



Jedn. identifikátor 261515 - RRTV

Váš dopis zn. -
Naše č. j. RRTV/18011/2017-
rud
Sp. zn. RRTV/2017/379/rud
Zasedání Rady 21-2017/poř. č. 22

Čermák a spol.
Mgr. Ondřej Čerych
Elišky Peškové 735/15
15000 Praha 5

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 5. 12. 2017, Praha

ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů, účinných v době odvysílání obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), a ustanovení § 35 písm. a) a § 45 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen zákon č. 250/2016 Sb.), v platném znění, vydala dne 5. prosince 2017, následující rozhodnutí: Rada ukládá zadavateli obchodního sdělení, společnosti Mediashop Holding GmbH, se sídlem Schwarztotstrasse 2a A-2620 Neunkirchen, Austria,

napomenutí za porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb.,

kterého se dopustil zadáním reklamy, respektive teleshoppingu „Viz Car“, který byl odvysílán dne 8. září 2016 v čase od 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov a který je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. s) Přílohy 1 k tomuto zákonu, neboť v teleshoppingu nabízí za cenu 1499 Kč balíček produktů „Viz Car“, který obsahuje kameru a nalepovací držák, přičemž další tři produkty USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor jsou prezentované jako „gratis“/ „zdarma“, ovšem je zcela evidentní, že ony tři zmiňované „dárky“ nejsou věcmi dodávanými k prodávaným věcem (kameře a nalepovacímu držáku) zdarma; naopak tvoří integrální součást jedné sady, žádný z těchto produktů není prodáván samostatně. Je zřejmé, že zákazník si nemůže zakoupit samostatný produkt Viz Car (tedy kameru a nalepovací držák), ale musí si za uvedenou cenu 1499 Kč zakoupit celý balíček oněch pěti produktů (kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor). Užitím slova „zdarma“ a „gratis“, se tak zadavatel dopustil klamavé obchodní praktiky, kdy v divákovi, resp. spotřebiteli vyvolává klamavý dojem, že kupuje samostatný produkt (kameru a držák) za cenu 1499 Kč, k němuž získává tři dárky, ale ve skutečnosti divák kupuje nedílnou sadu výrobků za cenu 1499 Kč, a žádný dárek zdarma nezískává.

Pokud by se zadavatel v budoucnu dopustil podobného jednání, je Rada oprávněna mu dle ustanovení § 35 zákona č. 250/2016 Sb., uložit trest zákazu činnosti, propadnutí věci nebo náhradní hodnoty, zveřejnění rozhodnutí o přestupku či pokutu do výše 5 000 000 Kč.

Odůvodnění:

I.

a) Zahájení správního řízení:

Na základě pravidelného monitoringu obsahu televizního vysílání Rada zjistila, že dne 8. září 2016 byl v čase od 10:50:00 hodin odvysílán na programu Televize Barrandov teleshopping, který nabízel produkt „Viz Car“.

Popis:

Prostřednictvím teleshoppingu je propagována kamera do auta s nejrůznějšími funkcemi. Součástí obchodního sdělení je mimo jiné tvrzení/komentář: „Podobné multifunkční palubní kamery do auta, které mají stejné vlastnosti, mohou stát na trhu tisíce korun. Za kameru Viz Car ale nemusíte platit ani tři tisíce korun, ani dva tisíce pět set korun, nebo dokonce ani dva tisíce korun. Dávejte pozor, protože máme pro vás neuvěřitelnou nabídku. Pokud totiž objednáte teď, dostanete od nás tuto multifunkční palubní kameru HD kvality a navíc vám zašleme i tento nalepovací držák na přední sklo pro palubní kameru, a to vše nyní může být vaše za neuvěřitelně výhodnou cenu mediashopu. Ale počkejte, to ještě není všechno. Dávejte pozor, protože pokud objednáte nyní, dostanete od nás USB kabel gratis, neboli zcela zdarma, kterým můžete snímky kdykoli přehrávat, nebo překopírovat na váš počítač. A zároveň vám zašleme nabíječku do auta, kterou od nás nyní dostanete také gratis. Cena zůstává i nadále ale neuvěřitelně výhodná. Jen dávejte pozor, čtrnáct set devadesát devět korun. Ale počkejte, tímto naše bomba nabídka ještě nekončí, klasické akumulátory umožňují pouze třicetiminutový nepřetržitý provoz, pokud ale objednáte teď, my vám zdarma přidáme do balíku jeden akumulátor, který vám zaručí nepřetržitý záznam o sto dvaceti minutách. To znamená dvě hodiny, pokud si kameru nepřejete použít ve voze. A vy stále platíte pouze neuvěřitelně výhodnou cenu mediashopu, pouhých čtrnáct set devadesát devět korun. Byla by škoda nechat si ujít naši exkluzivní nabídku, nemluvě o tom, že nyní vám nabízíme třicetidenní garanci spokojenosti a vrácení peněz. Neváhejte, protože naše nabídka je platná pouze na omezenou dobu. Zavolejte nám hned teď, protože tato fantastická multifunkční HD kamera nemůže chybět ve vašem autě ani tašce. Zavolejte, nebo objednejte si prostřednictvím našich webových stránek www.mediashop.cz.“

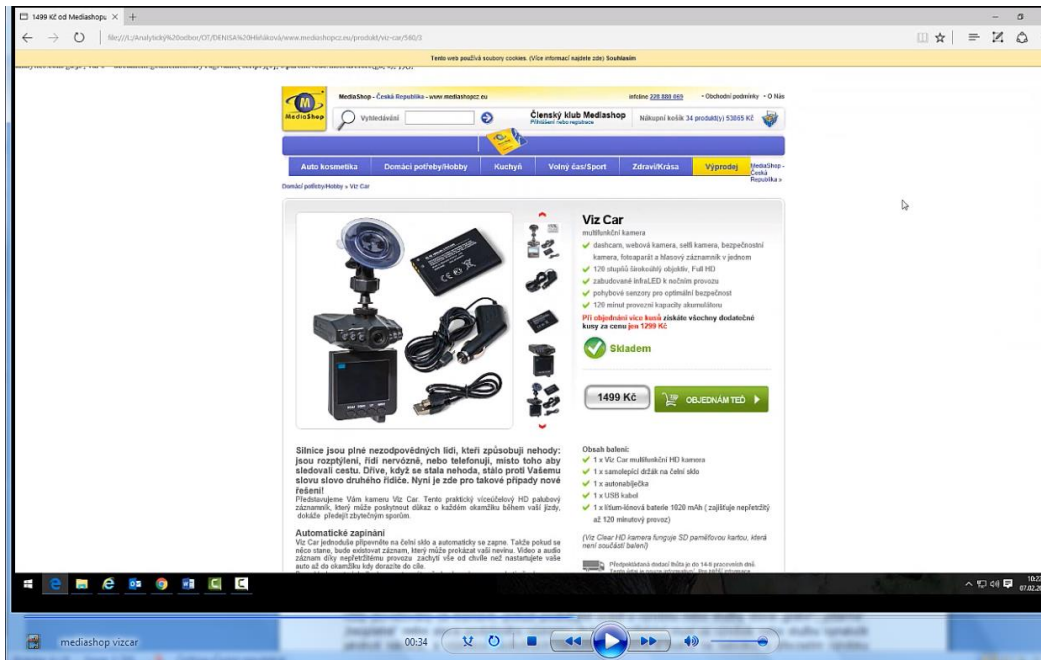




Rozbor:

V rámci teleshoppingu je prezentována kamera do automobilu s tím, že je divákovi opakovaně nabízena lepší a lepší nabídka spočívající v základní nabídce kamera + nalepovací držák do auta za konečnou cenu 1499 Kč, přičemž pokud divák objedná „nyní“/„ted“, do balíku mu bude dále přidán USB kabel, nabíječka do auta a akumulátor „zdarma“/„gratis“. Prezentováno jako „exkluzivní nabídka“ platná pouze na omezenou dobu. Prostřednictvím záznamů webových stránek www.mediashop.cz, respektive www.mediashopcz.eu, na které je spotřebitel přímo přesměrován, bylo zjištěno, že dne 8. září 2016, tedy v den, kdy byla vysílána předemtná repríza obchodního sdělení, byly v rámci balíku nabízeny všechny uvedené předměty, aniž by byl některý z nich nabízen jako „gratis“ nebo „zdarma“, a to za cenu totožnou jako v rámci televizní prezentace, dle kterého bude divákovi do balíku „zdarma“/„gratis“ přidán USB kabel, nabíječka do auta a akumulátor.

Jako problematickou lze spatřovat skutečnost, že v rámci předemtného teleshoppingu nejsou prodávány za cenu 1499 Kč dva produkty, tj. multifukční kamera „Viz Car“ a nalepovací držák do auta. V teleshoppingu je dále prezentováno, že pokud si divák „nyní“ či „ted“ objedná kameru a držák za cenu 1499 Kč, dostane k němu jako dárek USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor. Ve skutečnosti se ovšem zcela evidentně o žádné dárky či žádné produkty zdarma nejedná, neboť cena 1499 Kč je cenou za celou sadu produktů, tedy za sadu obsahující kameru, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor, neboť žádný z nich není nabízen ani prodáván samostatně. Divák si tedy nekupuje samostatný produkt Viz Car, respektive kameru a nalepovací držák, které by byly prodávány samostatně za cenu 1499 Kč a k nimž by získal zdarma další tři různé produkty, nýbrž si kupuje sadu všech pěti produktů (kameru, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor), z nichž ani jeden není prodáván samostatně. To lze ostatně ověřit i na internetových stránkách prodejce (www.mediashopcz.eu) ze dne 8. září 2016, kde je prodávána celá tato sada za 1499 Kč (je zde explicitně uvedeno, že obsah balení je: 1x Viz Car multifunkční HD kamera, 1x samolepící držák na čelní sklo, 1x autonabíječka, 1x USB kabel, 1x litium-iónová baterie 1020 mAh (zajišťuje nepřetržitý až 120 minutový provoz). Viz níže.



neří způsobují nehody: onují, místo toho aby la, stálo proti Vašemu o takové případy nové

ý víceúčelový HD palubový okamžiku během vaší jízdy,


cy se zapne. Takže pokud se at vaší nevinu. Video a audio chvíle než nastartujete vaše

amera zachytí všechno a vy

Obsah balení:

- ✓ 1 x Viz Car multifunkční HD kamera
- ✓ 1 x samolepící držák na čelní sklo
- ✓ 1 x autonabíječka
- ✓ 1 x USB kabel
- ✓ 1 x lithium-iónová baterie 1020 mAh (zajišťuje nepřetržitý až 120 minutový provoz)

(Viz Clear HD kamera funguje SD paměťovou kartou, která není součástí balení)

 Předpokládaná dodací lhůta je do 14-ti pracovních dnů. Tento údaj je pouze informativní. Pro bližší informace kontaktujte náš zákaznický servis.

Zdroj: internetové stránky www.mediashopcz.eu ze dne 8. září 2016

Vzhledem k výše uvedenému je v divákovi, resp. spotřebiteli vyvoláván klamavý dojem, že si kupuje dva produkty Viz Car (kameru a nalepovací držák) za cenu 1499 Kč a k tomu získává zcela zdarma další tři produkty. Ve skutečnosti si však divák kupuje sadu pěti výrobků, z nichž ani jeden není prodáván samostatně, a žádný produkt tak zdarma nezískává. Tím dochází k porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., respektive písm. s) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., dle něhož jsou obchodní praktiky

vždy považovány za klamavé, pokud podnikatel uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na nabídku, s převzetím výrobku nebo služby nebo jejich doručením.

Podnikatel, respektive zadavatel záměrně užívá slovo „zdarma/gratis“, aby ve spotřebiteli vyvolal klamavý dojem, že k nákupu kamery a nalepovacího držáku získává další tři výrobky, ale ve skutečnosti si divák objednává nikoli dva výrobky a tři dárky k nim, ale sadu pěti výrobků, a žádný dárek tedy nezískává.

Dle ustanovení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., se zakazuje reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu. Tímto zvláštním předpisem je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Dle ustanovení § 4 odst. 3 tohoto zákona je klamavou obchodní praktikou vždy praktika uvedená v Příloze č. 1 tohoto zákona.

Dle písm. s) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., jsou obchodní praktiky vždy považovány z klamavé, pokud podnikatel uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na nabídku, s převzetím výrobku nebo služby nebo jejich doručením.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách, uvádí k tzv. fingovaným „bezplatným“ nabídkám, že nesmí vyvolávat klamný dojem bezplatné nabídky popisem produktu slovy „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ a podobnými, pokud musí spotřebitel zaplatit jakékoli jiné náklady, než jen nevyhnutelné náklady spojené s reakcí na obchodní praktiku a s vyzvednutím nebo doručením věci.

Na tomto místě jistě stojí za zmínku, že Evropská komise vydala dne 3. prosince 2009 Pokyny k provedení/uplatňování směrnice č. 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách, kde je posuzování porušení písm. s) Přílohy č. 1 zákona o ochraně spotřebitele (čili protizákonné užívání slov „zdarma“, „gratis“ apod.) věnována poměrně rozsáhlá část. Evropská komise zde uvádí:

„Posouzení je složitější v případě, kdy je slovo „zdarma“ použito v souvislosti s vázanými nabídky, což jsou obchodní nabídky zahrnující více než jeden produkt nebo službu.

Níže jsou uvedeny hlavní zásady, které je nutno vzít v úvahu při posuzování vázaných nabídek a které jsou již do velké míry zohledněny v některých kodexech upravujících reklamu:

- Obchodníci se nesmějí pokoušet uhradit náklady snížením jakosti nebo horším složením či navýšením ceny některého z produktů, který je nutno zakoupit jako podmínku pro získání určité věci zdarma.
- Obchodníci by neměli popisovat jednotlivý předmět v určitém balíčku jako „zdarma“, jsou-li v ceně balíčku zahrnuty náklady na tento předmět.

Dvě kategorie vázaných nabídek představují reklamy podmíněné koupí a nabídky balíčků. Reklamy na zboží zdarma podmíněné koupí Bod 20 přílohy I nebrání obchodníkům v tom, aby používali slovo „zdarma“ v případě, že se od spotřebitelů požaduje, aby zakoupili jinou věc (například nabídky typu „kupte jeden výrobek a druhý získáte zdarma“), je-li jednoznačná jejich odpovědnost za veškeré náklady, a

a) nedošlo ke snížení jakosti nebo zhoršení složení placených předmětů a;

b) cena placených předmětů nebyla nevyšena s cílem uhradit náklady na dodání věci zdarma.

Hlavním rozlišujícím rysem reklamy podmíněné koupí je to, že předmět popsaný jako „zdarma“ je skutečně oddělen od věci, za něž musí spotřebitel zaplatit, a je dodáván navíc k těmto věcem.

Bezplatnou nabídku lze považovat za reklamu podmíněnou koupí v kterémkoli z následujících dvou způsobů (nebo v obou případech):

Časově omezené reklamy na zboží zdarma podmíněné koupí

Posouzení je složitější, pokud jsou reklamy na zboží zdarma podmíněné koupí časově omezené nebo omezené na určitý kanál či jsou vedeny na stálém, dlouhodobém základě, který je s ohledem na kanál neutrální. Základní zásadou je to, že je-li spotřebiteli sděleno, že určitá věc je „zdarma“, pokud zakoupí jinou věc, je spotřebitel oprávněn se domnívat, že obchodník se nebude přímo snažit uhradit náklady na věc „zdarma“ tím, že zvýší cenu věci, kterou je třeba koupit, nebo danou věc nahradí méně kvalitním zbožím.

Lze proto vyvodit přiměřeně závěr, že aby bylo prokázáno, že určitá věc je skutečně dodána zdarma, což je podmíněno nákupem jiné věci, musí být obchodník schopen prokázat:

- a) že věc zdarma je skutečně věcí dodávanou navíc k věci nebo věcem, které se obvykle prodávají za tuto cenu, nebo že věc zdarma lze skutečně oddělit od placené věci či věcí;
 - b) že pokud spotřebitel nedodrží podmínky reklamy, nedodají věc „zdarma“ spolu se zaplacenou věcí nebo věcmi, a
 - c) že spotřebitelé jsou informováni o samostatné ceně věci nebo věcí, za něž platí, a že cena je stejná s předmětem zdarma, či bez něj.
- (...)

Nabídky balíčků

Po tom, co bylo řečeno o reklamách podmíněných koupí, lze vyvodit přiměřeně závěr, že bod 20 přílohy I zakazuje využívání slova „zdarma“ k popisu jednotlivého předmětu v balíčku, jsou-li v ceně balíčku zahrnuty náklady na tento předmět. Balíčkem je předem sestavená kombinace prvků nabízených dlouhodobě za jednotnou, paušální cenu, pokud si zákazníci nemohou skutečně vybrat, kolik prvků z daného balíčku za tuto cenu získají.

Příklad: jsou-li v reklamě na automobil uvedeny kožené sedačky, klimatizace a CD přehrávač za běžnou cenu 10 000 EUR, tvoří tato kombinace prvků balíček. Spotřebitel zaplatí za automobil jednu paušální cenu, jak je uvedeno v reklamě. Pokud by byl některý z prvků uvedených v reklamě odstraněn, snížila by se jakost nebo zhoršila skladba automobilu, za nějž zákazník zaplatí 10 000 EUR. Pokud chce obchodník tvrdit, že CD přehrávač je zdarma a že cena 10 000 EUR souvisí s ostatními prvky, musí prokázat, že a) jsou splněny požadavky na reklamu podmíněnou koupí, nebo b) CD přehrávač je novým dodatečným prvkem a že se cena automobilu nevyšla. Jako jiný příklad lze uvést předplacení služeb mobilního operátora, které nabízí určitou dobu volání, určitý počet textových zpráv a funkci hlasové pošty za jednu paušální cenu. Pro kvalitu a složení balíčku, který je propagován za danou cenu, je podstatný každý z těchto prvků. Jelikož si zákazníci

nemohou skutečně vybrat, kolik prvků za danou cenu získají, jsou v ceně balíčku zahrnuty všechny prvky a nesmí být popsány jako „zdarma“.

V rámci balíčku se mohou zboží nebo služby, které jsou spojeny a prodávány za jednotnou paušální cenu, lišit svou povahou: je-li například za balíček, který obsahuje několik televizních kanálů, přístup k internetu a volání „zdarma“ ostatním předplatitelům, účtována jednotná měsíční cena předplatného, jsou tyto služby podstatnými prvky služby, kterou si zákazník kupuje, a zákazník musí v praxi využít všechny tři prvky, za něž zaplatí udávanou cenu. Jelikož si zákazníci nemohou skutečně vybrat, kolik prvků za danou cenu získají, jsou v ceně balíčku zahrnuty všechny prvky a nelze je popisovat jako „zdarma“.

Příklady uvedené v Pokynu Evropské komise zcela přiléhají na posuzovaný případ teleshoppingového šotu nabízejícího produkt/produkty Viz Car. Dle Evropské komise, aby bylo prokázáno, že určitá věc je skutečně dodána zdarma, což je podmíněno nákupem jiné věci, musí být obchodník schopen prokázat:

- a) že věc zdarma je skutečně věcí dodávanou navíc k věci nebo věcem, které se obvykle prodávají za tuto cenu, nebo že věc zdarma lze skutečně oddělit od placené věci či věcí;
- b) že pokud spotřebitel nedodrží podmínky reklamy, nedodají věc „zdarma“ spolu se zaplacenou věcí nebo věcmi, a
- c) že spotřebitelé jsou informováni o samostatné ceně věci nebo věcí, za něž platí, a že cena je stejná s předmětem zdarma, či bez něj.

V případě balíčku produktů „Viz Car“, který obsahuje kameru, nalepovací držák, přičemž další tři produkty USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor jsou prezentované jako „gratis“/ „zdarma“, je zcela evidentní, že ony tři zmiňované „dárky“ nejsou věcmi dodávanými k prodávaným věcem (kameře a nalepovacímu držáku) zdarma; nelze je od této věci oddělit, ba naopak tvoří integrální součást sady. Je zřejmé, že zákazník si nemůže zakoupit samostatný produkt Viz Car (tedy kameru a nalepovací držák), ale musí si za uvedenou cenu zakoupit celý balíček oněch pěti produktů (kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor). Jak uvádí Komise v jednom z příkladů, „jelikož si zákazníci nemohou skutečně vybrat, kolik prvků za danou cenu získají, jsou v ceně balíčku zahrnuty všechny prvky a nesmějí být popsány jako „zdarma“.

Vzhledem k výše uvedenému má Rada za to, že došlo k porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., respektive písm. s) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada požádat provozovatele vysílání Barrandov Televizní Studio a.s., IČ: 41693311, se sídlem Praha 5, Kříženeckého nám. 322, PSČ 15200, o sdělení zadavatele, respektive objednatele teleshoppingu „Viz Car“, odvysílaného dne 8. září 2016 v čase 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov.

Dne 7. března 2017 bylo Radě doručeno sdělení provozovatele Barrandov Televizní Studio a.s., že zadavatelem předmětného teleshoppingu byla společnost Mediashop Holding GmbH, se sídlem Schwarzottstrase 2a, Neunkirchen, Austria A-2620, IČ: FN 280877f.

Dle ustanovení § 1 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb., ve znění účinném do 30. června 2017, se zadavatelem rozumí právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.

Dle ustanovení § 8a odst. 2 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., ve znění účinném do 30. června 2017, se právnická nebo podnikající fyzická osoba jako zadavatel dopustí správního deliktu tím, že v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) zadá reklamu, která je nekalou obchodní praktikou.

Dle ustanovení § 8a odst. 6 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., ve znění účinném do 30. června 2017, lze za správní delikt uvedený v ustanovení § 8a odst. 2 písm. b) uložit pokutu až ve výši do 5 000 000 Kč.

Zadáním předmětného teleshoppingu do vysílání se tak společnost Mediashop Holding GmbH, mohla dopustit porušení ustanovení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 6. zasedání konaném dne 21. března 2017 zahájit se zadavatelem obchodního sdělení, společností Mediashop Holding GmbH, se sídlem Schwarzwaldstrasse 2a A-2620 Neunkirchen, Austria, správní řízení z moci úřední pro možné porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., kterého se mohl dopustit zadáním reklamy, respektive teleshoppingu „Viz Car“, který byl odvysílán dne 8. září 2016 v čase od 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov a který může být nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. s) Přílohy 1 k tomuto zákonu, neboť v teleshoppingu nabízí za cenu 1499 Kč balíček produktů „Viz Car“, který obsahuje kameru a nalepovací držák, přičemž další tři produkty USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor jsou prezentované jako „gratis“/ „zdarma“, ovšem je zcela evidentní, že ony tři zmiňované „dárky“ nejsou věcmi dodávanými k prodávaným věcem (kameře a nalepovacímu držáku) zdarma; naopak tvoří integrální součást jedné sady, žádný z těchto produktů není prodáván samostatně. Je zřejmé, že zákazník si nemůže zakoupit samostatný produkt Viz Car (tedy kameru a nalepovací držák), ale musí si za uvedenou cenu 1499 Kč zakoupit celý balíček oněch pěti produktů (kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor). Užitím slova „zdarma“ a „gratis“, se tak zadavatel dopouští klamavé obchodní praktiky, kdy v divákovi, resp. spotřebiteli vyvolává klamavý dojem, že kupuje samostatný produkt (kameru a držák) za cenu 1499 Kč, k němuž získává tři dárky, ale ve skutečnosti divák kupuje nedílnou sadu výrobků za cenu 1499 Kč, a žádný dárek zdarma nezískává.

Součástí správního spisu je, kromě audiovizuálního záznamu předmětného teleshoppingu, rovněž video záznam pořízený na internetových stránkách www.mediashopcz.eu dne 8. září 2016. Obsahem záznamu je nabídka celé sady Viz Car (tj. kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor) za cenu 1499 Kč.

Oznámení o zahájení správního řízení bylo zadavateli doručeno dne 10. dubna 2017 a tímto dnem bylo zahájeno správní řízení ve věci. Účastníku řízení byla stanovena lhůta 30 dní pro písemné vyjádření.

b) Vyjádření účastníka řízení:

Dne 19. dubna 2017 byla Radě doručena žádost účastníka řízení o zaslání veškerých důkazů, na které Rada odkazuje v rámci oznámení o zahájení správního řízení.

Dne 28. dubna 2017 bylo účastníku řízení doručeno oznámení Rady, kde jej informovala, že správní spis sp.zn. RRTV/2017/379/rud obsahuje – vedle Oznámení o zahájení správního řízení - následující podklady:

- materiál sp.zn. RRTV/2017/148/hli, projednávaný na 4. zasedání Rady konaném dne 21. února 2017 (respektive separát tohoto materiálu, který se týká předmětného správního řízení) – Rada jej účastníku řízení zaslala

- žádost Rady o sdělení objednatele teleshoppingu „Viz Car“, odvysílaného dne 8. září 2016 v čase 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov, která byla adresována provozovateli vysílání, společnosti Barrandov Televizní Studio a.s. – Rada jej účastníku zaslala
- odpověď společnosti Barrandov Televizní Studio a.s., na žádost Rady o sdělení objednatele předmětného teleshoppingu – Rada ji účastníku řízení zaslala
- materiál sp.zn. RRTV/2017/240/rud, projednávaný na 6. zasedání Rady konaném dne 21. března 2017 – Rada jej účastníku řízení zaslala

Spis dále obsahuje následující tři video záznamy, které Rada pro účastníka řízení umístila na datové úložiště <https://download.rrtv.cz:5001/sharing/yq1ltZFgC> :

- audiovizuální záznam teleshoppingu „Viz Car“ odvysílaného dne 8. září 2016 v čase 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov
- záznam internetových stránek www.mediashop.cz.eu ze dne 8. září 2016. video záznam internetových stránek www.mediashop.cz.eu nahraný v reálném čase

Dne 12. května 2017 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

Účastník řízení uvádí, že závěry Rady nejsou pravdivé, neboť veškeré příslušenství, které reklama deklaruje jako dárek zdarma, je v internetovém obchodě www.mediashopcz.eu nabízeno samostatně (účastník řízení uvádí odkazy na e-shop). Předmětné výrobky nejsou uvedeny u výrobku „VIZ CAR“, ale jsou nabízeny v sekci nezařazených výrobků. Zákazník je může snadno najít tak, že do okénka pro vyhledávání výrobků napíše název hledaného výrobku, tj. Viz Car. Po zadání tohoto klíčového slova se objeví nabídka veškerého příslušenství k tomuto produktu, tj. včetně USB kabelu, autonabíječky, akumulátoru a samolepicího držáku. Z uvedeného tak vyplývá, že v případě předmětné reklamy jsou skutečně jako dárek dodávány zdarma produkty USB kabel, autonabíječka, akumulátor a samolepicí držák na přední sklo. U každého z výrobků je v e-shopu uvedena i cena. Předmětné výrobky tak lze od setu kamery VIZ CAR oddělit a jsou prodávány samostatně.

Použití slova „gratis“ v předmětné reklamě tak bylo použito v souladu se zákonem, neboť výrobky inzerované zdarma byly prodávány samostatně a při zakoupení produktu VIZ CAR byly dodávány jako dárek, přičemž zákazníci byli o cenách těchto samostatných výrobků informováni v internetovém obchodě. Reklama tak dle účastníka řízení neporušila ustanovení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb.

Účastník řízení uvádí, že aby v budoucnu nedocházelo k situacím, kdy by se mohl kdokoli mylně domnívat, že klient své výrobky dodávané zdarma nenabízí rovněž k prodeji samostatně, přemístil účastník řízení nabídku těchto samostatně prodávaných výrobků přímo na stránku s výrobkem VIZ CAR.

II.

Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 21. zasedání konaném dne 5. prosince 2017 a dospěla k následujícím závěrům:

Dle ustanovení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., se zakazuje reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu.

Tímto zvláštním předpisem je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

Dle ustanovení § 4 odst. 3 tohoto zákona je klamavou obchodní praktikou vždy praktika uvedená v Příloze č. 1 tohoto zákona.

Dle písm. s) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., jsou obchodní praktiky vždy považovány z klamavé, pokud podnikatel uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na nabídku, s převzetím výrobku nebo služby nebo jejich doručením.

Účastník řízení namítá, že veškeré příslušenství, které teleshopping deklaroval jako „gratis“, je v internetovém obchodě prodáváno samostatně, nikoli však v sekci u výrobku Viz Car, ale v sekci nezařazených výrobků. Na základě zjištění Rady však dne 8. září 2016 (a dále minimálně do zahájení správního řízení, kdy byla na internetových stránkách dle sdělení účastníka provedena změna), nebyly žádné komponenty prodávány samostatně, a to ani v sekci týkající se produktu Viz Car, ani v sekci „nezařazené výrobky“ (taková sekce se v e-shopu ani nenacházela). Účastník řízení ve svém vyjádření neuvádí, ke kterému datu měla být nabídka samostatných produktů v e-shopu prezentována, s ohledem na užitý přítomný čas lze dovodit, že tak tomu bylo v době, kdy účastník řízení sepisoval své vyjádření. V době odvysílání předmětného spotu až minimálně do dne zahájení správního řízení žádná taková nabídka na internetových stránkách přítomna nebyla. Lze se domnívat, že účastník řízení zařadil nabídku samostatných produktů na své webové stránky až ve chvíli, kdy s ním Rada zahájila správní řízení.

Mimo to, pokud se podíváme na produkty, které měly být ke kameře Viz Car dodávány zdarma jako dárek, je mezi nimi například auto-nabíječka a akumulátor, což jsou komponenty, bez nichž by samotná kamera nemohla ani fungovat. Je tedy zcela nesmyslné, pokud jsou tyto produkty v teleshoppingu prezentovány jako dárek zdarma, když tvoří zcela nezbytné příslušenství kamery, jsou součástí tohoto produktu.

Je tedy zcela evidentní, že ony zmiňované „dárky“ nebyly věcmi dodávanými ke kameře Viz Car zdarma; nebylo možné je od této věci oddělit, respektive je zakoupit samostatně. Je zřejmé, že zákazník si nemohl zakoupit samostatný produkt Viz Car (neboť by jej ani nemohl bez nabíječky a akumulátoru používat), ale musel si za uvedenou cenu zakoupit balíček pěti produktů (kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor). Jak uvádí Evropská Komise v jednom z výše uvedených příkladů, „jelikož si zákazníci nemohou skutečně vybrat, kolik prvků za danou cenu získají, jsou v ceně balíčku zahrnuty všechny prvky a nesmějí být popsány jako „zdarma“.

Ve spotřebiteli byl vyvoláván klamavý dojem, že si kupuje jeden produkt Viz Car za cenu 1499 Kč a k tomu získává zadarmo nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor. Ve skutečnosti si však divák kupuje sadu pěti výrobků, z nichž ani jeden není prodáván samostatně, a žádný produkt tak zdarma nezískává. Účastník řízení záměrně užívá slovo „zdarma/gratis“, aby ve spotřebiteli vyvolal klamavý dojem, že k nákupu kamery a nalepovacího držáku získává další tři výrobky, ale ve skutečnosti si divák objednává nikoli dva výrobky a tři dárky k nim, ale sadu pěti výrobků, a žádný dárek tedy nezískává.

Uvedeným jednáním tak došlo k porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., respektive písm. s) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., dle něhož jsou obchodní praktiky vždy považovány za klamavé, pokud podnikatel uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na nabídku, s převzetím výrobku nebo služby nebo jejich doručením.

Zadáním předmětného teleshoppingu do vysílání programu Televize Barrandov se tak zadavatel, společnost Mediashop Holding GmbH, dopustil porušení ustanovení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb.

III.

Jelikož nabídka produktu Viz Car byla zařazena v teleshoppingovém bloku, respektive byla teleshoppingem, považuje Rada za podstatné uvést ještě následující:

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve svém ustanovení § 2 odst. 1 písm. a) rozlišuje následující typy obchodních sdělení: reklama, teleshopping a sponzorování a v případě televizního vysílání rovněž umístění produktu nebo jiná obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost, popřípadě jejího obrazu na veřejnosti, a která doprovází pořad nebo je do pořadu zahrnuta za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo za účelem vlastní propagace.

Oproti tomu zákon č. 40/1995 Sb., sice hovoří pouze o reklamě, avšak pod definici reklamy plně zahrnuje i teleshopping. Ustanovení § 1 odst. 2 totiž říká, že *reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, 1a) pokud není dále stanoveno jinak.*

K rozdělení těchto dvou institutů (reklamy a teleshoppingu) dochází tedy jen pro účely zákona o vysílání, který upřesňuje definici reklamy a vyjímá z ní specifickou formu oslovení spotřebitele – teleshopping. Pokud tedy zákon č. 40/1995 Sb. hovoří o reklamě, je nutno jeho ustanovení aplikovat i na teleshopping.

IV.

Předmětné správní řízení bylo zahájeno dne 10. dubna 2017, nicméně je nutno zohlednit, že v době rozhodování o předmětném skutku, tj. dne 5. prosince 2017 byl již účinný zákon č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon o přestupcích“). Zákon o přestupcích výslovně definuje, jakou právní úpravu aplikovat, pokud mezi spácháním správního deliktu (respektive dle nové terminologie zákona o přestupcích přestupku) a rozhodováním o něm došlo ke změně právní úpravy.

Dle ustanovení § 2 odst. 1 zákona o přestupcích se odpovědnost za přestupek posuzuje podle zákona účinného v době spáchání přestupku; podle pozdějšího zákona se posuzuje jen tehdy, je-li to pro pachatele přestupku (dále jen „pachatel“) příznivější.

Jelikož nyní projednáváný správní delikt (respektive dle nové terminologie zákona o přestupcích přestupek) byl spáchán dne 10. dubna 2017 (tj. v den odvysílání předmětného teleshoppingového bloku), hmotněprávně by jej Rada posoudila dle zákona účinného v době zahájení předmětného správního řízení, tj. dle zákona č. 40/1995 Sb. Pokud by byla právní úprava odpovědnosti za správní delikt příznivější v novém přestupkovém zákoně, aplikovala by jej Rada namísto zákona č. 40/1995 Sb.

Rada se domnívá, že v daném případě, s ohledem skutkové okolnosti a na vyjádření účastníka řízení (který z vlastní iniciativy již přijal opatření k nápravě), je možno aplikovat nový institut, který nabízí zákon o přestupcích, a sice napomenutí dle ustanovení § 35 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb.

Dle ustanovení § 35 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb., lze za přestupek uložit správní trest napomenutí.

Tato právní úprava je pro účastníka řízení nepochybně příznivější, neboť podle zákona č. 40/1995 Sb., by byla Rada nucena uložit pouze pokutu, která by samozřejmě více či méně negativně zasáhla majetkovou sféru účastníka řízení. Naproti tomu napomenutí dle zákona o přestupcích je podobný institut jako upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 zákona č. 231/2001 Sb., který do práv a povinností účastníka řízení nikterak nezasahuje, respektive je nezakládá, neruší ani nemění.

Účastník řízení do jisté míry uznal své pochybení, rozhodl se sám ihned po zahájení správního řízení přijmout potřebná opatření k nápravě a jednalo se o jeho první takové porušení zákona. Rada tedy rozhodla uložit účastníku řízení mírnější trest ve formě napomenutí.

S ohledem na uvedené tedy Rada na svém 21. zasedání konaném dne 5. prosince 2017 rozhodla napomenout zadavatele obchodního sdělení, společnosti Mediashop Holding GmbH, se sídlem Schwarzottstrasse 2a A-2620 Neunkirchen, Austria, za porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., kterého se dopustil zadáním reklamy, respektive teleshoppingu „Viz Car“, který byl odvysílán dne 8. září 2016 v čase od 10:50:00 hodin na programu Televize Barrandov a který je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. s) Přílohy 1 k tomuto zákonu, neboť v teleshoppingu nabízí za cenu 1499 Kč balíček produktů „Viz Car“, který obsahuje kameru a nalepovací držák, přičemž další tři produkty USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor jsou prezentované jako „gratis“/ „zdarma“, ovšem je zcela evidentní, že ony tři zmiňované „dárky“ nejsou věcmi dodávanými k prodávaným věcem (kameře a nalepovacímu držáku) zdarma; naopak tvoří integrální součást jedné sady, žádný z těchto produktů není prodáván samostatně. Je zřejmé, že zákazník si nemůže zakoupit samostatný produkt Viz Car (tedy kameru a nalepovací držák), ale musí si za uvedenou cenu 1499 Kč zakoupit celý balíček oněch pěti produktů (kameru Viz Car, nalepovací držák, USB kabel, nabíječku do auta a akumulátor). Užitím slova „zdarma“ a „gratis“, se tak zadavatel dopustil klamavé obchodní praktiky, kdy v divákovi, resp. spotřebiteli vyvolává klamavý dojem, že kupuje samostatný produkt (kameru a držák) za cenu 1499 Kč, k němuž získává tři dárky, ale ve skutečnosti divák kupuje nedílnou sadu výrobků za cenu 1499 Kč, a žádný dárek zdarma nezískává.

Dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., při ukládání napomenutí správní orgán upozorní pachatele na důsledky protiprávního jednání, jež mu podle zákona hrozí, pokud by se i v budoucnu dopouštěl podobného jednání.

Pokud by se zadavatel v budoucnu dopustil podobného jednání, je Rada oprávněna mu dle ustanovení § 35 zákona č. 250/2016 Sb., uložit trest zákazu činnosti, propadnutí věci nebo náhradní hodnoty, zveřejnění rozhodnutí o přestupku či pokutu. Dle ustanovení § 8a odst. 6 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., lze za přestupek uvedený v ustanovení § 8a odst. 2 písm. b) uložit pokutu až ve výši do 5 000 000 Kč.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí není dle ustanovení § 66 zákona č. 231/2001 Sb., možno podat žalobu.

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno