



**RADA
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ
VYSÍLÁNÍ**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / Fax: + 420 274 810 885 / e-mail: info@rrtv.cz

www.rrtv.cz

CET 21 spol. s r.o.

IČ: 45800456

Kříženeckého nám. 1078/5

152 00 Praha 5

Česká republika

Sp. zn./Ident.: 2009/809/LOJ/CET

Č.j.: LOJ/1277/2012

Zasedání Rady č. 6 - 2012 / poř.č.: 34

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) v rámci své působnosti dané § 5 písm. f) a v souladu s § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.) a § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu v platném znění (dále jen zákon č. 500/2004 Sb.) vydala dne 13. března 2012 toto

rozhodnutí:

Rada ukládá provozovateli, CET 21 spol. s r.o., IČ: 458 00 456, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, Praha 5, PSČ: 152 00, pokutu ve výši 50 000,-Kč, za porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ve znění platném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť označením sponzora Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1), které obsahovalo reklamní prvky (přítomnost dynamického charakteru, kdy dějová osa je vyjádřena příjezdem kapsle produktu na obrazovku, kde na moment zastaví, aby se vzápětí opět rozjela směrem k centru bolesti, jež je v tomto případě vypodobněno jako terč, který kapsle produktu sama úspěšně zasáhne. Toto lze interpretovat způsobem, že produkt sám rozpozná místo bolesti a zaměří se právě a jen na něj. Okamžitě po zásahu je možné vidět šířící se „vlny“, které mají zjevně podpořit dojem diváka, že cíl byl úspěšně zasažen. Provedení tohoto „spotu“ poukazuje na přesnost a rychlost produktu, stejně jako na úlevu, jež se po jeho použití dostaví. Rychlá účinnost je zdůrazňována zejména ve využití připodobnění kapsle produktu k rychlému autu, což je zjevné na začátku „spotu“, kdy kapsle za zvuku motoru přijíždí na scénu, kde zastavuje, aby se za „kvílení brzd“ znovu a mnohem rychleji rozjela, přičemž za sebou zanechává stopy pneumatik. Další zdůraznění kvalit produktu sponzora spočívá v jeho vlastnosti sám rozpoznat místo bolesti a také ho přesně „zasáhnout“. Účinek následující ihned po zásahu terče kapslí je způsobilý v divákovi vyvolat dojem úlevy, která nastane okamžitě po užití produktu. Tato úleva je zde zpodobněna rychlým až výbušným rozšířením bílých „vln“.), odvysílaným dne 5. května 2009 ve 20:10:23 hodin na programu Nova, aniž by bylo jakkoli odděleno od ostatních částí programu, porušil povinnost zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu.

Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. 3754-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009809.

Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1.000,- Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., na účet č. 3711-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009809. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

odůvodnění

Ve věci správního řízení pro možné porušení povinnosti vyplývající z výše uvedeného ustanovení zákona č. 231/2001 Sb., byly zjištěny následující skutečnosti:

Účastník řízení, CET 21 spol. s r.o. je provozovatelem televizního vysílání programu Nova prostřednictvím pozemních vysílačů na základě licence č. 001/93 udělené rozhodnutím Rady ze dne 09. února 1993, č.j. R-060/93.

Účastník řízení odvysílal premiérově dne 5. května 2009 v 20:10:23 hod. na programu Nova označení sponzora Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1).

Popis spotu

Na bílou plochu bleskově přijíždí červená kapsle s nápisem Nurofen, následně zasahuje střed barevného terče na krabičce přípravku Nurofen Rapid. Nad krabičkou text „sponzor pořadu Reckitt Benckiser“, pod krabičkou upozornění na použití léku a přečtení příbalové informace. Ve zvuku ženský hlas: „Kapsle Nurofen Rapid zasáhne proti bolesti a vy můžete v klidu sledovat svůj oblíbený seriál. Nurofen Rapid – rychlejší úleva od bolesti!“

Rada po zhlédnutí audiovizuálního záznamu dospěla k závěru, že označení sponzora pořadu Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1) (dále jen spot), mělo charakter reklamy a vzhledem k jejímu neoddělení mohlo dojít k porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.

Rada konstatovala, že označení sponzora nese „reklamní příběh“, když dějová osa je zde vyjádřena příjezdem kapsle produktu na obrazovku, kde na moment zastaví, aby se vzápětí opět rozjela směrem k centru bolesti, jež je v tomto případě vypořádáno jako terč, který kapsle produktu sama úspěšně zasáhne, což lze vyložit způsobem, že produkt sám rozpozná místo bolesti a zaměří se právě a jen na něj. Okamžitě po zásahu je možné vidět šířící se „vlny“, které mají zjevně podpořit dojem diváka, že cíl byl úspěšně zasažen.

V návaznosti na výše uvedené Rada dospěla k názoru, že předmětný spot je ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) zákona č. 231/2001 Sb., reklamou a vzhledem k jejímu neoddělení od ostatních částí vysílání se provozovatel vysílání, CET 21 spol. s r.o., mohl dopustit porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., a je proto na místě zahájit správní řízení pro možné porušení tohoto ustanovení.

Oznámení o zahájení správního řízení bylo účastníkovi řízení doručeno dne 6. srpna 2009, tímto dnem bylo zahájeno správní řízení vedené v této věci. Účastník řízení byl rovněž ve stanovené lhůtě vyzván k vyjádření k zahájení správního řízení.

Vyjádření účastníka řízení:

Vyjádření účastníka řízení bylo Radě doručeno dne 11. září 2009. Účastník v něm uvádí, že činí nesporným, že je provozovatelem televizního vysílání programu Nova a že dne 5. května 2009 v 20:10:23 hodin na programu Nova odvysílal sponzorský vzkaz s označením sponzora Nurofen.

Dále účastník řízení uvádí svůj názor, dle něhož není možné z obsahu „spotu“ dovést dějovou osu účinku produktu. Účastník má za to, že se jedná o statické zpracování „spotu“, jež shledal Nejvyšší správní soud ve svých judikátech jako žádoucí pro označení sponzora.

K názoru Rady, že je zde zdůrazňována kvalita produktu namítá, že jsou v něm zmíněny pouze obecné vlastnosti, které má každý obdobný produkt.

Dále poukazuje na registrovanou ochrannou známku „Nurofen – zacílí bolest rychleji.“

Účastník řízení Radě navrhuje provedení důkazu zvukově-obrazového záznamu „spotu“ a jako další navrhuje s odkazem na svou argumentaci zastavení řízení.

Rada se posouzením věci zabývala na svém 18. zasedání konaném dne 20. října 2009, kde po seznámení se s vyjádřením účastníka řízení a zhlédnutím audio-vizuálního záznamu sporného sponzorského vzkazu, přijala rozhodnutí o uložení pokuty ve výši 50 000,- Kč.

Proti tomuto správnímu rozhodnutí podal účastník správní žalobu u Městského soudu v Praze.

Dne 23.2.2012 obdržela Rada rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 22.2.2012 č.j. 7 A 93/2010, jímž bylo zrušeno správní rozhodnutí Rady sp. zn.: 2009/908/LOJ/CET, č.j.: LOJ/102/2009, kterým byla udělena sankce ve výši 50.000,- Kč za porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., neboť označením sponzora Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1), který obsahoval reklamní prvky, odvysílané dne 5. května 2009 ve 20:10:23 hodin na programu Nova, porušil povinnost zajistit, aby reklamy a teleshopping byli rozeznatelné, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu.

odůvodnění:

- v dané věci již rozhodl NSS rozsudkem č.j. 8 As 68/2011, který sice dospěl shodně s MS k závěru ohledně reklamnosti daného spotu pro jeho dynamiku, avšak shledal vadu rozhodnutí – neoznačení zákonných ustanovení, podle nichž žalovaný rozhodoval (§ 68 odst. 2 s. ř.)

Rada jakožto správní orgán je vázána právními názory soudu, a proto se celým správním řízením zabývala opět na svém 6. zasedání konaném ve dnech 13. a 14. března 2012, a ve shodě s právními názory NSS i MS ohledně hodnocení charakteru posuzovaného obchodního sdělení a jeho neoddělení a nerozeznatelnosti od ostatních částí vysílání jakožto reklamy se usnesla, že účastník porušil ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ve znění platném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť označením sponzora Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1), které obsahovalo reklamní prvky (přítomnost dynamického

charakteru, kdy dějová osa je vyjádřena příjezdem kapsle produktu na obrazovku, kde na moment zastaví, aby se vzápětí opět rozjela směrem k centru bolesti, jež je v tomto případě vypodobněno jako terč, který kapsle produktu sama úspěšně zasáhne. Toto lze interpretovat způsobem, že produkt sám rozpozná místo bolesti a zaměří se právě a jen na něj. Okamžitě po zásahu je možné vidět šířící se „vlny“, které mají zjevně podpořit dojem diváka, že cíl byl úspěšně zasažen. Provedení tohoto „spotu“ poukazuje na přesnost a rychlost produktu, stejně jako na úlevu, jež se po jeho použití dostaví. Rychlá účinnost je zdůrazňována zejména ve využití připodobnění kapsle produktu k rychlému autu, což je zjevné na začátku „spotu“, kdy kapsle za zvuku motoru přijíždí na scénu, kde zastavuje, aby se za „kvílení brzd“ znovu a mnohem rychleji rozjela, přičemž za sebou zanechává stopy pneumatik. Další zdůraznění kvalit produktu sponzora spočívá v jeho vlastnosti sám rozpoznat místo bolesti a také ho přesně „zasáhnout“. Účinek následující ihned po zásahu terče kapslí je způsobilý v divákovi vyvolat dojem úlevy, která nastane okamžitě po užití produktu. Tato úleva je zde zpodobněna rychlým až výbušným rozšířením bílých „vln“), odvysílaným dne 5. května 2009 ve 20:10:23 hodin na programu Nova, aniž by bylo jakkoli odděleno od ostatních částí programu, porušil povinnost zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu.

Rada se na svém 6. zasedání konaném ve dnech 13. a 14. března 2012 rovněž zabývala žalobní námitkou, již MS uznal jako důvodnou a přijala usnesení o uložení sankce v této podobě:

„Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) v rámci své působnosti dané § 5 písm. f) a v souladu s § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.) a § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu v platném znění (dále jen zákon č. 500/2004 Sb.) vydala dne 13. března 2012 toto rozhodnutí: Rada ukládá provozovateli, CET 21 spol. s r.o., IČ: 458 00 456, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, Praha 5, PSČ: 152 00, pokutu ve výši 50 000,-Kč, za porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ve znění platném v době spáchání jiného správního deliktu, neboť označením sponzora Nurofen, produkt Rapid capsules (sponzor pořadu, mutace 1), které obsahovalo reklamní prvky (přítomnost dynamického charakteru, kdy dějová osa je vyjádřena příjezdem kapsle produktu na obrazovku, kde na moment zastaví, aby se vzápětí opět rozjela směrem k centru bolesti, jež je v tomto případě vypodobněno jako terč, který kapsle produktu sama úspěšně zasáhne. Toto lze interpretovat způsobem, že produkt sám rozpozná místo bolesti a zaměří se právě a jen na něj. Okamžitě po zásahu je možné vidět šířící se „vlny“, které mají zjevně podpořit dojem diváka, že cíl byl úspěšně zasažen. Provedení tohoto „spotu“ poukazuje na přesnost a rychlost produktu, stejně jako na úlevu, jež se po jeho použití dostaví. Rychlá účinnost je zdůrazňována zejména ve využití připodobnění kapsle produktu k rychlému autu, což je zjevné na začátku „spotu“, kdy kapsle za zvuku motoru přijíždí na scénu, kde zastavuje, aby se za „kvílení brzd“ znovu a mnohem rychleji rozjela, přičemž za sebou zanechává stopy pneumatik. Další zdůraznění kvalit produktu sponzora spočívá v jeho vlastnosti sám rozpoznat místo bolesti a také ho přesně „zasáhnout“. Účinek následující ihned po zásahu terče kapslí je způsobilý v divákovi vyvolat dojem úlevy, která nastane okamžitě po užití produktu. Tato úleva je zde zpodobněna rychlým až výbušným rozšířením bílých „vln“), odvysílaným dne 5. května 2009 ve 20:10:23 hodin na programu Nova, aniž by bylo jakkoli odděleno od ostatních částí programu, porušil povinnost zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu. Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. 3754-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009809. Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení

pašální částkou 1.000,- Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., na účet č. 3711-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 2009809. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.“

Svou správní úvahu Rada uvádí níže.

V souladu se zněním § 2 odst. 1 písm. s) zákona č. 231/2001 Sb., se sponzorováním rozumí jakýkoliv příspěvek poskytnutý fyzickou nebo právnickou osobou, která neprovozuje televizní vysílání nebo produkci audiovizuálních děl k přímému nebo nepřímému financování rozhlasových nebo televizních pořadů za účelem propagace jména a příjmení fyzické osoby nebo názvu právnické osoby, obchodní firmy, obrazového symbolu (loga) nebo ochranné známky sponzora nebo jeho služby, výrobků nebo jiných výkonů.

Reklamou pak § 2 odst. 1 písm. n) zákona č. 231/2001 Sb., rozumí jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplaty nebo jinou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, určené k podpoře prodeje, nákupu nebo pronájmu výrobků nebo služeb, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.

Reklamou se tedy rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží a služeb nebo jiných výkonů či hodnot prostřednictvím komunikačních médií. Sponzorování je však příspěvek k financování vysílaného programu či pořadu poskytnutý komerčním nebo jiným subjektem.

Reklama a sponzoring jsou dva odlišné druhy komerční komunikace založené na odlišných principech sledujících odlišné cíle, které musí být ve vysílání rozlišovány.

Identifikace sponzora pomocí výrobků a služeb nesmí obsahovat údaje či informace, které vybízejí veřejnost k nákupu konkrétních produktů, jako např. reklamní slogany hodnotící údaje týkající se kvality, nesloužící pouze k identifikaci sponzora spojením jeho jména nebo loga s jeho charakteristickými výrobky nebo službami.

NSS judikoval v rozsudku č.j. 7 As 75/2005, že základním účelem sponzorování je vytvoření dobrého jména, pověsti právnické či fyzické osoby či jeho výrobku, tj. tzv. „goodwill“. Tento účel má sloužit jako odlišující kritérium pro reklamu a sponzorování, protože pokud by sponzorský vzkaz vybízel ke koupi určitého výrobku podnikatele, nejednalo by se již o sponzorský vzkaz, nýbrž o reklamu.

Klasickým příkladem sponzorského vzkazu vytvořeného podle zákona od vysílání tak bude grafická prezentace loga sponzora či jeho výrobku doprovázená sloganem charakterizujícím sponzora či výrobek, spíše statického charakteru, s uvedením, že se jedná o sponzora konkrétního pořadu. V žádném případě však nemůže jít o takové ztvárnění, kde by ústředním motivem bylo přesvědčit diváka ke koupi určitého výrobku zdůrazňováním jeho kvality, srovnáváním s podobnými výrobky či nějaký reklamní příběh, tj. dynamický charakter vysílaného sdělení.

Rada se rovněž zabývala novelizací zákona č. 23/2001 Sb., jež nabyla účinnosti k 1.6.2010. Rada po zevrubné úvaze dospěla k závěru, že novelizací byla povinnost provozovatele vysílání původně § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. pouze přečíslována (nově § 49 odst. 1 písm. a) a byl přidán nový způsob oddělení reklamy a teleshoppingu. Rada tedy konstatuje, že nedošlo novelizací zákona č. 231/2001 Sb. k zániku trestnosti správního deliktu v tomto správním řízení posuzovaném.

Dále konstatoval, že takovýto sponzorský vzkaz musí dostát všem pravidlům stanoveným v § 53, § 48 odst. 1 až 3 zákona č. 231/2001 Sb., Z důvodů, že zákonodárce si při tvorbě tohoto zákona plně uvědomil příbuznost a podobnost obou forem propagace podnikatele, neboť ve svém § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy uvádí, že ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanovené jinak. Je tedy zřejmé, že i sponzorování vykazuje ve svém důsledku podobné všeobecné znaky jako reklama, když zákon o regulaci reklamy bere jako kritérium pro odlišení obou institutů pouze existenci příspěvku u sponzorování. Proto se normy regulující reklamu, tj. omezující její obsah a použití, vztahují i na sponzorování, aby se tím zamezilo jejich obcházení.

Dle § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné a u provozovatele rozhlasového vysílání zřetelně zvukově, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu. Rada vycházela z judikatury NSS, který k otázce, jak má vypadat tzv. sponzorský vzkaz judikoval, že takovýto spot může ve svém důsledku obsahovat reklamní sdělení v širším slova smyslu, tj. sdělení veřejně propagující obchodní firmu, výrobek, zboží či službu, a dále i slogan, tj. určité slovní spojení charakterizující podnikatele či jeho výrobek, zboží nebo službu.

Rada hodnotila předmětný spot jako celek, tedy jak jeho obrazovou, tak zvukovou část:

Dle názoru Rady, předmětný spot má reklamní prvky zejména co se týče přítomnosti dynamického charakteru, tzv. reklamního příběhu, jež je v předmětném spotu prezentován tímto způsobem:

*Na bílou plochu **bleskově přijíždí** červená kapsle s nápisem Nurofen, následně **zasahuje střed** barevného terče na krabičce přípravku Nurofen Rapid. Nad krabičkou text „sponzor pořadu Reckitt Benckiser“, pod krabičkou upozornění na použití léku a přečtení příbalové informace. Ve zvuku ženský hlas: „Kapsle Nurofen Rapid **zasáhne proti bolesti a vy můžete v klidu sledovat svůj oblíbený seriál. Nurofen Rapid – rychlejší úleva od bolesti!**“*

Rada má za to, že předmětný spot nelze právě s ohledem na výše uvedené vyhodnotit jako označení sponzora z důvodu přítomnosti dynamického charakteru, Dějová osa je zde vyjádřena příjezdem kapsle produktu na obrazovku, kde na moment zastaví, aby se vzápětí opět rozjela směrem k centru bolesti, jež je v tomto případě vypodobněno jako terč, který kapsle produktu sama úspěšně zasáhne, což lze vyložit způsobem, že produkt sám rozpozná místo bolesti a

zaměří se právě a jen na něj. Okamžitě po zásahu je možné vidět šířící se „vlny“, které mají zjevně podpořit dojem diváka, že cíl byl úspěšně zasažen.

Provedení tohoto „spotu“ poukazuje na přesnost a rychlost produktu, stejně jako na úlevu, jež se po jeho použití dostaví. Rychlá účinnost je zdůrazňována zejména ve využití připodobnění kapsle produktu k rychlému autu, což je zjevné na začátku „spotu“, kdy kapsle za zvuku motoru přijíždí na scénu, kde zastavuje, aby se za „kvílení brzd“ znovu a mnohem rychleji rozjela, přičemž za sebou zanechává stopy pneumatik. Další zdůraznění kvalit produktu sponzora spočívá v jeho vlastnosti sám rozpoznat místo bolesti a také ho přesně „zasáhnout“. Účinek následující ihned po zásahu terče kapslí je způsobitelný v divákovi vyvolat dojem úlevy, která nastane okamžitě po užití produktu, tato úleva je zde zpodobněna rychlým až výbušným rozšířením bílých „vln“.

Oddělení

Před předmětným obchodním sdělením se nachází obchodní sdělení propagující produkt Magnezia, následně bez jakéhokoliv předělu následuje obraz ženy zády ke kameře, před níž je na kamenné zdi velkoplošná obrazovka s logem programu Nova v červeném kruhu s bílou hranicí na červeném podkladě. Z obrazovky vyrůstají animované bílé výhonky. V hudebním podkresu zní hudba. Okamžitě poté následuje obchodní sdělení – reklama Nurofen.

Po předmětném sdělení opět bez jakéhokoliv předělu následuje záběr na logo programu Nova v červeném, z něhož se rozšiřují bílé animované kruhy, v podkresu hudba, následuje text „uvádí“ vyvedeným v červené barvě na tmavě karmínovém podkladu.

Rada konstatuje, že lze postavit na jisto, že vzhledem k neoddělení předmětné reklamy od ostatních částí programu se tato stala pro diváka rovněž nerozeznatelnou.

Vložení textu „sponzor pořadu“ nelze z reklamního spotu učinit sponzorský vzkaz, pokud obsah spotu, v tomto případě tzv. reklamní příběh, řadí tento mezi reklamy.

Rada tuto prezentaci shledává jako reklamní.

V rámci monitoringu Rady je předmětem posouzení a rozhodování, zda během monitorovaného vysílání provozovatel dodržoval zákon, své licenční podmínky, apod. V tomto případě tedy Rada hodnotila, zda označení sponzora je v souladu se zákonem (a to nejen v souladu s § 53 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb.).

Předmětné označení sponzora splňuje náležitosti stanovené zákonem pro sponzorování pořadů, pokud se týče označení sponzorovaného pořadu požadovanými náležitostmi, nicméně jako celek má reklamní charakter, a je tedy nutné, aby provozovatel při jeho vysílání splnil také požadavky, resp. povinnosti stanovené § 48 a následující zákona č. 231/2001 Sb. (viz ustálená judikatura NSS)

Rada má za to, že dospěla-li k názoru, že uvedený spot nebyl pouze označením sponzora, nýbrž reklamou, a nebyl tudíž jako reklama zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělený od ostatních částí programu, došlo k porušení zákona č. 231/2001 Sb., a to jeho ustanovení § 48

odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. a Rada je oprávněna udělit provozovateli pokutu za porušení pravidel vysílání reklamy, neboť provozovatel fakticky reklamu vysílal.

V návaznosti na výše uvedené, má Rada za prokázané, že odvysíláním spotu došlo k porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ze strany provozovatele vysílání CET 21 spol. s r.o.

Za porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., byla již v minulosti vydána upozornění na porušení výše zmíněného ustanovení a to v případech č.j. Rpo/98/04 a Rup/65/04. V návaznosti na § 59 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., pokud provozovatel vysílání nezjedná ve stanovené lhůtě nápravu, může mu být uložena pokuta.

Účastník řízení nápravu nezjednal, a proto mu již byla udělena pokuta např.: sp. zn 2008/1111/Fol/CET, č.j. 241/2009 ze dne 12.1.2009 (označení sponzora pořadu Activia Lehká a Fit, jež obsahovalo reklamní prvky).

Rada má rovněž za prokázané naplnění § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. zejména s odkazem na posouzení této otázky ze strany soudu v tomto správním řízení (viz výše).

„V rozsudku ze dne 22. 1. 2009, č. j. 6 As 20/2008 - 83, Nejvyšší správní soud blíže konkretizoval, že „povinnost upozornění podle ust. § 59 odst. 1 zákona o vysílání se **váže spíše k porušení zákonné povinnosti než ke konkrétnímu skutku**. Je věcí soudního přezkumu určit, zda případně správní orgán (žalovaná) nevybočil z mezí povinnosti předchozího upozornění, tj. zda není vazba mezi upozorněním a konkrétním postihovaným skutkem příliš ‚tenká‘ či zda vůbec nechybí.“ Dále byla daná právní otázka předložena rozšířenému senátu NSS usnesením č.j. 6 As 26/2010 – 66, dle kterého“ v případě sankce za neoddělenou reklamu, k níž došlo odvysíláním reklamy namísto sponzorského vzkazu, postačí, aby byl na zákaz vysílat takovouto neoddělenou reklamu provozovatel upozorněn v jednom konkrétním případě. **Toto upozornění pak postačí pro všechny další případy odvysílání neoddělené reklamy namísto sponzorského vzkazu, ať už jde o reklamu na margarín, šampón nebo hojivou náplast, které naplňují velmi podobné znaky (ústředním motivem je přesvědčit diváka o koupi určitého výrobku zdůrazňováním jeho kvalit, srovnáváním s jinými výrobky či dynamickým reklamním příběhem).**“

Při rozhodování o výši pokuty se Rada řídila těmito skutečnostmi:

Dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb. může Rada udělit pokutu ve výši od 5.000,-Kč do 2.500.000,-Kč provozovateli televizního vysílání, pokud nedodrží povinnosti stanovené pro vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů.

Dle § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., při ukládání pokuty za porušení povinnosti podle tohoto zákona Rada přihlíží k povaze vysílaného programu a k postavení provozovatele vysílání a provozovatele převzatého vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy.

Dle § 61 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., rada stanoví výši pokuty podle závažnosti věci, míry zavinění a s přihlédnutím k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání a k výši případného finančního prospěchu.

Rada byla omezena horní a dolní hranicí stanovenou zákonem a při stanovení výše pokuty byla vedena následujícími úvahami:

Povaha vysílaného programu:

- Program Nova je celoplošný (jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel české republiky), komerčním, plnoformátovým televizním programem.
- Zákon č. 231/2001 Sb., definuje plnoformátovým program jako program obsahující pořady různého zaměření a témat, zejména pořady zpravodajské, filmové, dokumentární, hudební a vzdělávací, který není zaměřen pouze na určitou skupinu obyvatel se shodnými zájmy.
- Komerčnost ve spojitosti s programem znamená, že úlohou provozovatele je získat pro sledovanost svého programu co nejvíce diváků a tomu také přizpůsobit obsah svých pořadů.

Postavení provozovatele na mediálním trhu

- Jedná se o provozovatele televizního vysílání s vysokým podílem sledovanosti na mediálním trhu.
- Účastník provozuje celoplošné vysílání, tj. jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky.

Závažnost věci

- Účastníku řízení bylo známo, jakým způsobem Rada danou problematiku posuzuje, a to nejen z jejího rozhodování a zveřejňovaných zápisů ze zasedání, ale hlavně ze samotných vedených správních řízení.
- Účastníku řízení bylo vydáno upozornění na porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., se stanovením lhůty k nápravě. Jelikož k nápravě ve stanovené lhůtě nedošlo, je Rada od tohoto data oprávněna každé další porušení cit. ustanovení postihovat pokutou.
- Tato upozornění byla účastníku řízení doručena v době před odvysíláním zde posuzovaného označení sponzora. Přesto nesjednal nápravu a povinnost porušil opětovně.
- Rada má za to, že udělená pokuta bude účastníka řízení vést k plnění právních povinností vyplývajících ze zákona č. 231/2001 Sb., a zároveň vystihuje dosažení zamýšleného zabraňujícího a preventivního účinku.
- V daném případě účastník řízení zařadil do vysílání označení sponzora pořadu, které však obsahovalo reklamní prvky, přičemž nesplnil svou povinnost danou § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. a spot jako reklamu neoddelil od ostatních zřetelně jako reklamu od ostatních částí programu. Divák tak byl uveden v omyl o povaze dané části vysílání a namísto informace, že pořad je sponzorován, mu byla současně podsunuta reklamní sdělení.
- Rada věc shledala jako méně závažnou také s ohledem na samotnou délku odvysílaného spotu.

Míra zavinění

- Účastník řízení je odpovědný za obsah označení sponzora a v zákonem stanovených případech také za obsah reklamy.
- Rada zkonstatovala, že účastník řízení mohl ovlivnit obsah předmětného sponzorského vzkazu, anebo bylo na jeho rozhodnutí, resp. jeho vůli tento spot do vysílání zařadit tak, aby nedošlo k porušení povinností stanovených zákonem č. 231/2001 Sb. účastník řízení sestavuje programovou skladbu vysílání, a tedy na základě znalosti svých povinností vyplývajících ze zákona č. 231/2001 Sb., mohl předmětný spot přizpůsobit požadavkům tohoto právního předpisu anebo ho nezařadit do vysílání vůbec.

- Provozovatel televizního vysílání má právo vysílat programy svobodně a nezávisle. Do jejich obsahu lze zasahovat pouze na základě zákona a jeho mezí. Vedle tohoto práva má provozovatel televizního vysílání povinnosti provozovat vysílání vlastním jménem, na vlastní účet a na vlastní odpovědnost a nést odpovědnost za obsah programů.
- V daném případě si byl účastník řízení vědom, jaký obsah označení sponzora, v jaký čas a na jaký program, zařazuje.
- Rada dospěla v této otázce k závěru, že ke správnímu deliktu došlo vědomě.

Rozsah, typ a dosah závadného vysílání

- Účastník řízení provozuje celoplošné vysílání, tj. jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky. Jedná se o provozovatele televizního vysílání s velmi vysokým podílem sledovanosti na mediálním trhu, a to na jejich nevyšších příčkách, Rada proto hodnotila i širší dopad na společnost, která má tento program možnost sledovat.
- Reklama vysílaná na program účastníka řízení, který je definován jako program celoplošný, tj. s územním pokrytím dle zákona alespoň 70% obyvatel ČR. Programu Nova, jak již bylo řečeno výše, je programem na českém trhu nejsledovanějším.
- Rada vyhodnotila, že odvysíláním reklamy namísto označení sponzora, byl porušen veřejný zájem = divácký zájem na dodržování ustanovení zákona č. 231/2001 Sb., upravujících reklamu.

Finanční prospěch

- Finanční prospěch v konkrétní výši nelze prokázat Radě dostupnými důkazními prostředky.

Rada tak na základě shromážděných podkladů dospěla k závěru, že provozovatel, CET 21 spol. s r.o. výše uvedeným jednáním porušil svou povinnost podle § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., čímž se dopustil správního deliktu podle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., a uložila pokutu 50 000,- Kč ve výši 2% horní zákonné sazby.

Náhrada nákladů řízení:

Vzhledem k tomu, že správní řízení vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., povinnost uhradit paušální částku nákladů správního řízení ve výši 1.000,-Kč.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí v souladu s ustanovením § 66 zákona č. 231/2001 Sb., lze podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě dvou měsíců od doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí.

V Praze dne: 13.3.2012

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