



RADA  
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ  
VYSÍLÁNÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétkova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / Fax: + 420 274 810 885

www.rrtv.cz

Jedn. identifikátor 346448-RRTV

Váš dopis zn. -  
Naše č. j. RRTV/8507/2020-  
had  
Sp. zn. RRTV/2019/784/had  
Zasedání Rady 9-2020/poř. č. 34

Vyřizuje: AO

Datum, místo 6. 5. 2020, 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 5. května 2020 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 9. července 2019 od 12:41 hodin na programu KINO BARRANDOV, neboť byly v předmětném obchodním sdělení uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy Multilady Normal Blood Pressure při onemocnění srdce, vysokém krevním tlaku a dalších zdravotních komplikacích. Diváci byli opakovaně ujišťováni o tom, že srdeční problémy, jako je hypertenze či arytmie, jsou častá a závažná onemocnění, která není radno podceňovat, byli vyzýváni, aby se zamysleli nad „obrovským číslem“ lidí trpících vysokým krevním tlakem. Moderátorka obchodního sdělení uvedla, že „je naprosto zbytečné čekat, až se stane nějaké neštěstí“, že „tyto problémy jsou čím dál častější“. Těmito slovy na diváky vytvářela nátlak a vyvolávala dojem, že je pouze otázkou času, kdy budou mít i oni srdeční problémy. Produkt zákazníkům prezentovala právě jako pomoc při prevenci problémů se srdcem, zejména hypertenze, ale i jako efektivní cestu ke zmírnění a potlačení již existujících problémů. Divák byl přesvědčován rovněž prostřednictvím údajných autentických zkušeností uživatelky produktu. Zaznělo např. že druhý den po užití zmizel tlak na hrudi, „srdíčko přestalo utíkat“, „přestalo bušit, že jsem ho měla až v krku“. Tato a další obsažená tvrzení proklamovala léčebné a preventivní účinky produktu.

2. Za přestupek se pachatel v souladu s § 8a odst. 6 písm. b), ukládá pokuta ve výši 100 000,- Kč (jedno sto tisíc korun). Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2019784.

3. 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 tisíc korun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2019784 úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

### Odůvodnění:

Rada podrobila monitoringu teleshoppingový blok odvysílaný dne 9. července 2019 od 12:41 hodin na programu KINO BARRANDOV. Na základě analýzy obchodního sdělení zjistila následující skutečnosti.

Vydání souvislého teleshoppingového bloku *Klenot TV* uvedla moderátorka prezentací doplňku stravy s názvem Multilady Normal Blood Pressure (též Multilady normální krevní tlak), který si mohli diváci objednávat na číslech 226 226 248 (ČR) a 0850 100 888 (SR).

*„Je to v podstatě speciální doplněk stravy na normální krevní tlak. To znamená, pokud máte problémy s krevním tlakem. Existuje samozřejmě na trhu spousta produktů, která jsou určena speciálně pro lidi, kteří mají problémy s krevním tlakem, jako doplněk stravy. No a my tady pro vás máme něco naprosto senzačního, jedinečného, protože je to čistě přírodní produkt,“* řekla moderátorka úvodem.

Poté se zaměřila na problematiku hypertenze v souvislosti se statistickými údaji. Uvedla například, že hypertenzii trpí 1,1 miliardy lidí (*„to je obrovské číslo, nad kterým byste se měli opravdu zamyslet“*), nebo že příčinou úmrtí jsou v 54 % případů problémy s kardiovaskulárním systémem. Rovněž podotkla, že jsou tyto potíže často způsobeny špatnými stravovacími návyky a stresem. Preventivně před nimi může dle slov moderátorky ochránit právě doplněk Multilady Normal Blood Pressure.



**MULTILADY PHARMACY**

**MULTILADY PHARMACY**  
NORMAL BLOOD PRESSURE

**Nº1 QUALITY**

doplněk stravy

- Astragalus + salvia miltiorrhiza + eleuthero ginseng pomáhá udržovat normální hladinu krevního tlaku
- Ženšen + astragalus + kopřiva podporuje oběh a imunitní systém
- Pampeliška pomáhá přirozené detoxikaci těla

**MULTILADY PHARMACY** **226 226 248**

POTRAVINOVÝ DOPLNĚK ZÁKAZNICKÝ SERVIS: 244 005 555 SR: 0850 100 888

Prevence, důvěra, spolehlivost.

Protagonistka opakovaně vyzdvihovala přírodní povahu produktu: „Já si myslím, že je velmi také důležité nezatěžovat tělo jakoukoliv chemií, protože v okamžiku, kdy samozřejmě do těla dáváme jakoukoliv chemii navíc, které máme okolo sebe spoustu, tak i to zpracování našeho těla je pro něj daleko daleko těžší. Pakliže mu ale nabídneme něco z čistě přírodních produktů, tak si myslím, že ho zpracuje daleko lépe, a nejenom si to myslím já, ale je to samozřejmě i dokázané, a daleko více zužitkuje komplet vše, co mu dáme.“ (0:03:18 hod od začátku záznamu). Moderátorčina slova doplnila infografika o účincích přípravku. Diváci se dále dozvěděli, že by se měli poradit s lékařem, pokud mají alergii či užívají léky, protože „tento doplněk stravy v žádném případě nenahrazuje léky od lékařů“ (toto sdělení žena později zopakovala). Moderátorka ve vysílání několikrát použila slova „příroda“ a „přírodní“ ve spojení s hesly, jako je účinnost, síla apod. „V této krabičce je opravdu hodně přírody a síly.“ (0:05:20 hod).

V další části obchodního sdělení byla do studia telefonicky přepojena divačka Jitka, která popsala své zkušenosti s přípravkem: „Ten jsem dostala poprvé s balíčkem Multilady, kde jsem měla tento produkt přiložený. A protože beru léky na vysoký tlak a léčím se i se srdeční arytmií, tak jsem ho považovala za zbytečný. Asi tak nějak týden jsem kolem něj chodila a prostě mě nezajímalo. A potom přece jenom jsem si říkala, že když už ho tady mám, tak ho vyzkouším. Tak jsem si ho vzala a druhý den po jeho vzetí jsem zjistila, že ten tlak na hrudi, který je při hypertenzi, kdy těžko dýcháte, že zmizel a začala jsem hladce dýchat. No tak jsem dobrala tu měsíční dávku každý den, jak je psáno, a po měsíci jsem najednou zjistila, že zmizela arytmie, srdíčko mi přestalo utíkat, zakopávat, anebo přestalo mi bušit, že jsem ho měla až v krku. Tyhle příznaky, kdo má srdeční arytmií, zná je, ví, jak jsou nepříjemný. Tudiž ty zmizely a já jsem po tom měsíci teda snížila dávku a dneska už beru tento produkt pouze jednou společně s práškem na vysoký tlak a příznaky, ty nepříjemný, ty se mi nevrátily.“

Po této zkušenosti byla divákům prezentována cena výrobku 362 Kč a slevová akce 2+1 zdarma (724 Kč). „Já si myslím, že je opravdu naprosto zbytečné čekat, až se stane nějaké neštěstí. Já bych samozřejmě nerada rozebírala tyto věci až do detailů, nicméně myslíte na to, že opravdu je teplé období a tyto problémy jsou čím dál častější,“ uvedla moderátorka v čase 0:11:10 hod. Následně se s ní telefonicky spojila další divačka, Ludmila: „Všechno, co říkáte, je pravda. Ten přípravek mi dal tolik energie, můžu rozdávat.“

Za posledních 40 let se počet lidí s hypertenzí <sup>živě</sup> zvýšil na **1,1 miliardy**.

**POSLEDNÍCH 21 KUSŮ**

**AKČNÍ CENA: 362 Kč**

**AKČNÍ NABÍDKA DNE: 2+1 JAKO DÁREK (724,-Kč)**

**MULTILADY PHARMACY**

**226 226 248**

POTRAVINOVÝ DOPLNĚK ZÁKAZNICKÝ SERVIS: 244 005 555 SR: 0850 100 888

Posléze se moderátorka opět vrátila k tomu, kolik na světě existuje nemocných lidí s vysokým krevním tlakem, k čemuž dle ní přispívají i vedra, která zažíváme. Popsala rovněž svoji zkušenost s problémy se štítnou žlázou, zatěžujícími srdce. „*Myslím si, že právě tohle bylo to, díky čemu já můžu normálně spát, v klidu odpočívat a moje srdíčko je spokojené.*“ Diváky vyzývala, aby v souvislosti se srdcem neváhali, protože je to „to nejdůležitější“, upozornila na infarkty a další nemoci.

Na obrazovce byl v dolní části kromě telefonních čísel a nápisu „Multilady Pharmacy“ po celou dobu uveden rovněž text „POTRAVINOVÝ DOPLNĚK“. Grafika zobrazovala i počet zbývajících kusů k dispozici.

Moderátorka se při propagaci soustředila zejména na účinnost výrobku v souvislosti s „normálním“ krevním tlakem. Ostatně k tomuto efektu odkazuje již samotný název produktu. Diváky opakovaně ujišťovala o tom, že srdeční problémy, jako je hypertenze či arytmie, jsou častá a závažná onemocnění, která není radno podceňovat. Diváci by se podle ní měli zamyslet nad „obrovským číslem“ lidí trpících vysokým krevním tlakem, uvedla, že „*je naprosto zbytečné čekat, až se stane nějaké neštěstí*“, že „*tyto problémy jsou čím dál častější*“. Těmito slovy na diváky vytvářela nátlak a vyvolávala dojem, že je pouze otázkou času, kdy budou mít i oni srdeční problémy.

Z výše popsaného vyplývá, že byl doplněk stravy zákazníkům prezentován jako pomoc při prevenci problémů se srdcem, zejména hypertenze, ale i jako efektivní cesta ke zmírnění a potlačení již existujících problémů.

V obchodním sdělení nebyla v souvislosti s Multilady Normal Blood Pressure použita slova jako „lék“ či „léčit“, moderátorka opakovaně uvedla, že přípravek lék není, ani léky nenahrazuje. Současně ovšem ona i volající diváčky divákům vyprávěly o skvělých účincích přípravku, o tom, jak druhý den po užití zmizel tlak na hrudi, „*srdíčko přestalo utíkat*“, „*přestalo bušit, že jsem ho měla až v krku*“. Dle moderátorky produkt způsobil, že může po prodělaných potížích se štítnou žlázou „*normálně spát*“, že „*srdíčko je spokojené*“. Toto chápeme jako zjevnou proklamaci léčebných účinků, třebaže doplněk stravy nebyl jako lék explicitně označen.

Lidé trpící srdečními chorobami mohli po zhlédnutí obchodního sdělení nabýt dojmu, že je Multilady Normal Blood Pressure řešením jejich komplikací. Ostatní byli moderátorkou ujišťováni o tom, že problémy dříve či později přijdou a oni mají jedinečnou šanci jim předejít.

V případě posuzovaného teleshoppingu Klenot TV se jedná o reklamu ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., který nerozlišuje jednotlivé typy obchodních sdělení a nazývá je společně reklamou. Doplnky stravy spadají mezi potraviny.

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.

*§ 5d odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb.: Reklama na potraviny musí splňovat požadavky stanovené zákonem o potravinách a tabákových výrobcích, zejména pokud jde o uvedení informace naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, přímo použitelným předpisem Evropské unie o poskytování informací o potravinách spotřebitelům a přímo použitelnými předpisy Evropské unie, které stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů.*

*Článek 7 odst. 3 Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011: S výhradou odchylek stanovených v právních předpisech Unie, které se vztahují na přírodní minerální vody a na potraviny určené pro zvláštní výživu, nesmějí informace o potravině přisuzovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat.*

*Článek 7 odst. 4 písm. a) Nařízení EP a Rady (EU) č. 1169/2011: Odstavce 1, 2 a 3 se rovněž použijí na související reklamu.*

Rada rozhodla se zadavatelem reklamy/teleshoppingu zahájit řízení o přestupku.

*§ 1 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb.: Zadavatelem reklamy je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.*

Řízení o přestupku bylo zahájeno dne 28. 11. 2019 pod sp. zn. **RRTV/2019/784/had**.

Rada provedla dne 25. 2. 2020 důkaz ohledáním, resp. zhlédnutím předmětného obchodního sdělení, resp. té jeho části, v níž je propagován produkt Multilady Normal Blood Pressure.

### **Vyjádření účastníka:**

*Obviněný v této souvislosti zejména uvádí, že na začátku jakož i v průběhu celého předmětného vysílání moderátorka zřetelně a opakovaně zdůrazňovala, že nabízená produkt MultiladyNormalBloodPressure je doplněk stravy, a že tato informace (ve formě synonymního výrazu „potravinový doplněk“) dále byla průběžně prezentována po celou dobu trvání předmětného vysílání formou textové informace (což ostatně v oznámení připouští i Rada). Tato textová informace přitom byla dostupná přímo u telefonního čísla pro objednávání, a to mimo jiné právě z důvodu, aby se vyloučilo riziko, že si divák této informace nevšimne.*

*Obviněný dále doplňuje, že moderátorka po celou dobu předmětného vysílání ani jednou nezmínila, že by produkt MultiladyNormalBloodPressure měl být lékem na obtíže se srdcem či vysokým krevním tlakem či na jakoukoli nemoc. Moderátorka naopak v průběhu celého předmětného vysílání hovořila o produktu MultiladyNormalBloodPressure jako o doplňku stravy*

s tím, že explicitně uváděla, že se o lék nejedná, když opakovaně uvedla mimo jiné např. následující: sdělení „tento doplněk stravy v žádném případě nenahrazuje léky od lékařů.“

Zároveň platí, že některé pozitivní účinky produktu MultiladyNormalBloodPressure 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.

Pokud jde o Radou uváděné zmínky moderátorky předmětného vysílání, o jejích vlastních pozitivních zkušenostech, tak ani tyto zmínky nemohou v žádném případě vyvolat jakýkoli dojem o léčivých účincích nabízeného produktu. Pokud moderátorka hodnotila účinky produktu, jednalo se o její čistě subjektivní hodnocení založené na konkrétním pocitu moderátorky. Charakteru těchto informací si musel být každý divák vědom, a to obzvláště s přihlédnutím k tomu, že moderátorka průběžně doplňovala tyto subjektivní pocity informací o tom, že přípravek v žádném případě není lék, a že léky ani nenahrazuje.

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

### **Správní uvážení Rady:**

Vydání souvislého teleshoppingového bloku s prezentací doplňku stravy s názvem Multilady Normal Blood Pressure (též Multilady normální krevní tlak), obsahuje následující tvrzení:

„Je to v podstatě speciální doplněk stravy na normální krevní tlak. To znamená, pokud máte problémy s krevním tlakem. Existuje samozřejmě na trhu spousta produktů, která jsou určena speciálně pro lidi, kteří mají problémy s krevním tlakem, jako doplněk stravy. No a my tady pro vás máme něco naprosto senzačního, jedinečného, protože je to čistě přírodní produkt,“ řekla moderátorka úvodem.

Dále uvedla například, že hypertenzí trpí 1,1 miliardy lidí („to je obrovské číslo, nad kterým byste se měli opravdu zamyslet“), nebo že příčinou úmrtí jsou v 54 % případů problémy s kardiovaskulárním systémem. Preventivně před nimi může dle slov moderátorky ochránit právě doplněk Multilady Normal Blood Pressure.

Protagonistka opakovaně vyzdvihovala povahu produktu: „Já si myslím, že je velmi také důležité nezatěžovat tělo jakoukoliv chemií, protože v okamžiku, kdy samozřejmě do těla dáváme jakoukoliv chemii navíc, které máme okolo sebe spousta, tak i to zpracování našeho těla je pro něj daleko daleko těžší. Pakliže mu ale nabídneme něco z čistě přírodních produktů, tak si myslím, že ho zpracuje daleko lépe, a nejenom si to myslím já, ale je to samozřejmě i dokázané, a daleko více zužitkuje komplet vše, co mu dáme.“ (0:03:18 hod od začátku záznamu).

Moderátorčina slova doplnila infografika o účincích přípravku. Diváci se dále dozvěděli, že by se měli poradit s lékařem, pokud mají alergii či užívají léky, protože „tento doplněk stravy v žádném případě nenahrazuje léky od lékařů“ (toto sdělení žena později zopakovala). Moderátorka ve vysílání několikrát použila slova „příroda“ a „přírodní“ ve spojení s hesly, jako je účinnost, síla apod. „V této krabičce je opravdu hodně přírody a síly.“ (0:05:20 hod).

V další části obchodního sdělení byla do studia telefonicky přepojena divačka Jitka, která popsala své zkušenosti s přípravkem: „**Ten jsem dostala poprvé s balíčkem Multilady, kde jsem měla tento produkt přiložený. A protože beru léky na vysoký tlak a léčím se i se srdeční arytmií, tak jsem ho považovala za zbytečný. Asi tak nějak týden jsem kolem něj chodila a prostě mě nezajímalo. A potom přece jenom jsem si říkala, že když už ho tady mám, tak ho vyzkouším. Tak jsem si ho vzala a druhý den po jeho vzetí jsem zjistila, že ten tlak na hrudi, který je při hypertenzi, kdy těžko dýcháte, že zmizel a začala jsem hladce dýchat. No tak jsem dobrala tu měsíční dávku každý den, jak je psáno, a po měsíci jsem najednou zjistila, že zmizela arytmie, srdíčko mi přestalo utíkat, zakopávat, anebo přestalo mi bušit, že jsem ho měla až v krku. Tyhle příznaky, kdo má srdeční arytmií, zná je, ví, jak jsou nepříjemné. Tudiž ty zmizely a já jsem po tom měsíci teda snížila dávku a dneska už beru tento produkt pouze jednou společně s práškem na vysoký tlak a příznaky, ty nepříznivé, ty se mi nevrátily.**“

K uvedenému je potřeba uvést, že divák byl de facto seznámen s příběhem, kdy divačka užívá léky k léčbě hypertenze, přesto až po užití produktu došlo ke zmizení projevů arytmie. Je důvodné mít za to, divák shledá účinek inzerovaného produktu za účinnější než v případě užívání léků.

Posléze se moderátorka opět vrátila k tomu, kolik na světě existuje nemocných lidí s vysokým krevním tlakem, k čemuž dle ní přispívají i vedra, která zažíváme. Popsala rovněž svoji zkušenost s problémy se štítnou žlázou, zatěžujícími srdce. „*Myslím si, že právě tohle bylo to, díky čemu já můžu normálně spát, v klidu odpočívat a moje srdíčko je spokojené.*“ Diváky vyzývala, aby v souvislosti se srdcem neváhali, protože je to „to nejdůležitější“, upozornila na infarkty a další nemoci.

Na obrazovce byl v dolní části kromě telefonních čísel a nápisu „Multilady Pharmacy“ po celou dobu uveden rovněž text „POTRAVINOVÝ DOPLNĚK“. Grafika zobrazovala i počet zbývajících kusů k dispozici.

Moderátorka se při propagaci soustředila zejména na účinnost výrobku v souvislosti s „normálním“ krevním tlakem. Ostatně k tomuto efektu odkazuje již samotný název produktu. Diváky opakovaně ujišťovala o tom, že srdeční problémy, jako je hypertenze či arytmie, jsou častá a závažná onemocnění, která není radno podceňovat. Diváci by se podle ní měli zamyslet nad „obrovským číslem“ lidí trpících vysokým krevním tlakem, uvedla, že „*je naprosto zbytečné čekat, až se stane nějaké neštěstí*“, že „*tyto problémy jsou čím dál častější*“. Těmito slovy na diváky vytvářela nátlak a vyvolávala dojem, že je pouze otázkou času, kdy budou mít i oni srdeční problémy.

Z výše popsaného vyplývá, že byl doplněk stravy zákazníkům prezentován jako pomoc při prevenci problémů se srdcem, zejména hypertenze, ale i jako efektivní cesta ke zmírnění a potlačení již existujících problémů.

Lidé trpící srdečními chorobami mohli po zhlédnutí obchodního sdělení nabýt dojmu, že je Multilady Normal Blood Pressure řešením jejich komplikací. Ostatní byli moderátorkou ujišťováni o tom, že problémy dříve či později přijdou a oni mají jedinečnou šanci jim předejít.

Na základě uvedeného rozboru je prokazatelné, že došlo k porušení povinností § 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.

**Na tomto zjištění nemění nic ani vyjádření účastníka, jeho argumentaci sledujeme jako nedůvodnou, neboť:**

Přestože obviněný namítá, že v průběhu celého předmětného vysílání moderátorka zřetelně a opakovaně zdůrazňovala, že nabízený produkt Multilady Normal Blood Pressure je doplněk stravy, neznamená tato skutečnost 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 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.“*

Na této skutečnosti nemění 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.) To, že v teleshoppingu výslovně zaznělo, že produkt není lékem, je nepodstatné za okolnosti, kdy vzápětí je spotřebitel/pacient ubezpečován o kvalitách produktu, které odpovídají účinkům léku.

Rovněž není zcela rozhodující, zdali v obchodním sdělení ze strany moderátorky zazněl odkaz na konkrétní onemocnění. Obchodní sdělení je třeba posoudit komplexně co do jeho vyznění. Mimo to byly slovní informace podporovány odpovídající grafikou. Včetně vyobrazení lékaře, což je prvek, který v kontextu všech uvedených tvrzení dotváří jednoznačné vyznění o „léčivém“ účinku produktu.

*Obviněný dále doplňuje, že moderátorka po celou dobu předmětného vysílání ani jednou nezmínila, že by produkt Multilady Normal Blood Pressure měl být lékem na obtíže se srdcem či vysokým krevním tlakem či na jakoukoli nemoc. Moderátorka naopak v průběhu celého předmětného vysílání hovořila o produktu Multilady Normal Blood Pressure jako o doplňku stravy s tím, že explicitně uváděla, že se o lék nejedná, když opakovaně uvedla mimo jiné např. následující: sdělení „tento doplněk stravy v žádném případě nenahrazuje léky od lékařů.“*

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 persvazivních technik sloužících k podpoře prodeje propagovaných služeb nebo produktů. Prohlášení šťastných a spokojených zákazníků jsou zcela standardní součástí teleshoppingových bloků na jakékoli produkty (mixéry, vysavače apod.).

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 užívány.

Mimo to 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 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.“*

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 9. července 2019 od 12:41 hodin na programu KINO BARRANDOV, neboť byly v předmětném obchodním sdělení uvedeny audiovizuální prvky, které ve svém celku evokovaly léčebný účinek doplňku stravy Multilady Normal Blood Pressure při onemocnění srdce, vysokém krevním tlaku a dalších zdravotních komplikacích. Diváci byli opakovaně ujišťováni o tom, že srdeční problémy, jako je hypertenze či

arytmie, jsou častá a závažná onemocnění, která není radno podceňovat, byli vyzýváni, aby se zamysleli nad „obrovským číslem“ lidí trpících vysokým krevním tlakem. Moderátorka obchodního sdělení uvedla, že „je naprosto zbytečné čekat, až se stane nějaké neštěstí“, že „tyto problémy jsou čím dál častější“. Těmito slovy na diváky vytvářela nátlak a vyvolávala dojem, že je pouze otázkou času, kdy budou mít i oni srdeční problémy. Produkt zákazníkům prezentovala právě jako pomoc při prevenci problémů se srdcem, zejména hypertenze, ale i jako efektivní cestu ke zmírnění a potlačení již existujících problémů. Divák byl přesvědčován rovněž prostřednictvím údajných autentických zkušeností uživatelů produktu. Zaznělo např. že druhý den po užití zmizel tlak na hrudi, „srdíčko přestalo utíkat“, „přestalo bušit, že jsem ho měla až v krku“. Tato a další obsažená tvrzení proklamovala léčebné a preventivní účinky produktu.

*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.*

*§ 8a odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy: Za přestupek podle odstavce 2 lze uložit pokutu do 2 000 000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 2 písm. a), c), d), e), h), i) nebo j).*

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 Rada shledává skutečnost, že k odvysílání závadného obsahu došlo na méně sledovaném programu KINO Barrandov v poledních hodinách, jako polehčující, neboť je i bez prokázaného kvantitativního vyjádření očekávatelné, že v danou dobu je sledovanost nízká a tedy i možný dopad na diváka.

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. Tuto skutečnost Rada zhodnotila jako polehčující.

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. Tuto okolnost Rada vyhodnotila jako přitěžující.

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 plné zákonné 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