



Jedn. identifikátor 406121-RRTV

Naše č. j. RRTV/6470/2021-
had

David Svoboda, m2dznc

Sp. zn. RRTV/2020/903/had
Zasedání Rady 9-2021/poř. č. 42

Vyřizuje: AO

Datum, místo 13. 5. 2021, Praha

Rozhodnutí

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, účinných v době odvysílání obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), dle § 8a odst. 2 písm. j) a § 8a odst. 6 písm. b) 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. května 2021 takto:

1. Obviněný zadavatel reklamy, Emporia Style Kft., IČO: 01-09-170422, se sídlem 1012 Budapest, Márvány u. 17., DIČ: 12239856-2-41, se uznává vinným 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, kterého se dopustil zadáním reklamy/teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 3. listopadu 2020 od 9:27 hodin na programu BARRANOV KRIMI, neboť byla do předmětného obchodního sdělení zařazena část propagující doplněk stravy MultiLady, v níž byly uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění pohybového aparátu, zlomeninách, bolestech, nespavosti, osteoporóze aj. Teleshopping obsahoval vyjádření o produktu MultiLady, který je doplňkem stravy, že pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů.

2. Za přestupek se pachateli v souladu s § 8a odst. 6 písm. b), ukládá pokuta ve výši 100 000 Kč (slovy: jedno stotisíc korun). Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2020903.

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 jeden tisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2020903 úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

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 z moci úřední pro možné porušení § 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 3. listopadu 2020 od 9:27 hodin na programu BARRANDOV KRIMI, mohlo dojít 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 byla do předmětného obchodního sdělení zařazena část propagující doplněk stravy MultiLady, v níž byly uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění pohybového aparátu, zlomeninách, bolestech, nespavosti, osteoporóze aj. Teleshopping obsahoval vyjádření o produktu MultiLady, který je doplňkem stravy, že pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů.

Kontrolní monitoring Rady odhalil, že obchodní sdělení *MultiLady*, zařazené v rámci teleshoppingu Klenot TV odvysílaného dne 3. listopadu 2020 od 9:27 hodin na programu BARRANDOV KRIMI, obsahovalo řadu problematických tvrzení týkajících se proklamací o léčebných účincích produktu.

Na začátku byl výrobek uveden reklamním videem s tímto komentářem: *„MultiLady obsahuje rostlinné výtažky, vitamíny, minerály, stopové prvky a koenzym Q, který je speciálně určen pro ženy. Pocit větší energie, zdravá kůže, vlasy a nehty, normální zrak, ochrana před stresem, imunita, zdravé kosti. Všechny potřebné vitamíny, minerály a bylinné extrakty v jediné tabletě.“* Poté diváky přivítala moderátorka ve studiu, která ze všeho nejdříve připomněla, že právě procházíme chřipkovým obdobím, a proto je třeba, abychom se chránili a posilovali imunitní systém. V rámci své promluvy popsala, jak se projevuje nedostatek vitamínů a minerálů. Hovořila o problémech s únavou, padáním vlasů, náchylnosti k infekcím apod. Posléze se přesunula k tématu osteoporóza, tedy onemocnění, které může nastat, když lidskému tělu schází důležité prvky, jako je vápník. Její komentář doprovázely fotografie a ilustrace postižených kostí. Diváci měli možnost dozvědět se také to, že osteoporóza má za následek časté zlomeniny (např. *„Osteoporóza je hlavní příčinou zlomeniny kyčle. Ve více než 30 % případů umírají lidé z tohoto důvodu do jednoho roku!“*). Protagonistka v průběhu sdělení apelovala na to, aby diváci důsledně dbali na prevenci, užívali vápník, vitamín D a vitamín K. Poté představila složení nabízeného produktu MultiLady, na obrazovce se objevila i podrobná tabulka.

