

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 :

**Telenákupný šot: „Biostile (Active Joint/ B-Complex s kremíkom + Easy Step krém)“,
zadávatel'a: Biostile CZ SK HU s. r. o.**

je v rozpore

s ustanoveniami čl. 44 ods. 2, čl. 10 ods. 2, čl. 12 ods. 1, čl. 15 ods. 1 Kódexu

Rada ako združenie etickej samoregulácie zaevidovala sťažnosť od fyzickej osoby, okres neznámy, voči telenákupnému šotu propagujúcemu výživové doplnky značky: „Biostile“, zadávatel'a Biostile CZ SK HU s. r. o. Sťažovateľ uvádza, že reklama je opakovane nasadzovaná do vysielania Slovenskej televízie a rozhlasu (STVR). Sťažovateľ sa domnieva, že predmetná reklama závažným spôsobom porušuje zákon o mediálnych službách a zákon o reklame, konkrétne ustanovenia týkajúce sa klamlivej reklamy, ochrany spotrebiteľ'a a čestnosti v reklame. Sťažnosť odôvodňuje nasledovnými skutočnosťami:

„1. Neoprávnené zneužívanie medicínskej autority a zavádzanie diváka:

V reklamných spotoch a sprievodných teleshoppingových blokoch spoločnosť Biostile masívne buduje dôveryhodnosť svojich komerčných výživových doplnkov na vyjadreniach osoby, ktorá vystupuje ako lekár oficiálnej medicíny pod menom „MUDr. Tomislav Majič“. Produkty sú dokonca označené pečatou „rad Dr. Majiča“. Podľa zistení investigatívnych médií (napr. spravodajská sieť N1) však táto reklama vykazuje znaky podvodu a klamstva. Spoločnosť Biostile na zahraničných trhoch preukázateľne parazituje na fiktívnych alebo neoprávnených spoluprákach s lekármi (napr. medializovaný prípad zneužitia mena onkológa Dr. Roka Devjaka z Onkologického ústavu v Ľubl'ane, ktorý akúkoľvek spoluprácu verejne odmietol).

2. Dokázateľná nezákonnosť praktík v krajine pôvodu:

Zdravotná inšpekcia v Slovinsku za posledné tri roky udelila spoločnosti Biostile právoplatné pokuty v celkovej výške 240-tisíc eur práve za klamlivú reklamu a zavádzanie spotrebiteľ'ov. Výrobca cielene prenáša tieto nelegálne a sankcionované marketingové taktiky na slovenský trh, kde využíva dôverčivosť divákov verejnoprávnej televízie.

3. Priamy dopad na zdravie spotrebiteľ'a:

Ako diváčka som na základe tejto klamlivej kampane uverila garancii deklarovaných „lekárskych kapacít“, produkty si zakúpila a po ich užití som utrpela nežiaduce vedľajšie účinky. Reklama teda priamo ohrozuje zdravie ľudí, keďže výživové doplnky prezentuje s vlastnosťami liekov a pod hlavičkou medicínskych autorít, ktoré v reálnom lekárskom prostredí takto nefungujú.

4. Formálne nedostatky a netransparentnosť:

Spoločnosť Biostile uvádza na slovenskom trhu fiktívne sídla a väčšina finančných tokov od slovenských spotrebiteľ'ov smeruje priamo na účty v Slovinsku, čím sa sťažuje akákoľvek kontrola slovenskými úradmi.“

Sťažovateľ'ka doplnila, že predmetný telenákupný šot mal byť odvysielaný dňa 18. 6. 2016 na programovej službe Jednotka.

Rada sa obrátila na zadávateľa so žiadosťou o stanovisko. Zadávatel' vo svojom vyjadrení o. i. uvádza, že berie bezpečnosť výrobkov, ochranu spotrebiteľa a súlad reklamy s regulačnými požiadavkami veľmi vážne, a preto ako preventívne opatrenie dočasne pozastavil ďalšie vysielanie predmetnej reklamy až do ukončenia preskúmania, pričom zdôraznil, že ide o dobrovoľné opatrenie, nie o priznanie opodstatnenosti sťažnosti.

K výhrade neoprávneného zneužívania medicínskej autority a zavádzania diváka zadávateľ uvádza, že v predmetnej reklame sa ani jeden zo sťažovateľom uvedených lekárov (Dr. Tomislav Majić a Dr. Rok Devjak) nevyskytuje, neoslovuje divákov ani neodporúča výrobky. Zadávatel' dopĺňa, že ide o lekárov – odborníkov, s ktorými Biostile dlhodobu spolupracuje pri vývoji výrobkov. Túto odbornú spoluprácu na strane vývoja je potrebné jasne odlíšiť od reklamného využitia lekárskej autority v spotrebiteľskej komunikácii.

K výhradám týkajúcim sa dokázateľnej nezákonnosti praktík a udelených pokút vo výške 240 000 EUR v krajine pôvodu zadávateľ argumentuje, že sú nepresné, zavádzajúce a nezohľadňujú ktorého konania, výrobku a procesného štádia sa týkajú. Zadávatel' uvádza, že viaceré rozhodnutia boli následne upravené a pokuty znížené alebo konania úplne zastavené.

K výhradám sťažovateľa, týkajúcich sa údajných nežiaducich účinkov, zadávateľ uvádza, že *„Biostile berie každé konkrétne a riadne zdokumentované oznámenie týkajúce sa bezpečnosti výrobku vážne a je pripravená preskúmať ho v rámci zavedených postupov kvality a bezpečnosti“*. Keďže podnet sťažovateľa neuvádza potrebné údaje (konkrétny výrobok, číslo šarže, množstvo, dĺžku používania, konkrétny nežiadúci účinok, súbežne užívané lieky ani existujúcu lekársku dokumentáciu), nie je možné jeho odborné posúdenie. *„Biostile je pripravená prípad preskúmať, ak jej budú poskytnuté chýbajúce informácie. Všeobecné tvrdenie o nešpecifikovanom nežiaducom účinku samo osebe nemôže preukázať, že výrobok je nebezpečný alebo že medzi výrobkom a údajným účinkom existuje príčinná súvislosť.“*

K tvrdeniam týkajúcim sa uvádzania fiktívnych adries a finančných tokov smerujúcich do zahraničia zadávateľ uvádza: *„Biostile CZ SK HU s.r.o. je riadne založená, registrovaná a aktívne pôsobiaca obchodná spoločnosť v Slovenskej republike.“ „Spoločnosť nie je iba formálnym alebo fiktívnym právnym subjektom. Na Slovensku vykonáva skutočnú hospodársku činnosť, zamestnáva značný počet zamestnancov, plní svoje daňové a zákonné povinnosti a prispieva k slovenskej ekonomike prostredníctvom zamestnanosti, obchodnej činnosti a platenia daní a iných povinných odvodov.“ „Biostile pôsobí medzinárodne a obchodné vzťahy medzi spoločnosťami so sídlom v rôznych členských štátoch EÚ môžu prirodzene zahŕňať cezhraničné dodávky, fakturáciu a platobné mechanizmy. Existencia cezhraničných finančných tokov v rámci legítimnej medzinárodnej podnikateľskej štruktúry nie je nezvyčajná ani sama osebe nenaznačuje netransparentné alebo nezákonné konanie.“*

Zadávatel' ďalej konkretizuje kategórie jednotlivých výrobkov nasledovne:

- Active Joint – výživový doplnok
- B-Complex with Silicon – výživový doplnok, ktorý obsahuje niekoľko vitamínov skupiny B spolu s ďalšími zložkami
- Easy Step – kozmetický výrobok (masážny krém)

Uvádza, že *„toto rozlíšenie je obzvlášť relevantné pre požiadavku Rady pre reklamu na dôkazy týkajúce sa „povolených zdravotných tvrdení a príslušného základu EFSA“*. Systém zdravotných tvrdení EFSA podľa nariadenia (ES) č. 1924/2006 sa vzťahuje na potraviny, a preto nepredstavuje priamo uplatniteľný právny rámec pre kozmetický výrobok Easy Step. V prípade Easy Step príslušná

dokumentácia pozostáva z dokumentácie týkajúcej sa kozmetického výrobku, jeho zloženia, bezpečnosti a preukázania opodstatnenosti kozmetických tvrdení.“

Zadávateľ dopĺňa, že „na účely predmetného posúdenia je potrebné rozlišovať medzi vedeckými informáciami týkajúcimi sa jednotlivých zložiek, fyziologickou funkciou živiny, povoleným zdravotným tvrdením a právnou charakterizáciou tvrdenia týkajúceho sa hotového výrobku.“

„Active Joint obsahuje niekoľko zložiek vrátane mangánu. Podľa príslušného rámca EÚ pre zdravotné tvrdenia zahŕňajú povolené tvrdenia pre mangán, s výhradou príslušných podmienok používania, že mangán:

- prispieva k normálnemu energetickému metabolizmu;
- prispieva k udržiavaniu zdravých kostí;
- prispieva k normálnej tvorbe spojivových tkanív; a
- prispieva k ochrane buniek pred oxidačným stresom.“

„B-Complex with Silicon obsahuje niekoľko vitamínov skupiny B. Na úrovni EÚ je povolených množstvo zdravotných tvrdení pre jednotlivé vitamíny skupiny B. V závislosti od konkrétneho vitamínu sa povolené tvrdenia týkajú okrem iného:

- normálneho fungovania nervového systému;
- normálneho energetického metabolizmu;
- zníženia únavy a vyčerpania;
- normálnej psychickej funkcie;
- normálneho metabolizmu živín; a
- ďalších normálnych fyziologických funkcií.“

K použitiu údajných „zdravotných“ tvrdení v reklame zadávateľ uvádza, že „musí byť každé tvrdenie posúdené s odkazom na presné znenie použité vo vysielaní, predmet, ku ktorému sa tvrdenie vzťahovalo, jeho bezprostredný kontext a celkový dojem z obchodného oznámenia“.

K jednotlivým tvrdeniam týkajúcim sa výrobku Active Joint argumentuje nasledovne:

„má silné protizápalové účinky“ a „znižuje zápal“ – „Vedecká literatúra a podporné materiály týkajúce sa jednotlivých zložiek sú vedené ako súčasť dokumentácie spoločnosti Biostile týkajúcej sa vývoja výrobkov a môžu byť prístupné, ak sú relevantné pre posúdenie konkrétneho tvrdenia.“ „Biostile nesúhlasí s tým, že použitie takejto terminológie posudzované izolovane od predmetu a súvisiaceho vysvetlenia je samo osebe dostatočné na preukázanie, že Active Joint bol prezentovaný ako liek určený na liečbu zápalového ochorenia.“

„chráni chrupavku, kĺbovú tekutinu a spojivé tkanivo“ – „Active Joint obsahuje mangán. Podľa príslušného rámca povolených zdravotných tvrdení EÚ a s výhradou príslušných podmienok používania mangán prispieva k normálnej tvorbe spojivových tkanív a prispieva k udržiavaniu zdravých kostí. Biostile sa opiera o tieto povolené tvrdenia iba v ich presnom regulačnom význame.“

„odstraňuje príčinu bolesti, nielen príznaky“, „zastavuje bolesť“ a „odstraňuje bolesti chrbta“ – „Predmetný program sa týkal balíčka pozostávajúceho z výživových doplnkov a topického kozmetického výrobku určeného pre spotrebiteľov so záujmom o zdravie kĺbov, chrbta a pohybového aparátu. Biostile odmieta akúkoľvek charakterizáciu reklamy ako reklamy, v ktorej bol Active Joint prezentovaný ako liek alebo ako alternatíva k lekárskej diagnóze či liečbe.“

„pomáha zastaviť progresiu reumatických ochorení“ – „Program obsahoval širšiu diskusiu týkajúcu sa funkcie kĺbov, spojivového tkaniva, zložiek a typov problémov pohybového aparátu, s ktorými sa cieľová skupina stretáva. Biostile nesúhlasí s tým, že reklama ako celok prezentovala Active Joint ako liek registrovaný na liečbu alebo ovplyvňovanie klinického priebehu reumatického ochorenia.“

„účinný pri reumatizme, reumatoidnej artritíde, artróze, ischiase, hernii, vysunutej platničke, priškripnutých nervoch alebo syndróme karpálneho tunela“ – „Predmetné oznámenie nemalo za cieľ tvrdiť, že Active Joint „lieči“ alebo „vylieči“ reumatizmus, reumatoidnú artritídu, artrózu, ischias, herniu, vysunutú platničku, útlak nervu alebo syndróm karpálneho tunela. Program skôr odkazoval na typy problémov kĺbov, chrbta a pohybového aparátu, s ktorými sa stretávajú spotrebitelia, ktorým boli výrobky prezentované. Existuje dôležitý rozdiel medzi odkazom na okolnosti alebo problémy zamýšľanej skupiny spotrebiteľov a klinickým tvrdením, že samotný výživový doplnok lieči diagnostikované ochorenie. Najmä ak bolo skutočne použité znenie zodpovedajúce formulácii „odporúča sa pre ľudí, ktorí majú problémy, ako sú ...“, nemalo by sa toto znenie na účely regulačného posúdenia transformovať na materiálne silnejšie tvrdenie, že výrobok je „účinný pri liečbe“ každého z uvedených zdravotných stavov.“

K tvrdeniam týkajúcim sa krému Easy Step („znižuje zápalový proces“; „zlepšuje krvný obeh a pružnosť tkanív“; „pomáha pri všetkých bolestiach chrbta, kĺbov a svalov“; a „je mimoriadne účinný pri syndróme karpálneho tunela“) argumentuje nasledovne:

„Easy Step je kozmetický výrobok a nie výživový doplnok ani liek. Tvrdenia týkajúce sa Easy Step preto musia byť posudzované podľa regulačného rámca platného pre kozmetické výrobky a s odkazom na dokumentáciu týkajúcu sa hotového kozmetického výrobku, jeho zloženia, zamýšľanej kozmetickej funkcie a podpornej dokumentácie výrobku. Režim povolených zdravotných tvrdení EFSA uplatniteľný na výživové doplnky preto nie je priamo uplatniteľným regulačným rámcom pre Easy Step. Príslušnú dokumentáciu týkajúcu sa kozmetického výrobku má Biostile k dispozícii a môže ju na požiadanie poskytnúť Rade pre reklamu, ak je potrebná na posúdenie konkrétneho tvrdenia. Biostile nesúhlasí s tým, že izolovaná reprodukcia týchto tvrdení bez zohľadnenia kategórie výrobku, okolitej prezentácie a úplného oznámenia je sama osebe dostatočná na charakterizovanie Easy Step ako lieku.“

K tvrdeniu „slovinské prírodné výrobky Biostile bez vedľajších účinkov a kontraindikácií“ zadávateľ uvádza, že „tvrdenie bolo uvedené v kontexte prezentácie povahy a bezpečnostného profilu výrobkov a nebolo zamýšľané ako lekárska záruka uplatniteľná bez ohľadu na individuálne okolnosti.“

Záverom zadávateľ zdôrazňuje: „Biostile nesúhlasí s tým, že predložené dôkazy preukazujú zavádzajúcu povahu reklamy alebo prezentáciu výživových doplnkov ako liekov, a odmieta tvrdenie o úmyselnom či systematickom zavádzaní spotrebiteľov. Spoločnosť naďalej investuje do výskumu, vývoja, kontroly kvality a odbornej spolupráce. V prípade potreby doplňujúcej dokumentácie sme pripravení ju na základe konkrétnej špecifikácie poskytnúť.“

Popis reklamy:

Bolo preukázané, že v dátume a čase, ktorý namietala sťažovateľka bol na programovej službe Jednotka odvysielaný telenákupný šot na produkty „Biostile – Active Joint / B- complex s kremíkom/ Easy step krém“.

Reklama je spracovaná formou telenákupného šotu/bloku. Začína sa krátkou zvúčkou s ilustračnými zábermi dotýkajúcich sa dvoch párov rúk, usmievajúceho sa tancujúceho páru a napokon mladej ženy so štvorlístkom v ruke. Následne sa záber rozostří a zobrazí sa pred ním logo Biostile a slogan „VAŠE ZDRAVIE, NÁŠ CIEĽ“. Nasleduje záber do štúdia, kde sa prihovára moderátorka, označená grafickou vizitkou s logom Biostile a menom Ljubica Špurej Jazbinšek, pričom v pozadí je vidno polička s rôznymi výživovými doplnkami.

Moderátorka: „Dobrý deň, milí diváci. Problémy s kĺbami a chrbticou trápia ľudí všetkých vekových kategórií. Bolesť berie chuť do života a bráni normálnemu fungovaniu. Našťastie existuje riešenie, ktoré nám bližšie predstaví pani Herta Kosmina, zástupkyňa slovenskej spoločnosti Biostile, výrobcu špičkových výživových doplnkov. Dobrý deň pani Herta.“

Následne sa záber rozšíri aj na hosťku v štúdiu, označenú grafickou vizitkou ako „odborná spolupracovníčka Biostile“ logom Biostile a menom Herta Kosmina. Na stole medzi moderátorkou a hosťkou sú umiestnené produkty značky Biostile.

Hosťka: „Dobrý deň.“

Moderátorka: „V dnešnej dobe má veľa ľudí ťažkosti s bolesťami chrbtice. Je to zapríčinené našim každodenným spôsobom života?“

Hosťka: „Samozrejme, ovplyvňuje to náš životný štýl aj samotný vek. Treba si uvedomiť, že každý z nás prirodzene starne. To prináša aj väčšie opotrebovanie kĺbov a stavcov a čoraz častejšie sa objavujú rôzne bolestivé problémy s chrbticou.“

V spodnej časti obrazovky sa súčasne zobrazí nápis „BOLESTĚ CHRBTICE A KLÍBOV“, logo Biostile, kontaktné údaje www.biostile.sk a „Pre informácie a objednávky volajte 02 33 33 10 21“. Počas relácie je naspodu obrazovky aj upozornenie „O doplnkoch výživy a prípadných zdravotných problémoch sa poraďte so svojím lekárom.“

Moderátorka: „Aké problémy nám spôsobuje hernia a ischias?“

Hosťka: „Problémy sa najprv objavujú v dolnej časti chrbta, potom sa rozširujú do nohy, podľa toho, ktorý nerv je pritlačený, môže bolieť predná alebo zadná časť nohy. Problém je, že ide o dosť dlhotrvajúci stav. Neskôr sa objavujú problémy ako ťažkosti so sedením, bolesť v dolnej časti chrbta, brnenie v nohe, bodavá bolesť, ktorá sa zhoršuje pri státí alebo pri pohybe, slabosť, necitlivosť nohy alebo ťažkosti s pohybom nohy alebo chodidla. Pri týchto problémoch je veľmi dôležitý kremík, ktorý pomáha zlepšiť prenos nervových signálov v tele.“

Moderátorka: „Ak mám správne informácie, pri problémoch s nervom je najprv potrebné zastaviť zápal, potom doplniť vitamíny skupiny B. Je to tak?“

Hosťka: „Je to pravda. Rada sa podelím o skúsenosť panej, ktorá prišla za mnou na rozhovor a povedala, že doktor Dolens, uznávaný neurológ, vždy tvrdí, že do organizmu treba dopĺňať väčšie množstvo vitamínov skupiny B a určite sa im nevyhýbať. Akákoľvek necitlivosť nervových zakončení, brnenie v koži, na chodidlách alebo na nohách, je varovaním, že máme nedostatok týchto vitamínov. V kombinácii našich produktov je výnimočný B-komplex s kremíkom a Active Joint, ktorý má silné protizápalové účinky a obsahuje všetko potrebné MSM, glukozamín, žraločiu chrupavku aj slávku zelenoústú, ktorá je známa svojimi účinkami na kĺby. Je to komplexná výživa pre kĺby. Podporí prekrvenie, zmierni zápal, chráni chrupavku, kĺbovú tekutinu aj spojivové tkanivo. Sada obsahuje aj špeciálny krém na lokálne použitie, ktorý má tiež unikátne zloženie.“

Moderátorka: „Dbajte o svoje kĺby a zastavte bolesť so špeciálnym balíčkom Biostile.“

Obraz sa zmení na cenovú ponuku, ktorá obsahuje červený grafický prvok s nápisom „AKCIA“, obrázky troch produktov označených nápisom „Active Joint + B-komplex s kremíkom + Easy Step krém 100 ml“ a ďalšími grafickými prvkami „-20% zľava“, „-20% zľava NA CELÉ BALENIE“, emblematické logo bezplatného doručenia, text „RÝCHLE DODANIE DOPRAVA ZADARMO“, obrázok presýpacích hodín a text „IBA DNES OBJEDNAJTE DO KONCA VYSIELANIA“.

Moderátorka: „Pripravili sme pre vás naozaj skvelý balíček presne určený na tento účel. Produkty Active Joint, B-komplex a Easy Step krém sa postarajú o vaše kĺby a svaly.“

Obraz smeruje späť do štúdia na moderátorku, pričom sa postupne na obraz vkladajú grafické prvky prečiarknutej štandardnej ceny „77,70€“ a akciovej ceny „62,16€“.

Moderátorka: „Ak si balíček objednáte ešte dnes, získate 20%-nú zľavu a dopravu uhradíme my. Zavolajte hneď na telefónne číslo, ktoré vidíte na obrazovke.“

Obraz smeruje do štúdia na moderátorku aj hosťku.

Moderátorka: „Dnes tento balíček obsahuje aj ďalší výnimočný produkt, ktorým je B-komplex s kremíkom. Prečo je taký dôležitý?“

Hosťka: „Kremík je dosť často podceňovaný. Ale je to prvok krásy a mladosti. Keď sa pozriete do zrkadla a vidíte zvislé vrásky pri ušiach, máte nedostatok kremíka. Musíme ho mať v tele dostatok, ak chceme mať zdravé zuby, kosti a nechty. Kremík tiež urýchľuje hojenie kostí a pokožky, pomáha ukladať vápnik do kostí i rozpúšťa vápenaté usadeniny, posilňuje šľachy, väzy a chrupavky. Posilňuje nervový systém a podporuje lepší prenos nervových signálov. Zmierňuje osteoartrózu a pomáha pri artritíde. Znižuje bolesť v bedrovej oblasti.“

Počas vyjadrenia hosťky sa na obraze zobrazí obrázok produktu Biostile B-komplex doplnený o grafické znázornenie) vybraných vitamínov a sprievodný text „Vitamíny B1, B2, B3, B5, B6, B7, B9 a B12 prispievajú k znižovaniu únavy a vyčerpania a k správne fungovaniu nervového systému.“

Moderátorka: „Vzhľadom na moderný spôsob života a stres by mal asi každý užívať B-komplex a kremík. Mýlim sa?“

Hosťka: „Nie, nemýlite. Myslím si, že každý by si mal sám uvedomiť, ako veľmi žije v strese, ako reaguje na rôzne situácie, či má problémy s pokožkou, nechtami, vlasmi, trávením, energiou alebo trpí niektorým z ochorení, ktoré sme už spomenuli.“

Moderátorka: „Nespôsobuje nedostatok vitamínov skupiny B aj únavu?“

Hosťka: „Áno, únava sa veľmi často prejaví ako nedostatok vitamínu B1 a B6, môže ísť aj o nedostatok kyseliny pantoténovej alebo vitamínu B5. Často sa stáva, že stres spôsobí, že telo tieto vitamíny spotrebuje omnoho rýchlejšie. B1 je dôležitý pre srdcový sval, jeho nedostatok spôsobuje bolesti svalov. B5 pomáha pri metabolizme tukov, pri prenose kyslíka v tele a fungovaní bunkových stien. Pri jeho nedostatku máme bolesti hlavy a svalov.“

Počas vyjadrenia hosťky sa na obraze zobrazí obrázok produktu Biostile B-komplex doplnený o text „B-komplex s kremíkom – ingrediencie; VITAMÍNY B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B12, KYSELINA LISTOVÁ (B9); VITAMÍN C; KREMÍK“ a emblematické grafické znázornenie Vegán.

Moderátorka: „Všetky produkty v tejto trojkombinácii sú skvelé. Prečo sa odporúča pravidelne užívať Active Joint?“

Host'ka: „Pretože Active Joint je ideálna kombinácia látok, ktoré pôsobia protizápalovo, podporujú správnu regeneráciu svalov, väzivových tkanív a zabezpečujú kvalitnú kĺbovú tekutinu. Látky v Active Joint skutočne odstraňujú príčinu bolesti, nielen jej príznaky. Active Joint obsahuje glukozamín, chondroitín, MSM, žraločiu chrupavku, mangán, rybí kolagén a slávku zelenoústu.“

Počas vyjadrenia host'ky sa na obraze zobrazí obrázok produktu Biostile Active Joint doplnený o text „ACTIVE JOINT – pomáha zmierňovať bolesť a zápalové procesy. Pomáha spomaľovať priebeh reumatických ochorení.“ Následne sa obraz zmení a obrázok produktu Biostile Active Joint je doplnený o text „Active Joint – ingrediencie“, zoznam ingrediencií „výťažok zo slávky zelenoústej, hydrolyzovaný rybí kolagén, žraločia chrupavka, MSM (metylsulfonylmetán), D-glukozamín sulfát, chondroitín sulfát, betaín, mangán“ a emblematické označenie „slovinský výrobok“.

Moderátorka: „Veľmi dôležitou súčasťou dnešnej kombinácie je aj Easy Step krém, ktorý zmierňuje zápalový proces, zlepšuje krvný obeh a pružnosť tkanív. Súhlasíte pani Herta?“

Host'ka: „Áno, je to presne tak. Easy Step krém je výnimočný. Množstvo ľudí nám už povedalo, že používali rôzne druhy krémov, no až po použití Easy Step krému skutočne pocítili zmenu a úľavu už pri prvom nanesení. Ak budete užívať oba výživové doplnky a zároveň sa natierať týmto krémom, môžem vás ubezpečiť, že bolesti zmiznú. Je to hlavne preto, lebo odstraňujeme príčinu, nie len prejavy.“

Počas vyjadrenia host'ky sa na obraze zobrazí obrázok produktu Biostile Easy Step krém doplnený o text „Easy Step je vyrobený na báze magnéziového oleja. Pridané zložky pôsobia protizápalovo a uvoľňujú organizmus.“

Moderátorka: „Takže neváhajte! Odstráňte bolesť a zápal prírodným spôsobom. Ak si balíček objednáte ešte dnes, získate až 20%-nú zľavu a navyše bezplatné doručenie. Postarajte sa o svoje kĺby a zastavte bolesti s balíčkom od Biostilu, slovinského výrobcu prírodných produktov bez vedľajších účinkov a kontraindikácií.“

Následne sa objaví rozostrený záber s mladou ženou so štvorlístkom z úvodu a pred ním logo Biostile a slogan „VAŠE ZDRAVIE, NÁŠ CIEĽ“. Nasledujú ilustračné zábery ľudí s problémami s pohybovým aparátom. V spodnej časti obrazovky sa súčasne zobrazí nápis „BOLESTI CHRBTICE A KÍBOV“, logo Biostile, kontaktné údaje www.biostile.sk a „Pre informácie a objednávky volajte 02 33 33 10 21“. Naspodu obrazovky je upozornenie „O doplnkoch výživy a prípadných zdravotných problémoch sa poraďte so svojím lekárom.“ Zaznieva voiceover, počas ktorého sa menia rôzne ilustračné zábery na produkty zo sady Biostile: Active Joint, B-komplex s kremíkom a Easy Step krém, sprievodné texty ich zloženia a indikácií, rôzne zábery ľudí, ktorí ich užívajú/aplikujú, ilustrácia časovo obmedzenej akciovej ponuky a záverečné logo Biostile. Pri produkte Active Joint je navyše zobrazený text v znení: reuma, reumatoidná artritída, osteoartróza, ischias, opotrebované medzistavcové platničky.

Voiceover: „Máte problémy s chrbticou alebo s kolenami a čo problémy s bedrami a kĺbmi všeobecne? Máte ťažkosti s pohybom a časté bolesti? Máme pre vás skvelé riešenie. Špeciálnu sadu produktov Biostile. Active Joint, B-komplex a Easy Step krém sa postarajú o vaše kĺby a svaly. Active Joint sú kapsuly s fantastickými prírodnými zložkami ako je glukozamín, chondroitín, MSM, slávka zelenoústa, mangán, rybí kolagén a žraločia chrupavka. Active Joint

obsahuje všetky účinné látky, ktoré pomáhajú kĺbom lepšie sa prekrviť, regenerovať chrupavku a podporiť tvorbu kĺbovej tekutiny. Produkt Active Joint má analgetický a protizápalový účinok a pomáha zastaviť progres reumatických ochorení. Odporúča sa pri reume, reumatoidnej artritíde, artróze, ischiase, vyskočenej platničke pricviknutých nervoch a pri problémoch s karpálnym tunelom. V tomto balení je aj jedinečný B-komplex s kremíkom. Užívanie B-komplexu a kremíka je nevyhnutné pri všetkých problémoch s chrbticou. Odporúčame ho každému vo vyššom veku na ohybnejšiu chrbticu a sviežu myseľ. Do B-komplexu sme pridali kremík, prvok, ktorý podporuje osteoblasty, teda bunky, ktoré tvoria nové kostné tkanivo a zabezpečujú jeho mineralizáciu. Lekárske testy potvrdili, že kremík pomáha pri hojení rán, kostí aj spojivového tkaniva, odstraňuje bolesti chrbta a posilňuje vlasy, nechty a pokožku. Len dnes je špeciálny balíček produktov doplnený o krém Easy Step. Je vyrobený na báze horčíkového oleja a obsahuje účinné zložky, ktoré majú protizápalový účinok a uvoľňujú organizmus. Sú to diabolský pazúr, zázvor, glukózamín, arnika horská a kapsaicín. Krém Easy Step pomáha pri všetkých bolestiach chrbtice, kĺbov a svalov a je mimoriadne účinný pri syndróme karpálneho tunela a stuhnutosti v oblasti krku. Dnešný balíček odporúčame všetkým, ktorí trpia bolesťami chrbtice a krku, všetkým, ktorí majú problémy v bedrovej oblasti alebo v dolnej časti chrbta. Produkt pomáha aj pri karpálnom tuneli, pri všetkých reumatických ochoreniach, pri ischiase, hernii, opotrebovaní chrupaviek, dne či stuhnutosti, brnení, slabosti rúk ako aj ďalších ťažkostiach s pohybom. Ak si balíček objednáte ešte dnes, získate 20%-nú zľavu na všetky tri produkty. Navyše poštovné uhradíme my. Starajte sa o svoje kĺby a zastavte bolesť so špeciálnym balíčkom Biostile. Nezabudnite, len dnes vám ponúkame na celý balíček 20%-nú zľavu a bezplatné poštovné. Pretože vaše zdravie je náš cieľ. Zabezpečte si slovinské prírodné produkty Biostile bez vedľajších účinkov a kontraindikácií.“

Názor Komisie:

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

„Výživový doplnok ani potravinu na osobitné výživové účely nemožno v reklame porovnávať s liekom alebo zdravotníckou pomôckou, ani prirovnávať k lieku alebo zdravotníckej pomôcke alebo u spotrebiteľa inak vzbudzovať dojem, že je liekom alebo zdravotníckou pomôckou.“ (čl. 44 ods. 2 Kódexu).

„Reklama musí byť pravdivá, slušná a čestná.“ (čl. 10 ods. 2 Kódexu).

„Reklama nesmie byť koncipovaná tak, aby zneužívala dôveru priemerného spotrebiteľa alebo využívala nedostatok jeho skúseností alebo znalostí alebo jeho dôverčivosť.“ (čl. 12 ods. 1 Kódexu).

„Reklama nesmie viesť spotrebiteľa k tomu, aby produktu priznával nepomerne vyššiu úžitkovú hodnotu, než zodpovedá skutočná úžitková hodnota produktu.“ (čl. 15 ods. 1 Kódexu).

Predmetom posúdenia bol telenákupný šot, ktorý propagoval výrobky Active Joint, B-complex s kremíkom (B-Complex Silicium) a Easy Step krém. Z vyjadrenia zadávateľa vyplýva, že v prípade výrobkov Active Joint a B-complex s kremíkom (B-Complex Silicium), tieto sú klasifikované ako výživové doplnky. Výrobok Easy step krém je podľa vyjadrenia zadávateľa kozmetickým výrobkom (masážny krém). Komisia pri posudzovaní jednotlivých ustanovení Kódexu toto rozlíšenie zohľadnila, pričom osobitne pri posudzovaní čl. 44 ods. 2 Kódexu vychádzala zo skutočnosti, že predmetné ustanovenie sa vzťahuje na výživové doplnky a potraviny na osobitné výživové účely, nie na kozmetické výrobky.

Zároveň sa Komisia pri posudzovaní predmetného telenákupného šotu zaoberala obsahom reklamného komunikátu v jeho celkovom kontexte, pričom zohľadnila slovné vyjadrenia

moderátorky a host'ky, obsah voiceoveru, grafické prvky zobrazované pri jednotlivých výrobkoch, ako aj celkový spôsob prezentácie ponúkaných produktov.

Podľa čl. 44 ods. 2 Kódexu výživový doplnok ani potravinu na osobitné výživové účely nemožno v reklame porovnávať s liekom alebo zdravotníckou pomôckou, ani prirovnávať k lieku alebo zdravotníckej pomôcke alebo u spotrebiteľ'a inak vzbudzovať dojem, že je liekom alebo zdravotníckou pomôckou.

Komisia pri posudzovaní predmetnej reklamy dospela k záveru, že vo vzťahu k výrobkom Active Joint a B-komplex s kremíkom spôsob ich prezentácie prekračuje rámec bežnej prezentácie výživového doplnku, ktorá by priemernému spotrebiteľ'ovi predstavovala tieto výrobky iba ako výživové doplnky určené na doplnenie stravy alebo na podporu bežných fyziologických funkcií organizmu. Komisia je naopak toho názoru, že reklama môže u spotrebiteľ'ov objektívne vyvolávať dojem, že výrobky sú určené na riešenie konkrétnych zdravotných problémov a ochorení spôsobom charakteristickým pre liečivý prípravok.

Pri výrobku Active Joint reklama uvádza viacero tvrdení, ktoré tento dojem vytvárajú. Host'ka v štúdiu uvádza, že „V kombinácii našich produktov je výnimočný B-komplex s kremíkom a Active Joint, ktorý má silné protizápalové účinky...“ a ďalej, že tento výrobok „podporí prekrvenie, zmierni zápal, chráni chrupavku, kĺbovú tekutinu aj spojivové tkanivo“.

Pri prezentácii výrobku zaznieva tvrdenie: „Pretože Active Joint je ideálna kombinácia látok, ktoré pôsobia protizápalovo, podporujú správnu regeneráciu väzivových tkanív a zabezpečujú kvalitnú kĺbovú tekutinu. Látky v Active Joint skutočne odstraňujú príčinu bolesti, nielen jej príznaky.“ V obrazovej časti je súčasne pri výrobku uvedené tvrdenie: „ACTIVE JOINT – pomáha zmierňovať bolesť a zápalové procesy. Pomáha spomaľovať priebeh reumatických ochorení.“

V záverečnom voiceoveri je potom Active Joint charakterizovaný takto: „Produkt Active Joint má analgetický a protizápalový účinok a pomáha zastaviť progres reumatických ochorení.“ Bezprostredne následne sa uvádza: „Odporúča sa pri reume, reumatoidnej artritíde, artróze, ischiase, vyskočenej platničke, pricviknutých nervoch a pri problémoch s karpálnym tunelom.“

Komisia považuje za podstatné, že tieto tvrdenia sa v reklame nevyskytujú izolovane. Sú súčasťou širšej komunikácie, v ktorej sú spotrebiteľ'ovi prezentované konkrétne zdravotné problémy, či ochorenia – bolesti chrbtice, hernia, ischias, problémy s nervami, reumatické ochorenia, artróza či syndróm karpálneho tunela – a následne je mu ponúkaný konkrétny výrobok ako riešenie týchto problémov. Tvrdenia a reklama, tak ako je koncipovaná, podľa názoru Komisie nekomunikujú iba všeobecnú podporu normálnych fyziologických funkcií organizmu, ale pripisujú výrobku schopnosť pôsobiť na bolesť, zápal a priebeh konkrétneho ochorenia.

Komisia preto nesúhlasí s argumentáciou zadávateľ'a, podľa ktorej reklama iba odkazovala na problémy cieľovej skupiny spotrebiteľ'ov a netvrdila, že Active Joint má liečebný účinok. Pri posudzovaní celkového komunikačného posolstva totiž nemožno oddeliť samotné vymenovanie ochorení od tvrdení, ktoré sú s týmto vymenovaním bezprostredne spojené. Reklama najskôr opisuje zdravotný problém, následne uvádza vlastnosti výrobku a napokon výslovne uvádza, že výrobok má analgetický a protizápalový účinok a pomáha zastaviť progres reumatických ochorení.

Obdobne je v reklame prezentovaný výrobok B-komplex s kremíkom.

Moderátorka uvádza, že „Dnes tento balíček obsahuje aj ďalší výnimočný produkt, ktorým je B-komplex s kremíkom. Prečo je taký dôležitý?“ Následne host'ka uvádza: „Kremík je dosť často

podceňovaný. Ale je to prvok krásy a mladosti. Keď sa pozriete do zrkadla a vidíte zvislé vrásky pri ušiach, máte nedostatok kremíka. Musíme ho mať v tele dostatok, ak chceme mať zdravé zuby, kosti a nechty. Kremík tiež urýchlí hojenie kostí a pokožky, pomáha ukladať vápnik do kostí i rozpúšťa vápenaté usadeniny, posilňuje šľachy, väzy a chrupavky. Posilňuje nervový systém a podporuje lepší prenos nervových signálov. Zmierňuje osteoartrózu a pomáha pri artritíde. Znižuje bolesť v bedrovej oblasti.“

V záverečnom voiceoveri je potom výrobok B-komplex s kremíkom charakterizovaný takto: „V tomto balení je aj jedinečný B-komplex s kremíkom. Užívanie B-komplexu a kremíka je nevyhnutné pri všetkých problémoch s chrbticou. Odporúčame ho každému vo vyššom veku na ohybnejšiu chrbticu a sviežu myseľ. Do B-komplexu sme pridali kremík, prvok, ktorý podporuje osteoblasty, teda bunky, ktoré tvoria nové kostné tkanivo a zabezpečujú jeho mineralizáciu. Lekárske testy potvrdili, že kremík pomáha pri hojení rán, kostí aj spojivového tkaniva, odstraňuje bolesti chrbta a posilňuje vlasy, nechty a pokožku.“

Ani v tomto prípade preto podľa názoru Komisie nejde iba o komunikáciu bežných fyziologických funkcií vitamínov alebo minerálnych látok. Výrobku sa v reklame pripisuje schopnosť pôsobiť na konkrétne zdravotné ťažkosti a ochorenia, čo v kontexte celého komunikátu posilňuje dojem, že výživový doplnok predstavuje prostriedok na ich riešenie.

Komisia preto dospela k záveru, že spôsob prezentácie výrobkov Active Joint a B-complex s kremíkom v predmetnej reklame môže u priemerného spotrebiteľa vyvolať dojem, že týmto výživovým doplnkom sú pripisované vlastnosti a účinky charakteristické pre liečebné pôsobenie, resp. že sú určené na riešenie konkrétnych zdravotných problémov a ochorení. Takáto prezentácia je v rozpore s čl. 44 ods. 2 Kódexu.

Komisia zároveň uvádza, že predmetné ustanovenie sa nevzťahuje na prezentáciu výrobku Easy Step krém, nakoľko výrobok nie je výživovým doplnkom, ani potravinou, ale ako bolo uvedené vyššie ide o kozmetický výrobok.

Komisia v rámci rozhodnutia prihliadala aj na vyjadrenia a argumentáciu zadávateľa, ktorý o. i. uvádza, že výrobok Active Joint obsahuje mangán a B-komplex s kremíkom obsahuje vitamíny skupiny B, pri ktorých existujú povolené zdravotné tvrdenia, pričom túto skutočnosť nespochybňuje. Avšak skutočnosť, že pri určitých vitamínoch, minerálnych látkach alebo iných zložkách existujú povolené zdravotné tvrdenia, sama osebe neznamena, že je možné hotovému výrobku pripísať akýkoľvek účinok, ktorý možno so zdravotným stavom alebo ochorením asociovať. Je potrebné rozlišovať medzi tvrdením o povolenej fyziologickej funkcii konkrétnej živiny alebo inej zložky a tvrdením, ktorým sa konkrétnemu výrobku pripisuje schopnosť odstraňovať bolesť, pôsobiť analgeticky alebo protizápalovo či ovplyvňovať priebeh konkrétneho ochorenia. Komisia preto všeobecný odkaz zadávateľa na existenciu povolených zdravotných tvrdení nepovažovala za dostatočný na odôvodnenie spôsobu, akým boli predmetné výrobky v reklame prezentované.

V zmysle Kódexu musí byť reklama pravdivá, slušná a čestná (čl. 10 ods. 2 Kódexu). V danom prípade Komisia považuje za rozporný s touto požiadavkou najmä spôsob, akým predmetná reklama prezentuje deklarované účinky výrobkov, osobitne výrobku Easy Step krém. Pri hodnotení pravdivosti reklamy Komisia nevychádzala z toho, že by bolo potrebné vedecky preverovať každé všeobecné tvrdenie o existencii určitej zložky vo výrobku. Rozhodujúce sú tvrdenia, ktoré spotrebiteľovi komunikujú konkrétny účinok výrobku.

V reklame moderátorka uvádza: „...Easy Step krém, ktorý zmierňuje zápalový proces, zlepšuje krvný obeh a pružnosť tkanív...“ Hostka následne uvádza: „...Ak budete užívať oba výživové doplnky a zároveň sa natierať týmto krémom, môžem vás ubezpečiť, že bolesti zmiznú. Je to

hlavne preto, lebo odstraňujeme príčinu, nie len prejavy.“ V grafike pri výrobku sa zároveň uvádza: „Easy Step je vyrobený na báze magnéziového oleja. Pridané zložky pôsobia protizápalovo a uvoľňujú organizmus.“ A v záverečnom voiceoveri: „Krémm Easy Step pomáha pri všetkých bolestiach chrbtice, kĺbov a svalov a je mimoriadne účinný pri syndróme karpálneho tunela a stuhnutosti v oblasti krku.“ Komisia nespochybňuje, že kozmetický výrobok môže byť spojený s masážou, pocitom uvoľnenia alebo inými kozmetickými účinkami. V predmetnej reklame však rozsah komunikovaných tvrdení tento rámec výrazne prekračuje. Easy Step je prezentovaný v súvislosti s bolesťou, zápalovými procesmi, krvným obehom a konkrétnymi zdravotnými problémami, pričom sa mu pripisuje aj schopnosť odstrániť príčinu bolesti a zabezpečiť jej zmiznutie. Takýto spôsob prezentácie podľa názoru Komisie prekračuje rámec komunikácie primeranej povahe kozmetického výrobku a vytvára neodôvodnený dojem o rozsahu jeho účinkov. Komisia preto v tejto časti konštatovala rozpor reklamy s čl. 10 ods. 2 Kódexu.

Podľa čl. 12 ods. 1 Kódexu reklama nesmie byť koncipovaná tak, aby zneužívala dôveru priemerného spotrebiteľa alebo využívala nedostatok jeho skúseností alebo znalostí alebo jeho dôveryčivosť. Komisia pri posudzovaní tohto ustanovenia zohľadnila predovšetkým celkový spôsob spracovania predmetného telenákupného šotu. Reklama nie je vystavaná iba ako jednoduchá prezentácia výrobkov, ich zloženia a ceny. Je koncipovaná ako rozhovor o zdravotných problémoch, v rámci ktorého sa používa odborná terminológia a podrobne sa opisujú rôzne zdravotné ťažkosti a ochorenia. Do tohto kontextu sú následne zasadené prezentované výrobky a ich deklarované účinky. Komisia pritom nepovažuje samotné označenie host'ky ako „odbornej spolupracovníčky Biostile“ ani samotné použitie odbornej terminológie za dôvod rozporu s Kódexom. Rozhodujúce je ich použitie v spojení s konkrétnymi tvrdeniami o účinkoch výrobkov.

V predmetnej reklame je odborný kontext použitý na podporu tvrdení, podľa ktorých majú prezentované výrobky pôsobiť na bolesť, zápalové procesy a konkrétne zdravotné problémy. Priemerný spotrebiteľ pritom nemusí disponovať odbornými znalosťami potrebnými na rozlíšenie medzi tvrdením o bežnej fyziologickej funkcii určitej živiny a tvrdením, ktorým sa výrobku pripisuje účinok na konkrétne zdravotné ťažkosti alebo ochorenia.

Komisia preto dospela k záveru, že kombinácia odborného spôsobu prezentácie, používania zdravotníckej terminológie, uvádzania konkrétnych zdravotných problémov a súčasného ponúkajú predmetných výrobkov ako riešenia týchto problémov posilňuje dôveryhodnosť komunikovaných tvrdení spôsobom, ktorý môže využívať nedostatok odborných znalostí priemerného spotrebiteľa. Reklama preto v tomto rozsahu porušuje čl. 12 ods. 1 Kódexu.

Komisia pri posudzovaní predmetného ustanovenia zohľadnila celkový rozsah účinkov, ktoré reklama jednotlivým výrobkom pripisuje. Spotrebiteľovi nie sú výrobky prezentované iba prostredníctvom svojho zloženia, charakteru a deklarovaných bežných funkcií, ale ako prostriedky schopné riešiť široké spektrum zdravotných problémov, vrátane bolesti, zápalových procesov a konkrétnych ochorení či zdravotných stavov. Takto koncipovaná komunikácia môže u priemerného spotrebiteľa vytvoriť predstavu, že predmetné výrobky poskytujú výrazne širší a účinnejší rozsah úžitku, než aký vyplýva z ich samotnej povahy. K tomuto dojmu prispieva aj kumulácia jednotlivých tvrdení v rámci jedného reklamného komunikátu, keď sú výrobky prezentované ako riešenie viacerých rôznych zdravotných problémov a zároveň ako prostriedky na odstránenie bolesti alebo príčin zdravotných ťažkostí. Komisia preto dospela k záveru, že predmetná reklama môže viesť spotrebiteľa k priznaniu nepomerne vyššej úžitkovej hodnoty prezentovaným výrobkom, než zodpovedá ich skutočnej úžitkovej hodnote, a je preto v rozpore aj s čl. 15 ods. 1 Kódexu.

Záverom Komisia uvádza, že sa nezaoberala ako samostatnými predmetmi posúdenia tvrdeniami sťažovateľky týkajúcimi sa vystupovania konkrétnych lekárov, údajných sankcií uložených spoločnosti Biostile v Slovinsku ani údajnej zdravotnej ujmy po užití výrobkov. Tieto skutočnosti Komisia nepovažovala za potrebné ani za dostatočne preukázané pre svoje rozhodnutie. Konštatovanie porušenia Kódexu založila výlučne na obsahu a spôsobe prezentácie predmetnej reklamy, ktoré samy osebe poskytovali dostatočný podklad na prijatie záveru o porušení príslušných ustanovení Kódexu.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 18. 08. 2026, hlasovaním rozhodla, že telenákupný šot: „Biostile (Active Joint/ B-Complex s kremíkom + Easy Step krém)“, zadávateľ: Biostile CZ SK HU s. r. o. je v rozpore s ustanoveniami čl. 44 ods. 2, čl. 10 ods. 2, čl. 12 ods. 1, čl. 15 ods. 1 Kódexu a sťažnosť sťažovateľ je čiastočne opodstatnená.

Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľ reklamy, ktorý sa vyzýva k zamedzeniu šírenia uvedenej reklamy v predmetnej podobe do budúcnosti.

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 24. 8. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie