

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 – Nutrilegs Forte“
zadávateľ: Biostile CZ SK HU s. r. o.**

je v rozpore

s ustanoveniami čl. 14 ods. 9 a čl. 15 ods. 1 Kódexu

Rade ako združenie etickej samoregulácie bola Radou pre mediálne služby postúpená sťažnosť od fyzickej osoby, okres neznámy, voči šíreniu telenákupného šotu propagujúceho produkt „Biostile – Nutrilegs Forte“, zadávateľ: Biostile CZ SK HU s. r. o., vo vysielaní programovej služby TV Klasik. Sťažovateľ považuje reklamu za zavádzajúcu. Uvádza, že reklama zastrašuje divákov neoverenými percentuálnymi štatistikami o „degeneratívnych zmenách ciev“, klamlivo používa označenie „LIVE“, hoci ide o nahrávku zo záznamu a uvádza úplne nové telefónne číslo na zber objednávok.

Rada sa obrátila na zadávateľ: so žiadosťou o stanovisko. Zadávateľ uvádza, že plne chápe, že formát dlhšieho teleshoppingového programu môže na niektorých divákov pôsobiť intenzívne alebo mimoriadne priamo. Účelom takýchto programov však nie je vyvíjať na spotrebiteľov tlak, aby si výrobky zakúpili. Dlhší formát zároveň umožňuje podrobnejšie hovoriť o zložkách, výžive, fyziologických funkciách, zdravých návykoch a témach, ktoré považuje zadávateľ za relevantné z hľadiska dlhodobého zdravia a celkovej pohody. Spoločnosť Biostile sa vždy usilovala komunikovať širšie poslanstvo zdravého životného štýlu, prevencie, informovanosti o zdraví, celkovej pohody a dlhovekosti. Moderní spotrebiteľia žijú pod značným stresom a často sa sústreďujú na bezprostredné každodenné povinnosti. Za takýchto okolností ľudia nie vždy premýšľajú nad tým, ako môžu každodenné rozhodnutia – stravovanie, fyzická aktivita, spánok, stres, telesná hmotnosť a ďalšie faktory životného štýlu – z dlhodobého hľadiska ovplyvniť ich zdravie a celkovú pohodu. Programy spoločnosti majú okrem iného za cieľ podnecovať spotrebiteľov, aby sa nad týmito otázkami aktívnejšie zamýšľali.

Biostile významne investuje do výskumu a vývoja, vedeckého a klinického výskumu, analytického testovania, kvality výrobkov a spolupráce s odbornými, vedeckými a akademickými inštitúciami. Ide o dôležitú súčasť identity spoločnosti, nie iba o marketingový koncept. Spoločnosť v priebehu rokov zaznamenala výrazný rast. Zadávateľ sa domnieva, že takýto rast nemožno vysvetliť iba reklamou. Významná časť podnikania zadávateľ: je založená na opakovaných nákupoch existujúcich zákazníkov, čo považuje za dôležitý ukazovateľ dôvery spotrebiteľov v kvalitu a hodnotu jeho výrobkov.

Zadávateľ ďalej uvádza, že ako rastúca a čoraz viditeľnejšia spoločnosť pôsobiaca v oblasti zdravia, celkovej pohody a výživových doplnkov prirodzene podlieha zvýšenej pozornosti verejnosti, regulačných orgánov a konkurencie. Túto kontrolu plne akceptuje ako súčasť zodpovedného pôsobenia na tomto trhu. Zároveň však zadávateľ zastáva názor, že tvrdenia namierené proti spoločnosti by mali byť vždy posudzované na základe konkrétnej reklamy a

objektívnych dôkazov, a nie na základe všeobecných predpokladov týkajúcich sa spoločnosti alebo jej obchodného modelu. Zadávateľ chce tiež zdôrazniť, že žiadny spotrebiteľ nie je nútený zakúpiť si výrobok Biostile. Spotrebitelia majú úplnú slobodu vypočítať si prezentované informácie, oboznámiť sa s ponukou a samostatne sa rozhodnúť, či si výrobok objednáajú alebo nie.

Zadávateľ ďalej uvádza, že pre posúdenie tohto prípadu je zásadná regulačná kategória výrobku, pričom Nutrilegs Forte je kozmetický výrobok – masážny krém na vonkajšie použitie a nie je to výživový doplnok ani liek.

Podľa názoru zadávateľa sa tvrdenia týkajúce sa kozmetického výrobku Nutrilegs Forte posudzujú predovšetkým podľa nariadenia (ES) č. 1223/2009 o kozmetických výrobkoch a nariadenia Komisie (EÚ) č. 655/2013, ktorým sa stanovujú spoločné kritériá odôvodnenosti tvrdení používaných v súvislosti s kozmetickými výrobkami.

K tvrdeniu sťažovateľa, že reklama zastrahuje divákov neoverenými percentuálnymi štatistikami ohľadne degeneratívnych zmien v cievach, zadávateľ uvádza, že „Bez presného štatistického tvrdenia nemôže Biostile zmysluplne určiť, ktoré podkladové údaje sťažovateľ spochybňuje.“ Zadávateľ považuje za obzvlášť dôležité rozlišovanie medzi „všeobecnou skutkovou alebo štatistickou informáciou týkajúcou sa fyziologických procesov, výskytu v populácii alebo zdravotných stavov, a tvrdením týkajúcim sa účinku samotného výrobku Nutrilegs Forte. Prvé sa automaticky nestáva druhým len preto, že sa informácia objaví v rámci toho istého komerčného programu. Všeobecné tvrdenie o výskyte fyziologického alebo zdravotného javu samo osebe nie je tvrdením, že kozmetický krém tomuto javu predchádza, lieči ho alebo ho vylieči. Rovnako skutočnosť, že štatistická informácia sa týka potenciálne závažného zdravotného problému, sama osebe neznamena, že táto informácia predstavuje protiprávnu reklamu založenú na strachu. Biostile napriek tomu súhlasí, že akékoľvek štatistické tvrdenie použité v reklame by malo byť posudzované podľa jeho presného znenia, zdroja, kontextu a relevantnosti.“ Zadávateľ ďalej „výslovne odmieta záver, že samotná prezentácia štatistických alebo všeobecných informácií týkajúcich sa cievnych zmien predstavuje „zastrašovanie“ spotrebiteľov.“ Podľa názoru zadávateľa „Zdravotný fakt alebo štatistika nemôže byť charakterizovaná ako neprípustný apel na strach len preto, že jej predmet môže byť pre niektorých divákov znepokojujúci.“

K téme použitia tvrdení o kozmetickom výrobku zadávateľ uvádza, že „Biostile vedie dokumentáciu týkajúcu sa receptúry, bezpečnosti a kozmetických vlastností výrobku Nutrilegs Forte.“ Pre poskytnutie zodpovedajúceho dôkazu je potrebné identifikovať, ktorého tvrdenia o účinnosti výrobku Nutrilegs Forte, skutočne uvedeného vo vysielaní, sa jedná.

K sťažovateľom namietanému použitiu označenia „LIVE“ zadávateľ reaguje, že v materiáli z vysielania preskúmaného spoločnosťou takéto označenie nebolo identifikované. V prípade predloženia vizuálneho dôkazu sa k nemu zadávateľ vyjadrí.

K tvrdeniu sťažovateľa, že sa v reklame objavilo „úplne nové telefónne číslo“ na príjem objednávok, zadávateľ uvádza, že „samotná skutočnosť, že telefónne číslo je nové alebo odlišné od predtým používaného čísla, nezakladá zavádzajúcu reklamu. Obchodné subjekty môžu používať rôzne telefónne čísla z legitímnych prevádzkových dôvodov, vrátane: smerovania kampaní; kapacity call centra; priradovania prichádzajúcich hovorov; technického smerovania; zákazníckeho servisu špecifického pre daný trh; alebo iných bežných prevádzkových účelov.“

Zadávateľ ďalej dopĺňa, že spoločnosť Biostile pôsobí v rámci štruktúrovaných systémov kvality a vývoja výrobkov, ktorých existencia je „relevantná pre celkový prístup spoločnosti Biostile ku kvalite výrobkov a zodpovednému vývoju výrobkov. Nie je uplatňovaná ako náhrada preukázania opodstatnenosti konkrétneho tvrdenia.“

Záverom zadávateľ uvádza, že „Biostile neakceptuje, že v súčasnosti identifikované dôkazy preukazujú, že posudzovaná reklama bola zavádzajúca alebo že Nutrilegs Forte bol prezentovaný ako liek. Biostile ďalej výslovne odmieta akékoľvek naznačenie, že spoločnosť zámerne usiluje o zastráňanie alebo zavádzanie spotrebiteľov.“

V doplňujúcom vyjadrení smerujúcom k verifikácii štatistických tvrdení komunikovaných v reklame (vo veku 20 rokov má 20 % populácie na cievach isté zmeny a po 60-tke má až 80% degeneratívne zmeny ciev) zadávateľ uvádza: „Vykonalí sme dodatočné preskúmanie dostupnej epidemiologickej literatúry týkajúcej sa chronických žilových ochorení a kŕčových žíl. Preskúmaná literatúra potvrdzuje, že chronické žilové ochorenia sú bežné a že riziko alebo výskyt žilových zmien sa s vekom zvyšuje. Ako podporný epidemiologický zdroj uvádzame medzinárodnú štúdiu Vein Consult Program, ktorá analyzovala 91 545 osôb. Autori uviedli celkovú prevalenciu chronických žilových porúch 83,6 % v populácii ambulantných pacientov vo veku nad 18 rokov s priemerným vekom 50,6 +/- 16,9 rokov.“ Ako podporný dôkaz zadávateľ uvádza zdroj [PubMed: Vein Consult Program](#) a [Journal of Vascular Surgery: Edinburgh Vein Study](#).

S prihliadnutím na kozmetickú povahu výrobku a dostupné dôkazy sa zadávateľ domnieva, že je možné primárne podporiť nasledujúce obmedzené senzorické tvrdenia a tvrdenia týkajúce sa úpravy vlastností pokožky:

- a) chladiaci pocit na pokožke po aplikácii;
- b) pocit sviežosti po aplikácii;
- c) príjemný pocit pri masírovaní nôh;
- d) starostlivosť o pokožku nôh;
- e) pocit hydratovanej a jemnej pokožky.

Tvrdenia „pocit ľahkých nôh“ a „osvieženie unavených nôh“ môžu byť podľa názoru zadávateľa „priateľné iba ako jasne subjektívne senzorické tvrdenia po aplikácii a masáži za predpokladu, že sú v súlade so skutočnou prezentáciou výrobku a sú podložené príslušnou dokumentáciou alebo testom vnímania používateľmi. Dostupná interná dokumentácia vývoja výslovne odkazuje na chladiaci účinok, ale nie na klinicky preukázané zníženie únavy, opuchu alebo bolesti.“

Popis reklamy:

Telenákupný šot prezentuje výrobok Nutrilegs Forte a tiež možnosť využitia akciovej ponuky: zákazník, ktorý si kúpi tri krémy, získa štvrtý ako darček.

Reklama je spracovaná formou telenákupného šotu/bloku. Začína sa krátkou zvúčkou s ilustračnými zábermi na ruku, ktorá prechádza po kvete, zábermi na ľudí z prostredia firmy Biostile, ruky, ktoré sa vzájomne dotýkajú a tancujúci pár. Následne je v obraze zachytená žena, ktorá v ruke drží štvorlístok, záber sa rozostří a zobrazí sa pred ním logo Biostile a slogan „VAŠE ZDRAVIE, NÁŠ CIEĽ“, doplnený o voice-over v rovnakom znení.

Nasleduje záber do štúdia, kde sa prihovára moderátorka, označená grafickou vizitkou s logom Biostile a menom Kaja Pavlič (ďalej „Moderátorka“). V štúdiu je aj zástupkyňa spoločnosti Biostile označená grafickou vizitkou s logom Biostile menom Herta Kosmina (ďalej „Host'ka“). Na stole sú položené výrobky prezentované v spote.

Moderátorka: „Dobrý deň, milí diváci. Dnes sa budeme venovať našim nohám. S pribúdajúcim vekom často cítime ťažobu a únavu nôh. Pani Herta, čo odporúčate a čo ste pripravili, aby naše nohy ostali svieže a zdravé?“

Host'ka: „Dobrý deň, naše nohy naozaj trpia často a to v rôznych obdobiach roka. Mali by sme si uvedomiť, že vo veku 20 rokov má 20 % populácie na cievach isté zmeny a po 60-tke má až

80% degeneratívne zmeny ciev. Dôležité je urobiť všetko, čo je v našich silách, aby sme si cievy zachovali zdravé.“

V obraze sa objavia 4 kusy prezentovaných výrobkov. Pod nimi je text v znení: „Vo veku 20 rokov má 20 % ľudí zmeny na cievach. Vo veku 60 rokov má 80% ľudí degeneratívne zmeny na cievach. Starostlivosť o opuchnuté a bolestivé nohy.“ Súčasťou je aj telefonický kontakt, umožňujúci objednávanie produktu.

Moderátorka: „Čo teda môžeme urobiť?“

Host'ka: „Samozrejme veľmi dôležitý je náš životný štýl, prejdeme sa denne aspoň 20 minút svižnou chôdzou, aké jedlo konzumujeme, máme v strave dostatok omega-3 mastných kyselín a vlákniny? Veľa však môžeme urobiť aj preventívne, pomocou nášho krému, ktorý má výnimočné zloženie. Pravidelná aplikácia krému je naozaj účinná a výrazne uľaví našim nohám.“

Moderátorka: „To je skvelé, môžete nám prezradiť viac o vašom kréme na nohy Nutrilegs? Čo všetko obsahuje? Vidím, že jeho zloženie je naozaj bohaté.“

Host'ka: „Naozaj je to tak, má veľmi bohaté zloženie, obsahuje aescín, čo je extrakt z pagaštanu konského, ľudia si niekedy sami vyrábajú domáce prípravky z pagaštanu a používajú ich na masáž nôh. Žiaľ, väčšinou ide o výťažky vylúhované v alkohole, ktoré nie sú vhodné pre žilový systém. V Nutrilegs Forte sú kvalitné extrakty, šetrné k telu a naozaj prospešné. Krém obsahuje aj výťažky z koreňa opuncie a čučoriedok. Obohatený je tiež o koncentrát z listov ginka dvojlaločného. No a práve ginko je známe tým, že podporuje mikrocirkuláciu v tele, extrakt z ginka sa ľahko vstrebáva do pokožky, zlepšuje prekrvenie ciev a vďaka tomu sú naše nohy svieže a ľahké.“

V obraze sa objavia 4 kusy prezentovaných výrobkov Nutrilegs Forte, pod ktorými je uvedené nasledovné zloženie: „aescín (extrakt z pagaštanu konského, kruštec trnitý, extrakt z čučoriedok, listy ginka dvojlaločného, rozmarín, cyprusový olej, eukalyptus, ľanový olej, zelený íl, mentol.“

Moderátorka: „Všimla som si, že krém obsahuje aj extrakt z rozmarínu.“

Host'ka: „Máte pravdu, veď už samotná vôňa rozmarínu navodzuje veľmi príjemný pocit. Náš krém Nutrilegs obsahuje aj látky z citrusu a eukalyptu, ľanový olej, olej z hroznových jadierok, zelený íl a mentol. To všetko pre to, aby naše nohy zostali ľahké a aby sme sa cítili uvoľnene.“

Moderátorka: „Podme si teraz vypočuť, čo hovorí naša zákazníčka o používaní krému Nutrilegs Forte.“

Záber sa presunie na zákazníčku, ktorá sa prihovára divákovi nasledovne: „Dlhodobu som mala pocit veľmi ťažkých, unavených a napätých nôh a často ma, najmä v noci trápila bolesť. V jednom momente mi dokonca začali viditeľne praskať kapiláry. Celá naša rodina má problémy s kŕčovými žilami, má ich moja mama, sestra aj teta, a preto som hľadala spôsob ako si pomôcť. Krém Nutrilegs bol naozaj správna voľba, som veľmi rada, že som si tento produkt zaobstarala. Odkedy ho používam, moje nohy sú ľahšie, nemám bolesti a čo je najdôležitejšie, popraskané kapiláry a kŕčové žily sú oveľa menej viditeľné. A zatiaľ som si nevšimla žiadne nové. Preto tento produkt odporúčam každému, kto má podobné problémy.“

Nasleduje séria ilustračných záberov na ľudí v mladšom aj staršom veku ako aj na predmetný výrobok, doplnená o prezentáciu cenovej ponuky, poštovného zdarma, kontaktných údajov a čísla pre objednávanie. Zábery sú doplnené mužským voiceoverom v znení: „Trápia vás vaše nohy? Sú ťažké? Unavené? Boľavé a opuchnuté? Tieto problémy má veľa ľudí. Už vo veku 20

rokov 20% populácie a po 60tke až 80%. Preto sa nečudujte, ak medzi nich patríte, no veľa pre seba môžete urobiť aj vy sami. Dnes vám predstavujeme bohaté zloženie krému Nutrilegs Forte. Vďaka jeho zložkám sa môžete účinne starať o unavené, opuchnuté, boľavé nohy, aby bol váš krok ľahší a príjemný každý deň. Krém obsahuje extrakty z pagaštanu konského a ginko biloby, morský íl, rozmarínový olej, cyprusový olej, mandľový olej a mentol. Všetko pre krásne a ľahké nohy, navyše veľmi dobre vyživuje našu pokožku. Takže už žiadna suchá koža, krém sa veľmi dobre vstrebáva. Naše nohy si zaslúžia kompletnú starostlivosť. A preto je tu dnešná špeciálna akcia. Zaplatíte za tri a štvrtý krém dostanete ako darček. Samozrejme doprava je zadarmo. Tak sa poponáhľajte a objednajte si tri krémy Nutrilegs Forte a štvrtý dostanete ako darček. Doprajte si Slovinskú kvalitu.“

Scéna sa opätovne presúva do štúdia.

Moderátorka: „Ďakujem veľmi pekne za skúsenosť a doplňujúce informácie. Ale dnes máme špeciálnu ponuku, však pani Herta?

Host'ka: „Máte úplnú pravdu. Chceme osloviť všetkých našich milých zákazníkov a ponúknuť im výnimočnú akciu. Milí diváci, keď si kúpite tri krémy, získate štvrtý ako darček pre ľahkosť vašich nôh a doprava je samozrejme ako vždy tiež zadarmo. Naozaj vám odporúčam využiť túto špeciálnu ponuku. Zaobstarajte si krém Nutrilegs Forte, ktorý vám určite pomôže pri unavených, bolestivých a opuchnutých nohách.“

Moderátorka: „Takže milí diváci, ihneď zavolajte na telefónne číslo uvedené na obrazovke a zabezpečte si akciový nákup. Zaplatíte za 3 produkty a získate štyri produkty a my vám garantujeme, že sa vám vaše nohy poďakujú. Neváhajte, zavolajte hneď na telefónne číslo uvedené na obrazovke a využite túto výhodnú akciu. Dnes sa rozprávame o našich nohách, ktoré často pociťujú následky zlého krvného obehu. Sú unavené, opuchnuté, vystupujú nám kapiláry a objavujú sa žily. Naozaj nič nepreháňam, pani Herta, ak poviem, že máte zázračný krém.“

Host'ka: „Áno, má naozaj výnimočné zloženie. Obsahuje veľmi kvalitné extrakty z bylín, ktoré sa už tisíce rokov úspešne používajú pri problémoch s bolesťami nôh. Konkrétne ide o extrakty z pagaštanu konského, rozmarínu, ginko biloby, eukalyptu a čučoriedok. Všetky účinné látky po aplikácii krému ľahko prenikajú cez pokožku a majú presný lokálny účinok na naše boľavé nohy. Krém je vyrobený na báze morského ílu a ako všetci vieme, morská voda obsahuje všetky minerály v ideálnom pomere. Účinné látky, ktoré si nanášame na pokožku prenikajú hlboko do tkaniva a naše nohy tak absorbujú maximum výživných látok obsiahnutých v kréme. Pozitívny účinok Nutrilegs Forte pocítite veľmi rýchlo.“

Moderátorka: „A iba dnes milí diváci máme pre vás špeciálnu ponuku. Zaplatíte za tri krémy a dostanete štyri. Všetko pre vašu spokojnosť, pohodu a svieže nohy bez pocitu únavy a bolesti. Samozrejme dopravu máte zadarmo. O to sa postaráme my. Tak sa poponáhľajte a zavolajte na číslo uvedené na obrazovke. Pozrime sa teraz, aké skúsenosti má naša stála zákazníčka.“

Záber sa presunie na zákazníčku, ktorá sa prihovára divákovi nasledovne: „Dlho som si myslela, že popraskané kapiláry a kĺčové žily sú len estetický problém. Ani som sa veľmi netrápila ich vzhľadom. Neprekážalo mi to. Takže som nič nepodnikala. Až kým mi nezačali opúchať, bolieť ma a neustále brnieť nohy. Čo naozaj začalo byť až neznesiteľné. Kĺčové žily už boli veľmi viditeľné. Nenosila som krátku sukňu, ani šortky a teraz už ľutujem, že som nevyhľadala pomoc skôr. Veľmi som sa potešila, keď som v televízii videla reláciu firmy Biostile o ich produktoch. Kúpila som si ich a veľmi rýchlo mi pomohli. Moje problémy som si vyriešila už do mesiaca. Výrobky Biostile odporúčam každému skôr, než bude mať vážne problémy.“

Nasleduje séria ilustračných záberov na ľudí v mladšom aj staršom veku ako aj na predmetný výrobok, doplnená o prezentáciu cenovej ponuky, poštovného zdarma, kontaktných údajov a čísla pre objednávanie. Zábery sú doplnené mužským voiceoverom v znení: „Trápia vás vaše nohy? Sú ťažké? Unavené? Boľavé a opuchnuté? Tieto problémy má veľa ľudí. Už vo veku 20 rokov 20% populácie a po 60tke až 80%. Preto sa nečudujte, ak medzi nich patríte, no veľa pre seba môžete urobiť aj vy sami. Dnes vám predstavujeme bohaté zloženie krému Nutrilegs Forte. Vďaka jeho zložkám sa môžete účinne starať o unavené, opuchnuté, boľavé nohy, aby bol váš krok ľahší a príjemný každý deň. Krém obsahuje extrakty z pagaštanu konského a ginko biloby, morský íl, rozmarínový olej, cyprusový olej, mandľový olej a mentol. Všetko pre krásne a ľahké nohy, navyše veľmi dobre vyživuje našu pokožku. Takže už žiadna suchá koža, krém sa veľmi dobre vstrebáva. Naše nohy si zaslúžia kompletnú starostlivosť. A preto je tu dnešná špeciálna akcia. Zaplatíte za tri a štvrtý krém dostanete ako darček. Samozrejme doprava je zadarmo. Tak sa poponáhľajte a objedajte si tri krémy Nutrilegs Forte a štvrtý dostanete ako darček. Doprajte si Slovinskú kvalitu.“

Scéna sa opätovne presúva do štúdia.

Moderátorka: „Ďakujeme veľmi pekne za ďalšie veľmi cenné skúsenosti a doplňujúce informácie. Pani Herta, komu by ste odporučili dnešný výnimočný balíček Nutrilegs Forte?“

Host'ka: „Určite by som ho odporučila každému, kto má pocit ťažkých a unavených nôh alebo bolesti. Každému, kto chce dopriať svojim nohám ľahkosť, pocítiť úľavu a okamžité osvieženie vďaka jedinečnému zloženiu nášho krému. Ten príjemný chladivý efekt a osviežujúci pocit spôsobuje eukalyptus a naši zákazníci potvrdzujú, že keď si krém nanesú na nohy, okamžite pocítujú úľavu.“

Moderátorka: „Pani Herta, konkrétne ktorá zložka Nutrilegsu pôsobí takto rýchlo? Natrela som si krém na nohy pred reláciou a môžem potvrdiť, že som naozaj okamžite pocítila jeho účinok.“

Host'ka: „Neviem, ktorú účinnú látku mám spomenúť skôr, keďže zloženie krému je také bohaté. Veľmi rýchlo účinkuje a spôsobuje chladivý pocit morský íl. Ginko biloba podporuje krvný obeh aj vo forme výživových doplnkov a účinkuje aj po vstrebání cez pokožku. Všetci poznáme rozmarín, už len samotná jeho vôňa nám prináša úľavu. Rozmarín sa používa všade tam, kde je potrebné podporiť mikrocirkuláciu. Preto sa napríklad používa aj vo vlasových šampónoch. Takže vám odporúčam tento krém vyskúšať a sami zistíte, že je výnimočne kvalitný a účinný. Naši zákazníci, ktorí krém vyskúšali ho už nechcú vymeniť za nič na svete.“

Moderátorka: „Milí naši diváci, neváhajte, zatelefonujte a využite výnimočnú ponuku. Získajte balíček 3 + 1. Zaplatíte za tri produkty a štvrtý dostanete zadarmo. Doprava je tiež zadarmo. Tú za vás uhradíme my. Takže zavolaajte teraz, zaplatíte tri a dostanete štyri produkty. Pani Herta, ako sa tento krém používa?“

Host'ka: „Krém odporúčam aplikovať 2x denne. Ráno aj večer. Nanášajte si ho vždy smerom zdola na hor. Teda k srdcu. Aby ste jemnou masážou podporili lepší krvný obeh. Keď mám byť úprimná, ja osobne krém používam iba večer. Po sprche si vmasírujem Nutrilegs do nôh a môžem potvrdiť, že sa rýchlo vstrebáva a nezanecháva mastné stopy na postelnej bielizni. Už na druhý deň si všimnete, že budete mať pokožku príjemne hebkú, oveľa jemnejšiu a hydratovanú.“

Moderátorka: „Úžasné, to je skvelé. Milí diváci, zavolaajte ešte dnes a využite špeciálnu akciu na Nutrilegs forte. Objedajte si tri krémy a štvrtý dostanete ako darček. Ponáhľajte sa, linka je horúca, telefóny drnčia. Nutrilegs by mal byť súčasťou starostlivosti o nohy každého z vás. Zavolaajte na číslo na obrazovke a využite túto výhodnú ponuku. Ďakujem pani Herta. Vám aj vašej spoločnosti za túto úžasnú akciu.“

Host'ka: „Ďakujem aj ja. A chcem, aby sa naši zákazníci presvedčili o výhodách tohto krému, pretože ak si ho raz objedajú, bude ich spoločníkom navždy.“

Moderátorka: „Ďakujem vám všetkým a využite kampaň. Zavolajte hneď na telefónne číslo uvedené na obrazovke a budete sa môcť efektívne starať o svoje unavené, opuchnuté a boľavé nohy. Pozrite si ešte krátky príspevok a dovidenia nabudúce.“

Nasleduje séria ilustračných záberov na ľudí v mladšom aj staršom veku ako aj na predmetný výrobok, doplnená o prezentáciu cenovej ponuky, poštovného zdarma, kontaktných údajov a čísla pre objednávanie. Zábery sú doplnené mužským voiceoverom v znení: „Trápia vás vaše nohy? Sú ťažké? Unavené? Boľavé a opuchnuté? Tieto problémy má veľa ľudí. Už vo veku 20 rokov 20% populácie a po 60tke až 80%. Preto sa nečudujte, ak medzi nich patríte, no veľa pre seba môžete urobiť aj vy sami. Dnes vám predstavujeme bohaté zloženie krému Nutrilegs Forte. Vďaka jeho zložkám sa môžete účinne starať o unavené, opuchnuté, boľavé nohy, aby bol váš krok ľahší a príjemný každý deň. Krém obsahuje extrakty z pagaštanu konského a ginko biloby, morský íl, rozmarínový olej, cyprusový olej, mandľový olej a mentol. Všetko pre krásne a ľahké nohy, navyše veľmi dobre vyživuje našu pokožku. Takže už žiadna suchá koža, krém sa veľmi dobre vstrebáva.“

Záber sa presúva na muža, ktorý popisuje svoje skúsenosti: „Všetko sa to začalo veľmi nepríjemným pocitom ťažoby v nohách. Ja celý deň v práci stojím, niekedy aj 20 hodín. Ku koncu smeny nohy doslova ťahám za sebou. Musím povedať, že krém Nutrilegs Forte mi veľmi pomohol. Chcem sa s vami podeliť o túto skúsenosť a všetkým, ktorí majú problémy ako ja, odporúčam produkty Biostile.“

Na pozadí ilustračných záberov a prezentácie akciovej ponuky mužský voiceover dopĺňa: „Naše nohy si zaslúžia kompletnú starostlivosť. A preto je tu dnešná špeciálna akcia. Zaplatíte za tri a štvrtý krém dostanete ako darček. Samozrejme doprava je zadarmo. Tak sa poponáhľajte a objedajte si tri krémy Nutrilegs Forte a štvrtý dostanete ako darček. Doprajte si Slovinskú kvalitu.“

Spot sa končí zobrazením loga Biostile a sloganu: „Vaše zdravie, náš cieľ!“

Názor Komisie:

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

„Reklama nesmie obsahovať štatistiku (štatistické údaje), výsledky prieskumu ani výsledky výskumu prezentované spôsobom, ktorým sa zveličuje alebo nepravdivo rozširuje platnosť reklamného tvrdenia. Štatistika (štatistické údaje), výsledky prieskumu a výsledky výskumu použité v reklame musia byť aktuálne, ak je to obvyklé a možné, a pre priemerného spotrebiteľa jasne identifikované, a to najmä uvedením ich zdroja a relevantných časových údajov.“ (čl. 14 ods. 9 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).

Komisia sa pri posudzovaní sťažnosti zaoberala predovšetkým spôsobom, akým reklama prezentuje výrobok Nutrilegs Forte, jeho vlastnosti a účinky, ako aj použitím štatistických údajov týkajúcich sa výskytu zmien na cievach. Pri posudzovaní vychádzala z celkového vyznenia reklamy, pričom jednotlivé tvrdenia neposudzovala izolovane, ale v ich vzájomnom kontexte a s prihliadnutím na priemerného spotrebiteľa, ktorému je reklama určená.

Z predloženého materiálu vyplýva, že Nutrilegs Forte je kozmetický výrobok určený na vonkajšie použitie, pričom jeho deklarovaným účelom je okrem iného starostlivosť o pokožku nôh. Samotná skutočnosť, že kozmetický výrobok môže spotrebiteľovi poskytovať príjemný pocit, chladiaci alebo osviežujúci efekt či prispievať k hydratácii a zjemneniu pokožky, nie je sama osebe problematická. Komisia však v predmetnej reklame identifikovala spôsob prezentácie výrobku, ktorý jeho úžitkovú hodnotu posúva podstatne ďalej a vytvára dojem, že používanie výrobku môže viesť k zmierneniu alebo odstráneniu konkrétnych zdravotných ťažkostí

Reklama je od svojho úvodu vystavaná na problematike ťažkých, unavených, opuchnutých a bolestivých nôh a na problematike zmien na cievach. Hostka v úvode uvádza, že „vo veku 20 rokov má 20 % populácie na cievach isté zmeny a po 60-tke má až 80 % degeneratívne zmeny ciev“, pričom následne uvádza, že je dôležité urobiť všetko pre zachovanie zdravých ciev. Bezprostredne potom reklama prechádza k prezentácii krému Nutrilegs Forte ako prostriedku, pomocou ktorého možno preventívne urobiť viac pre svoje zdravie.

Takéto prepojenie nie je v reklame iba náhodné alebo okrajové. Téma zdravotných problémov nôh predstavuje základný komunikačný rámec celej reklamy a je opakovane spájaná s prezentovaným výrobkom. Za osobitne významné považuje Komisia tvrdenia, v ktorých sa výrobok priamo spája s konkrétnymi zdravotnými problémami. V reklamnom texte sa hovorí o „opuchnutých a bolestivých nohách“ a „zlom krvnom obeh“. V osobnom svedectve zákazníčka uvádza, že dlhodobo mala pocit „veľmi ťažkých, unavených a napätých nôh“ a že ju často trápila bolesť, pričom jej „začali viditeľne praskať kapiláry“. Následne v priamej súvislosti s používaním výrobku uvádza: „Odkedy ho používam, moje nohy sú ľahšie, nemám bolesti a čo je najdôležitejšie, popraskané kapiláry a kŕčové žily sú oveľa menej viditeľné.“ Zároveň dodáva: „A zatiaľ som si nevšimla žiadne nové“ a výrobok odporúča „každému, kto má podobné problémy“. Druhá zákazníčka opisuje „popraskané kapiláry a kŕčové žily“ a následne uvádza, že jej „začali opúchať, bolieť ma a neustále mi trpnuť nohy“ a že „Kŕčové žily už boli veľmi viditeľné“. Po vzhliadnutí relácie Biostile uvádza: „Kúpila som si ich a veľmi rýchlo mi pomohli. Moje problémy som si vyriešila už do mesiaca.“ Na záver výrobky Biostile odporúča „každému skôr, než bude mať vážne problémy“.

Komisia preto nepovažuje uvedené tvrdenia iba za všeobecné informácie o zdravom životnom štýle alebo za subjektívne senzorické skúsenosti spotrebiteľov. Osobné svedectvá sú v reklame koncipované tak, že konkrétne zdravotné ťažkosti – vrátane bolesti, opuchov, trpnutia nôh, popraskaných kapilár a kŕčových žíl – predchádzajú použitiu výrobku a následne sú prezentované ako problémy, pri ktorých malo používanie výrobku priniesť zlepšenie. Reklama tak vytvára dojem, že používanie Nutrilegs Forte môže viesť k zmierneniu alebo odstráneniu konkrétnych zdravotných ťažkostí a k zlepšeniu stavu ciev a žíl.

Komisia zároveň prihliadla na to, že v predmetnom prípade ide o kozmetický výrobok. Skutočnosť, že výrobok má kozmetickú povahu, sama osebe neznamena, že v reklame nemožno hovoriť o pocitoch spotrebiteľa, vzhľade pokožky alebo o príjemnom či osviežujúcom pociťe po aplikácii. Rozhodujúce však je, že predmetná reklama prekračuje rámec takejto kozmetickej prezentácie. Výrobok je v nej zasadený do kontextu konkrétnych zdravotných problémov a jeho účinky sú opisované spôsobom, ktorý u priemerného spotrebiteľa môže vytvárať podstatne vyššie očakávania o jeho úžitkovej hodnote, než zodpovedá jeho deklarovanému kozmetickému účelu.

Komisia preto dospela k záveru, že reklama priznáva výrobku Nutrilegs Forte úžitkovú hodnotu, ktorá je vzhľadom na jeho kozmetickú povahu a spôsob jeho prezentácie nepomerne vyššia, než zodpovedá skutočnej úžitkovej hodnote produktu. Takéto prezentovanie je v rozpore s požiadavkou čl. 15 ods. 1 Kódexu, podľa ktorého reklama nesmie viesť spotrebiteľa k tomu,

aby produktu priznával nepomerne vyššiu úžitkovú hodnotu, než zodpovedá skutočná úžitková hodnota produktu.

Komisia sa následne zaoberala aj štatistickými údajmi použitými v reklame. V reklame, či už priamo v obraze alebo vo zvuku odznieva viacero tvrdení, ktoré uvádzajú konkrétne štatistické údaje v súvislosti so zmenami na cievach. („Mali by sme si uvedomiť, že vo veku 20 rokov má 20 % populácie na cievach isté zmeny a po 60-tke má až 80% degeneratívne zmeny ciev.“; „Vo veku 20 rokov má 20 % ľudí zmeny na cievach. Vo veku 60 rokov má 80% ľudí degeneratívne zmeny na cievach. Starostlivosť o opuchnuté a bolestivé nohy.“; „Trápia vás vaše nohy? Sú ťažké? Unavené? Bol'ové a opuchnuté? Tieto problémy má veľa ľudí. Už vo veku 20 rokov 20% populácie a po 60tke až 80%.“)

Zadávateľ vo svojom stanovisku poukázal na odbornú literatúru týkajúcu sa chronických žilových ochorení a kŕčových žíl a uviedol výsledky štúdie Vein Consult Program, podľa ktorej bola zistená prevalencia chronických žilových porúch na úrovni 83,6 % v skúmanej populácii ambulantných pacientov.

Komisia však konštatuje, že predložené zdroje nepreukazujú pravdivosť konkrétnych štatistických tvrdení použitých v reklame, podľa ktorých „vo veku 20 rokov má 20 % populácie na cievach isté zmeny“ a „po 60-tke má až 80 % degeneratívne zmeny ciev“. Všeobecné údaje o výskyte chronických žilových ochorení alebo o jeho náraste s vekom nemožno považovať za dostatočný podklad pre konkrétne percentuálne údaje vzťahujúce sa na konkrétne vekové skupiny a konkrétne definované zmeny. Komisia zároveň prihliadla na skutočnosť, že zdroj týchto údajov ani relevantný časový údaj nebol v reklame uvedený. Štatistické tvrdenia pritom nie sú prezentované izolovane, ale opakovane sa objavujú v bezprostrednej súvislosti s prezentáciou zdravotných problémov nôh a následnou ponukou výrobku Nutrilegs Forte. V tomto kontexte preto plnia aj presvedčovaciu funkciu v rámci reklamného posolstva.

Čl. 14 ods. 9 Kódexu pritom vyžaduje, aby štatistické údaje použité v reklame neboli prezentované spôsobom, ktorým sa zveličuje alebo nepravdivo rozširuje platnosť reklamného tvrdenia, a aby boli pre priemerného spotrebiteľa jasne identifikované, najmä uvedením ich zdroja a relevantných časových údajov. V predmetnej reklame však spotrebiteľ nemá možnosť overiť, z akého zdroja údaje pochádzajú, akej populácie sa týkajú, čo sa rozumie „zmenami na cievach“ alebo „degeneratívnymi zmenami ciev“ ani z akého obdobia pochádzajú.

Na skutočnosť, že zadávateľ až v rámci dodatočného vyjadrenia predložil odborné zdroje, to nič nemení. Tieto zdroje jednak nepreukazujú presnosť konkrétnych tvrdení použitých v reklame a zároveň nemôžu nahradiť požiadavku na ich transparentnú identifikáciu priamo v reklame.

Komisia preto dospela k záveru, že spôsob použitia štatistických údajov v predmetnej reklame nespĺňa požiadavky čl. 14 ods. 9 Kódexu. Konkrétne percentuálne údaje sú prezentované bez uvedenia zdroja a relevantného časového údajov a v kontexte, ktorý zvyšuje ich presvedčivosť vo vzťahu k prezentovanému výrobku. Takýmto spôsobom reklama rozširuje význam použitých štatistických údajov nad rámec toho, čo možno z predložených podkladov objektívne vyvodiť.

Vo vzťahu k námietke ohľadom využitia označenia „LIVE“ – zo záznamu vysielania nebolo preukázané, že telenákupný šot bol v rámci televízneho odvysielania označený ako „LIVE“. Zo snímky obrazovky, ktorú predložil sťažovateľ naopak vyplýva, že nápis "LIVE" v strede dole v obraze je súčasťou playera na www.voyo.sk a zobrazuje sa len v rámci rozhrania webového prehliadača, t.j. keď si ho zákazník otvorí na počítači. Keď si divák zapne Voyo v rámci TV aplikácie, tam sa tento text nezobrazuje. Ide o štandardné nastavenie aj v rámci iných OTT platforiem, pričom slovo "LIVE" zmizne do 3 sekúnd, pokiaľ divák nepohybuje myškou na počítači. Predmetné nastavenie súvisí s potrebou rozlišovania programov, nakoľko sú na Voyo

k dispozícii stále programy ako knižnica, a potom sú EPG stanice, teda kvázi "živé" vysielanie všetkých lineárnych staníc, t.j. ide o streamy lineárnych staníc. V rámci sekcie "TV program" sa po kliknutí na ktorúkoľvek stanicu, všade objaví na prvé 3 sekundy nápis "LIVE".

Rovnako samotná skutočnosť, že v reklame bolo použité telefónne číslo odlišné od čísla používaného v minulosti, bez ďalších okolností nepreukazuje zavádzajúci charakter reklamy.

Na základe vyššie uvedeného Komisia na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 10. 09. 2026, hlasovaním rozhodla, že telenákupný šot: „Biostile – Nutrilegs Forte“, zadávateľ: Biostile CZ SK HU s. r. o. je v rozpore s ustanoveniami čl. 14 ods. 9 a čl. 15 ods. 1 Kódexu a sťažnosť sťažovateľa je čiastočne opodstatnená.

Komisia preto v súlade s čl. V ods. 2 písm. a) Poriadku apeluje na zadávateľa 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 21. 9. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie