



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 314420-RRTV

Naše č. j. RRTV/12287/2019-
had

Sp. zn. RRTV/2019/409/had
Zasedání Rady 17-2019/poř. č. 24

WHITE ELEPHANT s.r.o.,
m7kmh3a

Vyřizuje: AO

Datum, místo 22. 10. 2019, 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) 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 15. října 2019 takto:

- I. Obviněný zadavatel reklamy, WHITE ELEPHANT s.r.o., IČ 06245676, sídlem Lidická 2483, 390 03, Tábor, se uznává vinným v souladu s § 8a odst. 2 písm. j) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti dle § 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 na doplněk stravy Bílý slon - deprese, která byla odvysílána dne 12. března 2019 v čase 20:37:35 hodin na programu ŠLÁGR 2, neboť se ve verbální složce reklamy objevuje tvrzení, že díky zmíněnému doplňku stravy je možné vyléčit deprese, konkrétně skrze promluvu moderátora: „Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!“. Za přestupek se pachatel v souladu s § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. ukládá pokuta ve výši 10 000,- Kč (deset tisíc korun českých).
- II. Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2019409. 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 2019409 úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) 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.“), v souladu s ustanovením § 78 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., zákona o přestupcích a řízeních o nich (dále jen „zákon č. 250/2016 Sb.“) rozhodla zahájit se zadavatelem reklamy, společností WHITE ELEPHANT s.r.o., IČ 06245676, sídlem Lidická 2483, 390 03, Tábor, řízení o přestupku pro možné 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, 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, a to zadáním reklamy na doplněk stravy Bílý slon - deprese, která byla odvysílána dne 12. března 2019 v čase 20:37:35 hodin na programu ŠLÁGR 2, neboť se ve verbální složce reklamy objevuje tvrzení, že díky zmíněnému doplňku stravy je možné vyléčit deprese, konkrétně skrze promluvu moderátora: „Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!“.

Popis reklamního spotu:

Reklama o délce přibližně 01:50 min. má podobu rozhovoru, kdy se mezi sebou baví moderátor (po pravé straně, viz přiložený Screenshot) a host, kterého moderátor představí jako pana doktora Pantůčka. Zmíněné osoby spolu hovoří o depresích a účincích doplňku stravy od Bílého slona. Záběr ve většině času odpovídá uvedenému screenshotu, tedy jsou zde zobrazené obě dvě osoby, v některých případech, kdy následuje delší promluva jedné z osob, se kamera přiblíží. V levém dolním rohu je po celou dobu vysílání spotu uvedený nápis „Doplněk stravy“.



Screenshot: Podoba spotu Bílý slon - deprese

Přepis rozhovoru:

- Moderátor: „Podzim je naprosto dokonalé období, ovšem má s sebou jeden obrovský problém a to je to co, to co mě občas zachvátí, Vás ne, pane doktore? Pan doktor Pantůček. Deprese!“
- Dr. Pantůček: „Dobrý den. Samozřejmě, zkracuje se, zkracují se dny, prodlužuje se noc, nižší teplota, méně sluníčka, malinko horší výživa často, to jsou všechno faktory, které mohou vést k mírným nebo silnějším formám depresí.“
- Moderátor: „No vy jste říkal jednu věc, to jsem vám říkal, to si pamatujte, my nejsme vlastně evolučně tedy vývojově na depresi připraveni, je to tak, ne? Na tu dlouhodobou.“
- Dr. Pantůček: „Tak deprese je samozřejmě patologický stav, takže patologický stav je něco, na co nejsme připraveni. Je výsledkem něčeho, na co nejsme. A samozřejmě deprese velice často nebo nejčastěji vzniká v důsledku stresu, který na nás působí dlouhodobě. A my jsme tisíce let byli učeni, že stres nám pomáhá, protože teď nás chce někdo napadnout, teď nás chce někdo okrást, zabít a tak dále.“
- Moderátor: „Přeskočit 6 metrů do vejšky.“ (smích)
- Dr. Pantůček: „A my se potřebujeme ubránit a potřebujeme to tělo nakopnout, aby krátkodobě podalo špičkový výkon, a v tom nám ten stres pomůže“
- Moderátor: „Aha.“
- Dr. Pantůček: „A pakliže ten stres působí dlouhodobě, tak má na nás velmi negativní účinky.“
- Moderátor: „Výborně. Když byste z tohoto toho extraktu, který tedy drží v ruce, z toho Bílého slona na depresi, když byste měl vybrat bylinku, která je tím králem uvnitř tady tohoto toho složení.“
- Dr. Pantůček: „Byl by to jednoznačně šišák bajkalský, z Kulteárie (?). Je to bylinka, která na deprese má unikátní účinky.“
- Moderátor: „Takže výborně. Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!“

Spot propaguje produkt, tzv. elixír, který má mít dobrý vliv na deprese. Produkt lze zakoupit buďto prostřednictvím uvedeného telefonního čísla či na webu¹.

Celkové vyznění spotu je problematické. Jedním z aspektů je skutečnost, že divák by na základě uvedeného spotu mohl nabýt dojmu, že přítomný lékař je osobou s titulem MUDr., v jehož kompetencích je posoudit účinky zmíněného výrobku na lidský organismus, má potřebné znalosti oboru a s výrobkem má odborné zkušenosti z praxe. Jiří Pantůček je ovšem vystudovaný zvěrolékař, je tedy nositelem titulu MVDr.²

Ačkoli ve spotu není ani jednou explicitně řečeno, že doktor Pantůček je lékařem s titulem MUDr., není uveden ani opak a na základě jeho promluv je pravděpodobné, že divák bude doktora považovat za lékaře věnujícího se humánní medicíně. Fakt, že účinky takového produktu v rámci spotu poté tento lékař „garantuje“, může mít na diváky odlišný vliv, než kdyby byl tento host otevřeně představen jako zvěrolékař.

¹ <http://www.whiteelephant.cz/produkty/elixiry/deprese.html>

² Viz například https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/podnikatel-jiri-pantucek-rozhovor-prirodni-kosmetika-topvet-rodinna-firma.A180426_085409_podnikani_sov

Za nejproblematictější aspekt je však považována skutečnost, že je zmíněný doplněk stravy Bílý slon – deprese představen jako prostředek, díky němuž je možné se zbavit depresí. Nejlépe to ilustruje promluva moderátora v samotném závěru spotu: **„Takže výborně. Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!“**

Tato promluva a celkové vyznění spotu naznačuje, že díky zmiňovanému doplňku stravy je možné se zbavit depresí. Reklama na doplněk stravy přitom žádné léčebné účinky deklarovat nesmí.

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.

Řízení o přestupku bylo zahájeno dne 11. 6. 2019 pod sp. zn. RRTV/2019/409/had.

Rada v rámci řízení o přestupku spis. zn. RRTV/2019/409/had provedla důkaz zhlédnutím záznamu reklamy na doplněk stravy Bílý slon - deprese, která byla odvysílána dne 12. března 2019 v čase 20:37:35 hodin na programu ŠLÁGR 2.

Vyjádření účastníka

„Jsme přesvědčeni, že divák nebyl uveden v omyl. V předchozích rozhovorech bylo jednoznačně a opakovaně řečeno, že MVDr. Jiří Pantůček vystudoval Veterinární a farmaceutickou univerzitu Brno. Této skutečnosti byl věnován značný prostor. Navíc byl vždy doktor Pantůček představen coby specialista na Fytofarmacii, nikdy nebyl spojen s humánní medicínou. Obor Fytofarmacie je v současné době v nejkvalitnější formě předmětem výuky na Farmaceutické fakultě VFU Brno. Jelikož farmacii vyučují stejní odborníci, je vysoká pravděpodobnost, že úroveň výuky je vysoká i na VFU Brno. Fytofarmacie dnes ovšem není obor, kterému je věnována náležitá pozornost v objemu učiva kterékoliv vysoké školy. Proto je erudice získávána samostudiem, praxí a publikační činností. Jsme přesvědčeni, že MVDr. Pantůček je v této oblasti uznávaným odborníkem.

V rozhovoru se hovoří o bylinném preparátu obecně. Konkrétní vazba na pomoc při depresivních stavech je vázána na účinky bylin, nikoliv na účinky preparátu.

Moderátor: „Výborně. Když byste z tohoto extraktu, který tedy drží v ruce, z toho Bílého slona na depresi, když byste měl vybrat bylinku, která je tím králem uvnitř tady tohoto složení.“ Dr. Pantůček: „Byl by to jednoznačně šišák bajkalský, z Kulteárie (?). Je to bylinka, která na deprese má unikátní účinky.“

Máte ovšem pravdu, že závěrečné vyjádření moderátora je neobratné a v konečném důsledku hraniční.

Moderátor: „Takže výborně. Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!“

Pro úplnost přikládáme obsáhlou monografii k Šišáku bajkalskému (Scutellaria baicalensis) včetně klinických studií, ve kterých je účinnost dohledatelná. Závěrem bychom rádi požádali o zohlednění výše uvedeného. Moderátoři budou v budoucnu lépe proškoleni, nebo se zasadíme o to, aby problematické věty byly nehrazeny, přetočeny.“

Správní uvážení Rady:

Představení pana dr. Potůčka je pomyslným druhotným problémem reklamy. Primárním problémem je, že dochází k nabídce produktu s léčebným účinkem ve vztahu k explicitně vyjádřenému onemocnění – již přímo tato skutečnost je porušením zákazu stanoveného ustanovením § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy. V reklamě je jasně a zřetelně řečeno:

„Tak deprese je samozřejmě patologický stav, takže patologický stav je něco, na co nejsme připraveni. Je výsledkem něčeho, na co nejsme. A samozřejmě deprese velice často nebo nejčastěji vzniká v důsledku stresu, který na nás působí dlouhodobě.“

Přípravek je tedy prezentován jako účinný vůči patologickým stavům lidského organismu.

Fakt, že přiložená studie prokazuje konkrétní účinky, je irelevantní. K tomuto se vyjádřil i Nejvyšší správní soud v rozsudku č. j. 7 As 48/2008 – 72 ze dne 25. 9. 2008:

„Již samotné přisouzení potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo naznačování takových vlastností v reklamě je samo o sobě považováno za uvádění v omyl ve smyslu § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy. Pro naplnění této skutkové podstaty proto není vůbec rozhodující, zda reklama uvádí údaje pravdivé nebo nepravdivé.“

Rovněž nelze přihlídnout ani k tvrzení, že účinky se vztahují k bylině a nikoliv k přípravku. Logickým výkladem tohoto tvrzení by bylo možno dojít k interpretaci, že přípravek tedy nemá žádný účinek, ten má jen a pouze výlučně bylina. Pak by bylo tedy očekávatelné, aby takovéto sdělení bylo předmětem reklamního obsahu. V reklamě se nicméně jasně a zřetelně předkládá účinek přípravku jako takového.

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.

Spot propaguje produkt, tzv. elixír, který má mít dobrý vliv na deprese. Produkt lze zakoupit buďto prostřednictvím uvedeného telefonního čísla či na webu. Jedním z vyznění obsahu obchodního sdělení je skutečnost, že divák by na základě uvedeného spotu mohl nabýt dojmu, že přítomný lékař je osobou s titulem MUDr., v jehož kompetencích je posoudit účinky zmíněného výrobku na lidský organismus, má potřebné znalosti oboru a s výrobkem má odborné zkušenosti z praxe. Jiří Pantůček je ovšem vystudovaný zvěrolékař, je tedy nositelem titulu MVDr. Ačkoli ve spotu není ani jednou explicitně řečeno, že doktor Pantůček je lékařem s titulem MUDr., není uveden ani opak a na základě jeho promluv je pravděpodobné, že divák bude doktora považovat za lékaře věnujícího se humánní medicíně. Fakt, že účinky takového produktu v rámci spotu poté tento lékař „garantuje“, může mít na diváky odlišný vliv, než kdyby byl tento host otevřeně představen jako zvěrolékař.

Za nejproblematictější však považujeme to, že je zmíněný doplněk stravy Bílý slon – deprese představen jako prostředek, díky němuž je možné se zbavit depresí. Nejlépe to ilustruje promluva moderátora v samotném závěru spotu: „*Takže výborně. Přátelé, pryč s podzimními depresemi, stačí vám k tomu pouze jedno jediné. Bílý slon a jeho bylinný extrakt na deprese. Mimochodem pan doktor Pantůček to garantuje, tak s chutí do toho!*“

Z obsahu obchodního sdělení je možno dovodit, že užíváním produktu dojde k odstranění deprese.

Rada dospěla 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, 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.

Dle ustanovení § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy musí reklama na potraviny 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.

V kontextu Nařízení EP a Rady č. 1169/2011 ze dne 25. října 2011, článku 7 odst. 3, nesmějí informace o potravině připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat, včetně související reklamy.

Máme za prokázané, že v předmětném obchodním sdělení jsou uvedeny takové prvky a obsahy, které zcela explicitně odkazují na lidské onemocnění, konkrétně deprese.

Na základě uvedené argumentace neshledává Rada důvod pro zastavení řízení a má za to, že bylo prokázáno 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.

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

Při určení druhu a výměry správního trestu podle § 37 písm. a) a g) zákona č. 250/2016 Sb. se přihlédne k povaze a závažnosti přestupku, u právnické nebo podnikající fyzické osoby k povaze její činnosti.

Dle § 38 zákona č. 250/2016 Sb. je povaha a závažnost přestupku 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 znakem 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 přestupku došlo šířením obchodního sdělení prostřednictvím televizního vysílání, tedy masovým komunikačním médiem, dopad ani dosah vysílání nebyl v řízení hodnocen, proto nebyl tento aspekt zohledňován.

Za rozhodnou okolnost ve smyslu § 38 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb. však považujeme fakt, že oblast ochrany zdraví je společensky citlivou kategorií, která podléhá přísné regulaci.

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

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

Ve vztahu k předmětu skutku a formy, tedy obchodního sdělení zaměřeného na léčebné či preventivní účinky doplňku stravy spolu s deklarováním účinků od odborníka, uložila Rada v minulosti již sankce nad polovinou zákonné sazby, jelikož taková porušení vnímá jako závažná. Rada nicméně neshledala v daném případě důvod pro uplatnění plného zákonného rozpětí, byť chráněný zájem je v daném případě nutno označit za významný a porušení za závažné.

Rada naopak shledala důvod pro uložení mírné sankce v dolní desetině zákonné sazby za účelem předejití dalších případných porušení ze strany pachatele, přičemž současně zvažila, že k odvysílání obchodního sdělení nedošlo v hlavním vysílacím čase na televizním programu s vysokou sledovaností. V daném případě tak přistoupila k uložení sankce ve výši 10 000 Kč. Tedy při samé spodní hranici, neboli méně než 1% zákonné sazby. Při úvaze bylo zvaženo, že se jedná o první porušení tohoto typu ze strany pachatele, rovněž pak, že k porušení došlo šířením na programu Šlágr 2, u něhož nelze předpokládat značnou sledovanost a tedy je zde omezený dopad na diváky.

Vzhledem k tomu, že řízení o přestupku vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000 Kč.

Ivan Krejčí
předseda Rady

pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno