



Jedn. identifikátor 546815-RRTV

Váš dopis zn. -
Naše č. j. RRTV/4595/2023-
had
Sp. zn. RRTV/2022/1113/had
Zasedání Rady 6-2023/poř. č.27

JUDr. Tomáš Pauch
Sokolovská 695/115b
Praha 8
18600

Vyřizuje: AO

Datum, místo 5. 4. 2023, 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, (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), dle § 8a odst. 2 písm. a), v platném znění, 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 4. dubna 2023 následující rozhodnutí:

I. Obviněná společnost Testuj.to s.r.o., IČO: 07652780, se sídlem Karlínské náměstí 238/6, Karlín, 186 00 Praha 8, se dle § 8a odst. 2 písm. a) zákona č. 40/1995 Sb.

uznává vinnou

ze spáchání přestupku porušením § 5n odst. 1 zákona č. 40/1995 Sb., kterého se dopustila zadáním reklamy, respektive teleshoppingu Somavedic, odvysílaného dne 5. prosince 2021 v čase 13:39 – 13:44 hodin na programu Prima, jako součást teleshoppingového bloku s názvem Vychytávky Extra. V rámci teleshoppingu byly propagovány přístroje Somavedic, které dle sdělení hosta ve studiu, zástupkyně platformy testuj.to, eliminují negativní dopady elektromagnetického záření („Princip fungování somavediku, který eliminuje negativní dopady elektromagnetického záření, vycházejí samozřejmě i z komplexních poznatků a mnoha let výzkumů, které probíhaly u nás i v zahraničí a vlastně působení toho somavediku je na principu minerálů a vzácných kamenů. V každém kusu je totiž několik minerálů a drahých kovů a každý zastává svou důležitou roli. Vše je nastaveno také dle čínské ajurvédské medicíny a podle poznatků Nikola Tesly. Díky systému, ve kterém jsou kameny vyskládány, tak dochází k působení na celou domácnost“). V přímé souvislosti s působením přístroje Somavedic je zde rovněž prezentována osobní zkušenost hosta se snížením nemocnosti dětí („Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně somavedic ambr, a ač jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme somavedik ambr doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe.“), čímž došlo k porušení zákazu reklamy na výrobek cílící na zdraví, který není léčivým přípravkem, ani zdravotnickým prostředkem, ani diagnostickým zdravotnickým prostředkem in vitro, ani potravinou pro zvláštní lékařské účely, která naznačuje, že výrobek je léčivým přípravkem, zdravotnickým prostředkem, diagnostickým zdravotnickým prostředkem in vitro nebo potravinou pro zvláštní lékařské účely.

II. Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli, společnosti Testuj.to s.r.o., IČO: 07652780, se sídlem Karlínské náměstí 238/6, Karlín, 186 00 Praha 8

napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to trest ve formě peněžité sankce. 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 jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 20221113. Úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Rada rozhodla zahájit se zadavatelem obchodního sdělení, společností Testuj.to s.r.o., IČO: 07652780, se sídlem Karlínské náměstí 238/6, Karlín, 186 00 Praha 8 (dále „obviněný“), řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení § 5n odst. 1 zákona č. 40/1995 Sb., kterého se mohl dopustit zadáním reklamy, respektive teleshoppingu Somavedic, odvysílaného dne 5. prosince 2021 v čase 13:39 – 13:44 hodin na program Prima, jako součást teleshoppingového bloku s názvem Vychytávky Extra.

Popis:

Ve studiu probíhá rozhovor mezi dvojicí moderátorů a hostem Irenou Holčákovou, zástupkyní platformy Testuj.to a propagátorkou přístrojů Somavedic. Součástí obrazu jsou záběry na jednotlivé produkty a propagační materiály.

Moderátor Vlasta Korec: *„V současné době ve větších městech zaznamenáváme vysokou úroveň elektromagnetického záření, které je snad milionkrát vyšší než to standardní, běžné, přirozené, což pro nás pro všechny znamená biologické potíže. Navíc, stává se, že se dostaneme do geopatogenních zón, což také není pro naše tělo příliš dobrá kombinace.“*

Moderátorka Hanka Kynychová: *„Ano, a my máme odpověď a tu nám prozradí dnešní host, kterým je Irena Holčáková, dobrý den.“*

Host: *„Dobrý den.“*

Moderátorka: *„Vy jste spokojenou zákaznicí, maminkou dvojčátek a také influencerkou testuj to, a vy jste nám přišla přístroj somavedik představit.“*

Moderátor: *„Pojďme tedy rovnou od začátku, jak jste se vy s tímto přístrojem somavedik seznámila?“*

Host: *„Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně somavedic ambr, a ač jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme somavedik ambr doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe.“*

Moderátorka: *„Prozradte nám, na jakém principu somavedik funguje.“*

Host: *„Princip fungování somavediku, který eliminuje negativní dopady elektromagnetického záření, vycházejí samozřejmě i z komplexních poznatků a mnoha let výzkumů, které probíhaly u nás i v zahraničí, a vlastně působení toho somavediku je na principu minerálů a vzácných kamenů. V každém kusu je totiž několik minerálů a drahých kovů a každý zastává svou důležitou roli. Vše je nastaveno také dle čínské ajurvédské medicíny a podle poznatků Nikola Tesly. Díky systému, ve kterém jsou kameny vyskládány, tak dochází k působení na celou domácnost.“*

Moderátor: *„Vy jste zmínila, že uvnitř přístroje jsou kameny, tedy minerály, lze je vyndat, čistit nebo třeba nabít na slunci?“*

Host: *„Kameny vyndat nelze, není to ani potřeba, protože vzhledem k tomu, že somavedik je napojen na elektrickou síť, tak tím pádem jsou kameny propojeny se zemí, a díky tomu probíhá energetické čištění neustále.“*

Moderátorka: „Ireno, znamená to tedy, že somavedik může být zapnutý od rána až do večera celý den?“

Host: „Pro maximální využití je dobré jej mít zaplý nepřetržitě. Nemusíte se bát, protože odběr somavediku je minimální, zhruba jedna kilovathodina, což je pár korun měsíčně.“

Moderátor: „Somavedik zde máte v nejrůznějších barvách, jedná se pouze o dizajnovou záležitost, aby mi třeba šel ke svetru, nebo vám...“

Host: „Ne, každý somavedik podle barvy má jiné vlastnosti, například zelený vedik je určený pro harmonizaci těla a vody. Tady například červený somavedik ruby, ten je na harmonizaci vztahů, a tento zlatý somavedik ambr je z prémiové řady a působí komplexně.“

Moderátorka: „Já jsem někde, Irenko, slyšela, že když si pořídím tento přístroj a nechám ho na sebe působit, že se můžu cítit unaveně, je to pravda?“

Host: „Častou příčinou, když se klienti cítí unaveni, je nedostatečný pitný režim, proto doporučujeme nakoupit zásoby balené vody a každé ráno vypít dvě až tři deci vody s citrónem a zbytek lahve si položit vedle somavediku. Voda vyplaví z těla zátěž a celkový průběh detoxikace je tak účinnější a rychlejší. Na co bychom si měli dávat pozor, je pití kávy, protože pokud pijeme kávu, tak bychom měli pamatovat na to, že objem kávy bychom měli vynásobit trojnásobně vodou.“

Moderátor: „Kam tento přístroj umístit, předpokládám, že ten červený, který je na vztahy, ten bych asi dal nejlépe do ložnice.“

Host: „Ideální je umístit somavedik doprostřed bytu. V případě jednopatrového domu pak do přízemí. Na co je třeba dávat pozor, tak zvláště ze začátku mohou zákazníci při používání pociťovat pocit nespavosti, proto bychom v prvních týdnech používání neměli dávat somavedik blíže než metr k posteli.“

Moderátorka: „Není cena za přístroj příliš vysoká?“

Host: „Přístroje somavedik jsou vyráběné v České republice a jsou vlastně vyráběné z ručně foukaného skla. Velkou investicí byl dlouholetý vývoj u nás i v zahraničí a také získání mezinárodních certifikátů. V ceně je též zahrnuto třicetidenní vrácení peněz a prodloužená pětiletá záruka.“

Moderátor: „Blížíme se k závěru a já očekávám překvapení. Protože spolupracujete s platformou testuj tečka to, tak čekám kolik přístrojů budou moci naši diváci otestovat. Předpokládám zadarmo.“

Host: „Ano, připravili jsme pro vás deset kusů o modelu vedik, který je úplná novinka. A když nyní půjdete na vě testuj tečka to, tak na stránce najdete potřebné informace, možnost nákupu, ale také deset z diváků vybereme a poskytneme jim somavedik zdarma výměnou za recenzi a zkušenost, kterou v průběhu několika prvních týdnů získají.“

Moderátor: „Děkujeme za návštěvu u nás ve studiu a budeme se těšit příště. Mějte se skvěle, nashledanou.“

Moderátorka: „Nashledanou.“

Host: „Nashledanou.“





Rozbor:

Jedná se o obchodní sdělení, jehož prostřednictvím jsou propagovány přístroje značky Somamedic. Moderátor celou prezentaci uvádí slovy: „V současné době ve větších městech zaznamenáváme vysokou úroveň elektromagnetického záření, které je snad milionkrát vyšší než to standardní, běžné, přirozené, což pro nás pro všechny znamená biologické potíže. Navíc, stává se, že se dostaneme do geopatogenních zón, což také není pro naše tělo příliš dobrá kombinace.“ Host, kterým je Irena Holčáková, později na dotaz, jak se s přístroji seznámila, reaguje následovně: „**Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně somamedic ambr, a až jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme somavedik ambr doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe**“.

Na základě uvedeného host klade do přímé souvislosti používání přístroje Somamedic Amber ve vlastní domácnosti a z toho vyplývající lepší stav svých dětí, o kterých bylo řečeno, že před používáním zmíněného přístroje byly často nemocné, respektive v souvislosti s nemocemi už vyzkoušeli „cokoli“.

K samotnému principu fungování Somamedicu Irena Holčáková uvádí, že se jedná o přístroj, který eliminuje negativní dopady elektromagnetického záření, dále vzpomíná komplexní poznatky, mnohaletý výzkum nejen v České republice, ale i v zahraničí. Somamedic podle jejích slov působí na principu minerálů a vzácných kamenů, které mají svou důležitou roli. Host rovněž odkazuje také na ajurvédskou, čínskou medicínu či poznatky Nikola Tesly. Prostřednictvím systému, ve kterém jsou kameny vyskládány, dochází k působení na celou domácnost.

Barva přístroje Somamedic rovněž není náhodná, nýbrž značí určitou vlastnost. Například červený Somamedic Ruby je na harmonizaci vztahů, zlatý Somamedic Amber je z prémiové řady a působí komplexně. Dále host upozorňuje na důležitost dodržování pitného režimu, který může být častou příčinou únavy při používání přístrojů.

Dokonce doporučuje ráno vypít vodu s citrónem a lahev s vodou pak nechat stát u přístroje Somamedic pro rychlejší a účinnější detoxikaci.

Dále se host věnuje umístění Somamedicu v bytě či domě. Opět s upozorněním, že v počátku používání přístroje mohou lidé pociťovat nespavost, proto není dobré dávat přístroj Somamedic k posteli /doporučená vzdálenost od postele má být alespoň jeden metr/.

V rámci prezentace jsou uvedeny ceny propagovaných přístrojů, konkrétně modely Sky či Ruby za 14 520 Kč za kus, model Vedic za 19 000 Kč za kus a model Anber Sun, jehož cena je 48 400 Kč za kus.

Cena je dle slov Ireny Holčákové takto nastavena z toho důvodu, že přístroje jsou vyráběny v České republice, a to z ručně foukaného skla. Velkou investicí je také dlouholetý vývoj či získání mezinárodních certifikátů. V ceně je mimo jiné zahrnuto třicetidenní vrácení peněz a prodloužená pětiletá záruka. Kameny jsou umístěny uvnitř přístroje a nelze je vyjmout.

Podle sdělení uvedených v rámci předmětné prezentace lze odvodit, že přístroje Somavedic jsou určeny pro eliminaci negativních dopadů elektromagnetického záření, moderátor dále v této souvislosti v úvodu zmiňuje kromě uvedeného také biologické potíže či geopatogenní zóny, což host, který je tou dobou již ve studiu přítomen, nijak nerozporuje a plynule navazuje odpověďmi na následující dotazy. Jak již bylo uvedeno, přístroje Somavedic jsou propagovány v přímém spojení s tvrzením, že „děti jsou na tom o mnoho lépe“, respektive je zde uvedena osobní zkušenost hosta, který je zde představen jako „spokojená zákaznice a maminka dvojčátek“. Z konverzace vyplývá, že děti ženy ve studiu byly často nemocné, bylo vyzkoušeno mnoho (cokoli), ale ke zlepšení došlo až poté, co se do domácnosti dostal přístroj Somavedic. Jinými slovy, žena ve studiu vypovídá o své zkušenosti s dětmi a jejich nemocností v bezprostředním spojení s propagovaným produktem.

Dále je v rámci prezentace deklarována ajurvédská a čínská medicína, které jsou z obecného hlediska mnohdy prezentovány jako „celostní léčebné systémy“, nicméně v České republice nejsou v současné době jako zdravotnické obory uznávány.

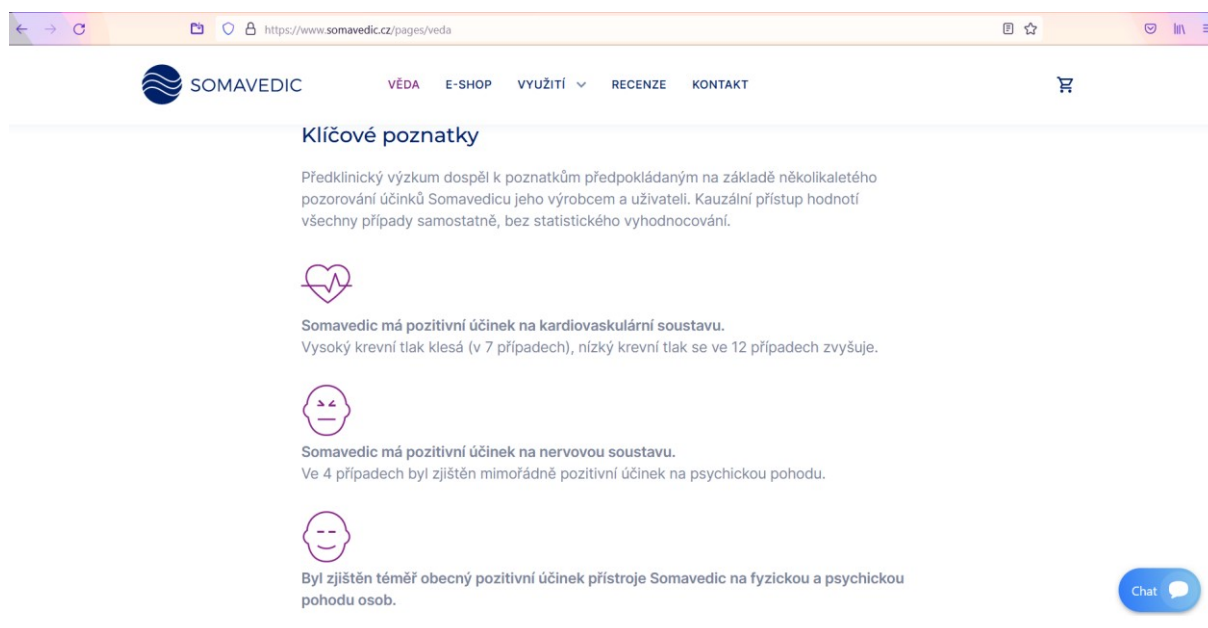
Taková informace uvedená v rámci obchodního sdělení může vyvolat dojem, že se jedná o vědecky prokázanou účinnost („*Princip fungování somavediku, který eliminuje negativní dopady elektromagnetického záření, vycházejí samozřejmě i z komplexních poznatků a mnoha let výzkumů, které probíhaly u nás i v zahraničí a vlastně působení toho somavediku je na principu minerálů a vzácných kamenů. V každém kusu je totiž několik minerálů a drahých kovů a každý zastává svou důležitou roli. Vše je nastaveno také dle čínské ajurvédské medicíny a podle poznatků Nikola Tesly. Díky systému, ve kterém jsou kameny vyskládány, tak dochází k působení na celou domácnost.*“).

Vzhledem k výše uvedenému bylo možné v rámci předmětného obchodního sdělení vysledovat možné porušení § 5n odst. 1 zákona č. 40/1995 Sb., dle kterého se zakazuje reklama na výrobek cílící na zdraví.




Rada dospěla k závěru, že propagované přístroje Somavedic definici výrobku cílícího na zdraví naplňují. Somavedic je výrobkem, který má mít dle předmětné prezentace přímý vliv na zdraví, a to i za situace, kdy není pojem „zdraví“ jako takový v rámci prezentace explicitně zmíněn. Na základě spojení zvukové i obrazové složky je z našeho pohledu patrné, že reklama přímý vliv používání propagovaných produktů na zdraví implicitně vyjadřuje. V rámci předmětné prezentace produktů dochází ke kumulaci konkrétních sdělení, která mohou v divákovi vyvolat dojem, že používáním propagovaných přístrojů dojde ke zlepšení zdraví jeho samotného, případně jeho nejbližších.

Navíc nelze nijak objektivně vyhodnotit či ověřit, zda děti ženy, která je přítomna ve studiu, jsou méně nemocné, respektive jsou na tom „mnohem lépe“, výlučně následkem používání propagovaného přístroje, jak je v rámci sdělení naznačováno.

Na stránkách www.somavedic.cz, které jsou součástí prezentace, je blíže sděleno například následující: „Somavedic po letech prošel několika laboratorními měřeními a testy. Ve všech případech se potvrdily pozitivní změny vlivem přístroje Somavedic. Od kvality ovzduší až po kvalitu prostředí buněk lidského těla. 1. Somavedic snižuje hladinu hs-CRP biomarkerů pro chronické záněty. (...) Omezení vlivu vyzařování mobilních telefonů. Posouzení vlivu vyzařování běžně používaných mobilních telefonů na regeneraci buněk, hojení poškození fibroblastů pojivových buněk a tvorbu superoxidových aniontových radikálů funkčních neutrofilů při oxidačním poškození. Somavedic Amber dokáže snižovat působení záření z mobilních telefonů na buňky. (...) Regenerace buněk, hojení poškození fibroblastů pojivových buněk a aktivita funkčních neutrofilů jako prvotní ochrany imunitního systému proti invazivním mikrobiologickým patogenům, je mobilními telefony ztlačována. Používáním zařízení Amber je možné nežádoucí účinky tlumit. Na základě výsledků obou testů lze používání modelu Amber pro omezení vlivů vyzařování mobilních telefonů doporučit. (...) Pozitivní účinky na kardiovaskulární a nervovou soustavu; Spolupráce na vývoji chytrého terapeutického zařízení v rámci přístupu vědecké medicíny. Měření klidového, stresového a spánkového krevního tlaku.



The screenshot shows the website's navigation menu with options: VĚDA, E-SHOP, VYUŽITÍ, RECENZE, and KONTAKT. The main content area is titled 'Klíčové poznatky' and contains three bullet points, each with an icon and a brief description of research findings.

- Klíčové poznatky**
Předklinický výzkum dospěl k poznatkům předpokládaným na základě několikaletého pozorování účinků Somavedicu jeho výrobcem a uživateli. Kauzální přístup hodnotí všechny případy samostatně, bez statistického vyhodnocování.
-  Somavedic má pozitivní účinek na kardiovaskulární soustavu. Vysoký krevní tlak klesá (v 7 případech), nízký krevní tlak se ve 12 případech zvyšuje.
-  Somavedic má pozitivní účinek na nervovou soustavu. Ve 4 případech byl zjištěn mimořádně pozitivní účinek na psychickou pohodu.
-  Byl zjištěn téměř obecný pozitivní účinek přístroje Somavedic na fyzickou a psychickou pohodu osob.

Zdroj: <https://www.somavedic.cz/pages/veda>

K využití přístrojů v domácnosti je dále uvedeno: “**Somavedic eliminuje v těle nadměrné množství volných radikálů, které vyvolávají oxidační stres a působí stárnutí buněk. Jeho jedinečná energetická pole podle vědeckých poznatků zlepšují naši imunitu a urychlují regenerační procesy v těle. Somavedic působí antioxidačně, čímž snižuje svalovou únavu a umožňuje nám lépe se koncentrovat v péči o tělo a mysl. Uživatelé uvádějí, že pociťují čistotu těla a otevření mysli pro duševní probuzení. K těmto účelům jsou vhodné modely Sky, Vedic a Ruby. U těchto modelů zaznamenáváme velice pozitivní zpětné vazby v domácím prostředí.**“

Přístroje jsou kromě domácností, kanceláří, podniků, jóga a wellness center doporučeny také pro zdravotnická a terapeutická centra, neboť mají osvědčené hojivé účinky, zlepšují imunitu a urychlují regenerační procesy v těle.



Vzhledem ke zjištěným okolnostem bylo pod sp. zn. **RRTV/2022/1113/had** zahájeno dne 4.10. 2022 se zadavatelem obchodního sdělení řízení o přestupku.

Rada v rámci řízení o přestupku spis. zn. RRTV/2022/1113/had provedla dne 10.11. 2023 důkaz zhlédnutím záznamu obchodního sdělení, respektive teleshoppingu s motivem Somamedic odvysílaného dne 5. prosince 2021 v čase 13:39 – 13:44 hodin na programu Prima.

Dokazování bylo ukončeno usnesením JID: 508169-RRTV dne 30.11.2022. Správní spis byl doplněn o sdělení Státního ústavu pro kontrolu léčiv, se kterým byl účastník seznámen dne 30.1.2023.

Vyjádření účastníka řízení

Povaha Reklamy Irena Holčáková („Host“) vystupuje v Reklamě jako tester platformy Testuj.to, která umožňuje spotřebitelům vyzkoušet si a hodnotit produkty. Do Reklamy byl proto Host pozván, aby sdílel svou osobní zkušenost s Produktem a popsal, jak Produkt funguje.

Klíčová je v tomto případě i samotná povaha pořadu, ve kterém byla Reklama odvysílána. Teleshoppingový blok Vychytávky extra („Pořad“) je, jak samotný název napovídá, prostorem ke sdílení osobních zkušeností s různými produkty.

Hosté, kteří mají osobní zkušenost s určitým produktem, zodpovídají dotazy moderátorů, jejichž cílem je divákům představit právě tyto svoje zkušenosti, na základě kterých si mohou diváci udělat ohledně předmětného produktu vlastní názor.

Průměrnému divákovi je vzhledem k povaze pořadu zcela jasné, že výpověď osoby, která sdílí své zkušenosti s určitým produktem v televizním pořadu, bude v každém případě subjektivně zabarvená.

Stejně tak si je průměrný divák vědom toho, že v Pořadu sdílí své zkušenosti laické, ne odborníci. Je to navíc nastíněno hned v úvodní pasáži Reklamy, kdy moderátorka Hosta představuje slovy: „Vy jste spokojenou zákaznicí, maminkou dvojčátek a také influencerkou Testuj.to a vy jste nám přišla Somamedic představit.“

Je tak zároveň zcela zřejmé, že se nejedná o odbornou či snad vědeckou prezentaci produktu a jeho konkrétních funkcionalit, měřitelných účinků apod. Pro každý rozhovor také platí, že jej ve velké míře ovlivňuje především osoba moderátora. V případě rozhovoru v televizi to platí dvojnásob. Host není odborníkem, ale „obyčejným člověkem z ulice“, nevystupuje běžně v televizi, a tak nejenže nemůže zasahovat do obsahu, který sdělí moderátor, ale ani od něj nelze očekávat 100% profesionální a bezchybné reakce na jakýkoliv podnět moderátora, či snad korekci jeho vyjádření.

Účinky Produktu Napadený výrok Hosta „Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně Somavedic Amber, a ač jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme Somavedic Amber doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe.“ je odpovědí na předchozí konstatování ze strany moderátorky, která Hosta představila jako „maminku dvojčátek“.

Vzhledem k výše uvedenému, je zde nutné vnímat klíčovou roli moderátora rozhovoru, který v tomto případě vztáhl konverzaci k dětem Hosta, a tak v tomto duchu Host také odpověděl na kladenou otázku. Host dále zodpovídal dotazy především ohledně praktického použití produktu v domácnosti, aby si divák mohl udělat obrázek o tom, z čeho je produkt složený a jakou má spotřebu. Z žádného tvrzení Hosta si průměrný divák nemůže vyložit, že by měl produkt vyléčit nějakou konkrétní nemoc. Host popisuje, že produkty slouží především k harmonizaci různých oblastí lidského života (např. těla, vztahů).

V kontextu celé Reklamy tak musí být průměrnému divákovi jasné, že pod harmonizací si v případě minerálních kamenů může představit navození příjemné atmosféry, která člověku pomůže se zrelaxovat. V žádném případě není odkazováno na jakýkoliv léčebný nebo zdravotnický postup a ani napadený výrok žádným způsobem nespojuje účinky Produktu s vyléčením nemoci. Pasáž „jsou na tom děti o mnoho lépe“ nelze automaticky vykládat v objektivně zdravotním smyslu, tedy ve smyslu prokazatelných fyziologických účinků, ale právě ve smyslu „harmonizace“ či „relaxace“, tedy např. vnitřní zklidnění. Je-li ze strany RRTV tato harmonizace či napadený výrok Hosta vztahován k lidskému zdraví, ačkoliv Host tento vztah žádným způsobem netvrdil, může tomu tak být proto, že jej do tohoto tématu lidského zdraví zasadil moderátor pořadu hned ve svém úvodu, kde prohlásil: „V současné době ve větších městech zaznamenáváme vysokou úroveň elektromagnetického záření, které je snad milionkrát vyšší než to standardní, běžné, přirozené, což pro nás pro všechny znamená biologické potíže.

Navíc, stává se, že se dostaneme do geopatogenních zón, což také není pro naše tělo příliš dobrá kombinace.“ Tento výrok ale neprohlásil Host, nýbrž moderátor. Host se na tomto výroku žádným způsobem nepodílel a nelze od Hosta, maminky a spokojené zákaznice, která se běžně před televizními kamerami nepohybuje, očekávat, aby moderátora – profesionála, jakkoliv korigovala.

Pokud tedy došlo ke spojení Produktu a jeho užívání s tématem lidského zdraví či snad naznačením takového účinku, nebylo to z úst Hosta a nelze napadený výrok Hosta vykládat v tomto smyslu. Obdobně tomu ostatně bylo i v jiném dílu pořadu dostupném i na platformě YouTube na adrese: https://www.youtube.com/watch?v=FSHg6YNdP7E&ab_channel=Ionic-CARE, kde to byla opět moderátorka, která v úvodu hovořila o „ozdravení vzduchu“, nikoliv přizvaný host.

Nutno navíc podotknout, že v tomto případě byla hostem zástupkyně společnosti vyrábějící prezentovaný produkt, nikoliv spokojená zákaznice a testerka.

Odpovědnost Hosta Napadaná sdělení Hosta v Reklamě nebyla Klientem žádným způsobem ovlivněna – jde tak o nešťastný excés, který Klient jako zadavatel Reklamy nezadal a neschválil. Klient si k tomuto bodu dovoluje dodat, že v rámci aktuálních procesů je spolupráce s testery rámcována skrze individuálně uzavírané smlouvy a všeobecné obchodní podmínky. Případ předmětné Reklamy je pro Klienta cenným podnětem k přehodnocení nastavených procesů. Klient v nynější době přistupuje k důkladnější edukaci a přípravě testerů na specifika výstupů v médiích. A to tak, aby k podobným excesům v budoucnu již nedocházelo.

S ohledem na výše uvedené je Klient přesvědčen, že v daném případě není naplněna skutková podstata přestupku pro možné porušení ust. § 5n odst. 1 ZRR ve spojení s ust. § 8a odst. 2 písm. a) a odst. 6 písm. b) ZRR,

Klient nezadal obsah Reklamy, který RRTV shledává jako porušení ust. § 5n odst. 1 ZRR, a není tak odpovědný za výroky Hosta, který ve svých sděleních vybočil ze zadání Klienta jako zadavatele Reklamy. Tvrzení Hosta lze považovat za excés, který Klient jako zadavatel reklamy nezadal a neschválil. I pokud by Klient obsah Reklamy, který RRTV shledává jako porušení ust. § 5n odst. 1 ZRR, zadal, je Klient přesvědčen, že se nejedná o porušení předmětného ustanovení, a to z důvodu, že:

Host neprezentuje žádné kategoričné účinky Produktu, ale ryze své zcela evidentně subjektivní hodnocení a zkušenosti.

Jakékoliv vyjádření Hosta nemohlo v průměrném spotřebiteli vyvolat dojem, že je Produkt léčivým přípravkem, zdravotnickým prostředkem, diagnostickým prostředkem in vitro nebo potravinou pro zvláštní lékařské účely či výrobkem cílícím na zdraví (společně „Farmaceutické výrobky“), když Host nespecifikuje žádný přímý nebo nepřímý vliv na žádnou konkrétní lidskou nemoc ani skupinu nemocí.

Z charakteristicky konkrétních účinků ze strany Hosta je zřejmé, že Host neprezentuje Produkt jako Farmaceutický výrobek, ale jako nástroj pro harmonizaci (např. vztahů), která není prezentována jako ovlivňující zdraví. S ohledem na uvedené argumenty Klient navrhuje, aby RRTV řízení o přestupku zastavila.

Správní uvážení Rady:

V prvé řadě je nutno konstatovat, že zadavatel reklamy má zcela plnou zodpovědnost za obsah obchodního sdělení. Je zcela nutné vyloučit argumentaci:

*„Do Reklamy byl proto Host pozván, aby sdílel svou osobní zkušenost s Produktem a popsal, jak Produkt funguje. „
„Průměrnému divákovi je vzhledem k povaze pořadu zcela jasné, že výpověď osoby, která sdílí své zkušenosti s určitým produktem v televizním pořadu, bude v každém případě subjektivně zabarvená.“*

Rovněž je nutno odmítnout závěr:

„Teleshoppingový blok Vychytávky extra („Pořad“) je, jak samotný název napovídá, prostorem ke sdílení osobních zkušeností s různými produkty.“

Teleshoppingový blok jako celek je obchodním sdělením, tudíž každý jeho prvek je součástí persvazivního procesu.

Mimo to z obsahu obchodního sdělení vyplývá, že účastnice je

„maminkou dvojčátek a také influencerkou Testuj.to

A dále doplňuje:

„Hosté, kteří mají osobní zkušenost s určitým produktem, zodpovídají dotazy moderátorů, jejichž cílem je divákům představit právě tyto svoje zkušenosti, na základě kterých si mohou diváci udělat ohledně předmětného produktu vlastní názor.“

Rovněž nelze ani souhlasit s rozporováním deklarace léčebných účinků, jak uvádí účastník řízení, neboť v obchodní prezentaci jasně zazní deklarace:

„Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně Somavedic Amber, a ač jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme Somavedic Amber doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe.“

V rámci teleshoppingu byly propagovány přístroje Somavedic, které mají eliminovat negativní dopady elektromagnetického záření. V přímé souvislosti s působením přístroje Somavedic je zde rovněž prezentována osobní zkušenost hosta se snížením nemocnosti dětí.

Není sporu o zodpovědnosti účastníka za obsah uveřejněný v předmětném obchodním sdělení. Zadavatel zodpovídá za obsah odvysílaného obchodního sdělení v plném rozsahu, jak vyplývá z ustanovení § 6b odst. 3 zákona o regulaci reklamy, dle kterého se zadavatel „zproští odpovědnosti za obsah šířené reklamy, který je v rozporu se zákonem, prokáže-li, že zpracovatel nedodržel při jejím zpracování jeho pokyny, a v důsledku toho je obsah této reklamy v rozporu se zákonem. Zpracovatel se nemůže zprostit odpovědnosti za obsah šířené reklamy poukazem na její zadání zadavatelem, ledaže by se jednalo o údaje, jejichž pravdivost není schopen posoudit ani s vynaložením veškerého úsilí.“

Jak vyplývá z vyjádření účastníka, nejsou doloženy žádné skutečnosti, které by vedly k důvodnému aplikování uvedeného liberačního ustanovení. Účastník svoji argumentaci vymezuje výlučně na skutečnost, že divák má očekávat subjektivní zabarvení, v teleshoppingu je místo pro sdělení zkušeností. V dané souvislosti je třeba zdůraznit, že „formální podoba“ propagace je svobodnou volbou zadavatele. Ať je již vedena sdělováním „subjektivních názorů“ či „podělením se o osobní zkušenost“, stále jde výhradně o obsah obchodního sdělení.

Lze shrnout, že odpovědnost účastníka je zřejmá.

V rámci teleshoppingu byly propagovány přístroje Somavedic, které dle sdělení hosta ve studiu, zástupkyně platformy testuj.to, eliminují negativní dopady elektromagnetického záření („Princip fungování somavediku, který eliminuje negativní dopady elektromagnetického záření, vycházejí samozřejmě i z komplexních poznatků a mnoha let výzkumů, které probíhaly u nás i v zahraničí a vlastně působení toho somavediku je na principu minerálů a vzácných kamenů. V každém kusu je totiž několik minerálů a drahých kovů a každý zastává svou důležitou roli. Vše je nastaveno také dle čínské ajurvédské medicíny a podle poznatků Nikola Tesly. Díky systému, ve kterém jsou kameny vyskládány, tak dochází k působení na celou domácnost“).

V přímé souvislosti s působením přístroje Somavedic je zde rovněž prezentována osobní zkušenost hosta se snížením nemocnosti dětí („Moje děti byly často nemocné a dostal se ke mně

somavedic ambr, a ač jsem tomu ze začátku nedávala velké naděje, tak i přestože už jsme vyzkoušeli cokoli, tak od té doby, co máme somavedik ambr doma, tak jsou na tom děti o mnoho lépe.“), přičemž propagovaný produkt není léčivým přípravkem, ani zdravotnickým prostředkem, ani diagnostickým zdravotnickým prostředkem in vitro, ani potravinou pro zvláštní lékařské účely, ale naznačuje, že výrobek je léčivým přípravkem, zdravotnickým prostředkem, diagnostickým zdravotnickým prostředkem in vitro nebo potravinou pro zvláštní lékařské účely. Teleshopping propagující produkt somavedic je reklamou na výrobek cílící na zdraví.

Porušení zákonného zákazu reklamy na výrobek cílící na zdraví (aniž by šlo o kategorii výrobku, kde je taková charakteristika oprávněná) je prokázané.

S ohledem na povahu skutku a průběh přestupkového řízení Rada nepřistoupila k sankci v podobě pokuty, ale rozhodla uložit pachateli napomenutí.

Pro tuto variantu sankce hovoří i fakt, že se jedná o první porušení zákona pachatelem. Navrhovaný trest plní jak výchovnou funkci, tak je možno mít za to, že je i formou generální prevence před dalšími možnými porušeními předpisů vyplývajících ze zákona o regulaci reklamy.

Pachateli je možné v budoucnu, v případě dalšího porušení zákona, uložit pokutu až do výše 2 000 000 Kč.

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).

Poučení:

Proti rozhodnutí lze v souladu s ustanovením § 66 zákona č. 231/2001 Sb., podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě dvou měsíců od doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

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