



**RADA  
PRO ROZHLASOVÉ A TELEVIZNÍ  
VYSÍLÁNÍ**

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Škrétkova 44/6, 120 00 Praha 2

Tel.: + 420 274 813 830 / Fax: + 420 274 810 885

www.rrtv.cz

JEDN. IDENT.: RRTV-4374775  
VÁŠ DOPIS ZN.:  
NAŠE Č. J.: RRTV/1242/2015-SPM  
SP. ZN.: 2014/849/FOL/ASK  
ZASEDÁNÍ RADY: 5-2015/ poř.č. 42  
VYŘIZUJE: Odbor rozhl. vys. a licencí  
DATUM, MÍSTO: 3.3.2015, Praha

**ASKO - NÁBYTEK, spol.s r.o.**  
Nákupní 444/6  
10200 Praha  
Česká republika  
**Rödl & Partner, v.o.s.**  
Praha 1, Platnéřská 2, PSČ 110 00  
Česká republika

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) vydala v souladu s ustanoveními § 5 písm. f) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, v platném znění (dále jen „zákon č. 231/2001 Sb.“), podle ustanovení § 67 a násl. zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu a podle § 8a odst. 6 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (dále jen zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy), toto

### ROZHODNUTÍ:

Rada ukládá účastníku řízení, společnosti ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o., IČO 41193946, se sídlem Nákupní 444/6, 10200 Praha 10 – Štěrboholy, **pokutu ve výši 50 000,- Kč** (slovy: *padesát tisíc korun českých*), neboť zadáním reklamy na akční nabídku společnosti ASKO - NÁBYTEK, odvysílané dne 12. září 2013 v 15:17:26 hodin na program RÁDIO IMPULS (frekvence 102,9 MHz České Budějovice), se dopustil porušení § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, nekalé obchodní praktiky dle ustanovení § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele a klamavé obchodní praktiky dle ustanovení § 5 odst. 1 písm. b) zákona o ochraně spotřebitele, neboť reklama zejména může ovlivnit spotřebitele tak, že učiní obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil a obsahuje klamavé, neúplné a zavádějící informace, a to uvedením slov „*sazbu DPH odečteme z každého vašeho nákupu a navíc jako dárek sleva 5%.*“

Pokuta je splatná ve lhůtě **30 dní** ode dne nabytí právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. **3754-19223001/0710** vedený u České národní banky, variabilní symbol **2014849**.

Účastníku řízení, společnosti ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. se podle ustanovení § 79 odst. 5 správního řádu ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou, která podle ustanovení § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. činí **1 000,- Kč** (slovy *jeden tisíc korun*). Náhrada nákladů řízení je splatná do 5 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. **3711-19223001/0710**, vedený u České národní banky, variabilní symbol **2014849**.

-----

### Odůvodnění:

Dne 24. září 2013 byl Radě postoupen podnět na možnou klamavou reklamu společnosti ASKO nábytek, která byla odvysílána dle interních zjištění např. dne 12. září 2013 v 15:17:26 hodin na program RÁDIO IMPULS (frekvence 102,9 MHz České Budějovice). Stěžovatelka uvedla, že tato reklama byla klamavá, protože obsahovala matoucí informace ohledně akční nabídky "neplatíte DPH sleva 21% + 5% extra sleva". Stěžovatelka ve svém dopise vysvětlila, že reklama působí klamavě, když se: „*nikde neuvádí, že je omezena pouze na zboží z letáku, ale zároveň neplatí na již zlevněné zboží. Na letáku se nachází jenom zlevněné zboží.*“ Tato informace jí dle znění podnětu byla sdělena telefonicky zaměstnankyní

společnosti ASKO, poté, co se stěžovatelka na jí vybraném zboží při návštěvě prodejny neúspěšně domáhala uplatnění deklarované slevy z reklamy.

#### **Přepis předmětné reklamy:**

**Ženský hlas:** „Platíte daně? U nás ani náhodou. Sazbu DPH odečteme z každého vašeho nákupu a navíc jako dárek sleva 5%. Kde? Ve všech prodejnách ASKO nábytek. Kdy? Až do 22. září. Nákupy bez DPH a pětiprocentní sleva navíc. To je nové ASKO, nábytek pro všechny.“ Zpěv: „Asko Asko Asko nábytek.....“

#### **Posouzení reklamního spotu:**

*Dle § 2 odst. 1 písm. c) zákona o regulaci reklamy se zakazuje reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele).*

*Dle § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.*

Dle odst. 2 téhož zákona se nekalost reklamy posuzuje z hlediska průměrného člena této skupiny; tím není dotčeno obvyklé reklamní přehánění.

*Dle § 5 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika klamavá,*

*a) je-li při ní užit nepravdivý údaj,*

*b) je-li důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit,*

*c) opomene-li podnikatel uvést důležitý údaj, jenž s přihlédnutím ke všem okolnostem lze po podnikateli spravedlivě požadovat; za opomenutí se považuje též uvedení důležitého údaje nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem, nebo*

*d) vede-li způsob prezentace výrobku či služby, včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jinými výrobky či službami, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele,*

*e) není-li dodržen závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem.*

**Rada shledala, že zadáním daného reklamního spotu mohlo dojít k porušení § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, jelikož reklama může být nekalou a klamavou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele).**

*Dle § 7a odst. 4 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy: Šířitel reklamy je povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit bez zbytečného odkladu údaje o osobě, která u něj šíření reklamy objednala.*

*Zadavatelem reklamy podle ustanovení § 1 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb. je právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.*

Od šířitele reklamy LONDA spol. s r.o. a.s. byly vyžádány informace o zadavateli reklamy na akční nabídku společnosti ASKO. Dne 6. listopadu 2013 byla Radě doručena odpověď provozovatele, ve které sděluje, že objednavatelem (zadavatelem) reklamy je společnost **ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o.**, IČO 41193946, Nákupní 444/6, 10200 Praha 10 – Štěrboholy.

#### **Zahájení správního řízení:**

Rada rozhodla na svém 4. zasedání v roce 2014 zahájit se zadavatelem reklamy, společností ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o., správní řízení, neboť zadáním reklamy na akční nabídku společnosti ASKO - NÁBYTEK, která byla odvíšována dne 12. září 2013 v 15:17:26 hodin na programu RÁDIO IMPULS (frekvence 102,9 MHz České Budějovice), se mohl dopustit porušení § 2 odst. 1 písm. c) zákona o regulaci reklamy zadáním reklamy, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele).

Dne 7. března 2014 bylo společnosti ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. doručeno oznámení o zahájení správního řízení. Dnem doručení oznámení účastníku řízení bylo správní řízení zahájeno.

#### **Vyjádření účastníka řízení:**

Dne 26. března 2014 (č.j. 233/2014/P) bylo Radě doručeno vyjádření společnosti ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. (v zastoupení Rödl & Partner, v.o.s.) k zahájení správního řízení, ve kterém mimo jiné uvádí, že zpracovatelem předmětného spotu je on sám.

#### **Účastník řízení ve svém vyjádření uvedl následující tvrzení a názory:**

- Účastník jednala od počátku zadávání reklamního spotu s péčí řádného hospodáře a neměla vědomí o tom, že znění reklamy by mohlo uvést průměrného spotřebitele v omyl. Naopak použité slovní obraty jako „u nás ani náhodou“, „z každého nákupu“, považuje za obvyklé reklamní přehánění ve smyslu ust. § 4 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ke kterým v rámci relevantního trhu u podobných či zastupitelných statků zcela běžně dochází.
- Účastník se nedopustil obchodní klamavé praktiky, když jako součást reklamního sdělení uvedl odkaz na místo, ve kterém jsou řádně a podrobně popsány podmínky reklamou nabízené, a sice slovy „ve všech prodejnách Asko nábytek“. Toto tvrzení vychází z ustálené soudní praxe, která pravý smysl reklamy dovozuje jako takové jednání, které má za cíl zaujmout co největší počet adresátů. Proto je v ní užíváno stručného sdělení s určitou mírou nadsázky a přehánění, pokud pak taková prezentace obsahuje odkaz na místo, kde může být její obsah uplatněn. Účelem reklamy je vzbudit pozornost a zaujmout co největší počet adresátů, nejde o obchodní nabídku, proto je pro ni užito stručné a na první pohled upoutávající reklamní sdělení.
- Ke tvrzení stěžovatelky „že reklama je omezena pouze na zboží z letáku, ale zároveň neplatí na již zlevněné zboží,“ je třeba se vyjádřit s ohledem na to, že dle ust. § 4 odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, se nekalost reklamy posuzuje z hlediska průměrného spotřebitele, kterým se dle Nejvyššího soudu České Republiky (stejně jako podle Evropského soudního dvoru) rozumí takový spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Lze tak dovodit, že stěžovatelka dostatečně neporozuměla významu reklamního sdělení, neboť odvysílaná reklama nebyla omezena na zboží z letáku. Naopak se zaměřovala na „každý nákup“, mimo již nezlevněného či neakčního zboží.
- Každý zákazník měl možnost se dostatečně s podmínkami reklamního sdělení seznámit, a to nejen v tištěné podobě ve formě reklamních letáků, které byly k dispozici v každé prodejně, ale také prostřednictvím aktivní komunikace se zaměstnanci společnosti.

#### **Provedení důkazu:**

Rada provedla na svém 11. zasedání roku 2014 důkaz zvukovým záznamem a hodnotila, zda reklama na akční nabídku společnosti ASKO - NÁBYTEK, která byla odvysílána 12. září 2013 v 15:17:26 hodin na programu RÁDIO IMPULS (frekvence 102,9 MHz České Budějovice), odpovídá zákonné povinnosti uvedené v ustanovení § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb.

-----

#### **ROZHODNUTÍ:**

V řízení bylo prokázáno, že účastníkem řízení je zadavatel reklamy, ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. Rada disponuje záznamem reklamy a má její zařazení do vysílání za prokazané.

Reklama na akční nabídku společnosti ASKO obsahovala ve svém zvukovém znění takové informace, na základě kterých Rada rozhodla o tom, že zadáním reklamního spotu došlo k porušení zákona.

### **S námitkami účastníka řízení se Rada vypořádala následovně:**

Společnost ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. je obchodní společností, která v rámci svého podnikání provozuje řetězec velkoobchodů s bytovým, zahradním a kancelářským nábytkem. ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. svou podnikatelskou činnost propaguje mj. i zadáváním reklamy v médiích včetně reklamního spotu, který je předmětem řízení zahájeného RRTV.

Je nutné zohlednit skutečnost, že se jednalo o reklamu šířenou rozhlasovým vysíláním, kdy adresát reklamy nemá možnost přijímat informace o nabízeném produktu po dobu, jakou by si sám zvolil, jako je tomu např. u tištěných médií. Tím spíše vyvstává potřeba akcentovat požadavek na úplnost a jednoznačnost sdělovaných informací, aby reklama nepůsobila klamavě (resp. nenaplnila znaky nekalé obchodní praktiky).

Celkové vyznění reklamy působí na spotřebitele klamavě, když z obsahu reklamy vyplývá, že udávaná sleva se vztahuje na **každý** nákup spotřebitele. Takové vyjádření nelze v dané souvislosti považovat za obvyklé reklamní přehánění, jak ve svém vyjádření uvedl účastník řízení, jelikož udávaná sleva se na každý nákup (zboží) nevztahuje, jak mimo jiné vyplynulo z přílohy (reklamní tiskový leták dané akce) dodané účastníkem. V reklamě lze použít nadsázku. Nadsázka však nesmí překročit určitou míru zákona. **Sleva se ve skutečnosti nevztahovala na akční a již zlevněné zboží, elektrospotřebiče a bytové doplňky.**

Uvedení slov „*ve všech prodejnách Asko nábytek*“ nelze primárně vnímat jako odkaz na místo, kde se spotřebitel k dané akční nabídce z rozhlasové reklamy dozví více informací, jak uvedl ve svém tvrzení účastník. Naopak působí na průměrného spotřebitele jako sdělení, kde může slevu na **každý** nákup uplatnit. Ten tak může na základě tohoto učinit rozhodnutí o návštěvě prodejny, které by za jiných okolností učinit nemusel. Předmětná reklama může dle názoru ORVL průměrného spotřebitele zmást a ovlivnit jeho rozhodování, když z ní není patrné, že nabídka je omezena pouze na omezený druh zboží. Taková reklama může minimálně potenciální spotřebitele nalákat do prodejny. Odvolání se na to, že každý zákazník měl možnost se seznámit s podmínkami reklamního sdělení v tištěné podobě ve formě reklamních letáků, které byly k dispozici v každé prodejně, ale také prostřednictvím aktivní komunikace se zaměstnanci společnosti, je bezpředmětné, protože k takovým informacím se mohl zákazník dostat až poté, co učinil rozhodnutí o návštěvě prodejny na základě klamavé reklamy.

To, jak konkrétní stěžovatelka porozuměla nebo neporozuměla reklamě, nemá na správný úvahu Rady ohledně posouzení dané reklamy vliv, přesto je záhodno dodat, že uvedená informace „že reklama je omezena pouze na zboží z letáku, ale zároveň neplatí na již zlevněné zboží,“ byla stěžovatelce sdělena zaměstnankyní společnosti ASKO. Z hlediska průměrného spotřebitele působila reklama klamavě. Dle úvahy účastníka by ad absurdum bylo možné, aby sleva například pouze jednoho vybraného výrobku z celého sortimentu byla inzerována jako „sleva na vše.“

### **Zadavatel neprokázal, že reklama nepůsobila na průměrného spotřebitele klamavě.**

V souvislosti s celkovým charakterem reklamního spotu na akční nabídku společnosti ASKO dospěla Rada k rozhodnutí, že se zadavatel reklamy, **společnost ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. zadáním reklamy na akční nabídku společnosti ASKO**, která byla odvysílána 12. září 2013 v 15:17:26 hodin na programu RÁDIO IMPULS (frekvence 102,9 MHz České Budějovice), **dopustil porušení § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, dle kterého je zakázána reklama, která je nekalou obchodní praktikou v návaznosti na ustanovení § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele a § 5 odst. 1 písm. b) zákona o ochraně spotřebitele**, neboť reklama zejména může ovlivnit spotřebitele tak, že učiní obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil a obsahuje klamavé, neúplné a zavádějící informace.

Rada proto rozhodla o uložení pokuty pro porušení § 2 odst. 1 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb, o regulaci reklamy.

Společnost ASKO – NÁBYTEK, spol. s r. o. se jako zadavatel reklamy dopustila správního deliktu dle § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb.

Podle ustanovení § 8a odst. 6 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy Rada může uložit zadavateli reklamy, která je v rozporu s tímto zákonem, pokutu až do výše 5 000 000,- Kč.

Za spáchání tohoto správního deliktu rozhodla Rada o uložení pokutu při dolní hranici sazby stanovené zákonem a uložila účastníku řízení uhradit pokuty ve výši **50 000,- Kč** (*slovy: padesát tisíc korun českých*). O její výši rozhodla na základě skutečností, že se jedná o první porušení povinnosti společností ASKO - NÁBYTEK, spol. s r. o. proti ustanovením zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, její výše se pak Radě jeví jako adekvátní a dostačující. Rozsah možného prospěchu společnosti Rada nebyla schopna prokázat, a proto k tomuto kritériu v rozhodování o výši pokuty nepřihlížela.

#### **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 tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

**Ivan Krejčí**  
předseda Rady  
pro rozhlasové a televizní vysílání