



**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. identifikátor 302601-RRTV

Váš dopis zn. -
Naše č. j. RRTV/5109/2019-
had
Sp. zn. RRTV/2018/658/had
Zasedání Rady 7-2019/poř. č. 25

Vyřizuje: AO

Datum, místo 10. 4. 2019, Praha

NAPOMENUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) a dle § 8a odst. 2 písm. b) 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, účinného v době odvysílání obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), a ustanovení § 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 9. dubna 2019 následující rozhodnutí: Obviněný zadavatel reklamy, Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566, se uznává vinným v souladu s § 8a odst. 2 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti stanovené § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. zadáním reklamy/teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 11. února 2018 v čase od 12.00 hodin na programu KINO BARRANDOV, který je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. f) Přílohy 1 k tomuto zákonu. Moderátorka teleshoppingu v souvislosti se zavoláním do studia a zodpovězením hádanky několikrát explicitně uvedla, že mají diváci poslední šanci a prohlásila, že ji v tom režie utvrdí. Na obrazovce se následně objevil blikající nápis POSLEDNÍ ŠANCE, přestože soutěž pokračovala další půl hodiny. Moderátorka používala výrazy jako „teď, nebo nikdy“, dále např. uvedla: „Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to teď klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost.“ Soutěž ovšem skončila až o třicet minut později. Vzhledem poměrně jednoduchému úkolu a vysílacímu času v neděli po poledni mohli televizní vysílání sledovat lidé, kteří znali správnou odpověď a na základě časového presu učinili okamžité rozhodnutí, jež by za jiných okolností neučinili. Tzn., zavolali na speciálně zpoplatněnou linku s domněním, že soutěž končí a jedná se tedy o poslední příležitost, jak se do ní zapojit. Zadavatel teleshoppingu se dopustil klamavé obchodní praktiky, když nepravdivě uvedl, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí.

Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 za spáchání uvedeného přestupku trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžitý trest. Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 5 000 000 Kč.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů

řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2018658, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Linka lásky je interaktivní soutěž, v níž moderátorka postupně uvádí úkoly a vyzývá diváky, aby zavolali na telefonní číslo avizované na obrazovce, odpověděli na otázku a vyhráli finanční obnos v závislosti na tom, jak je hra těžká. Vizuální stránka studia, ve kterém poskytovatel službu natáčí, odpovídá tradiční představě o tom, jak má podobná interaktivní hra vypadat: moderátorka (ve všech záznamech žena) stojí u stolku ve studiu, jehož vzhled se mění podle aktuální hry. V některých případech je obrazovka zaplněna animacemi a moderátorka využívá prostor malého okénka vlevo (např. záznam č. 1), jindy se pohybuje ve větším prostoru spolu s tabulí, na kterou píše odpovědi diváků (např. č. 3). Kromě přepojení do studia mají diváci možnost poslouchat blíže nespecifikované poradce a horoskopy lásky.

V případě tohoto obchodního sdělení, které je označeno jako teleshopping, je nutno konstatovat, že se jedná o reklamu ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., konkrétně § 1 odst. 2, dle kterého se reklamou rozumí, předvedení či jiná prezentace šířená 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. Pokud tedy zákon č. 40/1995 Sb. hovoří ve svých ustanoveních o reklamě, pak se tato ustanovení vztahují i na teleshopping, neboť tento typ obchodního sdělení má všechny znaky reklamy, což konstatuje i definice teleshoppingu, jímž se rozumí přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu, která vyplývá z ustanovení § 2 odst. 1 písm. r) zákona č. 231/2001 Sb. Z pohledu zákona č. 40/1995 Sb., pak je zřejmé, že na předmětné obchodní sdělení jsou aplikovatelná ustanovení a tedy i požadavky tohoto zákona.

Rada rozhodla zahájit se zadavatelem obchodního sdělení, společností Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566, (dále „obviněný“), řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., kterého se mohl dopustit zadáním reklamy, respektive teleshoppingu *Linka lásky* vysílaného dne 11. února 2018 v čase od 12.00 hodin na program KINO BARRANDOV, 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. f) Přílohy 1 k tomuto zákonu.

Moderátorka teleshoppingu v souvislosti se zavoláním do studia a zodpovězením hádanky několikrát explicitně uvedla, že mají diváci poslední šanci a prohlásila, že ji v tom režie utvrdí.

Na obrazovce se následně objevil blikající nápis POSLEDNÍ ŠANCE, přestože soutěž pokračovala další půl hodiny. Moderátorka používala výrazy jako „ted“, nebo nikdy“, dále např. uvedla: „Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to ted klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost.“ Soutěž ovšem skončila až o třicet minut později. Vzhledem poměrně jednoduchému úkolu a vysílacímu času v neděli po poledni mohli televizní vysílání sledovat lidé, kteří znali správnou odpověď a na základě časového presu učinili okamžité rozhodnutí, jež by za jiných okolností neučinili. Tzn., zavolali na speciálně zpoplatněnou linku s domněním, že soutěž končí a jedná se tedy o poslední příležitost, jak se do ní zapojit. Zadavatel teleshoppingu se mohl

dopustit klamavé obchodní praktiky, když nepravdivě uvedl, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí.

Na obrazovce jsou celou dobu přítomna telefonní čísla do studia (pro volající z České republiky, Slovenské republiky a dále infolinka) a ceny hovoru – 90 Kč, resp. 2 € za minutu volání, dále nápis „VOLEJTE TEĎ NAŠÍ LINKU LÁSKY“, zadání právě probíhající soutěže a aktuální výše výhry. V průběhu soutěže se na obrazovce objevují i nápisy jako „TĚŽKÁ HRA“ nebo „ZAVOLEJTE TEĎ!“, různé animace (např. padající mince) apod. V dolní části běží po celou dobu tzv. kraul, který oznamuje:

Zavolejte na 909 90 90 99! Cena hovoru je 90 Kč/min vč. DPH (Technický agregátor Advanced Telecom Services s.r.o.). Ze Slovenské republiky 0900 700 969! Cena hovoru je 2 €/min vr. DPH (Technický agregátor Slovanet, a.s.). Volající, který odpoví správně na otázku ve studiu, bude mít možnost vyhrát pouze 3x v jednom měsíci. Přesný počet výher v každém měsíci se bude evidovat u každého výherce, podle jeho jména a telefonního čísla. Vyplacené budou pouze první 3 částky v daném měsíci. Pravidla soutěže najdete na www.rychlahra.org a www.calltv.com/linkalasky/. V dnešním pořadu Linky Lásky můžete na telefonní lince mluvit s našimi poradci, poslouchat horoskopy lásky a získat spoustu peněz. Podle podmínek hry, může volající, který zavolá na linku 909 90 90 99 a je přepojen do studia a odpoví správně na otázku, získat zajímavou peněžitou výhru. Budte to právě Vy, kdo bude dnes bohatší o spoustu peněz.

Ve vytýkaném obchodním sdělení moderátorka představuje divákům tři úkoly. Všechny tři spočívají v nalezení rozdílné fotografie dítěte v trojici obrázků. Zatímco první dva jsou poměrně snadno řešitelné, třetí rozdílný obrázek vyžaduje více pozornosti. I tak se ovšem jedná o poměrně jednoduché a viditelné řešení. Po správném zodpovězení prvních dvou úkolů následuje dlouhá pauza, ve které moderátorka přesvědčuje diváky, aby zavolali a odpověděli i na třetí hádanku.

Opakovaně spouští časomíru, avšak po jejím konci žádná změna nenastává a pořad pokračuje dále. Těsně před koncem pořadu zavolá divák a za správnou odpověď vyhrává 22 tisíc korun.



Moderátorka opakovaně upozorňovala diváky, že mají poslední šanci a blíží se konec pořadu. Dvakrát v průběhu pořadu spustila časomíru, u níž zmiňovala, že je na čase „to teď rozhodnout“, po uplynutí dvou minut, resp. minuty a půl ve druhém případě, se však nic nestalo.

V čase 01:21:56 hod, čili více než půl hodiny před koncem záznamu, uvedla: „Přátelé, ale musíte si opravdu pospíšet. Víte, jak já nerada tlačím, víte, jak já nerada na vás aplikuji nějaký nátlak, ale

prostě musím no. Jsem nucena teď, jelikož opravdu jsme na tom s časem... s časem jsme v tísní.“ Po chvíli pokračovala: „Přátelé, budu vám muset oznámit jeden fakt. Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to teď klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost. Režie mě v tom ubezpečí, režie mě v tom utvrdí, že opravdu není času nazbyt.“ Po dvou minutách se na obrazovce objevil velký blikající nápis POSLEDNÍ ŠANCE. Po jeho zmizení moderátorka prohlásila: „Vidíte, jak rychle zmizí? To byl krásný náznak toho, jak málo času máme. Ideální náznak toho, jak málo času máme. Takže pozor, teď, nebo nikdy.“ (01:25:27 hod) Poté se moderátorka odmlčela s tím, že jí došla slova, a že je ochotná mluvit pouze tehdy, až bude ve studiu výherce. Vydrželo jí to deset minut, s přesvědčováním diváků tedy začala znovu dvacet minut před koncem.

Spolu s nápisem POSLEDNÍ ŠANCE mohla slova moderátorky na diváky silně zapůsobit, zvláště v kombinaci s ujištěním, že je režie může potvrdit. Konec pořadu přitom nenastal, přestože byli diváci přesvědčováni o opaku.

Rada má za to, že slova „teď, nebo nikdy“ nelze zaměňovat s „teď, nebo kdykoliv do půl hodiny“. Lidé sledující televizní hru mohli jednat na základě nátlaku moderátorky a jejího ujištění, že mají poslední šanci se do hry zapojit. Jelikož v hádance měli za úkol najít jedinou rozdílnou fotografii ze tří, a pořad byl vysílán v neděli krátce po poledni, lze se důvodně domnívat, že existovali lidé u televizních obrazovek, kteří znali správnou odpověď a na základě časového presu učinili rozhodnutí, jež by za jiných okolností neučinili. Tzn., zavolali na speciálně zpoplatněnou linku s domněním, že soutěž končí a jedná se tedy o poslední příležitost, jak se do ní zapojit. Tvzení, jež k tomu tyto potenciální diváky přimělo, však bylo nepravdivé a mělo za úkol jediné – vytvořit atmosféru něčeho velice výhodného, dočasného a neopakovatelného.

Na základě výše uvedeného dospěla Rada k závěru, že mohlo dojít k porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., ke kterému mohlo dojít zadáním reklamy, respektive teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 11. února 2018 v čase od 12.00 hodin na programu KINO BARRANDOV, 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. f) Přílohy 1 k tomuto zákonu. Moderátorka teleshoppingu v souvislosti se zavoláním do studia a zodpovězením hádanky několikrát explicitně uvedla, že mají diváci poslední šanci a prohlásila, že ji v tom režie utvrdí. Na obrazovce se následně objevil blikající nápis POSLEDNÍ ŠANCE, přestože soutěž pokračovala další půl hodiny. Moderátorka používala výrazy jako „teď, nebo nikdy“, dále např. uvedla: „Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to teď klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost.“ Soutěž ovšem skončila až o třicet minut později. Vzhledem poměrně jednoduchému úkolu a vysílacímu času v neděli po poledni mohli televizní vysílání sledovat lidé, kteří znali správnou odpověď a na základě časového presu učinili okamžité rozhodnutí, jež by za jiných okolností neučinili. Tzn., zavolali na speciálně zpoplatněnou linku s domněním, že soutěž končí a jedná se tedy o poslední příležitost, jak se do ní zapojit.

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

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

Dle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb. se *nekalou obchodní praktikou rozumí zejména klamavé konání podle § 5 nebo klamavé opomenutí podle § 5a a agresivní obchodní praktika podle § 5b. Obchodní praktiky, které se považují za nekalé za všech okolností, jsou uvedeny v příloze č. 1 a 2 tohoto zákona.*

Dle písm. f) Přílohy 1 k zákonu č. 634/1992 Sb. jsou obchodní praktiky vždy považovány za klamavé, pokud prodávající nepravdivě uvádí, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí.

Průběh řízení o přestupku:

Řízení bylo zahájeno dne 26. 7. 2018 pod sp. zn. RRTV/2018/658/had. Rada provedla dne 7. listopadu 2018 důkaz ohledáním (zhlédnutím záznamu) dle § 54 správního řádu. Ukončení dokazování bylo provedeno prostřednictvím usnesení č. j. RRTV/2169/2019-had vypraveného dne 13. 2. 2019.

Vyjádření účastníka nebylo Radě podáno.

Správní uvážení Rady:

Ve vytykaném obchodním sdělení moderátorka představuje divákům tři úkoly. Všechny tři spočívají v nalezení rozdílné fotografie dítěte v trojici obrázků. Zatímco první dva jsou poměrně snadno řešitelné, třetí rozdílný obrázek vyžaduje více pozornosti.

I tak se ovšem jedná o poměrně jednoduché a viditelné řešení. Po správném zodpovězení prvních dvou úkolů následuje dlouhá pauza, ve které moderátorka přesvědčuje diváky, aby zavolali a odpověděli i na třetí hádanku.

Moderátorka opakovaně upozorňovala diváky, že mají poslední šanci a blíží se konec pořadu. Dvakrát v průběhu pořadu spustila časomíru, u níž zmiňovala, že je na čase „to teď rozhodnout“, po uplynutí dvou minut, resp. minuty a půl ve druhém případě, se však nic nestalo.

V čase 01:21:56 hod, čili více než půl hodiny před koncem záznamu, uvedla: „Přátelé, ale musíte si opravdu pospíšet. Víte, jak já nerada tlačím, víte, jak já nerada na vás aplikuji nějaký nátlak, ale prostě musím no. Jsem nucena teď, jelikož opravdu jsme na tom s časem... s časem jsme v tísní.“ Po chvíli pokračovala: „Přátelé, budu vám muset oznámit jeden fakt. Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to teď klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost. Režie mě v tom ubezpečí, režie mě v tom utvrdí, že opravdu není času nazbyt.“ Po dvou minutách se na obrazovce objevil velký blikající nápis POSLEDNÍ ŠANCE. Po jeho zmizení moderátorka prohlásila: „Vidíte, jak rychle zmizí? To byl krásný náznak toho, jak málo času máme. Ideální náznak toho, jak málo času máme. Takže pozor, teď, nebo nikdy.“ (01:25:27 hod) Poté se moderátorka odmlčela s tím, že jí došla slova, a že je ochotná mluvit pouze tehdy, až bude ve studiu výherce. Vydrželo jí to deset minut, s přesvědčováním diváků tedy začala znovu dvacet minut před koncem.

Spolu s nápisem POSLEDNÍ ŠANCE mohla slova moderátorky na diváky silně zapůsobit, zvláště v kombinaci s ujištěním, že je režie může potvrdit. Konec pořadu přitom nenastal, přestože byli diváci přesvědčováni o opaku.

Rada dospěla k závěru, že v souladu s analýzou a provedeným dokazováním je možno mít za to, že uvedeným jednáním došlo k naplnění jednání, které je nekalou obchodní praktikou

podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. f) Přílohy 1 k tomuto zákonu.

Moderátorka používala výrazy jako „teď, nebo nikdy“, dále např. uvedla: „Ano, jestli mi nevěříte nebo jestli jste mi nevěřili doposud, tak vám to teď klidně i napíšeme na obrazovku, jestli máte, jestli víte, že co je psáno, to je dáno. Poslední šance, poslední příležitost.“

Soutěž ovšem skončila až o třicet minut později. Vzhledem k poměrně jednoduchému úkolu a vysílacímu času v neděli po poledni mohli televizní vysílání sledovat lidé, kteří znali správnou odpověď a na základě časového presu učinili okamžité rozhodnutí, jež by za jiných okolností neučinili. Tzn., zavolali na speciálně zpoplatněnou linku s domněním, že soutěž končí a jedná se tedy o poslední příležitost, jak se do ní zapojit.

Zadavatel teleshoppingu se dopustil klamavé obchodní praktiky, když nepravdivě uvedl, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí. Došlo tak k porušení zákona.

Rada na základě výše uvedeného uznala společnost Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 vinnou pro porušení povinnosti stanovené § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. zadáním reklamy/teleshoppingu Linka lásky vysílaného dne 11. února 2018 v čase od 12.00 hodin na program KINO BARRANDOV, který je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního předpisu, tj. podle ustanovení § 4 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, respektive písm. f) Přílohy 1 k tomuto zákonu.

Rada dle ustanovení § 45 zákona č. 250/2016 Sb., rozhodla uložit pachateli Telemedia Interactv Production Home Limited, sídlem Arch. Makarios III, 195 Neocleous House P.C. 3030. Limassol Cyprus Vat: CY10147566V Company Reg. no.: HE 144566 za spáchání uvedeného přestupku trest ve formě napomenutí, kterým se pachatel výslovně upozorňuje na důsledky svého protiprávního jednání, které mu hrozí v případě opakování výše uvedeného protiprávního jednání, a to peněžitý trest.

Pachateli je možné v budoucnu uložit pokutu ve výši 5 000 000 Kč.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíckorun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2018658, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Poučení:

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

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání

elektronicky podepsáno