



**Stanovisko Ministerstva zdravotnictví a Ministerstva průmyslu a obchodu
k problematice reklamy služeb péče o tělo a zdraví a zdravotních služeb**

Ministerstvo zdravotnictví po dohodě s Ministerstvem průmyslu a obchodu vydává toto stanovisko za účelem adresování problematiky propagace a reklamy služeb péče o tělo a zdraví poskytovaných v rámci provozování živností v režimu zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, které nejsou zdravotními službami ve smyslu zákona č. 372/2011 Sb., o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zákon o zdravotních službách), ve znění pozdějších předpisů, ani činnostmi lékařů, zubních lékařů, farmaceutů nebo nelékařských zdravotnických pracovníků při poskytování zdravotních služeb.

Provozovatelé živností poskytující služby péče o tělo a zdraví nespádající pod režim zákona o zdravotních službách (tj. nenaplnující definiční vymezení zdravotních služeb podle ustanovení § 2 citovaného zákona¹) mohou poskytování těchto služeb propagovat reklamou. Tato reklama ovšem nesmí naplňovat znaky nekalosoutěžního jednání, resp. nekalé obchodní praktiky.

I. Nekalá obchodní praktika

Nekalá obchodní praktika je vymezena v ustanovení § 4 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“), jako praktika, která je „*v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejímu působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě.*“

Klamavá konání

Mezi nekalé obchodní praktiky, které připadají v úvahu v případě služeb péče o tělo a zdraví patří mj. zejména **klamavé konání**, kterým zákon o ochraně spotřebitele rozumí kromě jiného také²

1. praktiku obsahující **věcně nesprávnou čili nepravdivou informaci**, která vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil (§ 5 odst. 1),

¹ K tomu srov. např. část I. [Stanoviska Ministerstva zdravotnictví k použití zdravotnických prostředků v rámci živnostenského zákona.](#)

² V zájmu zachování přehlednosti textu jsou zde dále pod body 1. až 3. uvedeny pouze ty skutkové podstaty nekalého chování podle § 5 zákona o ochraně spotřebitele, které se vztahují k problematice propagace a reklamy služeb péče o tělo a zdraví poskytovaných v rámci provozování živností.





2. praktiku obsahující **pravdivou informaci**, jestliže vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, **pokud jakýmkoli způsobem uvádí nebo je schopna uvést spotřebitele v omyl** např. ohledně

a) samotné existence, podstaty či hlavních znaků předmětné služby, jakými jsou mj. údaje o výhodách, rizicích, provedení, způsobilosti k účelu poskytnutí, očekávaných výsledcích jejího poskytnutí nebo výsledcích a provedených zkouškách nebo kontrolách [odst. 2 písm. a) a b)],

b) rozsahu závazku prodávajícího [odst. 2 písm. c)]; tj. v těchto případech se jedná o potenciální omyl spotřebitele v tom, k čemu se prodávající zavázal,

c) podstaty, charakteristických rysů a práv prodávajícího nebo jeho zástupce, například jeho identifikace, způsobilosti či postavení [odst. 2 písm. f)]; tj. v těchto případech může být spotřebitel uveden v omyl co do kompetencí prodávajícího nezbytných pro poskytnutí dané služby,

d) práv spotřebitele, včetně práv z vadného plnění nebo rizika, kterému může být spotřebitel vystaven [odst. 2 písm. g)],

3. nebo praktiku, **která ve věcných souvislostech**, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, **vede nebo může vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil**, a pokud zahrnuje jakékoli uvádění služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jinou službou [odst. 3 písm. a)].

Klamavá opomenutí

Jde-li o služby péče o tělo a zdraví, jako nekalá obchodní praktika připadá v úvahu i **klamavé opomenutí**; jedná se o takové **opomenutí, které ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jeho rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést podstatné informace**, které v dané souvislosti spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí ohledně koupě, čímž **způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně této koupě, které by jinak neučinil** (§ 5a odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele). Za klamavé opomenutí se také považuje, **pokud prodávající nadepsané podstatné informace zatají nebo poskytne nejasným, nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem** nebo vzhledem k okolnostem **v nevhodný čas**, pokud to **vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil** (odst. 2). Za podstatné se přitom v těchto případech považují zejména informace (nejsou-li patrné ze souvislostí) **o hlavních znacích služby** v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku, jakož i službě samotné [odst. 3 písm. a)].

Agresivní obchodní praktiky

Nekalou obchodní praktikou se v neposlední řadě rozumí i **agresivní obchodní praktika**, tj. taková praktika, která ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem **výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele** ve vztahu ke službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž **způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil** (§ 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele). Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží mj. (odst. 2)

1. k načasování, místu, povaze nebo době trvání obchodní praktiky [písm. a)],
2. ke způsobu jednání, jeho výhružnosti nebo urážlivosti [písm. b)],
3. nebo k vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele, která vede ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění jeho rozhodnutí ve vztahu k výrobku nebo službě [písm. c)].

Zákon o ochraně spotřebitele dále ve své Příloze č. 1 uvádí výčet **klamavých obchodních praktik**, které se za všech okolností považují za **nekalé obchodní praktiky** (§ 4 odst. 3); mezi tyto klamavé obchodní praktiky je řazena mj. i praktika, kterou prodávající „*nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení.*“ [Příloha č. 1 písm. q)]. **Reklamy, které nepravdivě prohlašují léčebný účinek služeb péče o tělo a zdraví tak ve smyslu zákona o ochraně spotřebitele vždy naplní znaky nekalé obchodní praktiky.**

Skutečnost, zda obchodní praktika v případě služeb péče o tělo a zdraví je nekalá či nikoli, se musí posuzovat **podle průměrného člena skupiny spotřebitelů, které je určena** (§ 4 odst. 1 a 2 zákona o ochraně spotřebitele). Za takového průměrného spotřebitele lze považovat spotřebitele z dotčené cílové skupiny spotřebitelů charakterizované například blízkostí věku, úrovní vzdělání nebo zdravotního stavu, který má dostatek informací a je s ohledem na specifika dané skupiny v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Jedná se o logický proces, neboť tak, jak je na jedné straně posilována ochrana spotřebitele jako slabší smluvní strany, je třeba klást přiměřené nároky i na schopnosti spotřebitele, jeho soudnost a obezřetnost.³

Ustanovení § 4 odst. 4 zákona o ochraně spotřebitele stanoví zákaz užívání nekalé obchodní praktiky bez ohledu na to, zda k ní má dojít před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování nebo po učinění rozhodnutí. Pro naplnění znaků nekalé obchodní praktiky tedy není rozhodné, zda a případně kdy v daném případě reálně dojde k narušení

³ Srov. CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr, URBÁNEK, Jiří. § 4 [Nekalá obchodní praktika]. In: CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr, URBÁNEK, Jiří. Mediální právo. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2018, s. 320, marg. č. 3.

rozhodování konkrétního spotřebitele, **relevantní je způsobilost obchodní praktiky narušit rozhodování spotřebitelů v případě nákupu služeb péče o tělo a zdraví.**

II. Klamavá reklama

Jedním z typů nekalosoutěžní praktiky může být **klamavá reklama**. Klamavou reklamu vymezuje § 2977 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“), jako takovou reklamu, *„která souvisí s podnikáním nebo povoláním, sleduje podpořit odbyt movitých nebo nemovitých věcí nebo poskytování služeb, včetně práv a povinností, klame nebo je způsobilá klamat podáním nebo jakýmkoli jiným způsobem osoby, jimž je určena nebo k nimž dospěje, a tím i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování takových osob.“*

Klamavou reklamou na služby péče o tělo a zdraví je tedy taková reklama, která je

- 1. komerční** (souvisí s podnikáním nebo povoláním, tj. s provozováním živnosti v jejímž rámci jsou tyto služby poskytovány),
- 2. sleduje podpořit odbyt těchto služeb**
- 3. a která klame či je způsobilá klamat** podáním nebo jakýmkoli jiným způsobem nejen osoby, kterým je přímo určena, ale i osoby, které budou takovou reklamou zasaženy.

Postačí přitom, že taková reklama je způsobilá klamat dotčené osoby, kdy za klamavý je nutno považovat takový údaj, který je způsobilý vyvolat u dotčené osoby představu, jež neodpovídá skutečnosti. Způsobilost oklamat může mít přitom i údaj sám o sobě správný, může-li uvést v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn (§ 2979 odst. 1 občanského zákoníku).

Obdobně jako v případě nekalé obchodní praktiky obecně, způsobilost vyvolat klamnou představu musí být reálná a je třeba ji posuzovat z pohledu průměrného zákazníka (průměrného spotřebitele – viz výše). Opět přitom pro naplnění znaků klamavé reklamy postačuje její **potencialita** – tedy způsobilost vyvolat u průměrného adresáta mylné představy o povaze nabízené služby. **Stejně tak není podstatné, zda služba péče o tělo a zdraví propagovaná klamavou reklamou je poskytována za úplatu či nikoli.**

Klamavá reklama na služby péče o tělo a zdraví by se tedy měla posuzovat podle toho, jaké (nepravdivé) údaje jsou uvedeny, na koho je cílena a jak moc byla v klientovi vyvolána klamná představa o realitě. Přípustná tedy bude taková reklama, která využívá nadsázky, za situace, kdy průměrný klient nebude na pochybách, zda reklamní sdělení odpovídá skutečnosti. Zejména se budou přitom posuzovat:

- 1. schopnost vyvolat u klienta představu**, která v určitém údaji neodpovídá skutečnosti,

2. **objektivní skutečnosti, jejichž správnost lze přezkoumat prostřednictvím dokazování; naopak se nebudou posuzovat případná mínění a subjektivní hodnocení,**
3. **víceznačná či nejasná prohlášení,**
4. kromě textového či mluveného provedení reklamy **také obrazový, barevný, zvukový či jiný kontext,** který může ve spotřebiteli vyvolat klamavou představu,
5. **uspořádání reklamy;** např. se bude posuzovat případná nepřehlednost, vyzdvížení některých údajů a potlačení jiných,
6. **údaje pravdivé,** pokud je průměrný klient může pochopit takovým způsobem, že sdělená informace pravdivá není.
7. tzv. **skrytá reklama,** kdy je zastřeno, že se jedná o komerční jednání (prezentování jako objektivní informace).⁴

III. Náležitý postup dozorových správních orgánů

Reklama, která je nekalou obchodní praktikou, je zakázána [§ 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o regulaci reklamy“)]. **Porušení tohoto zákazu je přestupkem,⁵ k jehož projednání je příslušný místně příslušný krajský živnostenský úřad.⁶**

Odbory zdravotnictví krajských úřadů příslušných k výkonu kontroly poskytovatelů zdravotních služeb (dále jen „poskytovatelů“) v souvislosti s jejich poskytováním nebo kontroly poskytovatelů, právnických nebo podnikajících fyzických osob v souvislosti s prováděním činností, k nimž je třeba udělení souhlasu, oprávnění k činnosti nebo jiného obdobného povolení podle zákona o zdravotních službách nebo jiných zákonů upravujících zdravotní služby [§ 107 odst. 1 písm. b) zákona o zdravotních službách] by tedy při zjištění podezření na nekalou obchodní praktiku měly toto **zjištění jako podnět postoupit k dalšímu prošetření a k vyřízení místně příslušnému krajskému živnostenskému úřadu.** V praxi přitom může při kontrolní či jiné činnosti odboru zdravotnictví krajského úřadu nastat několik situací:

⁴ PIPKOVÁ, Petra Joanna. § 2977 [Klamavá reklama]. In: PETROV, Jan, VÝTISK, Michal, BERAN, Vladimír a kol. Občanský zákoník. 2. vydání (2. aktualizace). Praha: C. H. Beck, 2023.

⁵ Dle povahy jeho pachatele se jedná o skutkovou podstatu přestupku podle § 8 odst. 3 písm. b), § 8a odst. 1 písm. n), odst. 2 písm. b) nebo odstavce 3 písm. b) zákona o regulaci reklamy.

⁶ Srov. § 8b odst. 1 ve spojení s § 7 písm. i) zákona o regulaci reklamy.



1. Kontrolovaná osoba nabízí služby, které svou povahou naplňují vymezení zdravotních služeb, ačkoli k jejich poskytování nemá oprávnění podle zákona o zdravotních službách

V takovém případě je úkolem odboru zdravotnictví krajského úřadu předně zjistit, zda jsou nabízené služby skutečně poskytovány či nikoli:

a) Pakliže jsou předmětné služby skutečně poskytovány a tyto služby zároveň představují zdravotní služby, ačkoli kontrolovaná osoba nemá pro jejich poskytování oprávnění podle zákona o zdravotních službách, krajský úřad projedná přestupek podle § 114 odst. 1 písm. a) resp. § 115 odst. 1 písm. a) zákona o zdravotních službách (přestupek poskytování zdravotních služeb bez oprávnění).

b) Pakliže není prokázáno, že předmětné služby vykazující znaky poskytování zdravotních služeb jsou kontrolovanou osobou poskytovány, resp. pokud kontrolovaná osoba jejich poskytování účinně popírá, je na místě posouzení obchodní praktiky kontrolované osoby; **odbor zdravotnictví krajského úřadu v takovém případě postoupí podnět místně příslušnému krajskému živnostenskému úřadu** k prověření spáchání možného přestupku podle zákona o regulaci reklamy.

2. Kontrolovaná osoba poskytuje zdravotní služby, ačkoli k jejich poskytování nemá oprávnění podle zákona o zdravotních službách, a zároveň tyto služby propaguje způsobem, který naplňuje znaky nekalé obchodní praktiky

V takovém případě odbor zdravotnictví krajského úřadu projedná přestupek podle § 114 odst. 1 písm. a) resp. § 115 odst. 1 písm. a) zákona o zdravotních službách (přestupek poskytování zdravotních služeb bez oprávnění) **a zároveň postoupí podnět místně příslušnému krajskému živnostenskému úřadu** k prověření spáchání možného přestupku podle zákona o regulaci reklamy.

V těchto případech je potřeba mít na zřeteli, že kontrolovaná osoba se v takovém případě svým konáním dopouští dvou protiprávních jednání (přestupků) a porušuje dva zákonem chráněné zájmy, proto je nezbytné postihovat oba tyto přestupky.

Může se jednat o případy, kdy kontrolovaná osoba jednak poskytuje zdravotní služby bez oprávnění, a jednak tyto služby propaguje jako služby kosmetické či jiné, ačkoli se jedná o služby zdravotní.

3. Kontrolovaná osoba jakožto poskytovatel propaguje jí nabízené služby způsobem, který může u spotřebitele vyvolat dojem, že daná služba není zdravotní službou

Rovněž v takovém případě odbor zdravotnictví krajského úřadu **postoupí podnět místně příslušnému krajskému živnostenskému úřadu** k prověření spáchání možného přestupku podle zákona o regulaci reklamy. V těchto případech



je nezbytné mít na zřeteli, že nekalá obchodní praktika nemusí spočívat jen v tom, že služby péče o tělo a zdraví jsou propagovány jako zdravotní služby, ačkoli definiční vymezení zdravotních služeb podle § 2 odst. 2 zákona o zdravotních službách nenaplnují; teoreticky může nastat i situace, kdy poskytovatel uvede svého pacienta (spotřebitele) v omyl tím, že zdravotní službu propaguje jako službu o tělo a zdraví, která není zdravotní službou. I v tomto případě dochází k porušení zájmu chráněného zákonem o regulaci reklamy a je na místě postihovat i tyto případné nekalé obchodní praktiky.

V případě pochybností o tom, zda obchodní praktika v daném případě naplňuje znaky nekalé obchodní praktiky může odborům zdravotnictví krajských úřadů sloužit toto stanovisko, dále předchází stanovisko Ministerstva zdravotnictví č. j. MZDR 15009/2023-1/OZP ze dne 31. května 2023, zabývající se rozlišením zdravotních služeb a služeb péče o tělo a zdraví poskytovaných v rámci živností,⁷ případně se mohou obrátit na Ministerstvo zdravotnictví, odbor zdravotní péče; pro účely posouzení daného případu je nezbytné poskytnout Ministerstvu zdravotnictví popis služby, která je danou obchodní praktikou propagována. **Úkolem Ministerstva zdravotnictví je v takovém případě primárně posoudit, zda je propagovaná služba zdravotní službou či nikoli.** Na základě tohoto posouzení následně odbor zdravotnictví krajského úřadu, který podnět podal, dále dle okolností rozhodne o jeho dalším postoupení krajskému živnostenskému úřadu. Samotné vyhodnocení, zda obchodní praktika, kterou je daná služba propagována, odpovídá povaze a charakteru dané služby či nikoli, tj. zda se může jednat o **nekalou obchodní praktiku**, nepřísluší Ministerstvu zdravotnictví, nýbrž je **v gesci místně příslušného krajského živnostenského úřadu.**

Zjistí-li při své činnosti podezření na nekalou obchodní praktiku při propagaci služeb péče o tělo a zdraví přímo krajský živnostenský úřad, měl by se předně obrátit na odbor zdravotnictví místně příslušného krajského úřadu. Odbor zdravotnictví krajského úřadu by nejprve měl posoudit, zda se jedná o zdravotní službu či nikoli (k tomu srov. výše). Na základě této informace dále **krajský živnostenský úřad posoudí, zda se kontrolovaná osoba dopouští nekalé obchodní praktiky či nikoli.**

Ministerstvo zdravotnictví po dohodě s Ministerstvem průmyslu a obchodu bude průběžně zpracovávat seznam řešených případů reklam na poskytování služeb péče o tělo a zdraví v rámci provozování živností, u nichž bylo posuzováno podezření na naplnění znaků nekalé obchodní praktiky, a to pro účely dalšího využití ze strany odborů zdravotnictví krajských úřadů a krajských živnostenských úřadů v budoucnu. Tento seznam bude veřejně přístupný na internetových stránkách Ministerstva zdravotnictví v sekci **Metodiky a stanoviska** na adrese:

⁷ Viz poznámku pod čarou č. 1.



[Stanoviska k činnostem na pomezí zákonů č. 372/2011 Sb. a č. 455/1991 Sb. – Ministerstvo zdravotnictví \(mzcr.cz\).](#)

V této souvislosti Ministerstvo zdravotnictví a Ministerstvo průmyslu a obchodu uvítá součinnost odborů zdravotnictví krajských úřadů a krajských živnostenských úřadů spočívající v tom, že tyto úřady poskytnou Ministerstvu zdravotnictví zobecněné, resp. anonymizované případy vycházející z jejich činnosti, které spadají pod řešenou problematiku. Ministerstvo zdravotnictví následně tyto případy zveřejní v nadepsaném seznamu za účelem jejich dalšího využití v obdobných věcech.

Stanovisko č.j. MZDR 31529/2024 ze dne 19. 12. 2024 vychází z platné právní úpravy ke dni 19. 12. 2024 a bylo zpracováno ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu.