

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Podvodné reklamy zneužívající celebrity, lékaře a jiné veřejné osoby

„Pijte toto každé ráno, jako Vaše oblíbená zpěvačka a zhubnete do léta 20 kg“, „Známý herec odhalil tajemství hubnutí“, nějak takto může začínat stále častěji se objevující reklama na zázračné produkty na hubnutí, kterých je na internetu čím dál více. Internet je prostředí, kde je bohužel stále složitější rozlišovat, co je skutečné a co nikoliv. Díky reklamnímu prostoru na rozličných webech a sociálních sítích, kam zpravidla přibývají reklamy automaticky, se objevují uživatelům podvodné reklamy na produkty, které slibují například zázračné výsledky při hubnutí a nabízejí k tomu určité produkty, jako jsou kapky či tabletky pro ztrátu hmotnosti.

Tito podvodníci často ke zvýšení důvěryhodnosti webové stránky zneužijí ilustrační fotografie známých osobností, například oblíbených televizních herců či známých lékařů, které spojí s nabízeným produktem a odkazují na jejich zkušenosti s nabízenými výrobky. Některé inzeráty dokonce vypadají jako autentické rozhovory se známými osobnostmi nebo jejich příspěvek na sociálních sítích. V posledních letech se nedobrovolnými tvářemi obdobných reklam na přípravky na hubnutí stala celá řada známých osobností. Otázka je, jakým způsobem se lze proti takovéto reklamě bránit.

Za obsah reklamy zásadně odpovídají společně zadavatel a zpracovatel (s výjimkami, kdy se jeden z nich odpovědnosti zproští prokázáním určitých skutečností), kdy lze ovšem předpokládat, že zadavatel a zpracovatel výše zmíněných reklam může být jedna osoba, která se může dopustit zneužitím fotografií známých osob zásahu do jejich autorských a osobnostních práv, nabízí se tak požadovat po osobě, jež zneužije údaje známých osob, zdržení se zásahu, případně poskytnutí přiměřeného zadostiučinění za způsobenou nemajetkovou újmu, a to ve formě omluvy či zadostiučinění v penězích. V úvahu též připadá možnost obrátit se na orgány činné v trestním řízení podáním trestního oznámení o skutečnostech, že mohlo dojít ke spáchání trestných činů, například trestného činu podvodu či porušení autorského práva, to vše si lze představit, pokud je znám původce obsahu.

Problematický aspekt ochrany práv je skutečnost, že tvůrci podvodných reklam jsou v některých případech prakticky nedohledatelní, zpravidla ani nepůsobí v České republice (domény jsou registrované mimo EU nebo v zemi s možností skrytí majitele. Zde se, pro ochranu známých osob, nabízí kontaktování šířitele reklamy, tím bude v drtivé většině případu společnost Google či Meta a upozornit je na nezákonné praktiky tvůrce reklamy a porušování zásad digitální inzerce, jejichž dodržování tyto společnosti deklarují.

Na pozoru by měli být ovšem rovněž uživatelé, kteří se stanou terčem podvodné reklamy a zvažují nákup inzerovaných produktů, lze předpokládat, že tyto produkty nejenže nebudou plnit slibovaný účel, ale rovněž mohou být zdravotním rizikem, neboť se v drtivé většině případů nejedná o schválené přípravky. Je třeba tedy apelovat na všechny potenciální kupující, aby vždy velmi důkladně prověřili obdobné podezřelé nabídky. Nejlepší obranou je obezřetnost. Některé produkty je možné rovněž ověřit na internetových stránkách Státního ústavu pro kontrolu léčiv, který provádí kontrolu nelegálních nabídek přípravků určených k léčbě a informuje o internetových stránkách, které nabízejí neschválené přípravky-k dispozici >> [zde](#).

De facto se jedná o formu spamu, který má za cíl prodat podvodný, předražený, neúčinný produkt. Často je při pozornějším sledování reklamy hned patrné, že chybí identifikace výrobce, absentují kontakty, jsou užity falešné recenze, zneužity loga známých společností nebo je přesměrována na stránky, které se pouze tváří, že se jedná o známý internetový časopis. Webová i facebooková stránka má dlouhý odkaz. Facebookovou stránku lze nahlásit jako spam s podvodným obsahem. Doporučuje se také podívat na stránky České obchodní inspekce (ČOI), zda stránky nezmiňuje jako rizikové a nevaruje před nákupem na jejich e-shopu.

Co můžete dělat v případě, že původce zásahu zneužívá Vaše jméno, fotografie a známost, ale je neznámo kde? V případě neznámého původce je právní obrana složitá a s nejistým koncem. Co je tedy možné dělat?

Je vhodné ihned, jak se o podvodné reklamě zneužívající Vaše údaje dozvíte, zveřejnit na sociálních sítích oznámení svým sledujícím, že jste se stali terčem útoku a zneužití jména a od produktů podobného typu se distancovat. Je to ochrana nejen Vaše, ale všech důvěřivých a nezkušených uživatelů internetu, kteří věří, že produkt z oblasti, které se věnujete, je tak věrohodný. Rovněž bychom Vám doporučili podat trestní oznámení na neznámého pachatele. Lze také kontaktovat šířitele reklamy, kterým bude nejčastěji společnost Google či Meta (mezi produkty společnosti Meta patří například Facebook či Instagram) a obeznámit ho se zásahem do Vašich práv.



JUDr. Eva Ondřejová, LL.M., PhD.,
advokátka

Jan Schneider



[Advokátní kancelář ONDŘEJOVÁ](#)

Příčná 8
110 00 Praha 1

Tel.: +420 777 086 287
e-mail: eva.ondrejova@ondrejova.cz

Další články:

- [Právní aspekty terapie psychedeliky](#)
- [Význam sportovních pravidel při posuzování odpovědnosti sportovců za sportovní úrazy](#)
- [Okamžité zrušení pracovního poměru učiněné z „opatrnosti“ zaměstnavatele ve světle judikatury Nejvyššího soudu](#)
- [Výroční zpráva ÚOOÚ za rok 2025: nové regulační priority v oblasti ochrany osobních údajů](#)
- [Vadné nařízení vlády č. 493/2025 Sb. a dopady fixace limitů drobných oprav na pronajímatele](#)
- [Nařízení PPWR: cesta do pekla dlážděná dobrými úmysly](#)
- [AML - od zákona č. 253/2008 Sb. k AMLR: co konkrétně musí česká povinná osoba změnit do roku 2027](#)
- [Podmíněné propuštění ve světle zásady ústnosti a přímosti](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 37.: Povinná forma jednání ve smlouvách](#)
- [Poučení z krizového vývoje v kauze bitcoiny](#)
- [EUDAMED: Jednotná databáze mění pravidla hry na trhu zdravotnických prostředků](#)