V čase 57:35 minut od začátku záznamu moderátorka na telefonu nečekaně uvítala divačku Marii. Není jasné, proč se Marie ve vysílání objevila, jelikož moderátorka k podobným hovorům nevyzvala. Jednalo se zjevně o předem domluvený telefonát, který měl divákům ilustrovat spokojenost zákaznice. Marie hovořila o svojí velice pozitivní zkušenosti s doplňkem stravy, který prý zakoupila z důvodu bolesti nohou, zad a opotřebovaného pohybového ústrojí. Uvedla, že si určitě zakoupí další balení produktu, jenž prý *„ztlumuje absolutně bolest“*, *„může potom všechno*

dělat úplně bez problémů“. Přípravek vyřešil i její problémy se spaním. Teď je prý je fit, krásně spí, nohy ji přestaly bolet, a je velice spokojená. Moderátorka reagovala slovy: „*No to zní doslova jako zázrak.*“ Hovor skončil divaččiným porovnáním MultiLady s dříve používanými potravinovými doplňky, které podle ní neměly absolutně žádný efekt. I moderátorka následně velmi vágně popsala svoji zkušenost. Kvůli genetickému problému by prý byla dlouho upoutána na lůžko, nebýt doplnku stravy MultiLady.

Po 15 minutách od začátku nabídky moderátorka představila cenu výrobku (850 Kč za měsíční balení) a oznámila speciální akci „2 + 1 balení zdarma“ (celkem 1700 Kč).

Vysílání pokračovalo dalším vyzdvihováním účinků, které má produkt na organismus. V 65. minutě záznamu protagonistka uvedla, že prakticky každý, kdo si jej objednal, pocítil změnu ještě dříve, než dobral první balení. Zatímco hovořila o nutnosti celoročního posilování imunitního systému, pohybu, potřebě jíst ovoce, zeleninu a otužovat se, a o tom, jak důležitá je prevence, kamera zabírala balení MultiLady a údaje o jeho složení.

V čase 1:08:00 hod od začátku záznamu se do studia dovolala další divačka, opět jménem Marie, která se také podělila o své zkušenosti s MultiLady. Doplněk se prý rozhodla zkusit poté, co si před rokem zlomila nohu v kotníku. Viděla reklamu, rozhodla se jej užívat a kotník se výborně zahojil. Pak si dokonce všimla, že už ji nebolí kolena a přestala trpět na návaly horka spojené s přechodem. „*Mám čtyři vnoučata, chci si jich užívat a chtěla bych být zdravá, takže zase si MultiLady zakoupím.*“

V pořadu bylo opakovaně řečeno, že zadavatel přípravek již delší dobu ve vysílání nenabízel, tudíž se jedná o jedinečnou příležitost si jej pořídit. Dojem exkluzivity umocňoval i snižující se počet výrobků, které byly dle nápisů na obrazovce a slov moderátorky v daný moment k dispozici („*Pospíchejte, protože čas se nám krátí, počet možností nám ubývá!*“). Produkt MultiLady byl prezentován jako výjimečný a na rozdíl od jiných doplňků stravy „opravdu účinný“. Sama moderátorka přiznala, že při užívání jakýchkoliv doplňků v minulosti nikdy nic necítila, byla často nemocná a unavená, to se změnilo až s MultiLady. V závěru opět zmínila péči o imunitní systém a boj proti osteoporóze. Mladší divačky oslovila tvrzením, že každá žena od 20. roku života by měla dbát na prevenci osteoporózy.

Doplňme, že moderátorka v průběhu teleshoppingu zmínila také to, že nabízený produkt je doplňkem stravy a nenahrazuje léky od lékařů (62. minuta od začátku záznamu). Stejně tak uvedla, že produkt „nefunguje na počkání“, nejedná se o „žádnou kouzelnou tabletku“, která zabere hned. Dle jejích slov je potřeba dlouhodobá prevence. Tato slova však byla upozaděna tvrzeními o zázračných účincích přípravku a především zkušenostmi divaček, které o MultiLady prohlašovaly pravý opak - „se vším hned pomohl“, „vše přestalo bolet“, „problémy pominuly“.

Dle Rady všechna výše popsaná tvrzení a použité audiovizuální prvky ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplnku stravy MultiLady. Dle popisu produkt pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů, jako jsou onemocnění pohybového aparátu, zlomeniny, bolesti, nespavost, osteoporóza aj. Divákům jsou prezentovány obrázky a fotografie onemocnění kostí. Současně je opakovaně upozorňováno

na to, že se nacházíme v období chřipek. Zvláště v této době, kdy mají lidé obavy o své zdraví z důvodu celosvětové koronavirové pandemie, mohou zejména starší diváci podlehnout nabídce „zázračného“ přípravku, který mezi ostatními doplňky stravy nemá obdoby, a pod nátlakem se rozhodnout pro jeho koupi.

Na základě uvedeného dospěla Rada k závěru, že došlo k možnému porušení § 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. Správní řízení bylo zahájeno dne 21. 12. 2020 pod sp. zn. RRTV/2020/903/had.

Dokazování v rámci řízení o přestupku spis. zn. RRTV/2020/903/had bylo provedeno zhlédnutím záznamu teleshoppingu Klenot TV propagujícího doplněk stravy MultiLady, odvysílaného dne 3. listopadu 2020 od 9:27 hodin na programu BARRANDOV KRIMI, dne 23. února 2021.

Vyjádření účastníka:

Vyjádření ze dne 22. 1. 2021

Obviněný uvádí, že po celou dobu předmětného pořadu byla na obrazovce průběžně uváděna informace v textové podobě, že produkt MultiLady je doplněk stravy (což ostatně v oznámení uvádí i Rada). Textová informace o tom, že se jedná o doplněk stravy, přitom byla dostupná mimo jiné přímo u telefonního čísla pro objednávání, a to mimo jiné právě z důvodu, aby se vyloučilo riziko, že si divák této informace nevšimne.

Moderátorka v průběhu předmětného pořadu dále výslovně sdělovala, že MultiLady je pouze doplňkem stravy a nenahrazuje léky od lékařů, či že „nefunguje na počkání“ a že se nejedná o „žádnou kouzelnou tabletku“, která zabere hned.

Obviněný dále doplňuje, že moderátorka po celou dobu předmětného pořadu ani jednou nezmínila, že by produkt MultiLady měl být lékem na obtíže pohybového aparátu, zlomeniny, nespavost či osteoporózu. Moderátorka naopak v průběhu celého předmětného pořadu hovořila o produktu MultiLady jako o doplňku stravy s tím, že explicitně uváděla, že se o lék nejedná.

Léčebný účinek produktu MultiLady naopak v žádném případě nelze dovozovat ze sdělení, na která v oznámení odkazuje Rada („se vším mi hned pomohl“, „vše přestalo bolet“ či „problémy pominuly“), kdy se jedná o zcela obecná sdělení o určitých pozitivních účincích produktu MultiLady, kdy z těchto sdělení nevyplývá, že by se vztahovala k nějaké konkrétní nemoci. Zároveň platí, že výše uvedené informace o pozitivních účincích produktu MultiLady byly prezentovány výhradně zprostředkovaně v rámci osobních sdělení volajících. Obviněný v této souvislosti doplňuje, že se v posuzovaném případě jednalo o živé vysílání, kdy obviněný neměl možnost jakkoli ovlivnit obsah těchto sdělení třetích osob, a žádá, aby k této skutečnosti bylo přihlédnuto.

S ohledem na výše uvedené je tedy obviněný přesvědčen, že je vyloučeno, aby jakýkoli divák mohl přisuzovat produktu MultiLady vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, neboť produkt MultiLady byl v předmětném pořadu prezentován vždy pouze jako doplněk stravy, který je vhodné užívat z důvodu významného obsahu účinných látek, vitamínů či jiných důležitých prvků.

Obviněný je s ohledem na výše uvedené přesvědčen, že divák s průměrným rozumem (a to i v případě diváků trpících např. problémy s únavou a i v době šíření koronavirové únavy) musí zcela zřetelně chápat, že konzumace nabízeného doplňku stravy v žádném případě nemůže zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit.

S ohledem na výše uvedené je obviněný přesvědčen, že z jeho strany k porušení ustanovení § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy nedošlo, a proto navrhuje, aby nadepsaný správní orgán řízení o přestupku zastavil.

Vyjádření ze dne 23. 3. 2021

Obviněný v první řadě odkazuje na své vyjádření ze dne 22. ledna 2021, přičemž pro úplnost dále doplňuje následující skutečnosti. V pasážích předmětného pořadu, na které odkazuje Rada, nebyly uváděny žádné informace o tom, že by nabízený přípravek Multilady měl sloužit k vyléčení nějaké konkrétní nemoci.

Pokud se diváčky vyjádřily o účincích produktu Multilady, tak se jednalo vždy o obecná sdělení, jako např., že „zmírňuje bolest.“ Moderátorka předmětného pořadu navíc (nad rámec textové informace „potravinový doplněk“ dostupné po celou dobu trvání předmětného pořadu) výslovně upozorňovala, že produkt Multilady je pouze doplněk stravy, že nenahrazuje léky od lékařů, že nefunguje na počkání, či že se nejedná o žádnou kouzelnou tabletku, a že je nezbytné konzultovat případné zdravotní obtíže s lékařem (viz např. čas 0:28:40 či čas 034:55 od začátku předmětného pořadu).

Obviněný je proto přesvědčen, že každý divák musí zcela zřetelně chápat, že konzumace nabízeného doplňku stravy v žádném případě nemůže zabránit konkrétní lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit.

Obviněný navíc doplňuje, že v rámci celé délky předmětného pořadu (cca 40 minut), tvoří potenciálně problematické pasáže, na které odkazuje Rada, pouze zanedbatelnou část předmětného vysílání (např. oba telefonické hovory s uživateli produktu mají dohromady stopáž pouze cca 3-4 minuty).

Obviněný navíc uvádí, že předmětný pořad byl vysílán ve všední den od 9:27 dopoledne, tedy v čase, který není diváčky atraktivní a kdy je obecně velmi nízká sledovanost. Předmětný pořad byl navíc vysílán na program BARRADOV KRIMI, tedy na program, který má také obecně velmi nízkou sledovanost.

S ohledem na výše uvedené je obviněný přesvědčen, že z jeho strany k porušení ustanovení § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy nedošlo, a proto opětovně navrhuje, aby nadepsaný správní orgán řízení o přestupku zastavil.

Pro případ, že by se Rada s výše uvedeným názorem obviněného neztotožnila, tak obviněný žádá, aby Rada přihlédla k výše uvedeným okolnostem, a to zejména k nízké sledovanosti předmětného pořadu a dále k tomu, že obviněný v rámci předmětného pořadu zdůrazňoval důležitost prevence, jakož i to, že produkt Multilady není lék, ani že nemůže odbornou lékařskou péči nahradit, a zdůrazňoval nezbytnost lékařských prohlídek, a od uložení správního trestu upustila, či aby uložila obviněnému pouze napomenutí.

Správní uvážení Rady:

Obviněný namítá, že v průběhu celého předmětného vysílání moderátorka zřetelně a opakovaně zdůrazňovala, že nabízený produkt je doplněk stravy, tato skutečnost ovšem

neznamená nic jiného, než že byla naplněna povinnost dle § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy, který stanoví povinnost uvádět text doplněk stravy.

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 potravinu 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 z 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.“*

Na této skutečnosti nemění tedy nic ani fakt, jak uvádí účastník, že po celou dobu byl divák obeznámen, že se jedná o přípravek, který je doplněk stravy. (Uvedení informace o tom, že přípravek je doplněk stravy, je jen naplněním jiné zákonné povinnosti.)

Rovněž není rozhodující, zdali v obchodním sdělení ze strany moderátorky zazněl odkaz na konkrétní onemocnění. Obchodní sdělení je třeba posoudit komplexně co do jeho vyznění.

Obviněný dále doplňuje, že moderátorka po celou dobu předmětného vysílání ani jednou nezmínila, že by produkt měl být lékem na obtíže pohybového aparátu, zlomeniny, nespavost či osteoporózu. Moderátorka naopak v průběhu celého předmětného pořadu hovořila o produktu MuliLady jako o doplňku stravy s tím, že explicitně uváděla, že se o lék nejedná.

Není podstatné, že moderátorka na jedné straně jasně konstatuje, že produkt není lék, když vzápětí spotřebiteli přislíbí, že se užíváním produktu zbaví svých zdravotních problémů či jim předejde.

Spotřebiteli – pacientovi je totiž v zásadě jedno, zda se léčí „lékem“, nebo něčím, co „lékem není“, ale přitom ho to účinně zbavuje zdravotních problémů (= léčí). Je-li nemocný člověk efektivně přesvědčován o léčivých účincích neléku, pak jej rád zakoupí, protože pochopitelně hledá jakoukoli formu účinné pomoci, která by mu přinesla úlevu.

Rozhodně není nikterak liberující tvrzení obviněného, že deklarované účinky zazněly zprostředkovaně od volajících. Nelze přijmout argument účastníka, že se v posuzovaném případě jednalo o živé vysílání, kdy zadavatel neměl možnost jakkoli ovlivnit obsah těchto sdělení třetích osob. Zodpovědnost zadavatele za obsah obchodního sdělení je absolutní a nelze se odvolávat na nemožnost ovlivnění obsahu. Je třeba zdůraznit, že celý „pořad“ byl řádně odděleným a rozeznatelným obchodním sdělením – teleshoppingem. Vše, co v jeho rámci zaznělo, je tak nedílnou součástí obchodní nabídky. Neexistuje nic, co by bylo možné považovat za „náhodný prvek“ obchodního sdělení. Vše, co je součástí obchodního sdělení, je součástí persvasivních technik sloužících k podpoře prodeje propagovaných služeb nebo produktů. Prohlášení šťastných a spokojených zákazníků jsou zcela standardní součástí teleshoppingových bloků na jakékoli produkty.

K námitce účastníka, týkající se průměrného diváka s průměrným rozumem, je nutno uvést, že v obchodním sdělení jasně a explicitně zazní názory a zkušenosti „divaček“. Pokud spotřebitel získá uvedené informace podepřené „skutečnými“ případy ze života, pak je zcela jasné, že není rozhodující kategorie produktu, ale to, jakým způsobem dochází k zpodobnění jeho účinku, což je v daném případě konkrétními odkazy na efekt u reálných osob. Doporučení osob trpících podobným zdravotním problémem je jednou z nejefektivnějších přesvědčovacích metod, které jsou v reklamě často užívané.

Mimo to Nejvyšší správní soud ve svém rozsudku 4 As 98/2013 – 88 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 nemoci 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. I tento argument hovoří pro to, aby byla předmětná reklama hodnocena relativně přísněji.*

Na základě uvedené argumentace bylo prokázáno, že ze strany účastníka nebyly uvedeny žádné důvody, které by co do skutkového stavu vyvrátily závěry obsažené v usnesení o zahájení řízení o přestupku či zjištěné v průběhu řízení.

Podle § 5d odst. 2 písm. d) věty první zákona o regulaci reklamy, ve znění účinném do 16. 8. 2015, reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména přisuzováním potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat. Rada shodně jako Nejvyšší správní soud se interpretací § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy již opakovaně zabývala. V rozsudku ze dne 25. 9. 2008, č. j. 7 As 48/2008 – 72 je uvedeno, že *„[d]oplňěk stravy je v souladu s platnou právní úpravou potravinou, a proto nelze akceptovat reklamní sdělení, které tuto potravinu způsobem prezentace a charakteristikou přiblíží léčivům, až dokonce vyvolá dojem, že v podstatě se jedná o léčivo.“*

Dle popisu produkt pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů, jako jsou onemocnění pohybového aparátu, zlomeniny, bolesti, nespavost, osteoporóza aj. Divákům jsou prezentovány obrázky a fotografie onemocnění kostí. Současně je opakovaně upozorňováno na to, že se nacházíme v období chřipek. Zvláště v této době, kdy mají lidé obavy o své zdraví z důvodu celosvětové koronavirové

pandemie, mohou zejména starší diváci podlehnout nabídce „zázračného“ přípravku, který mezi ostatními doplňky stravy nemá obdoby.

Na začátku byl výrobek uveden reklamním videem s tímto komentářem: *„MultiLady obsahuje rostlinné výtažky, vitamíny, minerály, stopové prvky a koenzym Q, který je speciálně určen pro ženy. Pocit větší energie, zdravá kůže, vlasy a nehty, normální zrak, ochrana před stresem, imunita, zdravé kosti. Všechny potřebné vitamíny, minerály a bylinné extrakty v jediné tabletě.“* Poté diváky přivítala moderátorka ve studiu, která ze všeho nejdříve připomněla, že právě procházíme chřipkovým obdobím, a proto je třeba, abychom se chránili a posilovali imunitní systém. V rámci své promluvy popsala, jak se projevuje nedostatek vitamínů a minerálů. Hovořila o problémech s únavou, padáním vlasů, náchylnosti k infekcím apod. Posléze se přesunula k tématu osteoporóza, tedy onemocnění, které může nastat, když lidskému tělu schází důležité prvky, jako je vápník. Její komentář doprovázely fotografie a ilustrace postižených kostí. Diváci měli možnost dozvědět se také to, že osteoporóza má za následek časté zlomeniny (např. *„Osteoporóza je hlavní příčinou zlomeniny kyčle. Ve více než 30 % případů umírají lidé z tohoto důvodu do jednoho roku!“*). Protagonistka v průběhu sdělení apelovala na to, aby diváci důsledně dbali na prevenci, užívali vápník, vitamín D a vitamín K. Poté představila složení nabízeného produktu MultiLady, na obrazovce se objevila i podrobná tabulka.

V čase 57:35 minut od začátku záznamu moderátorka na telefonu nečekaně uvítala divačku Marii. Není jasné, proč se Marie ve vysílání objevila, jelikož moderátorka k podobným hovorům nevyzvala. Jednalo se zjevně o předem domluvený telefonát, který měl divákům ilustrovat spokojenost zákaznice. Marie hovořila o svojí velice pozitivní zkušenosti s doplňkem stravy, který prý zakoupila z důvodu bolesti nohou, zad a opotřebovaného pohybového ústrojí. Uvedla, že si určitě zakoupí další balení produktu, jenž prý *„ztlumuje absolutně bolest“*, *„může potom všechno dělat úplně bez problémů“*. Přípravek vyřešil i její problémy se spaním. Teď je prý je fit, krásně spí, nohy ji přestaly bolet, a je velice spokojená. Moderátorka reagovala slovy: *„No to zní doslova jako zázrak.“* Hovor skončil divaččiným porovnáním MultiLady s dříve používanými potravinovými doplňky, které podle ní neměly absolutně žádný efekt. I moderátorka následně velmi vágně popsala svoji zkušenost. Kvůli genetickému problému by prý byla dlouho upoutána na lůžko, nebýt doplňku stravy MultiLady.

Vysílání pokračovalo dalším vyzdvihováním účinků, které má produkt na organismus. V 65. minutě záznamu protagonistka uvedla, že prakticky každý, kdo si jej objednal, pocítil změnu ještě dříve, než dobral první balení. Zatímco hovořila o nutnosti celoročního posilování imunitního systému, pohybu, potřebě jíst ovoce, zeleninu a otužovat se, a o tom, jak důležitá je prevence, kamera zabírala balení MultiLady a údaje o jeho složení.

V čase 1:08:00 hod od začátku záznamu se do studia dovolala další divačka, opět jménem Marie, která se také podělila o své zkušenosti s MultiLady. Doplněk se prý rozhodla zkusit poté, co si před rokem zlomila nohu v kotníku. Viděla reklamu, rozhodla se jej užívat a kotník se výborně zahojil. Pak si dokonce všimla, že už ji nebolí kolena a přestala trpět na návaly horka spojené s přechodem. *„Mám čtyři vnoučata, chci si jich užívat a chtěla bych být zdravá, takže zase si MultiLady zakoupím.“*

V pořadu bylo opakovaně řečeno, že zadavatel přípravků již delší dobu ve vysílání nenabízel, tudíž se jedná o jedinečnou příležitost si jej pořídit. Dojem exkluzivity umocňoval i snižující se počet výrobků, které byly dle nápisů na obrazovce a slov moderátorky v daný moment k dispozici („*Pospíchejte, protože čas se nám krátí, počet možností nám ubývá!*“). Produkt MultiLady byl prezentován jako výjimečný a na rozdíl od jiných doplňků stravy „opravdu účinný“. Sama moderátorka přiznala, že při užívání jakýchkoliv doplňků v minulosti nikdy nic necítila, byla často nemocná a unavená, to se změnilo až s MultiLady. V závěru opět zmínila péči o imunitní systém a boj proti osteoporóze. Mladší divačky oslovila tvrzením, že každá žena od 20. roku života by měla dbát na prevenci osteoporózy.

Doplňme, že moderátorka v průběhu teleshoppingu zmínila také to, že nabízený produkt je doplňkem stravy a nenahrazuje léky od lékařů (62. minuta od začátku záznamu). Stejně tak uvedla, že produkt „nefunguje na počkání“, nejedná se o „žádnou kouzelnou tabletku“, která zabere hned. Dle jejích slov je potřeba dlouhodobá prevence. Tato slova však byla upozaděna tvrzeními o zázračných účincích přípravku a především zkušenostmi divaček, které o MultiLady prohlašovaly pravý opak - „se vším hned pomohl“, „vše přestalo bolet“, „problémy pominuly“.

Rada shledala, že všechna výše popsaná tvrzení a použité audiovizuální prvky ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy MultiLady. Dle popisu produkt pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů, jako jsou onemocnění pohybového aparátu, zlomeniny, bolesti, nespavost, osteoporóza aj. Divákům jsou prezentovány obrázky a fotografie onemocnění kostí. Současně je opakovaně upozorňováno na to, že se nacházíme v období chřipek. Zvláště v této době, kdy mají lidé obavy o své zdraví z důvodu celosvětové koronavirové pandemie, mohou zejména starší diváci podlehnout nabídce „zázračného“ přípravku, který mezi ostatními doplňky stravy nemá obdoby, a pod nátlakem se rozhodnout pro jeho koupi.

Na základě uvedeného dospěla Rada k závěru, že došlo k porušení § 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. zadáním reklamy/teleshoppingu Klenot TV, odvysílaného dne 3. listopadu 2020 od 9:27 hodin na programu BARRANDOV KRIMI, mohlo dojít 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 byla do předmětného obchodního sdělení zařazena část propagující doplněk stravy MultiLady, v níž byly uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy MultiLady při onemocnění pohybového aparátu, zlomeninách, bolestech, nespavosti, osteoporóze aj. Teleshopping obsahoval vyjádření o produktu MultiLady, který je doplňkem stravy, že pomáhá nejen jako prevence a zdroj potřebných vitamínů a minerálů, ale i při řešení již existujících zdravotních problémů.

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.

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,

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.

K porušení právního předpisu došlo šířením obchodního sdělení prostřednictvím televizního vysílání, tedy masovým komunikačním médiem, dopad ani dosah vysílání nebyl v řízení hodnocen, přesto máme za to, že obchodní sdělení Klenot TV, odvysílané od 9:27 hodin na programu BARRANDOV KRIMI, bylo odvysíláno v čase, který není divácky atraktivní a kdy je obecně velmi nízká sledovanost. Předmětný teleshopping byl navíc vysílán na programu BARRANDOV KRIMI, tedy na programu, který má také obecně velmi nízkou sledovanost. Uvedenou skutečnost je nutno vnímat jako významně polehčující.

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.

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, o nemocech, jejich rozšíření a nebezpečnosti, což je i případem tohoto předmětného obchodního sdělení. Navíc jsou zde prezentované pozitivní zkušenosti z praxe – od spokojených uživatelů produktu.

Porušení zákona je možné považovat za prokazatelně závažné. Účastník užil takové formulace, které jednoznačným způsobem přisuzují doplňku stravy (potravině) vlastnosti léčby či prevence.

Jako velmi závažnou shledáváme okolnost (§ 38 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb.), 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. 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 zauímají přední místa.

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.

Rada v případě tohoto řízení neshledala dostatečný důvod pro uplatnění plného zákonného rozpětí výše sankce, byť chráněný zájem je v daném případě nutno označit za významný a porušení za závažné.

V daném případě shledala důvod pro uložení mírnější sankce v dolní polovině zákonné sazby a rozhodla uložit sankci, v souladu s výše uvedenou úvahou a závěry, v mírné relaci, konkrétně ve výši 100 000 Kč.

V souladu s výrokem o vině Rada na základě ustanovení § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada pachateli povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2019593 úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno