

Spis.zn.: 2016/771/HLI/Růz  
UID:5196069

Zasedání Rady 18 / poř.č.: 18  
Dne: 04. - 05. října 2016

zpracoval: [REDACTED]

### Věc:

Různí provozovatelé; Screening červenec 2016

### Termín pro (vypravení) rozhodnutí Rady:

### Návrh na usnesení Rady:

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila se zprávou o kontrole televizního vysílání prostřednictvím screeningu za období červenec 2016, která pokrývala úseky následujících programů v těchto dnech a v těchto časech: CET 21 spol.s r.o./ Telka – 2. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 3. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 4. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 5. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 6. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ fanda – 25. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod., 27. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ NOVA – 18. července 2016 10:00 – 23:59:00 hod.; FTV Prima, spol. s r.o./ Prima – 18. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 20. července 2016 10:00:0 – 23:59:00 hod., 22. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 23. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod., 24. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod.; 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 31. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod.; FILM EUROPE, s.r.o./ KINO CS – 19. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 25. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 27. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 29. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod.

A

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) v rámci své působnosti dané ustanovením § 5 písm. a) a f) a § 59 odst. 1–3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), v platném znění, upozorňuje provozovatele FTV Prima, spol. s r.o., IČ 48115908, se sídlem Praha 8 - Libeň, Na Žertvách 24/132, PSČ 18000, na porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že dne 22. července 2016 v čase 12:53 hodin na programu Prima odvysílal obchodní sdělení s motivem „Blesk“, prezentované jako upoutávku na vlastní pořad Mordparta, které obsahovalo přímou zvukovou pobídku ke konzumaci služeb („Pozor! Již v neděli! To musíte mít! Další díl českého krimiseriálu zdarma. Prožijte příběhy Mordparty u vody či na dovolené. Pomozte vyšetřovatelům odhalit vraha a prožijte to pravé napětí. Každou neděli Prima krimi nadělí. Zdarma jako příloha nedělního Blesku.“), tedy k zakoupení nedělního vydání deníku Blesk, jehož součástí je příloha Mordparta. Obchodní sdělení, které naplňuje definiční znaky reklamy, nebylo ve vysílání rozeznatelné jako reklama a nebylo zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky odděleno od ostatních částí vysílání. Rada stanovuje lhůtu k nápravě 7 dní ode dne doručení tohoto upozornění.

A

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad v rámci své kompetence dané ustanovením § 5 písm. a) a f) a § 59 odst. 1–3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), v platném znění, upozorňuje provozovatele vysílání FTV Prima, spol. s r.o., IČ: 48115908, sídlem Praha 8 – Libeň, Na Žertvách 24/132, PSČ 180 00, na porušení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že dne 18. července 2016 od 16:19 hodin na programu Prima odvysílal pořad Přístav, který v čase 00:09:57 do 00:11:18 od začátku pořadu obsahoval nepatřičné zdůraznění umístěného

produktu Citroën. Umístěný produkt byl zpracován za využití obrazové složky, která obsahovala detailní záběry na internetové stránky zobrazující exteriér a interiér vozu Citroën Grand C4 Picasso a záběr na desky tištěného materiálu k vozu „C4“, a zvukové složky, ve které jsou zdůrazněny některé vlastnosti modelu vozu a ze které je patrné, o jaký konkrétní vůz se jedná („Auto velký... a obří kufr“; „a mohl bych mu říkat podle mého oblíbeného malíře...Pablo.“). Kombinace těchto prvků přitom znamená, že je umístěný produkt ústředním motivem dané scény a že je o něm divákům poskytnuto co nejvíce informací za účelem jeho propagace. Takovéto zpracování umístění produktu nelze hodnotit za přirozené začlenění umístěného produktu do pořadu, ale jako jeho nepatřičné zdůraznění. Rada stanovuje lhůtu k nápravě 7 dní ode dne doručení upozornění.

### Usnesení Rady:

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila se zprávou o kontrole televizního vysílání prostřednictvím screeningu za období červenec 2016, která pokrývala úseky následujících programů v těchto dnech a v těchto časech: CET 21 spol.s r.o./ Telka – 2. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 3. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 4. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 5. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 6. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ fanda – 25. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod., 27. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ NOVA – 18. července 2016 10:00 – 23:59:00 hod.; FTV Prima, spol. s r.o./ Prima – 18. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 20. července 2016 10:00:0 – 23:59:00 hod., 22. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 23. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod., 24. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod.; 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 31. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod.; FILM EUROPE, s.r.o./ KINO CS – 19. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 25. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 27. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 29. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod.

12-0-0

A

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) v rámci své působnosti dané ustanovením § 5 písm. a) a f) a § 59 odst. 1–3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), v platném znění, upozorňuje provozovatele FTV Prima, spol. s r.o., IČ 48115908, se sídlem Praha 8 - Libeň, Na Žertvách 24/132, PSČ 18000, na porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že dne 22. července 2016 v čase 12:53 hodin na programu Prima odvysílal obchodní sdělení s motivem „Blesk“, prezentované jako upoutávku na vlastní pořad Mordparta, které obsahovalo přímou zvukovou pobídku ke konzumaci služeb („Pozor! Již v neděli! To musíte mít! Další díl českého krimiseriálu zdarma. Prožijte příběhy Mordparty u vody či na dovolené. Pomozte vyšetřovatelům odhalit vraha a prožijte to právě napětí. Každou neděli Prima krimi nadělí. Zdarma jako příloha nedělního Blesku.“), tedy k zakoupení nedělního vydání deníku Blesk, jehož součástí je příloha Mordparta. Obchodní sdělení, které naplňuje definiční znaky reklamy, nebylo ve vysílání rozeznatelné jako reklama a nebylo zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky odděleno od ostatních částí vysílání. Rada stanovuje lhůtu k nápravě 7 dní ode dne doručení tohoto upozornění.

12-0-0

A

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad v rámci své kompetence dané ustanovením § 5 písm. a) a f) a § 59 odst. 1–3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), v platném znění, upozorňuje provozovatele vysílání FTV Prima, spol. s r.o., IČ: 48115908, sídlem Praha 8 – Libeň, Na Žertvách 24/132, PSČ 180 00, na

porušení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že dne 18. července 2016 od 16:19 hodin na programu Prima odvysílal pořad Přístav, který v čase 00:09:57 do 00:11:18 od začátku pořadu obsahoval nepatřičné zdůraznění umístěného produktu Citroën. Umístěný produkt byl zpracován za využití obrazové složky, která obsahovala detailní záběry na internetové stránky zobrazující exteriér a interiér vozu Citroën Grand C4 Picasso a záběr na desky tištěného materiálu k vozu „C4“, a zvukové složky, ve které jsou zdůrazněny některé vlastnosti modelu vozu a ze které je patrné, o jaký konkrétní vůz se jedná („Auto velký... a obří kufr“; „a mohl bych mu říkat podle mého oblíbeného malíře...Pablo.“). Kombinace těchto prvků přitom znamená, že je umístěný produkt ústředním motivem dané scény a že je o něm divákům poskytnuto co nejvíce informací za účelem jeho propagace. Takovéto zpracování umístění produktu nelze hodnotit za přirozené začlenění umístěného produktu do pořadu, ale jako jeho nepatřičné zdůraznění. Rada stanovuje lhůtu k nápravě 7 dní ode dne doručení upozornění.

12-0-0

### **Přílohy:**

Dokument (text materiálu, 24.8.2016, text - Screening červenec 2016); Dokument (analýza pořadu, 26.8.2016, vozovatelé@TV@FTV Prima, spol. s r.o@Prima@2016.07.18@16.19.30@Pořad Přístav (PP Citroen)); Dokument (analýza pořadu, 26.8.2016, vozovatelé@TV@FTV Prima, spol. s r.o@Prima@2016.07.22@12.51.09@Další část vysílání Mordparta (Blesk) - selfpromo, resp. část pořadu);

### **Lustrum:**

## Monitoring televizního vysílání metodou aktivního screeningu za období červenec 2016

Předkládaný materiál zpracovává výstupy screeningu níže uvedených televizních programů za období červenec 2016. Screening byl zaměřen na komplexní posouzení vysílání ve vztahu k zákonům č. 231/2001 Sb. a 40/1995 Sb. Součástí materiálu jsou analýzy jevů, které screeneři označili za potenciálně problematické z hlediska naplňování zákonných ustanovení a doporučení dalšího postupu.

### Screening červenec 2016

Datum	Od	Do	Program	provozovatel
2.7.2016	18:00	23:59	Telka	CET 21 spol.s r.o.
3.7.2016	18:00	23:59	Telka	CET 21 spol.s r.o.
4.7.2016	18:00	23:59	Telka	CET 21 spol.s r.o.
5.7.2016	18:00	23:59	Telka	CET 21 spol.s r.o.
6.7.2016	18:00	23:59	Telka	CET 21 spol.s r.o.
18.7.2016	10:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
18.7.2016	10:00	23:59	NOVA	CET 21 spol.s r.o.
19.7.2016	10:00	22:00	KINO CS	FILM EUROPE, s.r.o.
20.7.2016	10:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
22.7.2016	10:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
23.7.2016	00:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
24.7.2016	10:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
25.7.2016	12:00	23:59	fanda	CET 21 spol.s r.o.
25.7.2016	10:00	22:00	KINO CS	FILM EUROPE, s.r.o.
27.7.2016	12:00	23:59	fanda	CET 21 spol.s r.o.
27.7.2016	10:00	22:00	KINO CS	FILM EUROPE, s.r.o.
28.7.2016	10:00	22:00	KINO CS	FILM EUROPE, s.r.o.
28.7.2016	15:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.
29.7.2016	10:00	22:00	KINO CS	FILM EUROPE, s.r.o.
31.7.2016	00:00	23:59	Prima	FTV Prima, spol. s r.o.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila se zprávou o kontrole televizního vysílání prostřednictvím screeningu za období červenec 2016, která pokrývala úseky následujících programů v těchto dnech a v těchto časech: CET 21 spol.s r.o./ Telka – 2. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 3. července 2016 18:00:00–23:59:00 hod., 4. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 5. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod., 6. července 2016 18:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ fanda – 25. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod., 27. července 2016 12:00:00 – 23:59:00 hod.; CET 21 spol.s r.o./ NOVA – 18. července 2016 10:00 – 23:59:00 hod.; FTV Prima, spol. s r.o./ Prima – 18. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 20. července 2016 10:00:0 – 23:59:00 hod., 22. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod., 23. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod., 24. července 2016 10:00:00 – 23:59:00 hod.; 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 31. července 2016 00:00:00 – 23:59:00 hod.; FILM EUROPE, s.r.o./ KINO CS – 19. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 25. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 27. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod., 28. července 2016 15:00:00 – 23:59:00 hod., 29. července 2016 10:00:00 – 22:00:00 hod.

**Prima/22. července 2016/12:53 hodin/upoutávka na krimiseriál Mordparta – neoddělená reklama**

Dne 22. července po konci seriálu Komisař Rex následuje v čase 12:52 selfpromotion provozovatele oddělené předělem s moderátorskou dvojicí (viz obr. předěl 1). Selfpromotion začíná upoutávkami na filmy Vetřelci a Červený drak. Poté, bez jakéhokoli předělu, následuje „upoutávka na seriál Mordparta“ (12:53 hodin), který provozovatel dle dostupných zdrojů chystá do vysílání zařadit během konce letních prázdnin. V upoutávce je sděleno, že příběhy seriálu Mordparta budou ještě před jeho nasazením do vysílání k dispozici v tištěné podobě, konkrétně jako příloha nedělního deníku Blesk. Posléze je zařazena upoutávka na seriál Jetelín a film Noc generálů.

Obr. předěl 1



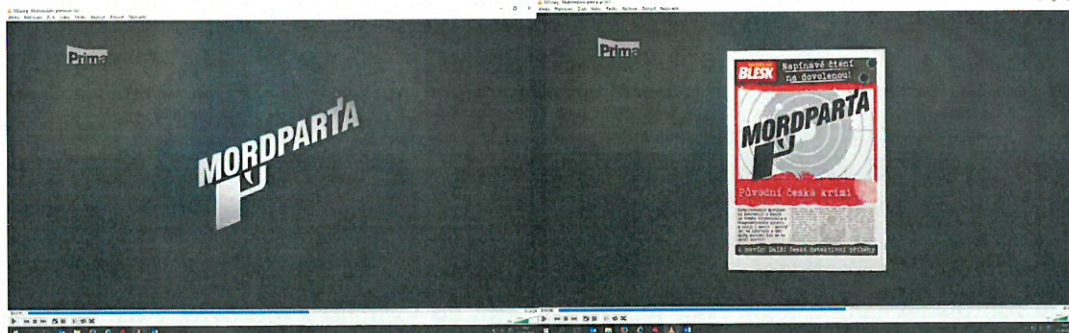
**Popis upoutávky:**

*Zvuková složka*

**Komentář: „Pozor! Již v neděli! To musíte mít! Další díl českého krimiseriálu zdarma. Prožijte příběhy Mordparty u vody či na dovolené. Pomozte vyšetřovatelům odhalit vraha a prožijte to pravé napětí. Každou neděli Prima krimi naděli. Zdarma jako příloha nedělního Blesku.“**

*Obrazová složka:*



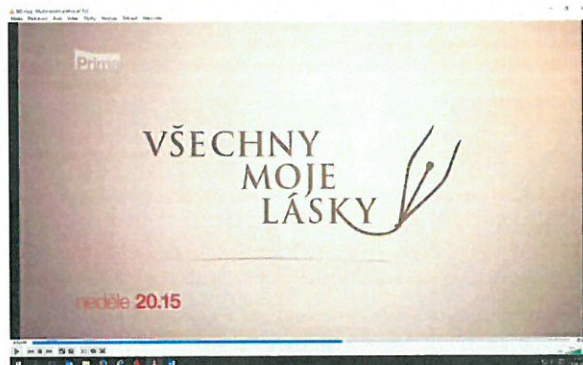


### Vyjádření AO:

Dle názoru AO se v tomto případě jednoznačně jedná o neoddělenou reklamu, která byla provozovatelem záměrně zařazena v rámci selfpromotion. Z pohledu AO je zde evidentní snaha o zařazení propagace třetího subjektu do „upoutávky na vlastní pořad“. Faktem však zůstává, že se jedná o propagaci deníku Blesk, tedy třetího subjektu. Protihodnota je taktéž zcela zjevná, divák je přímo vyzván k „aktivnímu zapojení“ („pomozte vyšetřovatelům odhalit vraha a prožijte to pravé napětí; Prožijte příběhy Mordparty u vody či na dovolené“), tedy ke konzumaci obsahu jednotlivých případů v rámci chystaného seriálu provozovatele v deníku Blesk, čímž dojde k nejen většímu zájmu o předmětný seriál, ale taktéž ke vzrůstu nákladu propagovaného tištěného média. Z pohledu AO je zde tedy zcela zřejmý vzájemný profit.

Jak je uvedeno výše, prvek byl odvysílán v rámci selfpromotion, konkrétně bezprostředně za upoutávkami na filmy Vetřelci a Červený drak. Bezprostředně po něm následovaly upoutávky na seriál Jetelín, dále na film Noc generálů. Bezprostředně po tomto je do vysílání zařazen předěl s motivem seriálu Všechny moje lásky (obr. předěl 2) a následuje blok reklamních spotů.

Obr. předěl 2



V souvislosti s výše uvedeným je AO tedy toho názoru, že prvek s motivem Všechny moje lásky má charakter předělu/oddělení reklamy od předchozího selfpromotion. Celý blok je pak zakončen předělem s moderátorkou. Viz obr. předěl 3.

Obr. předěl 3



Navíc se z pohledu AO obsah prvku výrazně neliší od běžné podoby reklamního spotu s motivem Blesk, ve kterém jsou podobným způsobem propagovány občasně bonusy pro čtenáře (různé průvodce právem atd.). Takové prvky jsou však standardně řazeny mezi reklamní spoty.

V aktuálním případě se jedná o přílohu, která je avizovaná jako „zdarma“, přičemž deník Blesk je během předmětného úseku zmíněn verbálně i vizuálně. Na rozdíl od níže uvedených magazinů, které bezprostředně souvisejí s konkrétními pořady provozovatele a které se objevují v rámci selfpromotion provozovatele (Vychytávky Ládi Hrušky apod.), se v tomto případě objevuje motiv tištěného média, konkrétně deníku Blesk, jehož vydavatelem je CZECH NEWS CENTER a. s.

### Co můžete od nového krimi seriálu Mordparta čekat? Kvalitu. Podívejte se na upoutávky



Mordparta - Vojta Kotek a Jiří Bartoška v roli vyšetřovatelů

Foto: archiv Prima

28. srpna v neděli na Primě poznáte nové lidské a profesní příběhy ukryté v policejním oddělení Mordparta. Osmidílný seriál Mordparta ukáže stejnou měrou kriminální případy, jako i osobní linky hlavních protagonistů.

Zdroj:<http://www.iprima.cz/novinky/co-muzete-od-noveho-krimi-serialu-mordparta-cekat-kvalitu-podivejte-se-na-upoutavky>

Jak bylo během monitoringu taktéž zjištěno, FTV Prima a deník Blesk navázali v tomto ohledu oficiální spolupráci, jak je mimo jiné uvedeno taktéž v tiskové zprávě ze dne 1. července 2016, kde je spolupráce označena jako „unikátní společný projekt“. (zdroj: <http://www.cncenter.cz/clanek/2322/denik-blesk-ve-spolupraci-s-ftv-prima-predstavuje-puvodni-ceskou-krimi-mordparta>).

Z pohledu AO by se mohlo jednat o tzv. cross promotion, tedy o formu vzájemné propagace více na sobě vlastnicky nezávislých subjektů. Doprovodný produkt by měl v tom případě být vytvořen také provozovatelem, resp. z jeho konzumace spotřebitelem by měl příjem plynout právě provozovateli vysílání. Takovým doprovodným produktem mohou být (vycházíme-li z dosavadní praxe provozovatelů) např. knihy (kuchařky, pohádky, magazíny), audiovizuální nosiče, veřejné akce, avšak opět za předpokladu, že současně není propagován třetí subjekt a příjem opět plyne provozovateli vysílání. V tomto případě je však evidentní, že profit z prodaných nedělních vydání obsahujících avizovanou přílohu „zdarma“ bude patřit třetímu subjektu, jelikož je v rámci předmětného vysílacího prvku přítomen odkaz na jinou právnickou či fyzickou osobu.

**§ 2 odst. 1) písm. n) zákona č. 231/2001 Sb. definuje reklamu jako „jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.“**

**Dle § 49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. je provozovatel vysílání 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“**

V případě propagace motivu Blesk během upoutávek/selfpromotion navrhuje upozornit provozovatele na porušení ustanovení § 49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., dle kterého „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“

Během monitoringu byla taktéž zaznamenána propagace filmu Sezn@mka, která se objevila v rámci přerušení, kde měla funkci předělu mezi selfpromotion a reklamou. Jak bylo z dostupných zdrojů zjištěno, Prima je hlavním partnerem filmu (viz níže).

ZN.: V KINECH OD 28. 7.

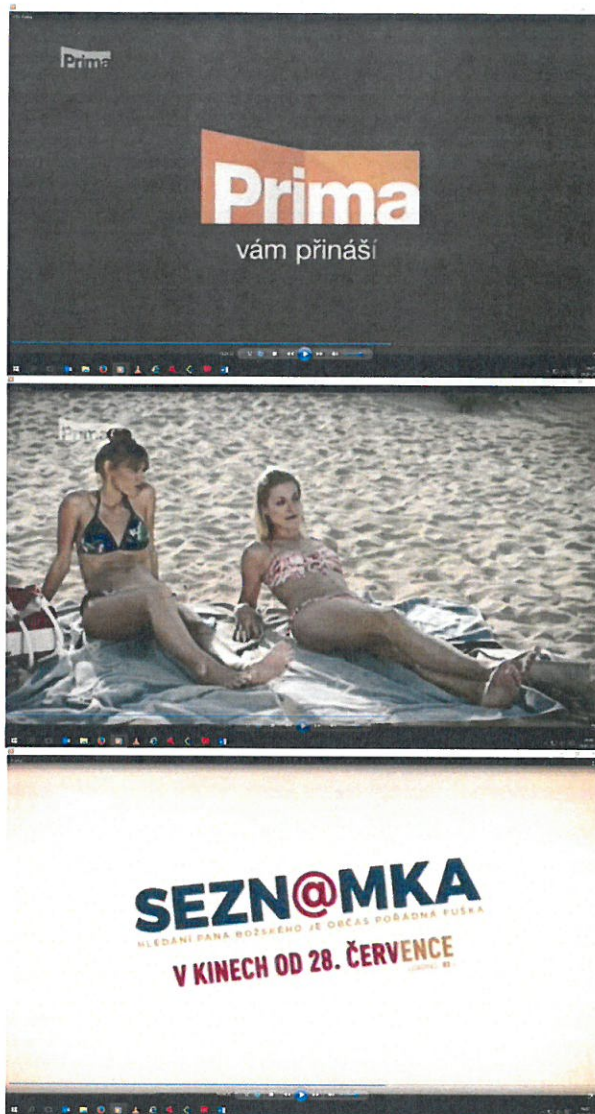
PRODUCTION: JIŘÍ LANGMajer, ZUZANA RAJNAROVÁ, ADELA KONDMKOVÁ, ŠARKA VACHULKOVÁ, KATEŘINA KLAUSOVÁ, MARIE DILEZALOVÁ, LAUDSLAV HAMPL, MARTIN KRAS, PETR VONDRÁČEK, ROM JAROSLAVA OBERMAJEROVÁ, VĚRA KUBIŠKOVÁ, JOSEF MLADÝ, PRODUCED BY: VIVA 007, IMPRODUCTION, MARTIN SAINER, MARTIN ŽILC, VĚRA KATEŘINA KLAUSOVÁ, PETRIANDA, MAREK VERONIKA, KOMPRESSOR, JIŘÍ MAHYVART, OLANA RANDE, ZITA MAHYNOVÁ

SPONSORS: VIVA 007, Prima, IMPULS Rádio, TV, CANARIA travel, TRAVEL, VIP, ARKÁDY, BIBLOO, P, BANDI, umc, BIC, STREK, YES VI AGE, LE & CO, MAKEUP INSTITUTE, zenova, EGO STUDIO, Letizia, DOKS RESTOUR

BONTONFILM www.bontonfilm.cz

Zdroj: <http://www.filmpre.cz/seznmka>





I během tohoto monitoringu vysílání byl zaznamenán trend některých celoplošných televizních programů v oddělování reklamy od dalšího vysílání. Konkrétně uplatnění výrazných grafických předělů, které oddělují od dalšího vysílání blok upoutávek na vlastní pořady spolu s blokem reklam. Bloky reklam jsou pak od bloku upoutávek na vlastní pořady oddělovány předělem, který se sám sestává z upoutávky na vlastní pořady. Významnější rozdíl mezi upoutávkami a tímto předělem je pak zejména v podstatně kratší stopáži a ve výraznějším grafickém zakončení. Pouze pro úplnost byly zaznamenány do analýzy typy těchto předělů (viz výše), závěry analýzy ve vztahu k zákonu o vysílání jsou shodné jako u programů NOVA (spis č. j. 2015/457/CHU/CET) a Prima (spis č. j. 2016/155/KRO/FTV), které byly podrobeny monitoringu v nedávné době a u nichž byl obdobný způsob oddělování reklamy taktéž zaznamenán. Při zařazování reklam do vysílání je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby reklamy a teleshopping byly snadno rozeznatelné a u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky oddělené od ostatních částí vysílání (§ 49 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.). Zákon neupřesňuje, jak má zřetelnost oddělení reklamy od ostatního obsahu vysílání vypadat, zejména neříká, že by zřetelnost oddělení měla mít rys explicitního nebo výlučného vyjádření oddělení reklamy, a neříká, že by případně měly být od sebe odděleny různé druhy reklamy.

V souvislosti s výše uvedeným, respektive v souladu s dosavadní praxí Rady, nenavrhujeme u předmětné upoutávky další postup.

Analytik zhlédl záznam dne 23. srpna 2016

**Prima/18. července 2016/16:19 hodin/Přístav (Díky, Terezo) – nepatřičné zdůraznění produktu**

V rámci předmětné epizody seriálu Přístav došlo dne 18. července 2016 k prezentaci značky Citroën (reálný začátek seriálu v čase 16:19 hodin; v programovém schématu avizováno 16:15 hodin)

**Popis scény:**

Žena (Libuše) přichází do pokoje, kde leží muž (José) a čte si noviny. Žena si k němu přisedá a začínají rozhovor. Po dialogu o článku ve sportovním zpravodajství a menší výměně názorů podává žena muži prospekt a přesvědčuje ho, že pro svou velkou rodinu potřebuje nové auto.

Libuše: „*Tak honem, honem. Už se čeká jenom na Tebe.*“

José: „*a proč se čeká na mě?*“

Libuše: „*jdeme na společnou procházku.*“

José: „*Libuško, tak přece můžu jednou chybět, ne? To bys nevěřila, co zajímavého píšou v novinách, a to mě dřív vůbec nenapadlo.*“

Libuše: „*jo?*“

José: „*no*“.

Libuše: „*zajímavější věci, než jsou tvoje děti? No tak schválně, tak mi jednu takovou zajímavou zprávu přečti*“

José: „*tak třeba Libuško, Boleslav-Sparta 2:4. domácí dvakrát srovnali, ale hosté v závěru urvali vítězství, a to je jenom titulek, chceš číst dál?*“

Libuše: „*Nene, a ty myslíš, že je to zajímavější než tvoje tři děti?*“

José: „*Libuško, podívej se, včera jsem s nima byl celej den a rád, ale dnes prostě potřebuju, aby se mi hlavou prohnali jiný informace, víš, než kolik plen počůrala Klárka*“

Libuše: „*Tak jestli se chceš už tady válet, tak mám pro tebe lepší čtení. Do vašeho auta už se všichni nevejdete a kočárek do kufru nedáte ani náhodou.*“

José: „*No pravda je, že auto bysme potřebovali...hmm. Auto velký...a obří kufr.*“

Libuše: „*No tak tohleto, tohle by se líbilo i mně.*“

José: „*Hm, to je pěkný*“

Libuše: „*Vid’?*“

José: „*A mohl bych mu říkat podle mýho oblíbenýho malíře. Pablo... no tak já se poradím s Olgou*“

Libuše: „*Měl by si to auto koupit co nejdřív*“

José: „*Myslíš, jo?*“

Libuše: „*No myslím*“

José: „*Ale přece v něm Olga bude jezdit víc než já, tak aspoň, aby si barvu vybrala.*“

Libuše: „*Ale prosimtě*“

José: „*Nojo, takže sbohem Sparto, sbohem Boleslavi, už se nikdy nedozvím, jak váš zápas probíhal.*“

Libuše: „*Můžeš si to přečíst večer*“

José: *“Libuško, co jsem na mateřský, tak usínám při druhý větě. Kdyby mi alespoň Olga předčítala jako Krupice Pepovi“*

Libuše: *„José, tak jestli to auto koupíš, tak ti slibuju, že ti večer přečtu o kolapsu Barcelony ve španělském superpoháru“*

José: *„No ale teda koukám, jak se vyznáš, tak to se těším. Ale trénuj přesnes, jo? Já jsem dost náročnej posluchač, jo?“*

Libuše: *„jo!“*

Z obrazové i zvukové stránky je patrné, že José nejprve prohlíží prospekt informující o nabídce automobilů (čas 10:07 od začátku pořadu). Patrné je označení C4. Poté prospekt odkládá a věnuje se internetovým stránkám. Ty jsou explicitně vyobrazeny prostřednictvím tří záběrů na detaily modelu Citroën Grand C4 Picasso (v časech 10:26, 10:31 a 10:43 od začátku pořadu), přičemž na stránkách se objevují nejrůznější záběry exteriéru a interiéru nabízeného modelu (viz níže). Posléze žena odchází z místnosti a následuje konec scény.



#### Vyjádření AO:

Tzv. umístění produktu (anglicky product placement, zkratka PP) je zákonem povoleno, ovšem za stanovení jistých podmínek. Pořady obsahující umístění produktu nesmějí přímo nabídat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto

zboží nebo služeb za účelem jejich propagace, nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt, divák musí být o umístění produktu v pořadu informován (na začátku, na konci a v případě přerušení reklamou nebo teleshoppingovými šoty rovněž po tomto přerušení) atd.

Předmětná epizoda byla na příslušných místech standardně vybavena piktoqramem PP, tj. informací o tom, že pořad obsahuje umístění produktu, byla uvedena na jeho začátku, po přerušení i na konci.

Vždy je velmi obtížné tvrdit, že nějaký dialog či scéna proběhla nad rámec děje. Do značné míry se jedná o zásah do tvůrčí autonomie autora, jehož záměry lze obtížně objektivně zhodnotit. Sebeabsurdnější aspekt děje může být součástí uměleckého záměru, tvůrčím ztvárněním reality, jež sama o sobě často vykazuje značně nepravděpodobné charakteristiky. Tak tomu nepochybně mohlo být i v daném případě. Ač scéna působí až nepatřičným dojmem, lze si představit, že obsažený dialog mohl mimo fiktivní svět skutečně proběhnout. Jinými slovy, zařazení uvedeného dialogu do děje je samo o sobě zcela legitimní. Co však již legitimní není, je obrazová složka, která jej doprovází. Ta obsahuje naprosto nepřirozené detailní záběry „produktu“ (viz screenshoty výše), které by ve scéně, pokud by neměla propagační účel, s největší pravděpodobností chyběly. Přestože je tedy zcela nezpochybnitelná tvůrčí svoboda autora, stejně tak jako fakt, že postavy Josého a Olgy mají tři děti, tedy velkou rodinu, což dějově souvisí, lze analytickými prostředky vyhodnotit, že dějová linka, v níž je uplatněna značka Citroën, působí nepřirozeně, spojením vizuální a verbální složky dochází k nepatřičnému zdůrazňování umístěného produktu a tedy porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

Součástí dané scény (konkrétně čas 00:09:57 – 00:11:18 od začátku pořadu) je vyobrazení přední strany prospektu a následně i opakovaného záběru na internetové stránky prodejce vozů Citroën, respektive na konkrétní model vozu Citroën C4 Grand Picasso, přičemž uživatel na stránkách, kde jsou v rámci galerie vyobrazeny různé detaily vozu, „scrolluje“ (jednotlivé záběry trvají cca 4 vteřiny). Přitom je řečeno, že se jedná o „velký auto“ s „obřím kufrem“. Dále je implicitně vyjádřena asociace s názvem modelu vozu, a sice následovně: „a mohl bych mu říkat podle mého oblíbenýho malíře. Pablo... no tak já se poradím s Olgou“.

**Scéna obsahuje naprosto nepřirozené detailní záběry „produktu“, které ve spojení s verbální složkou působí nad rámec děje.** Na základě dostupného záznamu lze jednoznačně vyvodit, že název záložky v prohlížeči je plně identifikovatelný lze - viz screenshot). Je třeba také podotknout, že ve vydání pořadu, kde je webová stránka zobrazena, je z propojení zvukové a obrazové složky patrné, o jaký konkrétní vůz, respektive jakou značku, se jedná. Cílem takové prezentace je propagace vozu.

Vzhledem k výše uvedenému navrhuje vydat provozovateli upozornění na porušení zákona, byť v minulosti již provozovatel za totožný delikt upozorněn byl. V tomto případě se sice taktéž jednalo o dramatický pořad, nicméně AO nespátřuje mezi těmito dvěma případy dostatečnou typovou shodnost.

Analytik zhlédl záznam dne 23. srpna 2016