

Z důvodu pravidelného monitorování, byla oddělením rozhlasu provedena analýza vysílání programu Rádio Evropa 2 - Morava ze čtvrtka 19. května 2011 od 00:00 do 24:00 hodin. Záznam vysílání byl pořízen z vlastního nahrávacího zařízení

V 07:07:22 hodin byla odvysílána „soutěž s Mironetem“.

Přepis problematického úseku:

Mareš: Sedm hodin a šest minut posloucháte Ranní show Evropy 2 a máme pro vás soutěž s Mironetem. V tuhle chvíli, v tuhle netradiční hodinu.

Hezucký: (zpívá) . . . Mironet, Mironet, je tak krásný obchod, obchod internetový a tak strašně krásný . . . , je to obchod s počítači a elektronikou, Mironet.cz, ten zlevnil do konce května už tak nízké, internetové ceny a teď doslova válcuje konkurenci . . .

Mareš: . . . on totiž k notebookům poskytuje dotaci neskutečných 3 a půl tisíce korun . . .

Hezucký: . . . u Mironetu dostanete notebook nejlevněji ze všech, dotaci můžete dostat na notebook, ipad i jiný počítač. . . notebooky má cenu kupovat jen na www.mironet.cz .

Jestli už máte nořas, tak si k němu možná můžete pořídit nejlevnější internet v České republice. Prosím, není problém. U Mironetu dostanete Vodafone k mobilnímu internetu dotaci 1770 korun, čili dohromady, když to spočítáme, je to dotace 3 a půl tisíce na notebooky a dotace 1770 na mobil je docela slušná částka, která platí jen 14 dní, končí 31. května do konce ani ne 14 dní. . .

Mareš: . . . teď už to není 14 dní, teď už to je 12 dní, podíváme se, kdo je na telefonu . . . haló . . . teďka ten člověk bude zase šťastnej, on bude úplně šťastnej . . . haló . . .

Volaný: haló tady Pavel

Mareš: Pavle čau tady Leoš

Volaný: ahoj

Hezucký: Pavle čau tady Patrik

Volaný: čau Patriku

Mareš: . . . hele, prosím tě, Pavle, nepůjčil bys mě nějaký peníze?

Volaný: . . . cože? já jsem mimo . . .

Mareš: ..peníze jestli bys mě nemohl

Hezucký: tady je nějaký špatný signál. . .

Mareš: ..hele žádná soutěž není, to my jsme si jenom vymysleli, aby se k nám dovolali nějaký lidi

Volaný: . . . haha . . . no to jste hodný. . .

Mareš: hele Pavle, já ale potřebuju 150 korun, jenom, na snídani. . .

Volaný: no tak se zastav teda . . . já ti půjčím

Mareš: a kde seš?

Volaný: hele na Brumlovce v O2

Mareš: v O2? Ty seš na Brumlovce, já to já znám . . . tam já jsem si kupoval službu na ipad , no v O2 naproti Brumlovky

Hezucký: tam sis kupoval v O2 nějakou službu na ipad?

Mareš: . . .no, my teďka soutěžíme o takový luxusní outú, takový červený outú

Hezucký: . . . ale teď momentálně ne, tady Pavel, Pavel jsi říkal? Pavlovi nabízíme otázku. . .

Vodafone má teď pokrytí rychlým 3G internetem ze 3 operátorů. Kolik procent populace 3G mobilní od Vodafone v červnu pokryje? 30, 40 nebo 50 procent, padesát procent, tam je x v závorce, takže jaká je odpověď

Volaný: to znamená 50 procent?

Hezucký: 50 procent, člověče, podívej se na Vodafone, to je šikovná záležitost, vidíš Vodafone, jak je šikovnej, . . . co tomu říkáš Pájo?

Volaný: no výbornej

Hezucký: ty ses totiž minul s místem. . .

Mareš: ty by ses měl teď okamžitě přemístit . . .

Hezucký: běž na Vodafone !

Volaný: . . . haha nemůžu . . .

Mareš: zpívá .. ty jsi přece voda, co ma nad vodou – foun

Všichni: čau

Soutěž s rozhovorem plynule přechází do hudební skladby.

Po hudební skladbě následuje další pokračování Ranní show.

Posouzení problematického úseku:

Během soutěže se moderátoři zmiňují o výhodách nákupu v internetovém obchodu Mironet.cz. Výslovně posluchače lákají k nákupu elektroniky, a to zejména počítačů, kvůli jejich dotované ceně. V soutěži je zmiňován také web, na kterém si posluchač může zboží prohlédnout, popřípadě se dozvědět podrobnosti o akci.

Celá soutěž má reklamní charakter, láká posluchače na možnost výhodného nákupu, získání bezplatného internetu. Přímou a otevřeně je zde propagována společnost Mironet.cz a.s. Presentace internetového obchodu Mironet.cz zjevně sleduje reklamní cíl a zároveň může uvést veřejnost v omyl o povaze této prezentace.

Rada na základě těchto skutečností dospěla k závěru, že provozovatel EVROPA 2, spol. s.r.o. výše uvedeným jednáním mohl porušit svou povinnost podle ustanovení § 48 odst. 1 písm. h) zákona č. 231/2001 Sb. **a na svém 11. zasedání rozhodla o zahájení správního řízení.**

Dne 1. července 2011 bylo provozovateli doručeno oznámení o zahájení správního řízení (č.j. 5435/2011) spolu s výzvou, aby se k zahájení vyjádřil. Doručením oznámení bylo správní řízení s provozovatelem zahájeno.

Vyjádření účastníka řízení:

Dne 22. července 2011 bylo Radě doručeno vyjádření provozovatele k zahájení správního řízení (č.j. 5874/2011/P).

Účastník ve svém vyjádření vyslovil názor, že odvysíláním předmětné soutěže nedošlo k porušení zákona, neboť v případě jejího vysílání nešlo o skryté obchodní sdělení.

Předmětné obchodní sdělení bylo dle účastníka v souladu s ustanovením §49 odst. 1), písm. h) vysílacího zákona **snadno rozeznatelné a zřetelně zvukově oddělené od ostatních částí vysílání.** Na počátku sdělení byl zařazen standardní **reklamní předěl (jingle), který upozornil posluchače na vysílání obchodního sdělení** a tedy jej oddělil od ostatních částí vysílání. Ukončení obchodního sdělení bylo taktéž zcela nepochybné, když se všichni moderátoři rozloučili jednoznačným „čau“ a teprve poté následovala hudební skladba.

Podle názoru účastníka tak nebyl naplněn základní zákonný znak skrytého obchodního sdělení ve smyslu § 2 odst. 1), písm. q). **Předmětná prezentace tohoto obchodního sdělení nemohla veřejnost uvést v omyl o povaze této prezentace, neboť byla od počátku zřetelně označena jako obchodní sdělení** a stejně tak bylo pro každého posluchače nepochybné, kdy a jak bylo toto sdělení ukončeno.

S námitkami účastníka řízení se Rada vypořádala následovně:

*Účastník řízení **nepopírá reklamní charakter soutěže s Mironetem.** Účastník se odvolává na to, že obchodní sdělení bylo řádně odděleno od ostatního vysílání a to na začátku jinglem a na konci pozdravem čau.*

- Rada zastává stanovisko, že obchodní sdělení nebylo jednoznačně od ostatního vysílání odděleno tak, aby bylo jasné, že se skutečně o obchodní sdělení jedná.

*Dle §49 odst. 1 písm. a) zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zákon č.231/2001 Sb. je provozovatel vysílání je povinen zajistit, aby **reklamy a teleshopping byly snadno rozeznatelné; u provozovatele rozhlasového vysílání zřetelně zvukově a u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky oddělené od ostatních částí vysílání.***

- Rada má za to, že prezentace Mironetu nedostála povinnosti provozovatele dle §49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., protože nebyla snadno rozeznatelná (jednalo se o soutěž, kterou uváděli moderátoři) a také nebyla zřetelně na začátku a konci zvukově oddělená od ostatních částí vysílání. Na začátku obchodního sdělení sice odezněl jingle, ale z tohoto jinglu jednoznačně nevyplývá, že bude následovat obchodní sdělení. Na konci již žádný jingle

neodzněl. Pozdravy čau nemožno považovat za zřetelné zvukové oddělení obchodního sdělení od ostatního vysílání.

Dle § 48 odst. 1 písm. h) zákona č. 231/2001 Sb. nesmějí provozovatelé vysílání zařazovat do vysílání skrytá obchodní sdělení.

*Dle § 2 odst. 1 písm. q) zákona č. 231/2001 Sb. se **skrytým obchodním sdělením** rozumí slovní nebo obrazová prezentace zboží, služeb, jména nebo názvu, ochranné známky nebo činnosti výrobce zboží nebo poskytovatele služeb, uvedená provozovatelem vysílání v pořadu, pokud tato prezentace záměrně sleduje reklamní cíl a může veřejnost uvést v omyl o povaze této prezentace; taková prezentace je považována za záměrnou zejména tehdy, dojde-li k ní za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.*

Rada provedla na svém 16. zasedání důkaz zvukovým záznamem části pořadu a má za prokázané, že odvysíláním prezentace společnosti MIRONET, která byla vysílána provozovatelem EVROPA 2, spol. s r. o. na programu Rádio Evropa 2 Morava dne 19. května 2011 od 7:07:15 hodin došlo k porušení § 48 odst. 1 písm. h) zákona č. 231/2001 Sb.

Správní úvaha:

Z rozsudku NSS č. j. 6 As 47/2009 vyplývá, že soud má za to, že na základě zákonné definice skryté reklamy (**lze aplikovat i na skryté obchodní sdělení**) v zákoně o vysílání i na základě pramenů komunitárního práva, je veřejnoprávní postih za skrytou reklamu podle zákona o vysílání možný pouze tehdy, pokud dojde **ke kumulativnímu naplnění následujících tří znaků:**

- prezentace v pořadu, který nemá charakter reklamy, sleduje reklamní cíl,
- prezentace záměrně sleduje reklamní cíl, je tedy třeba posuzovat záměrnost, úmysl či přiměřenost,
- prezentace je způsobilá uvést veřejnost co do své povahy v omyl.

Z výše uvedeného je patrné, že se jedná o prezentaci společnosti Mironet v pořadu Ranní show, který nemá reklamní charakter.

Dále je prezentace realizována formou, jež vykazuje znaky skrytého obchodního sdělení, neboť tato prezentace záměrně sleduje reklamní cíl, a to tím, že během soutěže se moderátoři opakovaně zmiňují o výhodách nákupu v internetovém obchodu Mironet.cz. Výslovně posluchače lákají k nákupu elektroniky, a to zejména počítačů, kvůli jejich dotované ceně, ke které lze připočítat speciální akci na internetové připojení. V soutěži je zmiňován také web, na kterém si posluchač může zboží prohlédnout, popřípadě se dozvědět podrobnosti o akci. Odvysílání zmíněné prezentace je nezbytné považovat za záměrné, jelikož ji připravil sám provozovatel a sám na svou redakční odpovědnost ji zařadil do pořadu.

Splnění třetího kritéria skryté reklamy, spočívajícího v tom, zda byla prezentace způsobilá uvést veřejnost co do své povahy v omyl, by mělo být dle předmětného rozsudku NSS řešeno na základě posouzení pořadu z hlediska jeho objektivního působení na posluchačskou veřejnost, nejlépe pomocí měřítka **tzv. průměrného spotřebitele**. Hledisko průměrného spotřebitele by pak bylo vhodné vztáhnout k této konkrétní prezentaci. Rada zastává názor, že prezentace internetového obchodu Mironet.cz může uvést veřejnost v omyl o povaze této prezentace, jelikož byla zařazena v rámci soutěže, prezentace je uváděna moderátory vysílání a nebyla řádně od ostatního vysílání oddělena a **posluchač tak mohl nabýt nesprávného dojmu, že poslouchá standardní pořad.**

Všechny výše uvedené skutečnosti prokazují, že v tomto případě došlo ke slovní prezentaci společnosti Mironet, a to v pořadu, který nemá charakter reklamy. Z předmětného rozhovoru moderátorů je patrný reklamní cíl, stejně tak je zřejmé, že veřejnost mohla být uvedena v omyl o povaze předmětné prezentace.

Provozovatel EVROPA 2, spol. s r.o. již v minulosti do vysílání zařadil informace, které byly vyhodnoceny jako skrytá obchodní sdělení. Například v pořadu Ranní show odvysílal dne 23. září 2009 v čase 06:48:14 hodin skrytou reklamu na firmu 4U STORE a džíny SCOTCH & SODA, které tato firma nabízí nebo dne 23. září 2009 v čase 08:20:49 hodin skrytou reklamu na firmu Top Moravia Q. Za obě tato skrytá reklamní sdělení obdržel provozovatel EVROPA 2, spol. s r.o. pokutu (vždy ve výši 25.000 korun).

Pokud Rada přistoupí k uložení pokuty je možno dle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb. uložit provozovateli vysílání pokutu v rozmezí od 5 000 do 2 500 000 Kč.

Rada dospěla k závěru, že jsou dány všechny zákonné podmínky pro uplatnění sankce v mezích zákona č. 231/2001 Sb. a rozhodla dle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o uložení pokuty ve výši 25 000,- Kč.

Rada stanovila výši pokuty v zákonném rozmezí a byla vedena následujícími úvahami:

Program Rádio Evropa 2 – Morava je provozován účastníkem řízení dle licenčních podmínek jako „Komerční rozhlasová stanice využívající program rozhlasové stanice RÁDIO EVROPA 2 PRAHA.“(neměnné znění základní programové specifikace při udělení licence). Program je hudebním programem, který se vztahuje na posluchače nižší věkové skupiny (12 - 39 let), zahrnující současné aktuální hity středního proudu s pravidelnými zpravodajskými vstupy, informačními a kulturními rubrikami. Lokální rádio Rádio Evropa 2 – Morava vstupuje do vysílání programu Evropy 2 přesně stanovenými lokálními okny.

Z webových stránek programu Evropa 2, na který program Rádio Evropa 2 – Morava přímo navazuje, byly zjištěny následující informace o poslechovosti (rozsahu a dosahu vysílání) programu Evropa 2 (programy s lokálním odpojováním, tedy i program Rádio Evropa 2 – Morava, jsou součástí průzkumu):

Evropa 2 je nejúspěšnějším rádiem ve středních a velkých městech, první příčku ovládá v Karlovarském a v Libereckém kraji a také v klíčovém regionu Praha a střední Čechy. Ve své hlavní cílové skupině 12 - 39 let, je Evropa 2 i nadále bezkonkurenčním lídrem a její podíl na trhu opět dosahuje podílu 16,6 %. Tuto stanici denně poslouchá 957 tisíc lidí a 1935 týdně.

Pořad Ranní show, součástí kterého byla problematická „soutěž s Mironetem“, byla odvysílána v rámci tzv. „společného okna“, na který se nevztahuje lokální odpojování. Tento pořad tedy mohli slyšet posluchači na území celé České republiky.

Na základě výše uvedených výsledků lze program Rádio Evropa 2 – Morava označit za populární rozhlasový program, s umístěním na vysokých příčkách poslechovosti (zejména ve větších městech a ve věkové skupině 12-39 let).

Společnost Evropa 2, spol. s r.o. lze označit za provozovatele rozhlasového vysílání s vysokým podílem poslechovosti na mediálním trhu, což jej zároveň vybízí k zvýšené odpovědnosti vůči posluchačům.

Pořad Ranní show s Leošem Marešem a Patrikem Hezuckým, je velice populární, dynamický tříhodinový blok (vysílán v ranních hodinách od 6:00 do 9:00), jehož součástí jsou pravidelné pořady – Zpátky do minulosti, Mrázek, několikrát do hodiny jsou zařazeny i informace o počasí. Rovněž jsou odvysílány upoutávky na soutěže, např. Vyhraji Ferrari Leoše Mareše. Vysílací blok je velmi dynamický, moderátoři probírají různá aktuální témata, ke kterým připojují vlastní komentáře.

Rada zohlednila při stanovení výše pokuty také míru zavinění. Provozovatel vysílání je odpovědný za celý obsah svého vysílání a je tedy na jeho rozhodnutí, resp. jeho vůli, pořad, který je interaktivním stylem vysílání, při němž moderátoři komunikují s posluchači z celé republiky, zajistit tak, aby nedošlo k porušení povinností stanovených zákonem č. 231/2001 Sb.

Případný finanční prospěch v konkrétní výši nelze prokázat důkazními prostředky Radě dostupnými, proto tato skutečnost neměla na stanovení výše pokuty vliv.

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem Rada považuje provinění provozovatele jako středně závažné.

Rada na základě shromážděných podkladů dospěla k závěru, že provozovatel EVROPA 2, spol. s r.o. výše uvedeným jednáním porušil svou povinnost dle § 48 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., čímž se dopustil správního deliktu dle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., za který lze uložit pokutu ve výši od 5 000,- Kč do 2 500 000,- Kč. Za spáchání tohoto správního deliktu uložila Rada pokutu ve výši **25 000,- Kč** (slovy: dvacetpětisíkorunčeských), což činí 1% z nejvyšší možné pokuty.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze v souladu s ustanovením § 66 zákona č. 231/2001 Sb., podat žalobu k Městskému soudu v Praze, a to ve lhůtě dvou měsíců ode dne doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

V Praze dne: 6.9.2011

JUDr. Kateřina Kalistová
*předsedkyně Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání*