

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález

Arbitrážna komisia Rady pre reklamu (ďalej len „Komisia“) ako orgán Rady pre reklamu (ďalej len „Rada“) príslušný podľa článku 5, druhej hlavy I. časti Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len „Kódex“) postupom podľa čl. IV Rokovacieho poriadku Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ďalej len „Poriadok“) vydáva v súlade s čl. V ods. 1 a 2 Poriadku tento

n á l e z :

**On-line reklama (informácie na web stránke zadávateľ'a) „Ortodoncia“
zadávateľ'a: Dental Friends, s.r.o.**

je v rozpore

s ustanovením čl. 14 ods. 4 Kódexu

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od Slovenskej ortodontickej spoločnosti so sídlom Líščie údolie 98/57, 841 32 Bratislava-Karlova Ves, v zastúpení advokátskej kancelárie Prosman a Pavlovič advokátska kancelária, s.r.o. voči on-line reklame (Instagram, webstránka zadávateľ'a) „Moja cesta za dokonalým úsmevom“; Ortodoncia“ zadávateľ'a: Dental Friends, s.r.o. Sťažovateľ podáva sťažnosť na reklamu, ktorej zadávateľ'om je podľa dostupných informácií sťažovateľ'a obchodná spoločnosť Dental Friends s.r.o., so sídlom Karadžičova 10, Bratislava, ktorý vystupuje pod označením Dr. Úsmev (zubná klinika v Bratislave), pričom v predmetnej veci uvádza nasledovné: „Zadávateľ si objednal reklamu u fyzickej osoby Ema Fajnor (influencer), za účelom propagácie jeho činnosti, ktorá spočíva v poskytovaní zdravotnej starostlivosti v oblasti čelustnej ortopédie, konkrétne za účelom propagácie keramického priesvitného strojčeka.“ Sťažovateľ o tom dokladá videonahrávku na USB kľúči. Podľa sťažovateľ'a zadávateľ propaguje ortodontické služby aj na svojich stránkach <https://www.doktorusmev.sk>, kde propaguje fixné a súčasne aj neviditeľné strojčeky. Sťažovateľ ako dôkaz uvádza webstránku www.doktorusmev.sk/sluzby/ortodoncia. Vyššie uvedené výkony podľa sťažovateľ'a jednoznačne spadajú pod výkony čelustnej ortopédie, ktoré môže vykonávať len poskytovateľ, ktorý má oprávnenie na poskytovanie zdravotnej starostlivosti v odbore čelustnej ortopédie. Čelustná ortopédia je špecializovanou pracovnou činnosťou, pre ktorú je potrebné získať odbornú spôsobilosť, nestačí disponovať len odbornou spôsobilosťou na výkon všeobecnej zubárskej činnosti. Sťažovateľ dodáva, že jednotlivé zdravotné výkony spočívajúce v nasadení kovového zubného strojčeka, keramického zubného strojčeka a neviditeľného zubného strojčeka sú taktiež ocenené vo zverejnenom cenníku poskytovateľ'a zdravotnej starostlivosti dostupné na stránke www.doktorusmev.sk/cennik.

Podľa sťažovateľ'a zo stránky dostupnej na Ambulantné zdravotnícke zariadenia, Zdravotníctvo, Bratislavský samosprávny kraj, e-VÚC – samospráva občanom je však jednoznačne zrejmé, že poskytovateľ zdravotnej starostlivosti Dental Friends s.r.o. má povolené výlučne len ambulancie zubného lekárstva, nie ambulancie čelustnej ortopédie, a to konkrétne štyri ambulancie (všeobecného) zubného lekárstva bez odborného zamerania na čelustnú ortopédiu. Poskytovateľ zdravotnej starostlivosti Dental Friends s.r.o. nemá podľa sťažovateľ'a povolenie na prevádzkovanie ambulancie čelustnej ortopédie. Na základe vyššie uvedeného je možné podľa sťažovateľ'a uzavrieť, že obchodná spoločnosť Dental Friends s.r.o. verejne propaguje výkon činností, na poskytovanie ktorých nemá oprávnenie. Sťažovateľ v predmetnej veci preto namietá, že reklama zadávateľ'a je v zjavnom rozpore s nasledovnými bodmi Etického kódexu reklamnej praxe (ďalej len Kódex): Článok 10 ods. 1 Kódexu: Reklama nesmie navádzať na porušovanie všeobecne záväzných právnych predpisov alebo vzbudzovať dojem, že s ich

porušovaním súhlasí. Článok 10 ods. 4 Kódexu: Reklama nesmie byť v rozpore s dobrými mravmi, pravidlami hospodárskej súťaže a nesmie byť spôsobilá privodiť ujmu inému súťažiteľovi alebo spotrebiteľom. Článok 14 ods. 1 Kódexu: Klamlivá reklama je neprípustná; za klamlivú reklamu sa považuje reklama, ktorá najmä: a) uvádza priemerného spotrebiteľa do omylu alebo podstatne narušuje, či je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu spôsobom, ktorý mu bráni urobiť kvalifikované rozhodnutie, b) sprostredkúva nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom informácie podstatné pre priemerného spotrebiteľa na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie alebo c) využíva inú klamlivú obchodnú praktiku. Článok 14 ods. 2 Kódexu: Reklama nesmie obsahovať klamlivý údaj o vlastnom alebo o cudzom podniku a ani o jeho produktoch; za klamlivý údaj sa považuje aj údaj sám osebe pravdivý, ak môže vzhľadom na okolnosti a súvislosti, v akých sa používa, viesť priemerného spotrebiteľa do omylu. Článok 14 ods. 3 Kódexu: Reklama nesmie na základe klamlivých údajov získavať vlastnému alebo cudziemu podniku prospech na úkor iného. Článok 14 ods. 6 Kódexu: V reklame sa nesmie opomenúť podstatná informácia, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii; pri posudzovaní rozsahu spotrebiteľovi sprostredkovaných informácií sa zohľadňuje aj použité komunikačné médium. Sťažovateľ sa domnieva, že propagáciou vyššie uvedených činností zadávateľ reklamy vzbudzuje u adresátov reklamy presvedčenie, že zadávateľ reklamy je oprávnený na výkon čelústnej ortopédie, čím klamlivo pôsobí na spotrebiteľa s cieľom prinútiť ho k objednávke jeho služieb u zadávateľa. Článok 40 ods. 2 Kódexu: Predmetom reklamy smú byť len lieky alebo zdravotnícke pomôcky, ktoré sú na území Slovenskej republiky registrované alebo schválené iným zákonným postupom. Nakoľko neviditeľný zubný strojček je zdravotníckou pomôckou na mieru, ktorá podlieha regulácii a schváleniu na území SR, nie je podľa sťažovateľa ani známe, či propagovaná zdravotnícka pomôcka je na území Slovenskej republiky schválená. Preto je podľa sťažovateľa možné uzavrieť, že vyššie uvedené informácie zverejnené na stránkach <https://www.doktorusmev.sk/> uvádzajú klientov ako spotrebiteľov do omylu ohľadom oprávnenia na poskytovanie zdravotnej starostlivosti zo strany spoločnosti Dental Friends s.r.o., a preto má za to, že takáto reklama je v rozpore so všeobecne záväznými právnymi predpismi a Kódexom.

Rada obdržala stanovisko zadávateľa, v ktorom potvrdzuje, že prevádzkuje zdravotnícke zariadenie - ambulanciu zubného lekárstva a ďalej dodáva, že k zverejneniu informácií na web stránke zadávateľa došlo výlučne za účelom vytvorenia databázy záujmu potencionálnych pacientov a zároveň k racionálnemu rozvrhu budúcich stomatologických výkonov, keďže zadávateľ má v úmysle do budúcnosti poskytovať výkony aj v oblasti čelústnej ortopédie a to prostredníctvom spolupracujúcej majetkovo a osobnostne prepojenej zubnej ambulancie, ktorú prevádzkuje obchodná spoločnosť BIODENT dental clinic s.r.o., IČO 52 082 067, nakoľko zubná ambulancia BIODENT dental clinic s.r.o. má zabezpečeného garanta a je oprávnená poskytovať výkony v špecializovanom odbore čelústnej ortopédie. Preto zadávateľ tvrdí, že podnet nie je oprávnený a zároveň uvádza, že nie je založený na pravdivých tvrdeniach.

Popis reklamy:

Na webstránke zadávateľa www.doktorusmev.sk/sluzby/ortodoncia sú uvedené nasledovné informácie: „Ortodoncia. Ortodoncia je odvetvie stomatológie, ktoré sa zaoberá diagnostikou, prevenciou a korekciou nepravidelností zubov a čelústí. Hľadáte žiarivý úsmev, ktorý vám zvýši sebavedomie a zmení váš vzhľad? Na zubnej klinike Doktor Úsmev sa špecializujeme aj na ortodonciu a pomôžeme vám dosiahnuť dokonalý úsmev, o akom ste vždy snívali. Naši odborní ortodontisti a najmodernejšia technológia vám zabezpečia individuálnu starostlivosť a výnimočné výsledky a pomôžeme vám narovnať vaše zuby, aby ste mohli mať úsmev o akom ste vždy snívali.“ Nasledujú informácie o Fixnom strojčeku a Neviditeľnom strojčeku. V pravej časti je objednávací formulár. Súčasťou stránky je cenník na zubné strojčky.

V zmysle čl. IV ods. 5 Poriadku sa zasadnutia Komisie zúčastnil o.i. konateľ spoločnosti Dental Friends, s. r. o., pán Martin Cuper. M. Cuper uviedol, že video, ktoré je umiestnené na Instagramovom profile influencerky Emy Fajnor nie je reklamnou spoluprácou. Medzi spoločnosťou a uvedenou influencerkou nie je žiaden obchodný vzťah, ktorý by zakladal spoluprácu v oblasti reklamy a spoločnosť nie je zadávateľom tohto obsahu. Je pravdou, že influencerka využíva služby danej kliniky, avšak uvedené video nie je reklamou a spoločnosť nezodpovedá za obsahy, ktoré Ema Fajnor umiestni na svoj profil na Instagrame. Vo vzťahu k poskytovaniu ortodontických služieb v klinike Dr. Úsmev, M. Cuper uviedol, že klinika má oprávnenie na poskytovanie komplexnej zubnej starostlivosti, ale nie na prevádzkovanie čelustno-ortopedickej ambulancie. Tieto služby preto zabezpečuje prostredníctvom iného majetkovo aj osobnostne prepojeného subjektu, prevádzkovateľom ktorého je spoločnosť BIODENT dental clinic s.r.o., ktorá má zabezpečeného garanta a je oprávnená poskytovať výkony v špecializovanom odbore čelústnej ortopédie. V praxi to znamená, že ak klient príde na kliniku Dr. Úsmev je mu poskytnutá konzultácia a ak lekár zhodnotí, že je potrebná ortodontická liečba, je klientovi doporučená liečba na klinike Biodent.

Názor Komisie:

Komisia preskúmala sťažnosť a dôkazový materiál a na základe skutočností, ktoré sú jej známe a z dostupných informácií dospela k týmto záverom:

Vo vzťahu k námietke sťažovateľa ohľadom videa influencerky Emy Fajnor, ktoré je umiestnené na jej profile na Instagrame, Komisia vychádzala z tvrdenia konateľa spoločnosti Dental Friends, s. r. o., ktorý uviedol, že uvedené video nevzniklo na základe reklamnej spolupráce a spoločnosť nie je zadávateľom daného obsahu. Zároveň Komisia v čase posudzovania nemala k dispozícii iný dôkaz, ktorý by preukazoval, že uvedené video je reklamou, a preto v tejto časti Komisia podľa čl. IV ods. 9 písm. c) Poriadku sťažnosť odložila a posudzovala len informácie uvedenej na web stránke zadávateľa.

V zmysle Kódexu reklama nesmie obsahovať klamlivé označenie produktu, ktoré je spôsobilé vyvolať mylnú domnienku o tom, že označený produkt pochádza o.i. z určitej oblasti či miesta alebo od určitého výrobcu (čl. 14 ods. 4 Kódexu). V predmetnom prípade zadávateľ v rámci svojej webovej stránky komunikoval ortodontické služby, resp. výkony, ktoré spadajú pod výkony čelústnej ortopédie. Pri posudzovaní oprávnenosti komunikácie uvedených služieb Komisia o.i. vychádzala aj zo skutočnosti, že tieto môže vykonávať len poskytovateľ, ktorý má oprávnenie na poskytovanie zdravotnej starostlivosti v odbore čelústnej ortopédie. Rovnako tak Komisia vychádzala zo skutočnosti, ktorú potvrdil aj zadávateľ, že klinika Dr. Úsmev, ktorú prevádzkuje spoločnosť Dental Friends, s. r. o. nemá oprávnenie na poskytovanie čelustno-ortopedickej ambulancie, a preto služby zabezpečuje prostredníctvom iného majetkovo aj osobnostne prepojeného subjektu, prevádzkovateľom, ktorého je spoločnosť BIODENT dental clinic s.r.o. Spôsob akým zadávateľ komunikuje uvedené služby v rámci svojej webovej stránky však túto skutočnosť podľa Komisie nezohľadňuje. Na webových stránkach kliniky Dr. Úsmev sú uvedené služby prezentované práve vo vzťahu k službám tejto danej kliniky (Dr. Úsmev) vrátane zverejnenia cenníka za poskytované služby a pacienti tak môžu na základe komunikovaných informácií oprávnené nadobudnúť dojem, že ortodontické služby poskytuje klinika Dr. Úsmev. Z textácii a prezentácii týchto služieb na webovom sídle kliniky Dr. Úsmev nevyplýva, že ortodontické služby sú zabezpečené prostredníctvom iného subjektu, tak ako popisuje zadávateľ. Komisia je preto toho názoru, že zadávateľ v prípade predmetnej stránky nesprávne informoval pacientov o tom, že služby ortodontie sú poskytované iným subjektom a uvedená reklama v podobe informácií uvedených na web stránke kliniky Dr. Úsmev bola spôsobilá vyvolať mylnú domnienku o tom, že daný subjekt má oprávnenie a poskytuje ortodontické služby, čo však preukázané nebolo.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 20. 3. 2025 hlasovaním rozhodla, že on-line reklama (informácie uvedené na web stránke zadávateľ'a) „Ortodoncia“, zadávateľ'a: Dental Friends, s.r.o. je v rozpore s ustanovením čl. 14 ods. 4 Kódexu a sťažnosť sťažovateľ'a je v tejto časti opodstatnená.

Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľ'a reklamy, ktorý sa vyzýva k zmene alebo úprave posúdenej reklamy a k zamedzeniu jej ďalšieho šírenia v predmetnej podobe.

Poučenie:

Zadávateľ reklamy alebo sťažovateľ môžu požiadať Radu o preskúmanie nálezu v lehote do troch pracovných dní od odoslania nálezu, len ak zaplatia poplatok a

- a) vyšli najavo nové skutočnosti alebo dôkazy, ktoré mohli mať podstatný vplyv na posúdenie reklamy a nemohli sa v konaní uplatniť bez zavinenia osoby, ktorá o preskúmanie žiada,
- b) namieta sa porušenie Poriadku alebo
- c) namieta sa neoznámenie konfliktu záujmov niektorého člena Komisie.

Poplatok spojený s preskúmaním nálezu vo výške 30 EUR pre fyzickú osobu alebo 300 EUR pre právnickú osobu je potrebné uhradiť na č. účtu Rady: IBAN SK15 1100 0000 0026 2210 7629. Variabilný symbol: číslo sťažnosti uvedené v záhlaví tohto nálezu.

V Bratislave, dňa 7.4.2025

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie