderátorka uvedla, že onemocnění způsobuje nedostatek vápníku a nazvala jej „tichou nemocí“ a „epidemií 21. století“, která rok od roku postihuje více lidí. Součástí úvodního slova byly i fotografie a ilustrace vnitřku řídkých kostí, které protagonistka okomentovala: „*Ta kost je velmi křehoučká, velmi měkká, a lehce se zlomí. Tím samozřejmě nastává další problém, kdy tedy jsou nepříjemné zlomeniny. Pokud se to týká starších jedinců, tak samozřejmě už je tam ta rekonvalescence daleko těžší. Lidé se z toho samozřejmě těžce, nebo hůř, dostávají a může to mít opravdu velmi nepříjemné následky. Takže já si myslím, že bysme určitě měli začít hlavně prevencí.*“ (1:29:12 hod) Pokračovala promítnutím fotografie postižené kosti se slovy: „*Podívejte se tady na to, toto je obrázek jednašedesátileté ženy. Jednašedesátileté ženy, která opravdu bohužel toto onemocnění měla. Říkám samozřejmě měla. Já si myslím, že nikdo z nás nechce mít takovéhle kosti.*“ Následně se moderátorky shodly na tom, že je to velmi nepříjemné onemocnění, kterým ani jedna z nich nechce trpět, přičemž z hormonálních důvodů tato nemoc postihuje častěji ženy než muže.

[7] Vysílání probíhalo na základě schématu neznalá Yana – odbornice Pavla. Druhá z moderátorek Yanu přesvědčovala, že má osteoporózu poměrně hodně lidí, a to i v České republice, a že onemocnění někdy způsobuje hrb na zádech, který často vidáme u lidí kolem nás. Slova doprovázely nejrůznější ilustrace, grafy a fotografie. S tím, že 80 % pacientů nedostane vhodnou léčbu, Pavla uvedla: „*Pokud cíleně někdo nepůjde po této nemoci, pokud si ji cíleně nenechá vyšetřit, tak se samozřejmě těžko na to přijde. (...) Takže já si myslím, že právě ta prevence by měla být to, co by každý z nás měl dělat.*“ (1:33:30 hod) Divákům byly demonstrovány údaje o problematických aspektech zlomenin a „*velmi velmi zdoluhavé rekonvalescenci*“.

[8] V čase 1:34:33 se bez předchozího upozornění ozval hlas postarší ženy Anny, která zatelefonovala do studia a předala divákům své zkušenosti s doplňkem MultiLady. Nejprve děkovala pořadu Klenot TV za to, že má v nabídce tento výborný přípravek. Následně se jí moderátorka zeptala, co byl její problém, že se rozhodla zakoupit MultiLady. Žena odpověděla: „*Měla jsem problémy se zádama, měla jsem křeče v nohách, nedostatek hořčičku. A tento vitamín obsahuje tolik vitamínů, že jsem se nad tím pozastavila a vybrala jsem si ho a udělala jsem velmi velmi dobře, protože od té doby, co ho beru, se cítím lépe, nemám ty problémy, co jsem měla předtím a opravdu ho můžu doporučit všem zákazníkům. Je to skvělý vitamín, opravdu...*“ Na moderátorčinu otázku, zda je pro ni život po užívání MultiLady příjemnější, sdělila: „*Určitě, určitě. Už jsem to řekla, že to používám a cítím se velice dobře. Můžu říct, že jsem ztratila veškeré problémy, co jsem měla...*“ Protagonistka Pavla uvedla, že je život daleko příjemnější, pokud s tím lidé začnou něco dělat. Doplněk stravy opakovaně nazvala „řešením“. „*Takže dámy, pakliže chcete patřit k řadě těch spokojených a hlavně zdravých a dobře se pohybujících žen, tak tady máte v podstatě před sebou řešení.*“

[9] Následně hovořila o tom, že tělo potřebuje zpracovat potřebný vápník, čemuž dopomáhá vitamín D a především vitamín K. Poslední ze jmenovaných nazvala finančně náročnou položkou, která je rok od roku dražší, ale velmi důležitá, protože její nedostatek může vést k ucpávání cév kalcium „*kdekoliv a kdykoliv a v podstatě komukoliv*“. Kromě ucpávání cév hovořila v souvislosti s nedostatkem tohoto vitamínu i o krvácivosti dásní. O dalším složení výrobku se moderátorka nezmínila, pouze uvedla, že MultiLady obsahuje také Ginkgo bilobu a „další tajné věci“, které dali dohromady ti nejlepší lékaři.

[10] Další zpětné vazby údajných uživatelů se na obrazovce objevily ve formátu citátu, např.: Užívání produktu později potvrdila i sama moderátorka, která se prý cítí daleko lépe než předtím. Souhlasila s ní i další volající divačka Viola, která údajně dříve trpěla bolestmi zad, a s užíváním přípravku se to dle jejích slov velmi uklidnilo. Zlepšila se jak po fyzické stránce, tak se uvolnila i psychicky – „*nenervuje se tolik*“ (1:51:20 hod). Po dvaceti minutách prezentace moderátorka zveřejnila cenu přípravku – 799 Kč. Po dalších několika minutách bylo divákům řečeno, že při nákupu dvou balení MultiLady obdrží zdarma dva náhrdelníky. V průběhu pořadu byla na obrazovce uvedena textová informace o tom, kolik zbývá kusů (např. „posledních 40 MultiLady“).

[11] Celá prezentace byla na první pohled koncipována jako nabídka zázračného přípravku, jenž dokáže vyléčit osteoporózu a obecně velmi ulehčit život ženským uživatelkám. Moderátorka v průběhu teleshoppingu sice několikrát sdělila, že je produkt určen k prevenci, tomu však neodpovídaly prostředky použité v prezentaci – telefonáty neznámých divaček, které se bez vysvětlení dovolaly do studia, aby sdělily své zkušenosti a vychválily produkt, neustálé opakování, že je MultiLady řešením na všechny zmíněné problémy apod. V záznamu bylo opakovaně explicitně řečeno, že se ženy po užívání produktu cítí mnohem lépe, nebolí je záda, jsou klidnější a zdravější. Popření toho, že se jedná pouze o preventivní výživový doplněk, názorně ilustruje moderátorka v čase 1:55:10 hod: „*Samozřejmě pokud už máte nějaké zdravotní komplikace, i tady vám může přinést úlevu, jak jste slyšeli od našich dvou úžasných dam, které tento výrobek užívají.*“ Moderátorka se přitom neobávala ani většího nátlaku, a to zejména ve chvílích, kdy popisovala, jaký problém jsou zlomeniny ve starším věku, či v čase 1:57:56, kdy zacílila na zodpovědný přístup divaček k jejich zdraví: „*Takže je to čistě na vás. Buďte budete zdravé a krásné, anebo stále budete pochybovat. Já se jenom bojím, aby opravdu někdy vás ta pochybovačnost zbytečně nestála i to zdraví.*“ Spíše úsměvně už působí moment v 2:01:51 hod, kdy moderátorka demonstrovala zranitelnost postižených kostí přelomením banánu.

[12] Přestože přípravek nebyl nazýván lékem, jeho popis toto evokoval. V kombinaci s nápisy na obrazovce, které po celou dobu informovaly o klesajícím počtu přípravků, jež jsou k dispozici, lze mluvit o nemalém nátlaku na především starší divačky, kterým byla prezentována lákavá možnost pořídit si všeobjímající „řešení“ jejich zdravotních problémů. Ženy trpící osteoporózou mohly zakoupit MultiLady v domněnání, že jim tento zázračný doplněk pomůže. Ostatním byla zákeřnost nemoci prezentována natolik neodvratně a ultimátně, že se mohly nechat snadno ovlivnit asertivní moderátorkou a MultiLady koupit proto, aby nikdy netrpěly problémy popsány ve studiu (řidnutí kostí, ucpávání cév, zapominání, únava atd.). V předmětném obchodním sdělení rovněž absentuje jak ve složce zvukové, tak ve formě zřetelného textu i ve složce obrazové, informace, či text, že přípravek je doplňkem stravy.

## B. Průběh řízení o přestupku

[13] Rada rozhodla zahájit se zadavatelem, společností Emporia Style Kft., IČO: 01-09-170422, se sídlem 1012 Budapest, Márvány u. 17., DIČ: 12239856-2-41 (dále „obviněný“), řízení o přestupku, neboť zadáním teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 20. června 2018 v čase od 7.20 hodin na programu Televize Barrandov, mohlo dojít

- a. K porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., dle čl. 7 odst. 3 a 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, kterým se stanoví, že informace o potravině nesmějí připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat, včetně související reklamy, neboť jsou v předmětném obchodním sdělení uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokující léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění osteoporózou a dalších zdravotních problémech, jako je například ucpávání cév. Moderátorka ve studiu prohlašovala, že přípravek MultiLady pomáhá pacientům s osteoporózou, a to nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů, ale také jako řešení již existujících zdravotních problémů.  
**Sp. zn. RRTV/2018/723/had.**
- b. K porušení povinnosti dle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplněk stravy MultiLady, obsahovala zřetelný text "doplněk stravy". V předmětném obchodním sdělení tato kategorizace absentuje jak ve složce zvukové, tak ve formě zřetelného textu i ve složce obrazové. **Sp. zn. RRTV/2018/722/had.**

[14] Řízení o přestupku byla zahájena dne 22. 8. 2018 pod sp. zn. RRTV/2018/723/had, respektive RRTV/2018/722/had.

[15] Rada v rámci řízení o přestupku spis. zn. RRTV/2018/723/had a RRTV/2018/722/had provedla dne 23. října 2018 důkaz zhlédnutím záznamu teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 20. června 2018 v čase od 7.20 hodin na programu Televize Barrandov, přičemž seznala podobu obchodního sdělení spolu se skutkovým stavem.

## C. Vyjádření účastníka

### a. Vyjádření ve věci RRTV/2018/723/had

[16] Vyjádření účastníka ze dne 20. 9. 2018 obsahuje návrh na spojení řízení sp. zn. RRTV/2018/723/had a RRTV/2018/722/had.

[17] Obsahem vyjádření jsou následující argumenty:

*„Produkt MultiLady byl v průběhu pořadu velice detailně divákům představen a popsán. Divákům bylo odprezentováno, na co se produkt užívá a jaké látky obsahuje. Z popisu moderátorky je všem divákům naprosto zřejmé, že se jedná o potravinu, jejímž účelem je doplňovat běžnou pestrou stravu. Moderátorka nikdy za celou dobu pořadu nesdělila v souvislosti s produktem MultiLady, že by snad tento produkt měl zabránit, zmírnit či snad vyléčit jakoukoliv nemoc. Takováto prezentace z pořadu v žádném případě nevyplývá a toto ostatně i samotná RRTV ví - když ve svém vyjádření na str. 4 uvádí: „Přestože přípravek nebyl nazván lékem, jeho popis toto evokoval. V kombinaci s nápisy na obrazovce, které po celou dobu informovaly o*

klesajícím počtu přípravků, jež jsou k dispozici, lze mluvit o nemalém nátlaku na především starší diváčky...."

Je evidentní, že i samotná RRTV si je vědoma toho, že prezentace vlastností produktu nenaplní skutkovou podstatu výše uvedeného deliktu. Pouze ze strany diváka, který zatelefonoval do studia a který se podělil přímo autenticky o svoje zkušenosti s přípravkem, zazněla slova o tom, s čím konkrétně mu přípravek pomohl. Zde se však nejednalo v žádném případě o reklamu či popis z naší strany, ale o osobní zkušenost diváka v přímém přenosu, jehož slova jsme nemohli jakkoliv ovlivnit. Máme zde tedy být vlastně trestáni za to, že se divák, osoba zcela odlišná od nás, podělil s ostatními diváky o své autentické zkušenosti s naším produktem. My jsme si vědomi našich povinností, které jsou na nás kladeny při prezentaci výrobku, a tyto povinnosti respektujeme a dodržujeme. Nikdy jsme v souvislosti s prezentací nepoužili slovo vyléčit, zmírnit či zabránit. Naopak pořad je koncipován tak, že produkt s ohledem na svoje složení může být podpůrný jako prevence vzniku nemoci, neboť jak je všem známo, v dnešní době lidé velice málo jí ovoce a zeleninu a lidé trpí nedostatkem vitamínů, které jsou tvůrcem řady nemocí. Právě daný produkt s ohledem na svoje složení může být jakýmsi podpůrným prostředkem pro kvalitnější život uživatelů a může nepochybně sloužit jako jakási prevence před vznikem chorob. Zároveň jsme v pořadu zdůraznili důležitost lékařských postupů - přikládáme foto obrazovky, ze které je zřejmé, že se během pořadu objevila na obrazovce fotka lékaře s nápisem - „Důvěřujte svému lékaři“. Je tedy naprosto evidentní, že jsme žádného diváka nenabádali k tomu, aby se přestal jakkoliv léčit u svého lékaře.

RRTV nám tedy ve svém oznámení konkrétně vytýká, že do pořadu volala řada volajících, kteří uvedli, že jim náš produkt pomohl. Zde zdůrazňujeme, že se jedná o živé vysílání, volající jsou skuteční a my nemáme možnost je při připojení do studia kontrolovat přesně, jakou použijí formulaci při hodnocení produktu. Nám naopak přijde velmi vhodné, aby diváci byli seznámeni s autentickými postřehy uživatelů produktu a měli tak úplné informace o jeho využití. Přesto sdělujeme, že jsme učinili nezbytná opatření, aby vyjádření volajících nemohla být ze strany RRTV jakkoliv negativně interpretována.

Dále nám RRTV vytýká sdělení, dle kterého jsme uvedli, že produkt obsahuje Ginkgo bilobu a „další tajné věci“. Přiznáváme, že formulace „další tajné věci“ byla zvolena nešťastně, nicméně v průběhu pořadu jsme divákovi několikrát popsali a i graficky znázornili složení produktu - přikládáme v příloze. I v tomto případě jsme již učinili opatření, aby se toto pochybení neopakovalo. V neposlední řadě se ohrazujeme proti závěru RRTV, že by bylo našim cílem odprezentovat produkt jako zázračný přípravek, který dokáže vyléčit osteoporózu. Moderátorka pouze uvedla, že produkt MultiLady pomáhá pacientům s osteoporózou, a to jednak jako prevence s odkazem na významný obsah vitamínů, ale rovněž s tím, že produkt MultiLady může pomoci při léčbě již vzniklých komplikací. Jsme opravdu přesvědčeni, že produkt MultiLady je výborným doplňkem stravy a dokáže pomoci našim zákazníkům v mnoha ohledech. Nikdy jsme však netvrdili, že tento produkt definitivně vyléčí jakoukoliv nemoc.

V zákoně č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník, je v § 4 napsáno, že každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i schopnost užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat. Důvodová zpráva k tomuto ustanovení říká, že toto ustanovení slouží k ochraně třetích osob. Člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že konzumace takové přípravku nenahrazuje v žádném případě pestrou stravu a že s ohledem na vysoký zdroj vitamínů se jedná pouze a jen o doplněk stravy. Nikdo si nemůže myslet, že by produkt MultiLady mohl nahradit plnohodnotně běžnou stravu člověka. Odkaz na civilně právní úpravu dáváme jenom jako příklad a jako případné vodítko, když nemůže být přímo aplikovatelná na správní předpisy.“

## **b. Vyjádření ve věci RRTV/2018/722/had**

[18] „Nejdříve uvádíme, že pro stejný skutek jsou s námi vedena dvě správní řízení, a sice sp. zn.: RRTV/2018/722/had a sp.zn.: RRTV/2018/723/had. Žádáme tímto, aby obě tato správní řízení byla spojena do společného řízení. B. Sdělujeme, že je nám velmi líto, že se výslovně předmětný text během pořadu neuvedl. Již jsme učinili ve vztahu k výrobci pořadu veškeré kroky k tomu, aby se tato situace neopakovala.

Tímto se ještě jednou omlouváme. Jsme však přesvědčeni, že i přes výslovné neuvedení textu „doplňek stravy“ tato kategorizace byla z pořadu jednoznačně vyvoditelná. Produkt MultiLady byl v průběhu pořadu detailně divákům představen a popsán.

Divákům bylo odprezentováno, na co se produkt užívá a jaké látky obsahuje. V souvislosti s popisem nabízeného produktu moderátorka tento výslovně popisovala jako „multivitamin“ či „komplex vitamínů.“ Rovněž i volající do pořadu uvedli v souvislosti s produktem následující sdělení: - volající 1:34:15: "tento vitamín obsahuje tolik vitamínu", - volající 1:34:34: "je to skvělý vitamín", - volající 1:35:07: "to je výbornej výbornej vitamín".

To, že se jedná jednoznačně o doplňek stravy vyplývá přímo i z následujících citací pasáží z pořadu: Měla jsem problémy se zádama, měla jsem křeče v nohách, nedostatek hořčičku. A tento vitamín obsahuje tolik vitamínů, že jsem se nad tím pozastavila a vybrala jsem si ho... Je to skvělý vitamín, opravdu... "

Dále bylo přímo uvedeno, že tělo potřebuje zpracovávat potřebný vápník, čemuž napomáhá vitamín D a především vitamín K, který produkt obsahuje. Moderátorka rovněž uvedla, že produkt obsahuje také Ginkgo Bilobu a další věci, které zpracovali Ti nejlepší lékaři. Rovněž bylo v pořadu graficky znázorněno složení produktu - příkládáme v příloze. Z celého kontextu pořadu a ze všech prohlášení a prezentací produktu muselo být každému divákovi naprosto jasné, že tento produkt je vyroben za účelem doplnění běžné stravy o látky příznivě ovlivňující jeho zdravotní stav. V pořadu bylo několikrát zdůrazněno, že se jedná o přípravek plný vitamínů, který slouží právě jako doplňek stravy. Žádné informace tedy nebyly divákovi zatajovány.

RRTV nám rovněž ve svém vyjádření vytýká tu skutečnost, že v pořadu v čase 1:27:38 moderátorka Yana přivítala ve studiu další moderátorku Pavlu, která měla údajně vystupovat jako odborník vůči neznalé Yaně.

Tento závěr RRTV důrazně popíráme. Pořad jsme si několikrát prohlédli a z průběhu a obsahu vysílání toto v žádném případě nevyplývá. Popíráme, že by bylo našim cílem dvěma moderátorky jakkoliv ovlivnit diváky. To z pořadu nevyplývá a ani tato skutečnost nelze z pořadu jakkoliv dovodit. Navíc se obě moderátorky ničeho nedopustily. Rovněž se i ohrazujeme proti závěru RRTV, že by bylo našim cílem odprezentovat produkt jako zázračný přípravek, který dokáže vyléčit osteoporózu.

My jsme přesvědčeni, že produkt MultiLady je opravdu výborným doplňkem stravy a dokáže pomoci našim zákazníkům v mnoha ohledech. Nikdy jsme však netvrdili, že tento produkt definitivně vyléčí jakoukoliv nemoc.

V zákoně č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník, je v § 4 napsáno, že každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i schopnost užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat. Důvodová zpráva k tomuto ustanovení říká, že toto ustanovení slouží k ochraně třetích osob. Člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že konzumace takové přípravku nenahrazuje v žádném případě pestrou stravu a s ohledem na vysoký zdroj vitamínů se jedná o doplňek stravy. Nikdo si nemůže myslet, že by produkt MultiLady mohl nahradit plnohodnotně běžnou stravu člověka. Odkaz na civilně právní úpravu dáváme jenom jako příklad a jako případné vodítko, když nemůže být přímo aplikovatelná na správní předpisy. III. Závěrem uvádíme, že se jedná o první případ tohoto pochybení. RRTV však musí zohlednit zejména to, že celý pořad byl koncipován právě tak, aby byl divákům produkt zcela zřetelně představen a divák tak mohl učinit závěr o tom, že se jedná o doplňek stravy. 3

*Vzhledem k tomu, že se jednalo o naše první pochybení, tak zdvořile žádáme správní orgán, aby k těmto okolnostem přihlédl a od uložení pokuty upustil. Již samotné vedení tohoto řízení pro nás mělo dosti výrazný výchovný aspekt a učinili jsme opatření k nápravě. Uvádíme, že v případě, že uvedené řízení nebude s ohledem na naši argumentaci zastaveno, tak se nevzdáváme účasti na dokazování a rovněž se nevzdáváme práva na vyjádření se k podkladům.“*

### III.

#### **Správní uvážení Rady.**

##### **A. Návrh na spojení řízení**

[19] Ve věci návrhu obviněného - pachatele na spojení řízení dospěla Rada k závěru, že výše citovaná řízení o přestupku spolu úzce věcně souvisejí, týkají se stejného obviněného - pachatele, stejného pořadu a současně zde ani není žádná okolnost, která by spojení řízení bránila.

[20] Rada tedy dospěla k závěru, že i z hlediska procesní ekonomie a zásady hospodárnosti je vhodné všechna řízení o přestupku spojit do jednoho a přestupky projednat ve společném řízení.

[21] Rada dle ustanovení § 88 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb. a dle ustanovení § 140 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., spojila řízení o přestupku sp. zn. RRTV/2018/722/had a sp. zn. RRTV/2018/723/had, vedená se společností Emporia Style Kft., IČO: 01-09-170422, se sídlem 1012 Budapest, Márvány u. 17., DIČ: 12239856-2-41.

[22] Společné řízení bude nadále vedeno pod sp. zn. RRTV/2018/723/had.

##### **B. Vyjádření ve věci ke skutku dle § 5d odst. 3 – absence zákonného textu**

[23] V obchodním sdělení nebyl uveden zákonný text „doplňěk stravy“.

[24] Účastník - pachatel de facto přiznal pochybení. Byť se snaží uvést, že divák získal povědomí o obsažených látkách. Uvedený text v předmětném teleleshoppingu absentuje v obrazové složce, jakož i verbální, čímž došlo k porušení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy, neboť dle tohoto ustanovení musí být text doplňěk stravy, v případě reklamy na kategorii produktů označovaných jako doplňěk stravy, vždy uveden.

[25] V souladu s § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. došlo k porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním teleleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 20. června 2018 v čase od 7.20 hodin na programu Televize Barrandov, došlo k porušení povinnosti, aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplňěk stravy, obsahovala zřetelný text "doplňěk stravy". V předmětném obchodním sdělení tato kategorizace absentuje jak ve složce zvukové, tak ve formě zřetelného textu.



### C. Vyjádření ke skutku dle § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb. - léčebné účinky

[26] Meritem věci je posouzení, zda výše označené obchodní sdělení připisuje potravině léčebné a preventivní vlastnosti.

[27] Podle § 8a odst. 2 písm. j) zákona o regulaci reklamy v platném znění se právnická nebo podnikající fyzická osoba dopustí přestupku tím, že jako zadavatel poruší podmínky stanovené § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., dle čl. 7 odst. 3 a 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, kterým se stanoví, že informace o potravině nesmějí připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat, včetně související reklamy.

[28] V případě tohoto obchodního sdělení byly zjištěny tyto skutečnosti.

[29] V čase záznamu 1:27:38 hodin přivítala ve studiu další moderátorku, Pavlu. Její znalosti či odbornost nebyly uvedeny do kontextu, přesto lze konstatovat, že svým vystupováním působila dojmem experta na zdraví a výživu. Do studia přišla prezentovat výrobek zvaný MultiLady, doplněk stravy obsahující vitamíny, minerály a stopové prvky, který je dle informací výrobce i moderátorek vhodný zejména pro ženy. Těm také byla prezentace zásadně přizpůsobena.

[30] Moderátorka nejprve divákům osvětlila důvod, proč je ve studiu. *„Týká se to onemocnění, které samozřejmě většina z vás už zaslechla, možná, že někdo ne, tak si ho malinko přiblížíme. Toto onemocnění samozřejmě má své jméno a je to osteoporóza. Osteoporóza je onemocnění, takzvané řídnutí kostí, takže už jenom ten název vám asi naznačí, o co se asi tak jedná.“*

[31] Je tedy prokázáno, že moderátorka hovořila o onemocnění, které bylo explicitně jmenováno, jednalo se o osteoporózu.

[32] Dále moderátorka uvedla, že onemocnění způsobuje nedostatek vápníku a nazvala jej *„tichou nemocí“* a *„epidemií 21. století“*, která rok od roku postihuje více lidí. Součástí úvodního slova byly i fotografie a ilustrace vnitřku řídkých kostí, které protagonistka okomentovala: *„Ta kost je velmi křehoučká, velmi měkká, a lehce se zlomí. Tím samozřejmě nastává další problém, kdy tedy jsou nepříjemné zlomeniny. Pokud se to týká starších jedinců, tak samozřejmě už je tam ta rekonvalescence daleko těžší. Lidé se z toho samozřejmě těžce, nebo hůř, dostávají a může to mít opravdu velmi nepříjemné následky. Takže já si myslím, že bysme určitě měli začít hlavně prevencí.“* (1:29:12 hod) Pokračovala promítnutím fotografie postižené kosti se slovy: *„Podívejte se tady na to, toto je obrázek jednašedesátileté ženy. Jednašedesátileté ženy, která opravdu bohužel toto onemocnění měla. Říkám samozřejmě měla. Já si myslím, že nikdo z nás nechce mít takovéhle kosti.“* Následně se moderátorky shodly na tom, že je to velmi nepříjemné onemocnění, kterým ani jedna z nich nechce trpět, přičemž z hormonálních důvodů tato nemoc postihuje častěji ženy než muže.

[33] Druhá z moderátorek Yanu přesvědčovala, že má osteoporózu poměrně hodně lidí, a to i v České republice, a že onemocnění někdy způsobuje hrb na zádech, který často vidáme u lidí kolem nás. Slova doprovázely nejrůznější ilustrace, grafy a fotografie. S tím, že 80 % pacientů nedostane vhodnou léčbu, Pavla uvedla: *„Pokud cíleně někdo nepůjde po této nemoci, pokud si ji cíleně nenechá vyšetřit, tak se samozřejmě těžko na to přijde. (...) Takže já si myslím, že právě ta prevence by měla být to, co by každý z nás měl dělat.“* (1:33:30 hod) Divákům byly demonstrovány údaje o problematických aspektech zlomenin a „velmi velmi zdlouhavé rekonvalescenci“.

[34] Z obsahu slov moderátorek je zcela zřejmé, že odkazovaly na onemocnění a nutnost léčby, či jeho prevenci, a to s explicitním vyjádřením onemocnění osteoporózy.

[35] V dalším jednání moderátorek dochází k umocňování a utvrzování účinku přípravku ve vztahu ke zdraví a zejména pak vlivu na osteoporózu a její prevenci. Využity jsou rovněž reakce divaček, které přípravek měly užívat.

[36] V čase 1:34:33 se bez předchozího upozornění ozval hlas postarší ženy Anny, která zatelefonovala do studia a předala divákům své zkušenosti s doplňkem MultiLady. Nejprve děkovala pořadu Klenot TV za to, že má v nabídce tento výborný přípravek. Následně se jí moderátorka zeptala, co byl její problém, že se rozhodla zakoupit MultiLady. Žena odpověděla: *„Měla jsem problémy se zádama, měla jsem křeče v nohách, nedostatek hořčíku. A tento vitamín obsahuje tolik vitamínů, že jsem se nad tím pozastavila a vybrala jsem si ho a udělala jsem velmi velmi dobře, protože od té doby, co ho beru, se cítím lépe, nemám ty problémy, co jsem měla předtím a opravdu ho můžu doporučit všem zákazníkům. Je to skvělý vitamín, opravdu...“* Na moderátorčinu otázku, zda je pro ni život po užívání MultiLady příjemnější, sdělila: *„Určitě, určitě. Už jsem to řekla, že to používám a cítím se velice dobře. Můžu říct, že jsem ztratila veškerý problémy, co jsem měla...“*

[37] Protagonistka Pavla uvedla, že je život daleko příjemnější, pokud s tím lidé začnou něco dělat. Doplněk stravy opakovaně nazvala „řešením“. **„Takže dámy, pakliže chcete patřit k řadě těch spokojených a hlavně zdravých a dobře se pohybujících žen, tak tady máte v podstatě před sebou řešení.“**

[38] Další zpětné vazby údajných uživatelek se na obrazovce objevily ve formátu citátu, např.: Užívání produktu později potvrdila i sama moderátorka, která se prý cítí daleko lépe než předtím. Souhlasila s ní i další volající divačka Viola, která údajně dříve trpěla bolestmi zad, a s užíváním přípravku se to dle jejích slov velmi uklidnilo. Zlepšila se jak po fyzické stránce, tak se uvolnila i psychicky – „nenervuje se tolik“ (1:51:20 hod).

[39] Celá prezentace byla na první pohled koncipována jako nabídka zázračného přípravku, jenž dokáže vyléčit osteoporózu a obecně velmi ulehčit život ženským uživatelkám. Moderátorka v průběhu teleshoppingu sice několikrát sdělila, že je produkt určen k prevenci, tomu však neodpovídaly prostředky použité v prezentaci – telefonáty neznámých divaček, které se bez vysvětlení dovolaly do studia, aby sdělily své zkušenosti a vychválily produkt, neustálé opakování, že je MultiLady řešením na všechny zmíněné problémy apod. V záznamu bylo opakovaně explicitně řečeno, že se ženy po užívání produktu cítí mnohem lépe, nebolí je záda, jsou klidnější a zdravější. Popření toho, že se jedná pouze o preventivní výživový doplněk, názorně ilustruje moderátorka v čase 1:55:10 hod: *„Samozřejmě pokud už máte nějaké zdravotní komplikace, i tady vám může přinést úlevu, jak jste slyšeli od našich dvou úžasných dam, které tento výrobek užívají.“*

[40] Moderátorka se přitom neobávala ani většího nátlaku, a to zejména ve chvílích, kdy popisovala, jaký problém jsou zlomeniny ve starším věku, či v čase 1:57:56, kdy zacílila na zodpovědný přístup divaček k jejich zdraví: *„Takže je to čistě na vás. Bud'to budete zdravé a krásné, anebo stále budete pochybovat. Já se jenom bojím, aby opravdu někdy vás ta pochybovačnost zbytečně nestála i to zdraví.“*

[41] Přestože přípravek nebyl nazýván lékem, jeho popis toto evokoval. V kombinaci s nápisy na obrazovce, které po celou dobu informovaly o klesajícím počtu přípravků, jež jsou k dispozici, lze mluvit o nemalém nátlaku na především starší divačky, kterým byla prezentována lákavá možnost

pořídít si všeobjímající „řešení“ jejich zdravotních problémů. Ženy trpící osteoporózou mohly zakoupit MultiLady v domnění, že jim tento zázračný doplněk pomůže. Ostatním byla zákeřnost nemoci prezentována natolik neodvratně a ultimátně, že se mohly nechat snadno ovlivnit asertivní moderátorkou a MultiLady koupit proto, aby nikdy netrpěly problémy popsány ve studiu (řídnutí kostí, ucpávání cév, zapomínání, únava atd.).

[42] Předmětem skutkové podstaty § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb. je zamezit uvádění v omyl přisuzováním léčebných či preventivních účinků potravině. Pokud v reklamě zazní, že potravina takovéto účinky má, pak je zcela nepodstatné, komu je reklama určena a jak ji divák porozumí, neboť tyto účinky nemají být v žádném případě prezentovány. V tomto případě lze na podporu těchto závěrů uvést i příklady z judikatury, konkrétně rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 9. 2009, č. j. 1 As 49/2009, že „pro naplnění skutkové podstaty správního deliktu není rozhodné, zda byly v reklamě na doplněk stravy uváděny pravdivé informace o účincích užívání prezentovaného přípravku, ale zda kombinace obsahu reklamního sdělení a jejího grafického zpracování může v adresátech reklamy dojem, že prezentovaný doplněk stravy je lékem nebo přípravkem schopným lidské choroby léčit nebo jim předcházet.“

[43] V daném případě užití slova prevence a dalších jeho tvarů není uvedeno izolovaně, ale vždy dáno do souvislosti s užitím výrobku. Je tak jednoznačně dána příčinná souvislost mezi užíváním přípravku a jeho účinky, které jsou v případě tohoto obchodního sdělení prezentovány jako preventivní.

[44] Verbální složka je doplněna o grafické znázornění kosti, která je postižena řídnutím. Přičemž jsou rovněž uvedena vyobrazení mající za účel demonstrovat účinnost přípravku na základě vyobrazení odborníků z oblasti medicíny.



[45] Při interpretaci § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb. je nutno vycházet ze skutečnosti, že zákon o regulaci reklamy ve svých ustanoveních chrání spotřebitele, který jako adresát reklamy má pozici toho, komu jsou předávány konkrétně zaměřené informace o výrobcích (např. doplňcích stravy). Tyto informace nejsou však podávány ve své kompletnosti, nýbrž zcela účelově, selektivně se zaměřením na propagaci konkrétního výrobku. Reklama vždy slouží k podpoře prodeje či nákupu výrobku nebo služeb, toto je její definiční znak, od kterého nelze odhlédnout, a proto zákon ve svých ustanoveních chrání toho, komu jsou takovéto výběrové informace předávány. Z toho pohledu má adresát reklamy (spotřebitel) pozici slabšího subjektu, jemuž výše uvedený zákon poskytuje ochranu tím, že reklamu reguluje s ohledem na celospolečenské zájmy.

[46] K námitce pachatele týkající se skutečnosti, že každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka i schopnost užívat jej s běžnou péčí a opatrností a že to každý od ní může v právním styku důvodně očekávat. Důvodová zpráva k tomuto ustanovení říká, že toto ustanovení slouží k ochraně třetích osob. Člověk s průměrným rozumem naprosto jasně chápe, že konzumace takové přípravku nenahrazuje v žádném případě pestrou stravu a že s ohledem na vysoký zdroj vitamínů se jedná pouze a jen o doplněk stravy. Nikdo si nemůže myslet, že by produkt MultiLady mohl nahradit plnohodnotně běžnou stravu člověka. Odkaz na civilně právní úpravu dáváme jenom jako příklad a jako případné vodítko, když nemůže být přímo aplikovatelná na správní předpisy.“; uvádíme, že na průměrného spotřebitele v případě obchodní sdělení zaměřených na zlepšení zdraví a zdravotních funkcí je nutno nahlížet z pohledu judikatury a nikoliv jen účelovou interpretací právních předpisů.

[47] Nejvyšší správní soud např. v rozsudku ze dne 17. 1. 2014, č. j. 4 As 98/2013 - 88, uvedl: „(...)model průměrného spotřebitele jakožto měřítko pro aplikaci předpisů EU na ochranu spotřebitele vyvinul Soudní dvůr ve své rozsáhlé judikatuře. K posouzení, zda je reklama klamavá z pohledu průměrného spotřebitele, jsou soudy členských států (respektive zde žalovaná) zpravidla kompetentní i bez zadávání znaleckých posudků či zpracovávání průzkumů trhu, přičemž ohledně vnímání reklamy průměrným spotřebitelem berou v úvahu rozumnou míru pravděpodobnosti. Reklama je přitom považována za klamavou, pokud je pravděpodobné, že (by) zavádějící sdělení podstatně ovlivnilo chování značného počtu spotřebitelů (srov. např. rozsudek Soudního dvora ze dne 16. července 1998 ve věci C-210/96, Gut Springenheide GmbH, Recueil, s. I-4657, body 27 až 37). To, že se kritérium průměrného spotřebitele použije i na posuzování reklamy na doplňky stravy, vyplývá jak z odůvodnění nařízení č. 1924/2006 (bod 15), tak i z rozsudku Soudního dvora EU ze dne 18. 6. 2013 ve věci C-299/2012, Green Swan Pharmaceuticals CR, kde Soudní dvůr výslovně uvedl, že pro kvalifikaci tvrzení jakožto zdravotního tvrzení ve smyslu nařízení č. 1924/2006 je rozhodující výsledný dojem průměrného spotřebitele. (...) Průměrnost spočívá ve vyloučení extrémních poloh: na jedné straně se nejedná o spotřebitele, který by měl být nesoudný, a proto je zapotřebí jej chránit jako malé dítě, aby se mu náhodou něco nestalo, protože nemá vlastní rozum a je závislý toliko na tom, co za něj rozhodne moudře správní orgán, na druhé straně se ovšem ani nejedná o osobu natolik kritickou, která by byla zcela imunní vůči reklamním sdělením, jak stěžovatelka uvádí. Chování průměrného spotřebitele je zajisté reklamou, zejména pak televizní, ovlivňováno, v opačném případě by výrobci doplňků stravy i jiného zboží nevynakládali na reklamu vysoké prostředky, jak v reálném světě činí (...).“

[48] Průměrný spotřebitel je vymezen tzv. normativním modelem. Definice pak vychází z rozhodovací praxe soudů. Nicméně se s tímto pojmem lze setkat v rámci směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách, vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Průměrným spotřebitelem se podle této směrnice rozumí takový spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, a to s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Tuto definici vymezil Soudní dvůr Evropské unie a jedná se o tzv. normativní model průměrného spotřebitele.

[49] Podle legislativy EU nelze vnímat průměrného spotřebitele jako statický pojem. Naopak je nutné zohlednit specifické charakteristiky konkrétní cílové skupiny, které tuto skupinu spotřebitelů činí zvláště zranitelnou.

[50] Aplikujeme-li si model průměrného spotřebitele na případ jeho ovlivnění reklamou směřující k propagaci výrobku určeného k zlepšení zdravotního stavu, pak si v takovémto případě již s modelem průměrného spotřebitele nevystačíme, neboť je nutno počítat s možným iracionálním přístupem ve snaze dosáhnout uspokojení spotřebitelské potřeby ve vztahu ke zdraví a může

dojít k omezení kritického přístupu. Tyto skutečnosti potvrdila i judikatura, jak Městského soudu v Praze, tak zejména Nejvyššího správního soudu.

[51] Nejvyšší správní soud ve svém rozsudku 4 As 98/ze dne 17. 1. 2014 rozvedl teze směrnice více ve vztahu k spotřebiteli, který své spotřební rozhodování provádí pod vlivem onemocnění s cílem zlepšit svůj zdravotní stav, s tímto závěrem: „*Průměrný spotřebitel, který je průměrně informovaný, pozorný a rozumný, který je obecně měřítkem při posuzování reklamy, není natolik kritický, že by byl ve svém chování vůči účinkům reklamy zcela imunní. Pokud jsou cílovou skupinou reklamy nemocné osoby, je třeba zohlednit nižší kritičnost a větší důvěřivost vůči reklamě slibující vyléčení nemocí u takových spotřebitelů (čl. 5 odst. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).*“ Nejvyšší správní soud dále dovodil, že skupina osob nemocných určitou chorobou je obzvláště zranitelná jako cílová skupina reklamy na produkt slibující vyléčení, resp. odstranění příznaků této chorob. *Průměrný spotřebitel nemocný určitou chorobou je totiž nepochybně více náchylný uvěřit určitému tvrzení ohledně vyléčení jeho choroby než průměrný zcela zdravý spotřebitel.*

[52] Nejvyšší správní soud dále dovodil, že skupina osob nemocných určitou chorobou je obzvláště zranitelná jako cílová skupina reklamy na produkt slibující vyléčení, resp. odstranění příznaků této chorob. *Průměrný spotřebitel nemocný určitou chorobou je totiž nepochybně více náchylný uvěřit určitému tvrzení ohledně vyléčení jeho choroby než průměrný zcela zdravý spotřebitel.*

[53] Rada tak dospěla k závěru, že v případě tohoto obchodního sdělení dochází k umocnění dopadu na spotřebitele tím, že je demonstrován model poškozené kosti, spolu s „autentickými“ výpověďmi uživatelék.

[54] V takovém případě nedochází k možné jiné interpretaci, než že přípravek má skutečně dané léčivé vlastnosti. Průměrný spotřebitel je informován a utvrzován, že přípravek má určitou vlastnost, prokázanou na příkladech autentických výpovědí a modelu kostí. Je tedy zcela irrelevantní, aby na danou situaci byl aplikován model průměrného spotřebitele (ve smyslu jeho kritického hodnocení a přístupu), který má učinit takřka odborné rozhodnutí o skutečném účinku potraviny, když je mu podsouván zaručený účinek přípravku.

[55] Rada prokázala, že v předmětném obchodním sdělení jsou uvedeny takové prvky a obsahy, které zcela explicitně odkazují na lidská onemocnění, konkrétně osteoporózu. Inzerovaný přípravek je pak deklarován jako účinný prostředek k odstranění problémů, či jejich předejití. Z našeho pohledu se jedná o zcela evidentní porušení předpisu, které vyplývá z obsahu obchodního sdělení samotného a není nutná žádná intepretace právních předpisů, či judikatury.

[56] V souladu s § 8a odst. 2 písm. j) zákona č. 40/1995 Sb., má Rada za prokázané porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., dle čl. 7 odst. 3 a 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, kterým se stanoví, že informace o potravině nesmějí připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat, včetně související reklamy, neboť jsou v předmětném obchodním sdělení uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokující léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění osteoporózu a dalších zdravotních problémech, jako je například ucívání cév. Moderátorka ve studiu prohlašovala, že přípravek MultiLady pomáhá pacientům s osteoporózu, a to nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů, ale také jako řešení již existujících zdravotních problémů.

#### IV.

[57] Podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. j) a § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., Rada může uložit zadavateli reklamy, která je v rozporu s § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., dle čl. 7 odst. 3 a 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011, pokutu až do výše 2 000 000,- Kč podle závažnosti porušení povinností, a to i opakovaně.

[58] Podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) a § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., Rada může uložit zadavateli reklamy, která je v rozporu s § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., pokutu až do výše 2 000 000,- Kč podle závažnosti porušení povinností, a to i opakovaně.

[59] Úhrnný trest tak nesmí překročit horní hranici 2 000 000 Kč.

[60] Při určení druhu a výměry správního trestu podle § 37 písm. a) a g) se přihlédne k povaze a závažnosti přestupku, u právnické nebo podnikající fyzické osoby k povaze její činnosti,

[61] Dle § 38 je povaha a závažnost přestupku je dána zejména

- a) významem zákonem chráněného zájmu, který byl přestupkem porušen nebo ohrožen,
- b) významem a rozsahem následku přestupku,
- c) způsobem spáchání přestupku,
- d) okolnostmi spáchání přestupku,
- e) u fyzické osoby též druhem a mírou jejího zavinění, popřípadě pohnutkou, je-li tato známkou skutkové podstaty přestupku,
- f) délkou doby, po kterou trvalo protiprávní jednání pachatele nebo po kterou trval protiprávní stav udržovaný protiprávním jednáním pachatele,
- g) počtem jednotlivých dílčích útoků, které tvoří pokračování v přestupku.

[62] K přestupku došlo šířením obchodního sdělení prostřednictvím televizního vysílání, tedy masovým komunikačním médiem, dopad ani dosah vysílání nebyl v rámci řízení hodnocen, proto není tato skutečnost přitěžující a nebude k ní přihlíženo.

[63] Je nutné reflektovat, že došlo k porušení dvou skutkových podstat, přičemž v obchodním sdělení je deklarován léčebný a preventivní účinek potraviny a současně dochází k eliminaci sdělení, že se jedná o doplněk stravy. Kumulativně tak divák získává zcela mylné či neúplné informace o kategorii a skutečném charakteru přípravku.

[64] Za rozhodnou okolnost (§ 38 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb.) považujeme fakt, že oblast zdraví a s tím spojeného inzerování přípravků určených ke zlepšení zdravotního stavu je citlivou kategorií, která podléhá přísné regulaci, jelikož nemocný a zranitelný spotřebitel vyžaduje zvýšenou ochranu. Jakékoliv porušení předpisů (klamání spotřebitele o povaze výrobku) v této oblasti je nutno hodnotit jako závažné.

[65] Co se týče trvání přestupku, je k tomuto aspektu nutno přihlédnout z toho hlediska, že předmětný teleshopping byl odvysílán jen jednou. Je zde tedy rozdílná situace od případů, kdy k porušení zákona dojde odvysíláním reklamy v premiéře a reprízách a kdy lze odvíjet dopad na diváka z kvantitativního hlediska od počtu repríz.

[66] V případě teleshoppingu je podstatný „kvalitativní“ dopad na diváka, neboť z tohoto pohledu může mít na něj závažnější dopad, jelikož zde není zkratkovitá prezentace v řádu několika sekund jako v případě reklamy v běžné televizní formě, ale naopak je zde dán prostor pro sofistikovanější přístup k informování diváka o charakteru a účincích produktu, což je i případem tohoto

předmětného obchodního sdělení, kdy erudovanou formou, za pomoci vyobrazení a znázornění onemocnění dochází k utvrzování o účincích přípravku. Mnohokrát zazní slova jako léčba, prevence, či explicitní vyjádření onemocnění.

[67] Rovněž jsou využity apelativní formy sdělení vztahující se k účinku přípravku a zdraví. „*Takže je to čistě na vás. Bud'to budete zdravé a krásné, anebo stále budete pochybovat. Já se jenom bojím, aby opravdu někdy vás ta pochybovačnost zbytečně nestála i to zdraví*“, což je možno hodnotit jako vyvolávání obav o zdraví a nátlak.

[68] Porušení zákona Rada shledala za prokazatelně závažné. Účastník užil takové formulace, které jednoznačným způsobem přisuzují doplňku stravy (potravině) vlastnosti léčby či prevence.

[69] Tolerovat porušení zákona v tak citlivé oblasti jakou je reklama, respektive teleshopping, která se přímo dotýká lidského zdraví, by znamenalo rezignovat na základní funkce státu při ochraně chráněných zájmů a hodnot, na jejichž žebříčku ochrana zdraví a života jistě zaujímají přední místa.

[70] Ve vztahu k předmětu skutku a formy, tedy teleshopping zaměřený na léčebné či preventivní účinky doplňku stravy spolu s demonstrováním účinků, či možného vzniklého postižení, uložila Rada v minulosti již sankce nad polovinou zákonné sazby, jelikož taková porušení vnímá jako závažná.

[71] Rada neshledala důvod pro uplatnění plného zákonného rozpětí, byť chráněný zájem je v daném případě nutno označit za významný a porušení za závažné.

[72] V daném případě tedy shledala důvod pro uložení mírnější sankce v dolní polovině zákonné sazby za účelem předejití dalších případných porušení ze strany pachatele.

[73] Rada tak uložila sankci ve výši 750 000 Kč.

[74] Vzhledem k tomu, že řízení o přestupku vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada 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.

#### **Poučení:**

Proti tomuto rozhodnutí lze v souladu s ustanovením § 65 a násl. zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě dvou měsíců od doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

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