



KASTNER & PIEŠ
Advokátní kancelář

Reklama na doplňky stravy

Mgr. Eliška Toušková
advokátka
Kastner & Pieš, advokátní kancelář s.r.o.

Conforum, 25. 11. 2025

Obsah

- ✓ Úvod
- ✓ Vybrané komentáře z praxe
- ✓ Influencer marketing
- ✓ Case studies
- ✓ Newslettery
- ✓ Použití AI v reklamě
- ✓ Výrobky cílící na zdraví



Úvod



Co je reklama



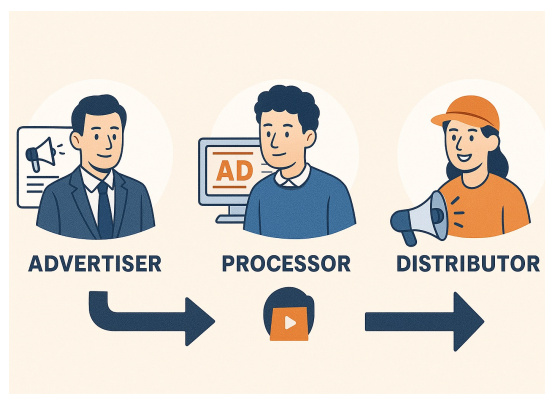
Obrázek vytvořila umělá inteligence

- Veřejná prezentace s marketingovou relevancí
- Cílem je **podpora podnikatelské činnosti**, zejména podpora spotřeby nebo prodeje
- Není podstatné, zda je šíření reklamy prováděno za úplatu nebo ne



Kdo odpovídá za reklamu

- Zadavatel
- Zpracovatel
- Šířitel



Obrázek vytvořila umělá inteligence



Rozdíl mezi DS a LP

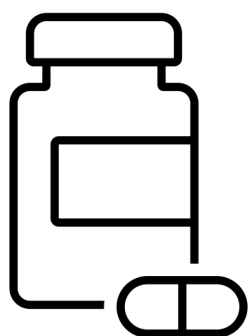
Doplňky stravy	Léčivé přípravky
Doplňují běžnou stravu	Léčba, prevence
Oznámení o uvedení na trh na MŽem	Registrační proces (SÚKL, EMA)
Nedokládají se klinické studie	Dokládají se klinické studie



Vybrané komentáře z praxe



Transparentnost



- Reklama na DS musí obsahovat zřetelný (u tištěné reklamy dobře čitelný) text „**doplňk stravy**“
- Reklama **nesmí být** **klamavá**
- Spolupráce musí být **označená**



Transparentnost

#spoluprace #dlouhodobaspoluprace #ad #kolagen
#beautykolagen #krasa #zeny #plet #vrasky #mama
#selfcare #sebepece #doplnekstravy



Srovnávací reklama

- Přímou nebo nepřímou označuje jiného soutěžitele, jeho zboží či službu
- **Některé požadavky**
 - Nesmí být klamavá
 - Srovnává srovnatelné
 - Srovnává objektivně podstatné, důležité, ověřitelné a příznačné vlastnosti
 - Nezlehčuje jiné soutěžitele



Odkaz na klinické studie

- **Dříve zakázáno**
- **Proč to může být problematické?**
 - nejsou aplikována kritéria pro klinická hodnocení LP
 - pokud DS obsahuje stejné účinné látky jako registrovaný LP a výrobce odkazuje na klinické studie provedené s daným LP
- Použitelné jsou klinické studie podporující pravdivost schválených tvrzení



Léčebná tvrzení

= tvrzení, které připisuje vlastnost umožňující zabránit nemoci, zmírnit ji nebo vyléčit.

u doplňků stravy zakázána

Pozor!

- názvy nemocí (chřipka, akné, průjem apod.)
- názvy symptomů (např. bolest, zvracení, horečka)
- slova jinak spojená s nemocemi a zdravotními problémy (např. léčit, prevence apod.)

V některých případech se nemusí jednat o tvrzení, ale povinnou informaci (např. „*nadměrná konzumace může vyvolat projímavé účinky*“).



Léčebná tvrzení

- Za léčebná tvrzení lze považovat také například:
 - **grafické, obrázkové či symbolické** vyjádření (obrázek lékaře bez doprovodného textu, obrázek znázorňující zánět kloubu, aj.)
 - **název výrobku** (*Anti-parazit, Čaj proti nachlazení*)
 - **názvy kategorií** v regálech či záložkách e-lékáren (*Nachlazení, Přípravky proti bolesti*)



Influencer marketing



Na co pamatovat ve smlouvě

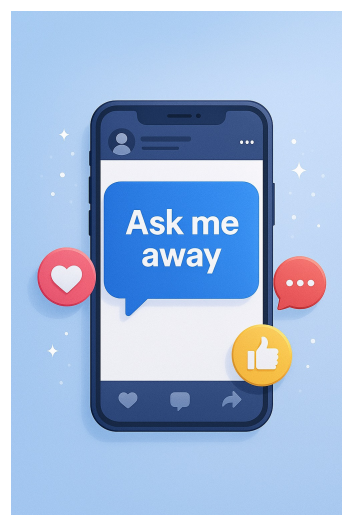


- Autorská práva
- Schválení před publikací
- Jak dlouho bude příspěvek zveřejněný
- Propagace konkurenčních výrobků
- Krizová komunikace



Pozor na interakce

- Q&A
- Výzva ke sdílení zkušeností



Obrázek vytvořila umělá inteligence



Case studies



Case studies

Dotazy k probiotikům?

Zajímalo by me reálné zkušenosti lidí s ulcerózní kolitidou? Změnilo jim to léčbu?

U pacientů s Crohnovou chorobou i ulcerózní kolitidou se často setkáváme s pozitivní zpětnou vazbou na probiotika Dr. Ohhira. Účinky zahrnují například rozšíření možností ve stravě, zlepšení trávení nebo zmírnění zánětu, a to i v aktivní fázi nemoci. V těchto případech doporučujeme silnější variantu probiotik Dr. Ohhira Deluxe, které je možné krátkodobě užívat i ve vyšším dávkování.

Dotazy k probiotikům?

Mohou se používat při chemoterapii?

Ano, při chemoterapii jsou probiotika Dr. Ohhira velmi vhodná. Pomáhají zmírnit případné nevolnosti a průjemy, což je potvrzeno nejen zahraničními zkušenostmi, ale i ohlasy klientů v České republice.



Case studies

Dotazy k probiotikům?

Dobrý den chci se zeptat, má se to brát při nachlazení nebo brát normálně.

Ano, probiotika mají významnou roli při prevenci nachlazení i během samotné nemoci. Posilují imunitní systém, podporují zdraví střevního mikrobiomu, který je klíčový pro obranyschopnost organismu, a pomáhají zkrátit dobu nemoci. Jejich pravidelné užívání přispívá k celkové prevenci infekcí.

Dotazy k probiotikům?

Pomůžou i proti gynekologickým zánětům? 🙏
Mam spatnou střevní mikroflóru

Gynekologické záněty, stejně jako záněty močového měchýře, patří mezi problémy, kde mohou probiotika výrazně a rychle pomoci.

Samozřejmě záleží na konkrétní situaci, proto doporučujeme konzultaci s lékařem.



Newslettery



Newsletter

= Obchodní sdělení

- Souhlas X stávající zákazník
- Musí být označen (např. OS, newsletter, novinky apod.)
- musí být snadné odhlásit odběr
- Informace o zpracování osobních údajů



Newsletter - FAQ

- Je přání k Vánocům obchodním sdělením?

ANO / NE

- Můžu poslat newsletter na veřejně dostupnou adresu?

ANO / NE

- Můžu získat souhlas se zasíláním obchodních sdělení tak, že adresátovi pošlu e-mail s žádostí o souhlas?

ANO / NE



Použití AI



Autorská práva k výstupům AI

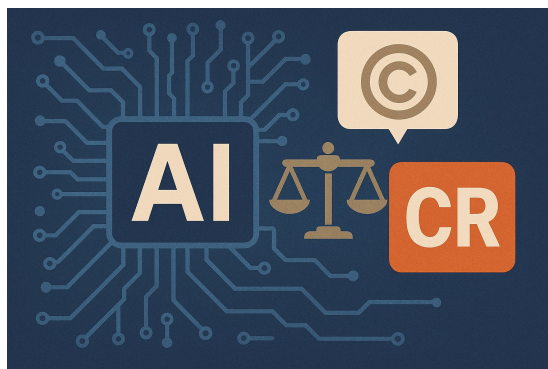


Grafika: DALLÉ-3, prompt design Investigace.cz



Autorství a dílo

- Dílo je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti **autora**
- Autorem je **fyzická osoba**, která dílo vytvořila
- Dílem zejména není námět, myšlenka nebo postup



Obrázek vytvořila umělá inteligence



Autorská práva k výstupům AI – soudní rozhodnutí

- Rozsudek Městského soudu v Praze č. j. 10 C 13/2023-16
- Obrázek vytvořený umělou inteligencí DALL-E na základě promptu:

„Vytvoř vizuální zobrazení dvou stran, které podepisují obchodní smlouvu ve formálním prostředí, například v konferenční místnosti nebo v kanceláři advokátní kanceláře v Praze. Ukaž pouze ruce.“

- Takto vytvořený obrázek bez souhlasu žalobce zveřejnil žalovaný na svých stránkách.
- Závěry soudu:
 - Obrázek vytvořený umělou inteligencí není autorským dílem
 - Umělá inteligence není autorem, protože není fyzickou osobou



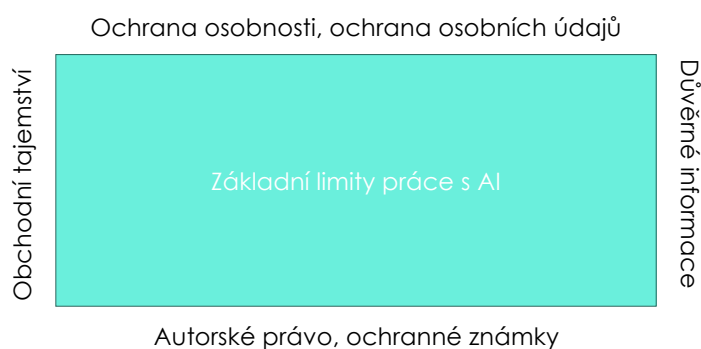
Praktická doporučení pro práci s AI

- Seznámit se s **podmínkami použití**
- V případě využití výstupu nástroje AI, je třeba **uvést, že příslušná část byla zpracována pomocí nástroje AI**
- **Prompt by neměl obsahovat:**
 - Důvěrné informace
 - Obchodní tajemství
 - Osobní údaje
 - Fotografie osob (pokud k tomu nemáte výslovný souhlas)
 - Díla chráněná autorským právem bez souhlasu autora

Prompt by neměl obsahovat nic, co byste nemohli zveřejnit na internetu nebo nechtěli sdílet s konkurencí



Praktická doporučení pro práci s AI



Možná využití AI v reklamě / komunikaci



Obrázek vytvořila umělá inteligence

• Grafika

- Úprava fotografií, retuše
- Vizuální efekty
- Generování obrázků

• Monitoring médií

- Monitoring zmínek
- Sumarizace
- Identifikace trendů

• Tvorba obsahu

- Náměty
- Úpravy textu (*tone of voice*)
- Kontrola gramatiky
- Překlady
- Nadpisy



Rizika využití AI

AI často mění / upravuje fakta
– factchecking

Absence schopnosti
porozumět kontextu či emocím

Většina nástrojů AI negarantuje
důvěrnost

Předsudky z dat, na kterých je
nástroj trénován



Výrobky cílí na zdraví



Výrobky cílí na zdraví - vymezení

- Nejasná kategorie
- Některé výrobky jsou z této kategorie vyloučeny přímo zákonem:
 - léčivé přípravky
 - zdravotnické prostředky a diagnostické zdravotnické prostředky in vitro
 - potraviny pro zvláštní lékařské účely
- Dále je rozšířen názor, že do této kategorie **nespádají výrobky, na které se uplatní zvláštní právní úprava, např. doplňky stravy**
- Jedná se tedy o výrobky, které nespádají do výše uvedených kategorií a přitom **primárně** cílí na zdraví, např. **léčivé kameny, léčivé krystaly**



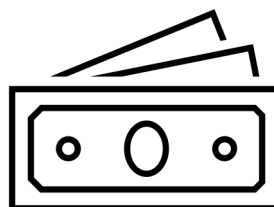
Reklama na výrobky cílí na zdraví

- **Reklama na výrobek cílí na zdraví nesmí**
 - naznačovat, že používáním výrobku se **zlepší nebo zachová zdravotní stav** toho, kdo jej užívá
 - naznačovat, že nepoužitím výrobku může být **nepříznivě ovlivněn zdravotní stav** osob
 - doporučovat výrobek s odvoláním na **doporučení vědců, zdravotnických odborníků** nebo osob, které jimi nejsou, ale které by díky svému skutečnému nebo předpokládanému společenskému postavení **mohly podpořit používání výrobku** (např. influenceři, filmoví a seriáloví lékaři)



Výrobky cílí na zdraví - reklama

- **Orgán dozoru:** krajské živnostenské úřady
- Právnícké osobě hrozí za přestupky v oblasti reklamy na výrobky cílí na zdraví pokuta až **2.000.000 Kč**



Otázky?



Děkuji za pozornost



Mgr. Eliška Toušková
eliska@kastnerpies.cz
www.kastnerpies.cz

 Eliška Toušková

 kastnerpies