

Od provozovatele, společnosti Evropa 2, spol. s r.o., byly vyžádány informace o zadavateli reklamy na produkt Smoklin-doplňek stravy pro kuřáky. Provozovatel uvedl jako objednavatele reklamy společnost TEN MEDIA s.r.o. Dne 1. července 2011 byla doručena odpověď společnosti TEN MEDIA s.r.o. která uvádí, že objednavatelem reklamní kampaně Smoklin je společnost Step Guarantee Group s.r.o. Dne 9. srpna 2011 bylo doručeno vyjádření společnosti Step Guarantee Group s.r.o. které uvádí, že objednavatelem reklamní kampaně Smoklin je společnost SowuloPerth s. r. o.

Zahájení správního řízení se společností SowuloPerth s. r. o.

SowuloPerth s. r. o. je obchodní společností, která se v rámci svého předmětu podnikání zabývá přímo výrobou doplňku stravy Smoklin (zdroj: www.smoklin.cz), který spadá do kategorie doplňků stravy, jejichž označování a způsob prezentace a reklamy upravuje vyhláška č. 446/2004 Sb., kterou se stanoví požadavky na doplňky stravy a na obohacování potravin potravními doplňky.

SowuloPerth s. r. o. je ve smyslu § 1 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb. zadavatelem reklamy na přípravek Smoklin.

Přepis reklamy (čas 9:41:14, 10:33:19, 17:49:43 hodin):

„Můžete se stát obětí svých vlastních vin, nebo zkusit Smoklin. Revoluční preparát, vyvinutý přímo proti negativním vlivům kouření na lidský organismus. Smoklin, zelený štít, chrání, když kouříš. Žádejte ve svých lékárnách, jako doplňek stravy. Smoklin nyní koupíte v úspornějším balení, již od 98 Kč.“

Ustanovení § 5d) odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy: Reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména přisuzováním potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat.

Výše uvedeně tvrzení „Můžete se stát obětí svých vlastních vin, nebo zkusit Smoklin.“ naznačuje ochrannou funkci preparátu. Reklama pak slibuje prostřednictvím svého tvrzení „Revoluční preparát vyvinutý přímo tak, aby napomáhal proti negativním vlivům kouření na lidský organismus.“ pomoc s odstraněním rizik spojených s kouřením. Z celkového vyznění reklamního spotu mohou vyplývat preventivní a případně i léčebné účinky přípravku Smoklin.

Na 15. zasedání rozhodla Rada na základě výše popsaných skutečností zahájit se společností SowuloPerth s. r. o. správní řízení z moci úřední, neboť zadáním reklamy na doplňek stravy pro kuřáky Smoklin, vysílané dne 3. května 2011 na programu EVROPA 2 v čase 9:41:14 hodin, 10:33:19 hodin a 17:49:43 hodin, se mohla dopustit porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. Před vydáním rozhodnutí byl účastník řízení v souladu s § 36 správního řádu seznámen s právem navrhnout důkazy a jejich doplnění, dále s možností vyjádřit se k projednávané věci, uplatňovat připomínky a činit jiné návrhy a současně byl účastník řízení vyzván, aby se ve věci písemně vyjádřil.

Oznámení o zahájení správního řízení bylo účastníku řízení doručeno dne 9. září 2011, tímto dnem bylo správní řízení zahájeno.

Vyjádření účastníka řízení a vypořádání se Rady s námitkami účastníka:

Vyjádření účastníka bylo Radě doručeno 22. září 2011.

Účastník ve svém vyjádření zmiňuje stanovisko Rady pro reklamu, která nepovažuje reklamu na Smoklin z hlediska ustanovení etického Kodexu reklamy za kolizní.

Rada má za to, že skutečnost nekoliznosti reklamy na doplňek stravy Smoklin s Kodexem reklamy nic nemění na skutečnosti, že předmětná reklama koliduje se zákonem o regulaci reklamy. Rada pro reklamu neaplikuje při posuzování stížností platný právní řád, ale porovnává výsledky činnosti subjektů reklamy (tj. reklamu) s tímto Kodexem. V kompetenci Rady pro reklamu není sankcionování porušení platného řádu subjekty reklamy. Cílem Kodexu je napomáhat tomu, aby reklama byla především pravdivá, slušná a čestná. Kodex nenahrazuje právní regulaci reklamy, nýbrž na ni navazuje doplněním o etické zásady.

Dle názoru účastníka, Smoklinu nejsou v žádném případě přisuzovány vlastnosti v léčení či prevenci konkrétních onemocnění tak, aby mohlo jít o porušení ustanovení zákona. Vlivem kouření (ve shodě s jinými okolnostmi), může sice opravdu dojít různým vážným poruchám či onemocnění, ale

onemocnění je v tomto případě až sekundárním jevem a Smoklinu nejsou přisuzovány žádné vlastnosti v léčení či prevenci těchto konkrétních onemocnění.

Rada zastává názor, že přípravku jsou přisuzovány vlastnosti v léčení či prevenci onemocnění způsobených kouřením. To, že reklama nejmenuje konkrétní nemoci, neznamená, že minimálně naznačuje prevenci chorob nebo jejich léčení. Je obecně známým faktem, že kouření způsobuje nemoci a také je známé o jaké nemoci se jedná. Sám zadavatel na své stránce (www.smokline.cz) uvádí, že v důsledku kouření umírá každý rok ve světě cca 4 miliony lidí, přičemž v České republice poslední statistiky poukazují na alarmující číslo 23.000 případů. V lidském těle v podstatě není možné nalézt orgán, na který by kouření nepůsobilo negativně.

Široká veřejnost vnímá kouření minimálně jako riziko vzniku rakoviny plic, kde opravdu způsobuje až 90% onemocnění. Jiné negativní vlivy jsou známé také. Kouření způsobuje (resp. má negativní vliv na vznik) rakovinu i v celé řadě dalších orgánů např. slinivky břišní, ústní dutiny, děložního čípku, ledvin, střev. Dále je zapotřebí zmínit srdeční infarkt či mozkové cévní příhody, poruchy plodnosti a cukrovku.

Rada má za to, že průměrný spotřebitel o těchto negativních vlivech kouření ví a plně si je uvědomuje. Tvzení reklamy o ochraně před negativními vlivy kouření přímo naznačuje ochranu před výše zmíněnými nemocemi.

Podpůrné prostředky (vitamíny, antioxidanty, stopové prvky) mohou dle účastníka přispět k doplnění některých důležitých látek, které této populaci chybějí. Takovéto podpůrné látky rovněž neléčí konkrétní onemocnění. Smoklin se v tomto kontextu dá přirovnat k vylepšenému multivitaminu pro konkrétní cílovou skupinu, a to pro kuřáky.

Rada netvrdí, že multivitaminy léčí konkrétní onemocnění, ale tvrdí, že reklama na multivitaminy naznačuje, a to minimálně, prevenci chorob z kouření.

Z výše uvedeného dle účastníka jasně vyplývá, že v žádném případě nepodporuje kouření jako takové, ale pouze se snaží kuřáky částečně chránit. Preparát nepodporuje chování poškozující zdraví, ale naopak má v důsledku přispět k doplnění chybějících látek a tím napomáhá proti negativním vlivům kouření.

Rada zastává názor, že podáváním multivitaminů nelze ochránit kuřáky před negativními vlivy kouření, a kdyby to bylo i částečně možné, reklama na potraviny nemůže tohoto tvrzení využívat. Reklama na potraviny nemůže naznačovat prevenci-ochranu před nemocemi.

Zpracovatelem, stejně jako zadavatelem těchto kampaní na preparát Smoklin, je dle vyjádření účastníka výhradně společnost Sowulo Perth s.r.o.

Z důvodu, že zadavatelem a zpracovatelem reklamy je stejná právnická osoba, za obsah reklamy plně odpovídá společnost Sowulo Perth s.r.o.

V řízení bylo prokázáno, že účastníkem řízení je zadavatel reklamy, společnost Sowulo Perth s.r.o. Rada disponuje záznamem reklamy a má její zařazení do vysílání za prokázané.

Rada provedla na svém 20. zasedání, dne 1. listopadu 2011 důkaz zvukovým záznamem a hodnotila, zda reklama na produkt Smoklin, odvysílána dne 3. května 2011 na programu EVROPA 2 v čase 9:41:14 hodin, 10:33:19 hodin a 17:49:43 hodin, odpovídá zákonné povinnosti uvedené v § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb.

Dle ustanovení § 5d) odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy: „Reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména přisuzováním potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat.“

Rada dospěla k závěru, že uvedená reklama *mohla* u posluchače vyvolat dojem, že přípravek má preventivní nebo léčebné vlastnosti, neboť průměrný spotřebitel může vnímat tvrzení „**Můžete se stát obětí svých vlastních vin, nebo zkusit Smoklin.**“ jako apel na prevenci vzniku nemocí způsobených kouřením nebo odstranění následků, které způsobuje kouření, užíváním doplňku stravy Smoklin.

Onou obětí pak lze chápat chorobný stav organismu vyvolaný kouřením (zhoršení zdravotního stavu osob následkem kouření je obecně známý fakt). Výše uvedený text reklamy naznačuje, že přípravek Smoklin by mohl redukovat negativní dopady kouření, kterými jsou zejména zdravotní problémy jako kardiovaskulární choroby, rakovina nebo obecné zhoršení funkcí organismu.

Reklama pak slibuje prostřednictvím svého tvrzení „**Revoluční preparát vyvinutý přímo tak, aby napomáhal proti negativním vlivům kouření na lidský organismus.**“ pomoc s odstraněním rizik spojených s kouřením.

V neposlední řadě je pak nutno zdůraznit, že v reklamě je dán důraz na prodej přípravku v lékárnách. Tato okolnost jednoznačně vyvolává u spotřebitele dojem spojení přípravku s léčivými, které jsou v lékárnách primárně zastoupeny. Sám výraz lékárna pak foneticky evokuje slovo LÉK, což v kontextu reklamy může působit na vnímání spotřebitele takovým způsobem, že není schopen rozlišit produkt od skutečných léčivých přípravků. To, že rozhlasová reklama současně výslovně stanovuje, že jde o doplněk stravy, tedy nikoli léčivo, nic nemění na skutečnosti, že běžný spotřebitel může být uveden omyl o jeho léčivém charakteru.

Pro posouzení věci je rozhodné, zda předmětný doplněk stravy může spotřebitele, kterému je určen, obsahem a charakterem reklamního sdělení uvádět v omyl, že doplněk stravy má preventivní nebo léčivé účinky.

Běžný spotřebitel, kterému je doplněk stravy určen (tj. široká veřejnost) může být lehce uveden v omyl, že předmětný produkt má minimálně preventivní vlastnosti, neboť se v reklamním spotu výslovně říká, že „*vyvinutý proti negativním vlivům kouření na lidský organismus*“, „*chrání, když kouříš*“. Běžný spotřebitel, může být lehce uveden v omyl, že předmětný produkt má vlastnosti, které mohou zabránit vzniku chorob, které zapříčiňuje kouření nebo tyto nemoci léčit.

Celková prezentace Smoklin působí na běžného spotřebitele tak, že přípravek je určen k předcházení onemocnění způsobených kouřením či jejich léčbě.

Rada konstatovala na svém 20. zasedání konaném ve dnech 1. - 2. listopadu 2011, že zadavatel reklamy, společnosti SowuloPerth s. r. o., se zadáním reklamy na produkt Smoklin, vysílané dne 3. května 2011 na programu EVROPA 2 v čase 9:41:14 hodin, 10:33:19 hodin a 17:49:43 hodin dopustil porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., neboť došlo k uvedení spotřebitele v omyl tím, že potravině, resp. doplňku stravy byla přisouzena schopnost předcházet nebo léčit nemoci, způsobené kouřením.

Rada proto rozhodla o uložení pokuty za porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb.

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

Rada rozhodla o uložení pokuty při dolní hranici sazby stanovené zákonem a uložila účastníku řízení uhradit pokutu ve výši ve výši 50 000,- Kč.

O její výši rozhodla na základě skutečnosti, že se jedná o první porušení povinností společností SowuloPerth s. r. o. v rozhlasovém vysílání a také z důvodu, že tato společnost za obsah reklamy odpovídá samostatně. Rada nehodnotila správní delikt jako pokračující.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze v souladu s § 7b odst. 4 zákona č. 40/1 995 Sb. podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě 30 dnů ode dne doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí.

V Praze dne: 1.11.2011

JUDr. Kateřina Kalistová
*předsedkyně Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání*