

doc. PhDr. Michal Stehlík, Ph.D.

Předseda

Rada Českého rozhlasu

Vinohradská 12

120 00 Praha 2

Praha, 14. 7. 2015

**Věc: Stížnost na porušení Kodexu Českého rozhlasu**

Vážený pane předsedo,

Obracím se na Vás jménem společnosti Česká lékárna holding, a.s., která v ČR provozuje síť lékáren Dr. Max. Obracím se na Vás zároveň jako na nejvyššího představitele Rady Českého rozhlasu – orgánu, který podle svého Statutu (čl. I, odst. 12) „**dohlíží na plnění úkolů veřejné služby** v oblasti rozhlasového vysílání...“. Principy vysílání veřejné služby upravuje Kodex českého rozhlasu, na jehož ustanovení se budu v následujícím textu odvolávat.

Tato stížnost se odkazuje k reportáži odvysílané Českým rozhlasem 22. ledna t. r. Adresujeme Vám, ji se značným zpožděním proto, že jsme se po celou dobu snažili vyřešit celou věc jiným způsobem. Stížnost podanou na Radu považujeme totiž za krajní možnost. Bohužel, v tuto chvíli už máme jistotu, že veškeré ostatní pokusy o nápravu pro nás nepřijatelného stavu selhaly.

Zmíněného 22. ledna odvysílal Český rozhlas sérii zpravodajských šotů a reportáží, které pojednávaly o nové obchodní strategii naší společnosti. Na tyto rozhlasové výstupy týž den navázal ještě výstup na webu Českého rozhlasu. Přepisy a faksimile naleznete jako přílohy této stížnosti (přílohy č. 1-3). Internetový odkaz na odvysílanou reportáž má titulek „Co vadí České lékárnické komoře na reklamě některých lékárenských sítí, zjišťovala redaktorka Zuzana Petráňová“, text na webové stránce <http://www.rozhlas.cz/zpravy/politika/zprava/nektere-lekarny-hledaji-nove-strategie-jak-nalakat-pacienty-komore-se-to-nelibi--1446926> má titulek „Některé lékárny hledají nové strategie, jak nalákat pacienty. Komoře se to nelíbí“.

Den před vysíláním reportáže se na nás obrátila zmíněná redaktorka Z. Petráňová s několika dotazy ke zmíněnému tématu. To, jak dialog probíhal, nemůžeme jednoznačně prokázat, neboť jsme z rozhovoru nepořizovali zvukový záznam. Naše reakce se však opírala o argumenty, které jsme už 8. ledna t. r. zveřejnili prostřednictvím tiskové zprávy (příloha č. 4). Tuto zprávu lze najít v archivu tiskových zpráv na našich webových stránkách a lze prokázat, že v den, kdy byla vydána, byla zaslána i redakci ČRo1-Radiožurnálu (příloha č. 5), včetně editorky, která rozhodla později o zařazení tématu do vysílání. K věcným výhradám vůči reportáži se vzápětí dostaneme, ale v tuto chvíli bychom rádi poukázali i na pozoruhodnou časovou prodlevu mezi jednotlivými výstupy. Naše společnost reagovala svou tiskovou zprávou na jinou zprávu České lékárnické komory (ČLnK) vydanou již 6. ledna t. r. Mezi vydáním obou tiskových zpráv a „zpravodajským“ vysíláním Českého rozhlasu uplynuly tedy více než dva týdny. Více než dva týdny uplynuly rovněž od zveřejnění obou zpráv a začátkem přípravy reportáže redaktorkou Z.

ČESKÁ LÉKÁRNA HOLDING, a.s.

Sídlo: Palackého 105/924

612 00 Brno

Česká Republika

IČ: 285 11 298 DIČ: CZ 28511298

Kancelář Brno:

Business Complex Titanium

Nové sady 996/25

602 00 Brno

Česká Republika

Kancelář Praha:

Florentinum, budova D

Na Florenci 2116/15

110 00 Praha 1

Česká Republika

Petráňovou. Prodlení tedy není možné dát do souvislosti s výrobou reportáže. Časová prodleva mezi vznikem agendy a vysíláním je pouze technickým handicapem, jakkoli ukazuje na to, jakým způsobem je rozhlas schopen dostát své roli rychlého média. Došlo tu podle nás k porušení následujícího ustanovení Kodexu Českého rozhlasu:

#### HI. II, Čl. 6, Odst. 5:

„... Český rozhlas musí vždy přednostně postupovat tak, aby konkrétní informaci připravil do vysílání s odbornou péčí a touto cestou ji **pohotově** předal posluchačům.“

Zmíněný značný časový odstup by byl odůvodnitelný v případě, že bylo třeba důkladné přípravy na výrobu reportáže a v případě, že by se to odrazilo na zpravodajské kvalitě vysílání. Bohužel jsme toho názoru, že ta byla naopak velmi nízká, protože odporuje dalším ustanovením Kodexu Českého rozhlasu hned v několika bodech. Zmíníme zde ty nejpodstatnější:

#### HI. II, Čl. 6, Odst. 6:

„Ve zpravodajských a publicistických pořadech Český rozhlas dbá na **přesnost a nestrannost**, spočívající především ve **zjišťování a ověřování skutečností**.“

Domníváme se, že se toto ustanovení vztahuje ke všem skutečnostem uváděným jednotlivými aktéry vystupujícími v reportáži. V této souvislosti bychom se rádi odvolali na tvrzení naší strany, že ČLnK vynesla nad naší marketingovou akcí soud, který ze zákona o regulaci reklamy nepřísluší komoře, ale úplně jiné autoritě – regulátorovi, tedy Státnímu úřadu pro kontrolu léčiv (SÚKL). Tento argument jsme zveřejnili prostřednictvím tiskové zprávy, kterou měl Český rozhlas k dispozici, a rovněž jsme ho zopakovali redaktorce Zuzaně Petráňové. Podle našeho názoru tedy měla požádat o vyjádření nikoli zástupce ČLnK, nýbrž reprezentanta SÚKL. Bohužel se tak nestalo ani po našem doporučení a Český rozhlas tak vyprodukoval výstupy, které se opíraly o výroky pro téma irelevantního respondenta.

Princip nestrannosti byl v reportáži porušen i tím, že obsahoval nekalosoutěžní výrok konkurenční lékárnice z lékárny Faustův dům v Praze. Její majitelé se naší společnosti za tento výrok omluvili, omluva byla zveřejněna i na internetových stránkách zmíněné lékárny (přílohy 6 a 7), ale v archivu vysílání Českého rozhlasu a na jeho webových stránkách (vizte přílohu č. 3) je tento protiprávní výrok prezentován veřejnosti (koncesionářům) stále, i přes to, že jsme jak vedení zpravodajství, tak generálního ředitele Českého rozhlasu na tuto skutečnost opakovaně upozorňovali.

Princip důrazu na přesnost byl porušen ve výstupech Českého rozhlasu i tím, že ačkoli titulky mluví o strategiích „některých“ lékáren, ve skutečnosti cílí reportáž výhradně na lékárenskou síť Dr. Max, nevšímá si v principu totožných obchodních aktivit jiných lékáren, které s nimi přišly dokonce ještě dřív než lékárenská síť Dr. Max (příloha č.8).

Principu důrazu na přesnost se zpravodajství Českého rozhlasu zpronevěřilo i tím, že nechalo zcela bez povšimnutí jak jednoznačně nezákonné aktivity mluvčího ČLnK Aleše Krebse, tak i zmíněné konkurenční lékárnice. Oba přitom využilo jako respondentů pro své výstupy. Takové jednání vzbuzuje rozpaky.

ČESKÁ LÉKÁRNA HOLDING, a.s.  
Sídlo: Palackého 105/924  
612 00 Brno  
Česká Republika  
IČ: 285 11 298 DIČ: CZ 28511298

Kancelář Brno:  
Business Complex Titanium  
Nové sady 996/25  
602 00 Brno  
Česká Republika

Kancelář Praha:  
Florentinum, budova D  
Na Florenci 2116/15  
110 00 Praha 1  
Česká Republika

Odhlédneme-li od zmíněné reportáže a zaměříme se na vysílání ČRo1 jako takové, pak je rovněž zvláštní, že zatímco irelevantnímu obvinění ČLnK vůči lékárnám Dr. Max věnovalo zpravodajské vysílání celkem velký prostor v ranním i odpoledním programu, vůbec už nezaznamenalo jednoznačně ilegální marketingovou kampaň druhé největší sítě lékáren v ČR. Tato kampaň musela být zrušena z rozhodnutí příslušné autority, kterou je jako regulátor opět SÚKL (příloha č. 9). ČRo1 – Radiožurnál například v minulosti také zcela ignoroval téma masového zneužívání značky Dr. Max tzv. šmejdy – podvodnými pořadatelí předváděcích akcí. Tady by byl, domníváme se, veřejný zájem nepochybný.

### HI. II, Čl. 6, Odst. 7:

„... není dovoleno vydávat za zprávu pouhé domněnky. **Hodnotící soud** vyjadřuje názory, postoje nebo pocity. Český rozhlas ve svém vysílání jednoznačně, pro posluchače zřetelně, **odděluje zprávy od hodnotících komentářů.**“

Pouhé domněnky a hodnotící soudy v souvislosti se zmiňovanými výstupy Českého rozhlasu lze zaznamenat jednoznačně na místech, kde bylo použito tzv. vox populi. Jde nepochybně o posluchačsky vděčnou metodu, dobře použitelnou v případě očitého svědectví nějaké události. Má ovšem svá úskalí, zejména proto, že při náhodně zvolených respondentech nelze jednoznačně přezkoumat motivy, které je k výpovědím vedly.

Lékárny Dr. Max informovaly o podmínkách i limitech své slevové akce všemi dostupnými prostředky – prostřednictvím speciálních internetových stránek, letáky v lékárnách, na stránkách klientského časopisu, během televizní kampaně připojením tzv. disclaimeru, zřízením speciální klientské telefonní linky s celodenním provozem (příloha č. 10). Jistě, nikdy nelze dosáhnout stoprocentní informovanosti veřejnosti, ale v tomto případě je nepochybné, že jsme využili všech standardních komunikačních kanálů. Je pravda, že tato skutečnost v reportáži zazněla, ale vzápětí následovaly i výroky anonymních osob, z nichž **ani nebylo patrné, zda se vyjadřují ke slevové akci lékáren Dr. Max**, kterými byly ovšem naše výpovědi výrazným způsobem zpochybněny.

Vysokou míru neurčitosti lze vytknout všem použitým výrokům – například výpovědi "Všude se říká o slevách na léky, ale ono to vůbec není pravda". Paušální přístup nelze v lékárenství uplatňovat, vždy je nutné vzít v úvahu, o jakou položku se jedná, a zda měla pacientka na čerpání výhod nárok – zda splnila pravidla programu. Šlo o seniorku nad 60 let? Šlo o držitelku klientské karty Dr. Max? Šlo o lék hrazený z veřejného zdravotního pojištění? Z reportáže není vůbec zřejmé, zda redaktorka kladla respondentce tyto nutné otázky. Není z ní patrné ani to, zda ověřovala další výrok „Je to takové zamlžené a těžko budeme ty slevy dešifrovávat“ – zda nechala např. nezávisle přezkoumat srozumitelnost účtenky, na níž je sleva uvedena. Přičemž ani toto není „poslední instance“ pro pacienty - těm v případě nejasností samozřejmě naši lékárníci ochotně poskytnou vysvětlení. Naše lékárny jsou držitelem certifikátu "Přátelský k seniorům", což mimo jiné znamená, že jsou naši lékárníci připraveni na komunikaci i se staršími lidmi, kteří nemusejí mít u tak složité problematiky jako je léková cenotvorba vždy jasno. Poslední z použitých výroků "Nemyslím si, že ušetříme" je podle našeho soudu zcela za hranicí novinářské etiky, a to nejen proto, že sleva, kterou poskytujeme, je dokladovatelná, zjištělná a transparentní, ale především proto, že tento výrok obsahuje ničím nepodložené "tušení" a naopak neobsahuje vůbec žádný fakt. Domněnky podle našeho názoru nelze ve zpravodajských vstupech užít ani pro ilustrační účely.

Na tyto výroky otištěné na webu ČRo navazuje zcela zavádějící poznámka, která nutně musí vzbudit u čtenáře pocit, že lékárny Dr. Max nenabízejí pacientům ten správný servis: „ČLnK pacientům doporučuje, aby se u svých lékárníků zajímali o to, jestli není jejich přípravek možné zaměnit za levnější se stejným složením a účinkem“. Kdyby si redaktorka ČRo dala práci se zjišťováním, jak je českými lékárnami prováděna tak zvaná generická záměna, nepochybně by přišla na to, že je v lékárnách Dr. Max uplatňována generická substituce velmi aktivně – zhruba na každém desátém receptu. A jen za loňský rok tímto způsobem ušetřily lékárny Dr. Max pacientům 50 milionů korun, což je údaj, který jsme schopni doložit.

#### HI. I, Čl. 2, Odst. 8:

„Český rozhlas se **zabývá každým vážně míněným podnětem posluchače či stížností, a je-li uvedena zpáteční adresa, zašle na ni odpověď bez zbytečného odkladu.**“

Okamžitě v den vysílání reportáže jsme na základě uvedených výhrad prostřednictvím telefonátů a SMS zpráv kontaktovali šéfredaktora zpravodajství ČRo1 – Radiožurnálu Jana Pokorného. Ke konkrétně vysloveným výhradám se vůbec nevyjádřil. Argumentoval velmi obecně stručně pouze tím, že v příspěvcích zazněly obě strany (příloha č. 11).

Tuto odpověď jsme nepovažovali za uspokojivou, proto jsme o den později redaktorce Z. Petráňové i jejím nadřízeným vč. J. Pokorného adresovali e-mail se svými výhradami, argumenty a konkrétními otázkami, vztahujícími se k přípravě reportáže (příloha č. 12). V té chvíli již – vzhledem k odvysílání reportáže – bylo z hlediska dopadu na veřejnost bezpředmětné snažit se o nápravu stran rozhlasového vysílání, ale usilovali jsme alespoň buď o zásadní korekci textu na internetu Českého rozhlasu, nebo o jeho úplné stažení. Na svůj e-mail z 23. ledna jsme **dosud** (téměř půl roku po odeslání) **nedostali odpověď**. Protože stále považujeme existenci manipulativního textu na webu Českého rozhlasu za problém, obrátili jsme se tedy po měsících nulových reakcí přímo na generálního ředitele Českého rozhlasu Petera Duhanu. Bohužel, opět bezvýsledně (příloha č. 13). Vzhledem k tomu, že dal generální ředitel zpětně zkontrolovat lednové příspěvky týmž lidem, kteří jejich zařazení do vysílání obhajovali od samého počátku, tento verdikt nás nepřekvapuje, šokuje nás jen přístup, kdy kontrolor je zároveň kontrolovaným.

Generální ředitel P. Duhan se sice nemýlí, když píše, že „Česká lékárnická komora jako stavovská organizace zřízená zákonem upozornila (dokonce i v samostatné tiskové zprávě) na marketingovou aktivitu..., kterou vedení komory nepovažovalo za korektní“. Generální ředitel by měl ovšem vzít v potaz důvody, pro které byla komora zákonem zřízena, i to, zda je možné, že někteří členové vedení komory měli jiný než deklarovaný zájem. Totéž by měli vzít v úvahu i odpovědní pracovníci zpravodajské redakce ČRo1 – Radiožurnálu. Jinak se totiž stávají pouhými příjemci „zjevených pravd“.

Generální ředitel ČRo P. Duhan dále argumentuje mimo jiné ve své reakci tím, že jednotlivým tématům nelze věnovat ve vysílání neomezený prostor. S tím určitě nelze než souhlasit... pokud jde o vysílání. Ale v případě internetu už žádná taková omezení neexistují. To je ale z našeho pohledu vedlejší. Tvrdíme totiž, že reportáž, tak jak byla zkonstruována, **neměla být vysílána vůbec**. Důvody, které nás vedou k tomuto tvrzení, lze ve stručnosti shrnout takto:

ČESKÁ LÉKÁRNA HOLDING, a.s.  
Sídlo: Palackého 105/924  
612 00 Brno  
Česká republika  
IČ: 285 11 298 DIČ: CZ 28511298

Kancelář Brno:  
Business Complex Titanium  
Nové sady 996/25  
602 00 Brno  
Česká republika

Kancelář Praha:  
Florentinum, budova D  
Na Florenci 2116/15  
110 00 Praha 1  
Česká republika

- 1.) Protistraně, která na naši adresu vznesla obvinění z klamavé reklamy, vůbec nepříslušelo takové podezření vyslovovat. Porušení zákona o regulaci reklamy nešetří ČLnK nýbrž SÚKL.
- 2.) Protistrana, která na naši adresu vznesla toto obvinění, byla vedena vlastními ekonomickými zájmy – dokládá to jednoznačně selektivní přístup ČLnK k podobným aktivitám jiných lékáren.
- 3.) Lékárny Dr. Max využily všech obvyklých komunikačních kanálů k tomu, aby o podmínkách a okolnostech slevové akce informovaly své pacienty.
- 4.) Tyto skutečnosti byly redaktorce i jejím nadřízeným známy, věcně ani ona ani její kolegyně nevyvrátili ani jedno z našich tvrzení.
- 5.) V důsledku opomíjení fakt a neetického přístupu redaktorky Z. Petráňové vznikly výstupy, které nelze označit jinak než jako zaujaté a manipulativní.

Vážený pane předsedo, tvrdíme, že nikoli naše marketingová akce, ale paradoxně zmíněné zpravodajské výstupy mohly uvést veřejnost v omyl. A na tomto místě bychom rádi Vaším prostřednictvím upozornili zpravodajskou redakci ČRo1 – Radiožurnálu, že k žurnalistice nedílně patří jak svoboda, tak odpovědnost. Tvrdíme dále, že snaha o vyváženost byla ze strany redaktorky Z. Petráňové i jejich nadřízených pouze předstíraná a formální, a že při své práci nepostupovala Z. Petráňová objektivně. Nemůžeme akceptovat formální přístup k tzv. vyváženosti, kdy je vybalancování dosahováno tak, že vedle pravdy se objeví lež. Účelové řazení jednotlivých výroků a zařazování pořízených synchronů tak, aby příspěvek vyzněl v neprospěch lékáren Dr. Max, je ze všech výstupů zjevné. S předsudky vůči těm ekonomickým subjektům, které mají formu řetězců, se samozřejmě nesetkáváme poprvé, to ale neznamená, že jsme ochotni je akceptovat, zvláště jestliže jsme si jisti profesionalitou a korektností svého přístupu ke klientům. Že to oceňují, je zjevné z toho, že náš nový klientský program je nejrychleji rostoucím v zemi – za pouhý čtvrtrok se do něj přihlásilo více než milion klientů.

Nemůžeme neprofesionalitu zpravodajské redakce ČRo1 – Radiožurnálu akceptovat jak v zájmu koncesionářské veřejnosti, tak v zájmu tisícovek svých kolegů, jejichž profesní cti se zmiňované „zpravodajské“ výstupy dotkly. Mají oprávněný pocit křivdy, protože z podstaty své profese kladou etická hlediska nade vše a navzdory tomu bylo jejich konání prostřednictvím vysílání ČRo1-Radiožurnálu dáno do spojitosti s podvodem. S ohledem na veřejnost jako takovou i lékárenskou žádáme stažení neprofesionálně zpracovaného příspěvku z webu Českého rozhlasu. Význam takového kroku bychom považovali za symbolický.

S díky a srdečným pozdravem



Michal Petrov, tiskový mluvčí

Na vědomí: Peter Duhan, generální ředitel ČRo

ČESKÁ LÉKÁRNA HOLDING, a.s.

Sídlo: Palackého 105/924

612 00 Brno

Česká republika

IČ: 285 11 298 DIČ: CZ 28511298

Kancelář Brno:

Business Complex Titanium

Nové sady 996/25

602 00 Brno

Česká republika

Kancelář Praha:

Florentinum, budova D

Na Florenci 2116/15

110 00 Praha 1

Česká republika