



Jedn. identifikátor 250867 - RRTV

Váš dopis zn. -  
Naše č. j. RRTV/11270/2017-  
rud  
Sp. zn. 2016/1160/RUD/CET  
Zasedání Rady 12-2017/poř. č. 17

TV Nova s.r.o.  
Kříženeckého náměstí 1078/5a  
15200 Praha 5

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 18. 7. 2017, Praha

## ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada) coby ústřední správní úřad v rámci své působnosti dané § 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.) a § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, vydala dne 18. července 2017 toto rozhodnutí: Rada ukládá provozovateli TV Nova s.r.o. (dříve CET 21 spol. s r.o.), IČ: 45800456, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, 152 00 Praha 5,

### **pokutu dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb. ve výši 300 000,- Kč**

za porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu Snídaně s Novou, dne 21. října 2016 od 05:55 hodin na programu NOVA, neboť tento pořad nepatřičně zdůrazňoval umístěný produkt, resp. produkty obchodního domu KIKA nábytek (např. postele, skříně, matrace, jídelní stoly, sedací soupravy, kuchyně, ložní prádlo, vánoční dekorace), které byly prezentovány prostřednictvím rozhovorů se zástupci a zaměstnanci tohoto obchodního domu v těchto vysílacích časech: 6:14:39–6:20:28, 6:24:56–6:29:39, 6:51:51–7:00:08, 7:15:21–7:20:43, 7:23:51–7:29:51, 7:43:12–7:50:20, 8:14:11–8:19:58, 8:22:32–8:25:52 hodin. Třebaže v rozhovorech bylo hovořeno i o aktuálních trendech týkajících se oblasti nábytku a dekorací, tedy o informacích zdánlivě nekomerčních, tyto trendy byly prezentovány na jednotlivých produktech obchodního domu KIKA nábytek, čímž docházelo k nepatřičnému zdůrazňování konkrétních produktů ve vysílání. Verbální prezentace produktů byly nadto silně podporovány vizuální složkou, která propagované produkty zachycovala. Současně s verbální a vizuální prezentací produktů docházelo opakovaně i k přímému vyzdvihování kvalit prezentovaných produktů, a to jak ze strany jednotlivých hostů (zástupců obchodního domu KIKA), tak ze strany redakce pořadu.

**Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet č. 3754-19223001/0710, vedený u České národní banky, variabilní symbol 20161160.**

**Účastníkovi řízení se ukládá povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1000 Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb. na účet č. 3711-19223001/0710 vedený u České národní banky, variabilní symbol 20161160. Náhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.**

**Odůvodnění:**

I.

a) Zahájení správního řízení:

TV Nova s.r.o. (dříve CET 21 spol. s r. o.) je provozovatelem televizního vysílání programu NOVA na základě licence č. 001/93, č. j. R – 060/93 (televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů) a rovněž na základě licence spis. zn. 2008/1354/zem/CET, č. j. zem/7962/2008 (televizní vysílání prostřednictvím družice).

Rada zjistila, že dne 21. října 2016 v čase od 05:55 byl na programu NOVA odvysílán pořad Snídaně s Novou, kdy část pořadu byla vysílána živě z obchodního domu KIKA Čestlice.

Pořad byl označen piktogramem „PP“ na začátku, na konci i po přerušení reklamními bloky. Vysílání vstupů z obchodního domu KIKA bylo symbolem označeno vždy ještě zvlášť na začátku každého vstupu. Předmětný pořad tak byl pořadem obsahujícím obchodní sdělení – umístění produktu.

Tab. 1: Struktura pořadu Snídaně s Novou/21.10.2016

čas	část vysílání
5:55:00 – 5:55:21	úvodní znělka
5:55:21 – 5:55:54	úvodní slovo moderátora ve studiu
5:55:54 – 5:56:18	krátké počasí
5:56:18 – 5:56:32	slovo moderátora
5:56:32 – 5:56:50	krátké zprávy
5:56:50 – 5:57:10	slovo moderátora ve studiu
5:57:10 – 5:57:27	krátké sportovní zprávy
5:57:27 – 5:57:48	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
5:57:48 – 5:59:24	vysílání z OD KIKA – úvodní vstup
5:59:24 – 6:00:00	slovo moderátora ve studiu
6:00:00 – 6:08:16	Ranní televizní noviny, Sportovní noviny
6:08:16 – 6:10:56	reklamní blok
6:10:56 – 6:11:24	blok upoutávek na další vysílání programu
6:11:24 – 6:12:58	počasí
6:12:58 – 6:14:19	přehled denního tisku
6:14:19 – 6:14:39	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
6:14:39 – 6:20:28	vysílání z OD KIKA – prezentace postelí a skříní
6:20:28 – 6:24:38	písnička
6:24:38 – 6:24:56	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
6:24:56 – 6:29:39	vysílání z OD KIKA – prezentace ložního prádla
6:29:39 – 6:30:00	slovo moderátora ve studiu
6:30:00 – 6:38:05	Ranní televizní noviny, Sportovní noviny
6:38:05 – 6:38:53	reklamní blok
6:38:53 – 6:39:52	blok upoutávek na další vysílání programu
6:39:52 – 6:41:17	počasí
6:41:17 – 6:43:41	reklamní blok
6:43:41 – 6:44:08	blok upoutávek na další vysílání programu
6:44:08 – 6:51:31	pohádka Lišákoviny
6:51:31 – 6:51:51	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
6:51:51 – 7:00:08	vysílání z OD KIKA – prezentace matrací
7:00:08 – 7:00:25	slovo moderátora ve studiu
7:00:25 – 7:08:57	Ranní televizní noviny, Sportovní noviny
7:08:57 – 7:11:17	reklamní blok

7:11:17 – 7:12:26	blok upoutávek na další vysílání programu
7:12:26 – 7:13:46	počasí
7:13:46 – 7:15:02	přehled denního tisku
7:15:02 – 7:15:21	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
7:15:21 – 7:20:43	vysílání z OD KIKA – prezentace nábytku
7:20:43 – 7:23:37	písnička
7:23:37 – 7:23:51	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
7:23:51 – 7:29:51	vysílání z OD KIKA – prezentace sedacích souprav
7:29:51 – 7:30:21	slovo moderátora ve studiu
7:30:21 – 7:38:25	Ranní televizní noviny, Sportovní noviny
7:38:25 – 7:41:03	reklamní blok
7:41:03 – 7:41:30	blok upoutávek na další vysílání programu
7:41:30 – 7:42:50	počasí
7:42:50 – 7:43:12	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
7:43:12 – 7:50:20	vysílání z OD KIKA – prezentace kuchyní
7:50:20 – 7:53:58	písnička
7:53:58 – 7:54:18	slovo moderátora ve studiu
7:54:18 – 7:59:33	Tescoma s chutí
7:59:33 – 8:00:00	slovo moderátora ve studiu
8:00:00 – 8:08:11	Ranní televizní noviny, Sportovní noviny
8:08:11 – 8:11:21	reklamní blok
8:11:21 – 8:12:20	blok upoutávek na další vysílání programu
8:12:20 – 8:13:48	počasí
8:13:48 – 8:14:11	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
8:14:11 – 8:19:58	vysílání z OD KIKA – prezentace vánočních dekorací
8:19:58 – 8:22:14	písnička
8:22:14 – 8:22:32	slovo moderátora ve studiu – přepojení do OD KIKA
8:22:32 – 8:25:52	vysílání z OD KIKA – závěrečný rozhovor na téma Vánoce, vánočních dekorací
8:25:52 – 8:28:56	reklamní blok
8:28:56 – 8:29:22	blok upoutávek na další vysílání programu
8:29:22 – 8:30:44	slovo moderátora ve studiu
8:30:44 – 8:30:59	znělka pořadu

Předmětné vydání relace Snídaně s Novou nebylo jako obvykle situováno primárně do studia, ale odehrávalo se v prostorách obchodního domu KIKA nábytek Čestlice (dále „OD KIKA“). Jak ukazuje tab. 1 celkem bylo odvysíláno devět vstupů, přičemž v osmi z nich byly postupně představovány různé produkty dostupné v daném obchodním domě (postele, skříně, matrace, povlečení, ložní prádlo, vánoční dekorace apod.). Hosty jednotlivých vstupů byli zástupci obchodního domu, kteří vystupovali jako odborníci na prezentované oblasti.

#### 1. 5:57:48–5:59:24, vysílání z OD KIKA – úvodní vstup

V prvním vstupu moderátorka relace Iveta Kořínková a Aleš Lehký přivítali diváky u speciálního vydání přímo z postele OD KIKA a informovali o tom, co diváky v daném vydání čeká. V tomto vstupu, jako jediném, nebyly explicitně propagovány žádné produkty. Moderátorka uvedli vysílání, mimo jiné, slovy:

„Každopádně budeme probírat na čem spát, v čem spát, posléze se také dostaneme na to, čím třeba tu ložnici krásně vymalovat, resp. barvy interiérový, designový... skříně, to teď momentálně řeším, takže to se mi bude hodit. Jinak kvalitní matrace, to je základ dobrého spánku. ... Každopádně taky probereme

Vánoce, protože ačkoli se nezdá, je druhá půlka října, takže Vánoce všichni už řešíme, že ano, nejenom dárky, ale také design těch Vánoc, protože to je každé rok jiný kouličky...“ (5:58:26 – 5:59:08)

## **2. 6:14:39–6:20:28, vysílání z OD KIKA – postele, skříně**

Úvodem druhého vstupu moderátoři připomněli, že se nacházejí v obchodním domě KIKA. Poté ve své řeči zdůraznili důležitost výběru správné postele a uvedli prvního hosta – produktového manažera OD KIKA Jakuba Neumanna, se kterým diskutovali na téma aktuálních trendů týkajících se postelí a skříní.

moderátor Aleš Lehký: „Všichni si říkáme postel no, to je takový jako normálka, ale ono to je strašně důležitý – výběr postele a my tady teď máme Jakuba Neumanna ... a spolu ten výběr postele vlastně probereme.“ (6:15:32–6:15:43)

Pracovní pozice Jakuba Neumanna nebyla ve vysílání explicitně prezentována, jeho pozice ale spočívala v roli odborníka v oblasti postelí a skříní. Ačkoli moderátoři v tomto vstupu kladli hostu spíše obecné dotazy o tom, jaké postele/skříně zvolit a jaké jsou aktuální trendy, vizuální složka zobrazovala konkrétní produkty obchodního domu, stejně tak host ve svých výpovědích nezůstával neutrální, resp. konkretizoval svá doporučení týkající se nákupu postelí/skříní na produkty OD KIKA.

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „Nabízíme matrace měkké i tvrdé, dobré si to vyzkoušet, protože každému vyhovuje něco jiného.“ (6:16:49–6:16:50)

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „Tady vidíte kombinovanou postel z dýhy, z kůže, velmi kvalitní.“ (6:17:44–6:17:51)

moderátor Aleš Lehký: „Já jsem vylezl ze skříně, protože k ložnici skříně patří, protože úložný prostor je strašně důležitý, všichni toho máme strašně moc. Manželky mají spoustu věcí, ložního prádla. Tak co skříně?“ (6:18:18–6:18:28)

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „U skříní to platí jako u postelí. Čím více úložného prostoru, tím je ta skříň lepší. Nabízíme skříně, které jsou od metru dvaceti šířky až po čtyři metry.“ (6:18:28–6:18:43)

moderátor Aleš Lehký: „Co vlastně dnes ty skříně všechno umí? Já si myslím, že už to není jenom o tom, že ji otevřeme, dáme do ní věci a zavřeme, ale že už nám i pomáhají v tom, aby ... koukám, že se dovírají, tak co dneska ty skříně moderní vlastně všechno umí?“ (6:18:59–6:19:10)

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „Skříně – jednak jsou klasické skříně, jako vidíme tady. Nebo jsou skříně s posuvnými dveřmi, z které jste právě vylezl. Takže to jsou dvě hlavní kategorie skříní.“ (6:19:10–6:19:20)

## **3. 6:24:56–6:29:39, vysílání z OD KIKA – ložní prádlo/peřiny**

V tomto vstupu hovořili moderátoři s Martinou Ůlveckou, ředitelkou prodeje OD KIKA, o různých materiálech ložního prádla, o tom, jakou barvu povlečení mohou zákazníci zvolit, i o tom, jak vybrat peřinu. Stejně jako v prvním vstupu se i zde moderátoři tázali zejména na aktuální trendy a tipy, přičemž Martina Ůlvecká poskytovala doporučení týkající se materiálů, barev, designu povlečení/peřin a své výroky dokládala prezentací konkrétních produktů OD KIKA.

## **4. 6:51:51–7:00:08, vysílání z OD KIKA – matrace/rošty**

Další vstup zahrnoval opět rozhovor s vedoucím nákupem Jakubem Neumannem, tentokrát na téma „jak vybrat matraci“. Prezentace produktů OD KIKA probíhala shodně jako v předchozích vstupech. Moderátoři se hosta tázali na tipy a doporučení týkající se výběru matrace (velikost, tvrdost, složení). Opět se nejednalo o neutrální prezentaci, ale prezentaci zaměřenou na produkty OD KIKA, které sloužily jako konkrétní příklady hostových doporučení a tipů. Koncem vstupu byly prezentovány stejným způsobem i rošty postelí.

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „Přesně tak, jak říkáte – nejlepší si je to vyzkoušet.“ (6:57:40–6:57:42)

moderátor Aleš Lehký: „Takže si normálně můžu lehnout...“ (6:57:42–6:57:43)

vedoucí nákupu OD KIKA Jakub Neumann: „Proto tu máme velké studio a spoustu různých modelů, aby si zákazník...“ (6:57:47–6:57:51)

## 5. 7:15:21–7:20:43, vysílání z OD KIKA – nábytek

Tento vstup zahrnoval prezentaci nábytku OD KIKA. Moderátor ve studiu uvedl vstup slovy:

„Tak se na to můžete mrknout, jak to u nich doma vypadá. Velkej obývací, koukám, kam až oko dohlédne, ty jo, slušnej bejvák, slušný, dobrý, gratuluju, tak povídejte.“ (7:15:07–7:20:20)

Následovalo vyjádření moderátorky Ivety Kořínkové:

„Pavle, jestli by můj obývací vypadal takhle, tak bych byla asi nejšťastnější, protože mám ráda nábytek a v takovém velkém obývacím bych měla nejrůznější kusy nábytku, a to bych byla opravdu happy...“ (7:20:21–7:20:33)

Poté moderátorka představila dalšího hosta – Josefa Krejčího, vedoucího obchodního domu KIKA, se kterým byly diskutovány trendy v oblasti nábytku, jež byly zcela explicitně prezentovány na produktech OD KIKA.

moderátorka Iveta Kořínková: „... Josef Krejčí je tady spolu s námi, aby nám prozradil, jaký nábytek je teď nejvíce trendy.“ (7:15:42–7:15:47)

Josef Krejčí, vedoucí OD KIKA: „Tak nejvíce trendy, asi bysme začali přímo tady za Alešem, jsou tzv. trendy komody ... zvláštnost těch komod je to, že se to vyrábí ze starých lodí, což mnoho zákazníků asi neví.“ (7:15:49–7:15:03)

Josef Krejčí, vedoucí OD KIKA: „... Je to tvrdé dřevo, které se používá na ty lodě. Tady přímo ten nábytek se vyrábí v Indii ... Zákazníci to mají velmi rádi, protože je to co kus, to originál.“ (7:16:25–7:16:35)

moderátor Aleš Lehký: „My tady v tom našem malinkém obývacím vlastně máme úplně všechno. Tak jaká je ta barevnost toho nábytku a vlastně podle čeho vybírat ty barvy, ty trendy?“ (7:16:51–7:16:59)

Josef Krejčí, vedoucí OD KIKA: „...Zákazníci se mnohdy bojí, že jim ten nábytek, nebo ty barvy nepůjdou k šedivé kanceláři, k šedivému obývacímu pokoji. Tady vidíte, že máme zkombinovaných spoustu barev, máme tady červený, máme tady fialový, máme tady bílou, černou. Zároveň to mám zkombinovaný i s kůží, se dřevem, s kožešinama, opravdu se dá kombinovat všechno ke všemu ... zákazníci se bojí, my jsme to tady ukázali, že se není čeho bát a můžete to postavit doma, jak chcete.“ (7:16:51–7:17:27)

moderátorka Iveta Kořínková: „Vy jste ukázali, že vy se toho nebojíte, a to se mi na vás líbí. Každopádně takovýhle barevný nábytek, kam by se třeba mohl hodit?“ (7:17:27–7:17:33)

moderátor Aleš Lehký: „Kamkoli ... do dětského pokoje, klidně. Máme tady i slečny, které si to vybraly do pokoje. Může se to dát do ložnice. Zákazníci si to berou i do kanceláří ... takže opravdu na odpočinek super. Ten interiér se tím rozbije... není to šedivé a zákazníci to chtějí.“ (7:17:27–7:22:55)

## 6. 7:23:51–7:29:51, vysílání z OD KIKA – sedací soupravy

V tomto vstupu byly prezentovány sedací soupravy. O aktuálních trendech a typech sedacích souprav hovořili moderátoři s vedoucím nákupního oddělení Vojtěchem Čápem. Z jeho vyjádření se mohli diváci dozvědět o tom, jak vybrat sedací soupravu, jaké možnosti nabízejí sedací soupravy s relaxačními funkcemi, jaké jsou dostupné tvary, materiály a barvy sedacích souprav, jaké jsou rozdíly mezi látkovými a

koženkovými či koženými potahy, nebo o tom, jak vybrat sedací soupravu na míru. Trendy a typy v oblasti sedacích souprav byly prezentovány opět na produktech OD KIKA, společně se zdůrazňováním jejich charakteristik a kvalit.

moderátorka Iveta Kořínková: „... ale tady, tohle totiž ve Snídani s Novou nemáme, se sedí naprosto báječně, protože tady nejenomže sedíš, ale můžeš tady ležet, můžeš tady usnout, můžeš koukat na telku a můžeš se mít naprosto fantasticky.“ (7:23:53–7:24:11)

vedoucí nákupní oddělení OD KIKA Vojtěch Čáp: „Ano je tam obrovská škála na výběr. Když jsme mluvili o kůžích, tak prostě výběr z těch kůží je obrovský, barevnost, ale i různé materiály. ... I v těch látkách je prostě obrovský výběr a jsou samozřejmě obrovské rozdíly v kvalitě těch látek. Jsou látky, které mají jednotlivé impregnované vlákna a ty mají prostě vysokou odolnost a hlavně funkci při čištění ... jde o to, když vám ji dítě počmárá tužkou, nebo kydnete kečup .. běžné zašpinění, vezmete vlhký hadřík a třeba i na bílé sedačce opravdu tu tužku dostanete dolů.“ (7:26:30–7:27:25)

## **7. 7:43:12–7:50:20, vysílání z OD KIKA – kuchyně**

V první části tohoto vstupu bylo hovořeno o trendech v oblasti kuchyňských linek a vybavení kuchyní. Rady, tipy a doporučení pronášel opět vedoucí nákupního oddělení OD KIKA Vojtěch Čáp. Stejně jako v předešlých vstupech, konkrétní produkty OD KIKA byly divákům prezentovány jak prostřednictvím verbální, tak vizuální složky vysílání.

vedoucí nákupní oddělení OD KIKA Vojtěch Čáp: „No právě ... tu ergonomii může podporovat i to jednotlivé plánování v těch kuchyních. Takže například vám práci může snadno velmi usnadnit myčka zaplánovaná do výšky [otevřít dvířka kuchyňské linky se zabudovanou myčkou]. Je to mnohem snazší, než se prostě ohýbat.“ (7:45:42–7:45:54)

moderátor Aleš Lehký: „No a pak jsme také viděli různé ty typy barev, to znamená, dekorů, že prostě každý má jiný styl toho, co má rád.“ (7:46:16–7:46:23)

vedoucí nákupní oddělení OD KIKA Vojtěch Čáp: „Přesně, ten výběr je obrovský. Ono dnes se to pohybuje v mnoha odstínech bílé. Vidíte, že ty odstíny můžou být různé...“ (7:46:23–7:46:33)

Ve druhé části vstupu hovořila moderátorka s Dagmar Christovovou, designérkou OD KIKA, o jídelních stolech, židlicích a prostírání (dle velikosti, materiálu), i zde byly prezentovány konkrétní produkty.

moderátorka Iveta Kořínková: „...Co ty materiály, tohle he ze dřeva?“ (7:47:23–7:47:25)

Dagmar Christovová, designérka OD KIKA: „Ano, toto je masivní dřevo, který bych volila jako solitér interiéru. Toto dřevo má úpravu jako zvětralé dřevo.“ (7:47:25–7:47:35)

moderátorka Iveta Kořínková: „Vypadá to krásně.“ (7:47:35–7:47:36)

Dagmar Christovová, designérka OD KIKA: „A i je zajímavý tím, že tady má nerovnou hranu..., která kopíruje růst stromu“ (7:47:36–7:47:44)

moderátorka Iveta Kořínková: „Vypadá to neuvěřitelně přirozeně.“ (7:47:44–7:47:46)

## **8. 8:14:11–8:19:58, vysílání z OD KIKA – vánoční dekorace**

V předposledním vstupu bylo hovořeno opět s designérkou OD KIKA Dagmar Christovovou, která zde prezentovala vánoční dekorace, jež jsou pro letošní sezónu trendy, a radila, jaké dekorace vybrat. Prezentace probíhala opět na konkrétních produktech OD KIKA, přičemž i zde byly vyzdvihovány vlastnosti produktů:

Dagmar Christovová, designérka OD KIKA: „... taky je zajímavé, pro zpáteční stůl, třeba zvolit takový klubový talíř se tomu říká, a tento talíř zůstává celou dobu na stole. A aby byl právě jako takový zpestřený, tak...[ukazuje na dekoraci pod ním]“ (8:18:55–8:19:08)

moderátorka Iveta Kořínková: „A to peří, to je zase romantika. Vypadá to krásně.“ (8:19:08–8:19:10)

moderátor Aleš Lehký: „Máme tady i takovou speciální sadu, trošičku slavnostnější příbory.“ (8:19:10–8:19:13)

Dagmar Christovová, designérka OD KIKA: „Ano, od švýcarského výrobce. Velmi luxusní. Jsou v provedení stříbrném, jsou i v provedení zlatém, a i v černém.“ (8:19:13–8:19:22)



## 9. 8:22:32 – 8:25:52, vysílání z OD KIKA – vánoční dekorace

Hostem posledního vstupu byl Jakub Střeštík, generální ředitel společnosti KIKA. Také s ním bylo hovořeno o vánočních dekoracích, i o blížících se Vánocích obecně. Úvodem rozhovoru se moderátorka tázala hosta na jeho osobní postoj k Vánocům i na to, jakým způsobem se na Vánoce připravuje. Host odpověděl, že Vánoce pro něj nejsou stresovou záležitostí a popsal své nákupní chování před Vánocemi slovy: „...jakmile přijde konec listopadu, začátek prosince, tak se v nás trošičku jako otevře ta romantická stránka. Začneme se dívat co dárečky, co dekorace, co nového zase pořídit do domácnosti a myslím si, že jsme dneska našim zákazníkům a vašim divákům nějaké tipy dali, takže to jsem moc rád.“ (8:23:35–8:23:51). Dále se moderátoři hosta tázali, zda již má nakoupené dárky, zda má představu o tom, co bude k Vánocům pořizovat a jaká je jeho role v rodině o Vánocích. Na otázku, zda má doma vánoční stromek živý či umělý, host odpověděl: „samozřejmě živý, ale musím samozřejmě říct, že v našem sortimentu se dají ještě dnes nalézt stromky, které jsou téměř k nerozeznání od těch opravdových, živých. A chápu, že spousta lidí preferuje stromky umělé.“ (8:24:39–8:24:49). I v tomto vstupu tak došlo k prezentaci produktů OD KIKA.

### Rozbor:

*Dle § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoliv podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.*

*Dle § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístěný produkt.*

Umístěním produktu bylo v předmětném vydání nepochybně samo místo vysílání – obchodní dům KIKA nábytek i prezentované produkty tohoto obchodního domu. Hodnocené vydání bylo pojato jako speciál. Cílem provozovatele mohla být snaha změnou formátu, resp. prostředí, oživit pořad, volba obchodního domu pak byla spojována s blížícím se obdobím Vánoc. Místo konání i prezentované produkty se ale staly ústředním prvkem daného vydání. Účelem jednotlivých vstupů bylo bez pochyby představit a propagovat

produkty, které obchodní dům nabízí, ačkoli moderátoři rámovali rozhovory s jednotlivými hosty (zástupci OD KIKA) jakožto rozhovory o aktuálních trendech v jednotlivých diskutovaných oblastech. Prostřednictvím rozhovorů se zástupci OD KIKA bylo divákům postupně představeno celé portfolio produktů daného obchodního domu. Ačkoli diváci nebyli explicitně vyzýváni k návštěvě daného obchodního domu a koupi produktů, a některé pasáže byly koncipovány obecněji ve smyslu „jak si správně vybrat postel/matraci“, „nadesignovat kuchyňskou linku/obývací pokoj“, či obecně jaké jsou aktuální trendy v oblasti nábytku, většina výpovědí se vztahovala ke konkrétním produktům a měla tak komerční vyznění. Verbální prezentace produktů byly v jednotlivých vstupech nadto silně podporovány vizuální složkou, která propagované produkty zachycovala. Současně s prezentací produktů docházelo opakovaně i k přímému vyzdvihování kvalit a vlastností prezentovaných produktů, a to jak ze strany jednotlivých hostů (zástupců obchodního domu KIKA), tak ze strany redakce. Charakter a cíl daného vysílání byl v závěrečném vstupu potvrzen i jedním z hostů (generálním ředitelem společnosti KIKA Jakubem Štřešítkem), který na obecnou otázku moderátorky, jak se připravuje na Vánoce, odpověděl mimo jiné slovy: „...jakmile přijde konec listopadu, začátek prosince, tak se v nás trošičku jako otevře ta romantická stránka. Začneme se dívat co dárečky, co dekorace, co nového zase pořídít do domácnosti a myslím si, že jsme dneska našim zákazníkům a vašim divákům nějaké tipy dali, takže to jsem moc rád.“ (8:23:35–8:23:51).

**S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 22. zasedání konaném dne 6. prosince 2016 zahájit s provozovatelem CET 21 spol. s r.o. (dnes TV Nova s.r.o.) , IČ: 45800456, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, Praha 5, PSČ 152 00, správní řízení z moci úřední pro možné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se mohl dopustit odvysíláním pořadu Snídaně s Novou, dne 21. října 2016 od 05:55 hodin na programu NOVA, neboť tento pořad nepatřičně zdůrazňoval umístěný produkt, resp. produkty obchodního domu KIKA nábytek (např. postele, skříně, matrace, jídelní stoly, sedací soupravy, kuchyně, ložní prádlo, vánoční dekorace), které byly prezentovány prostřednictvím rozhovorů se zástupci a zaměstnanci tohoto obchodního domu v těchto vysílacích časech: 6:14:39–6:20:28, 6:24:56–6:29:39, 6:51:51–7:00:08, 7:15:21–7:20:43, 7:23:51–7:29:51, 7:43:12–7:50:20, 8:14:11–8:19:58, 8:22:32–8:25:52 hodin. Třebaže v rozhovorech bylo hovořeno i o aktuálních trendech týkajících se oblasti nábytku a dekorací, tedy o informacích zdánlivě nekomerčních, tyto trendy byly prezentovány na jednotlivých produktech obchodního domu KIKA nábytek, čímž docházelo k nepatřičnému zdůrazňování konkrétních produktů ve vysílání. Verbální prezentace produktů byly nadto silně podporovány vizuální složkou, která propagované produkty zachycovala. Současně s verbální a vizuální prezentací produktů docházelo opakovaně i k přímému vyzdvihování kvalit prezentovaných produktů, a to jak ze strany jednotlivých hostů (zástupců obchodního domu KIKA), tak ze strany redakce pořadu.**

Oznámení o zahájení správního řízení bylo provozovateli doručeno dne 19. prosince 2016 a tímto dnem bylo zahájeno správní řízení ve věci. Zároveň byla účastníku řízení stanovena lhůta 30 dní pro písemné vyjádření.

Současně Rada požádala účastníka řízení o zaslání obchodních smluv, na jejichž základě došlo k zařazení předmětného umístění produktu do vysílání programu NOVA.

#### b) Vyjádření účastníka řízení:

Dne 18. ledna 2017 bylo Radě doručeno vyjádření účastníka řízení, kde uvedl následující:

Vysílání pořadu představovalo speciální díl označený jako „Snídaně s Novou na cestách“, přičemž smyslem těchto dílů je zařadit do vysílání živé vstupy z různých lokalit mimo obvyklé studio a prostřednictvím těchto vstupů informovat televizní diváky o zajímavých místech, akcích či aktuálních trendech.



V souvislosti s pořadem uzavřel účastník řízení smlouvu se společností MÉDEA a.s., coby agenturou zastupující společnost KIKA Nábytek s.r.o. Předmětem smlouvy je spolupráce smluvních stran při výrobě pásma lifestyleových a informačních děl s názvem „Snídaně s Novou na cestách“. Smluvní strany se dohodly, že tato agentura zajistí účastníku řízení natáčení v prostorách prodejny KIKA a uhradí účastníku příspěvek na výrobu pořadu v dohodnuté výši. V souvislosti s tímto příspěvkem se účastník zavázal na začátku a na konci pořadu uvést společnost KIKA jako sponzora pořadu.

Rada dle účastníka nikterak neprokázala, že umístěním produktu je v daném případě prezentace obchodního domu KIKA. Tuto skutečnost Rada dovozuje pouze z označení pořadu piktogramem PP. Natáčení pořadu probíhalo přímo v obchodním domě KIKA, kde se nacházeli moderátoři, kteří prostřednictvím rozhovorů s odborníky představovali televizním divákům aktuální trendy v bydlení. Je nepochybné, že pořad týkající se bydlení, a zejména pak aktuálních trendů a možností v bydlení, nemůže vzniknout bez vyobrazení konkrétních kusů nábytku. Pořízení takových rekvizit do studia není možné z důvodů finančních i kapacitních. Právě proto probíhalo vysílání v prostorách obchodního domu KIKA, což pro daný typ pořadu není nikterak neobvyklé. Vyobrazený nábytek a zařízení domácnosti nepředstavovaly umístění produktu ve smyslu ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., ale zařazení rekvizit nezbytných pro výrobu pořadu.

Předmětná úhrada peněžního plnění dle smlouvy byla příspěvkem na výrobu pořadu a v souladu s tím byla společnost KIKA uvedena na začátku i na konci jako sponzor pořadu. Úhrada však nepokrývala umístění produktů společnosti KIKA. Nebyla zde poskytnuta žádná protihodnota ve vztahu k umístěvanému produktu a vyobrazený nábytek sloužil jako kulisy.

Pořad byl sice označen piktogramem PP, nicméně k tomu došlo proto, že užití rekvizity mají významnou hodnotu. Takový postup je ostatně předvídan směrnicí Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010, která uvádí, že bezplatné poskytnutí zboží nebo služeb jako například rekvizit nebo cen, by mělo být považováno za umístění produktu pouze tehdy, pokud toto zboží nebo služby mají významnou hodnotu. Proto účastník označil pořad piktogramem PP, neboť pro jeho výrobu byly užity rekvizity významné hodnoty propůjčené společností KIKA.

Účastník řízení je toho názoru, že v pořadu se žádné rysy nepatřičného zdůrazňování produktu neobjevily. Jak vyplývá z doporučení Rady, mělo by se nepatřičné zdůrazňování vztahovat k určitému konkrétnímu produktu. S ohledem na charakter pořadu by tak divák po jeho zhlédnutí měl mít zájem zakoupit si právě ten konkrétní produkt společnosti KIKA, na jehož významné vlastnosti byl v televizním vysílání upozorněn. Veškerá doporučení a informace, které v pořadu zazněly, byly natolik obecné, že dle přesvědčení účastníka řízení nemohly u televizního diváka vzbudit zájem o zakoupení konkrétní postele, matrace či skříně, právě s ohledem na jejich specifické vlastnosti, o nichž by se v pořadu dozvěděl.

Účastník řízení se domnívá, že požadavky na nepatřičné zdůrazňování produktu se musí odvíjet právě i od typu pořadu, takže některé prvky sice mohou působit nepatřičně u hrané tvorby, ale ne u pořadu, u něhož jsou podobné informace běžně zařazovány. Pro pořad Snídaně s Novou a zejména pak pro jednotlivé živé vstupy představující lifestyleová a informační pásma jsou rozhovory o nových trendech a výrobcích zcela běžné a přirozené. V posuzovaném případě se jednalo o živé vysílání pořadu a záběry KIKA se objevily pouze nahodile v návaznosti na průběh rozhovoru mezi moderátory a jednotlivými hosty pořadu. Veškeré vyobrazení produktů obchodního domu KIKA mělo čistě informativní charakter, nikoli propagační. U žádného z produktů umístěných v obchodním domě nebyly hodnoceny jeho konkrétní funkce ani vlastnosti. Je nutno zohlednit téma pořadu, jež poskytuje divákům rady, tipy a doporučení týkající se bydlení, proto je nutno pořad situovat právě do prostředí, kde se veškeré vybavení bytu nachází na jednom místě. Stejným způsobem není možné vyrobit pořad o automobilech bez vyobrazení konkrétních modelů aut, či obdobně

pořad o cestování bez zmínění destinací. V takových pořadech je běžnou součástí hodnocení určitých parametrů jednotlivých výrobků a jejich srovnávání. Výjimkou není ani vyzdvihování určitých vlastností prezentovaných produktů, včetně užívání superlativů, zobrazování značek apod.

Účastník řízení namítá, že Rada nspecifikovala, jaký konkrétní produkt byl v pořadu nepatřičně zdůrazňován a v jakém jednání spatřuje porušení zákona. V pořadu dle účastníka řízení zazněly jen informace obecné, žádný produkt nebyl vychvalován a ani nezaznělo žádné produktové označení zboží. Žádný z výrobků tak nebyl pro diváka identifikovatelný.

Účastník je toho názoru, že generální ředitel KIKA pouze divákům připomněl, že v souvislosti s blížícími se vánočními svátky byly prezentovány aktuální trendy v bydlení včetně vánočních dekorací, nikoli však, že by televizní diváci měli vánoční dárky nakupovat právě v obchodním domě KIKA.

Účastník rozporuje typovou shodnost nyní posuzovaného jednání a jednání, které bylo předmětem předchozího upozornění na porušení zákona. Uvádí, že v obou případech šlo o jiný skutkový stav. V nyní posuzovaném případě nezazněla ani jedna zmínka o tom, jaké konkrétní produkty či služby jsou zákazníkům nabízeny. Veškeré záběry na produkty společnosti KIKA se vztahovaly pouze k obecným informacím. Skutečnost, že KIKA je prodejcem nábytku, je nepochybně všeobecně známa. Každý televizní divák patrně disponoval informací o tom, že v prodejnách KIKA může pořídit vybavení kuchyně, skříně, postele, matrace, apod. již před samým vysláním pořadu. O nepatřičné zdůrazňování by se jednalo v případě, že by byly vyzdvihovány vlastnosti určitého konkrétního výrobku, což se však nestalo. Stejně nelze souhlasit ani s tím, že by jednotlivé sekvence neměly žádnou přidanou hodnotu, když právě podstatou celého pořadu bylo poskytnout doporučení a aktuální informace ohledně bydlení. V celém pořadu se neobjevila ani zmínka o určité výhodě, která by s návštěvou obchodního domu byla spojena.

c) Další postup v rámci správního řízení:

Rada požádala Asociaci televizních organizací (ATO) o sdělení sledovanosti programu NOVA ze dne 21. října 2016 od 06:00 do 09:00 hodin. Žádost byla ATO doručena dne 19. prosince 2016. Do dne vypravení tohoto rozhodnutí však Rada neobdržela žádnou odpověď.

**Rada na svém 7. zasedání konaném dne 4. dubna 2017 provedla důkaz zhlédnutím záznamu pořadu Snídaně s Novou odvysílaného dne 21. října 2016 od 05:55 hodin na programu NOVA. Dokazování potvrdilo skutečnosti tvrzené v zahájení správního řízení.**

Dne 4. května 2017 bylo účastníku řízení doručeno oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování a byla mu stanovena lhůta 20 dní pro písemné vyjádření. Účastník řízení se ve věci již dále nevyjádřil.

## II.

### **Samotným projednáním věci se Rada zabývala na svém 12. zasedání konaném dne 18. července 2017 a dospěla k následujícím závěrům:**

*Dle § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoliv podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.*

*Dle § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatříčně zdůrazňovat umístěný produkt.*

Účastník řízení v první řadě zasílá smlouvu „o spolupráci“ uzavřenou se společností MÉDEA, a.s. (jež zastupuje společnost KIKA Nábytek s.r.o.), jejímž předmětem je „spolupráce při výrobě pásma lifestyleových a informačních audiovizuálních děl s názvem Snídaně s Novou – na cestách... který bude vysílán na TV NOVA dne 7. října 2016 v době od 06:00 do 08:50 hodin“. Smluvní strana MÉDEA, a.s., se v čl. 5 smlouvy zavázala, že v pořadu nezazní výzva k nákupu ve formě přímé výzvy, případně ve formě nepřímé výzvy, pochvalná sdělení společnosti nebo jejích výrobků, srovnání s jinými výrobky nebo službami, uvádění ceny, telefonního čísla, prezentace zvláštních akcí (například „sleva 20%“), zobrazení detailního balení produktu a obecně jakékoli reklamní vyznění. Agentura MÉDEA, a.s., se zavázala uhradit příspěvek na výrobu pořadu ve výši 279 650 Kč. Ačkoli se účastník řízení snaží Radu přesvědčit o opaku, pak všechny okolnosti jednoznačně nasvědčují tomu, že se v daném případě právě o umístění produktu jednalo. Společnost KIKA nábytek s.r.o. uhradila společnosti TV Nova s.r.o., takřka 300 tisíc Kč za to, že v prostorách jejího obchodního domu proběhne natáčení celého pořadu Snídaně s Novou, přičemž je povoleno zabírání obchodní firmy, jednotlivých produktů, jejich charakteristika atd., stejně tak jako prostory společnosti apod. V článku 5 smlouvy je jinými slovy této společnosti zakázáno, aby v průběhu vysílání došlo k nepatříčnému zdůraznění umístěného produktu, případně k nabádání k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace. Veškeré zákazy, které ve smlouvě figurují, zcela korespondují se zákazy, které na umístěný produkt klade zákon o vysílání, případně které zmiňuje Rada ve svém, účastníkem řízení zmiňovaném, doporučení v souvislosti s vysíláním pořadů obsahujících umístění produktu. Ačkoli smlouva nebyla nazvána přímo jako smlouva o umístění produktu, pak je nutno ji hodnotit podle jejího obsahu, nikoli dle formálního označení.

Účastník řízení uvádí, že bylo nezbytné natočit pořad právě v prostorách obchodního domu s nábytkem, neboť chtěl zpřístupnit divákům informace o nových trendech v bydlení, informace čistě lifestyleového charakteru. Proto byl nucen uzavřít se společností KIKA nábytek s.r.o., tuto smlouvu o spolupráci, jelikož sám by nemohl do studia nábytek opatřit a pořad by nebyl zdaleka tak kvalitní, jako přímo z prostředí obchodního domu. V tom případě je ovšem nutno se ptát, proč když účastník řízení vlastně požadoval služby po tomto obchodním domě (poskytnutí prostor na natáčení, na technické zázemí apod.), tak proč úplatu ve výši takřka 300 tisíc Kč poskytovala společnost KIKA jemu, nikoli on jí. Je tedy zřejmé, že ten, kdo z natáčení pořadu především těžil, byla právě společnost KIKA nábytek, s.r.o., a to právě prostřednictvím umístění produktu. Na základě uvedeného je tak zřejmé, že KIKA nábytek, s.r.o., respektive služby a výrobky této společnosti byly právě oním umístěným produktem. Není myslitelné, že by jím v daném případě bylo cokoli jiného. Účastník řízení namítá, že daná úhrada pokrývala příspěvek na výrobu pořadu, nikoli umístění produktu. Jak však bylo již uvedeno, příspěvek by v takovém případě měl být spíše ze strany toho, kdo prostory pro natáčení využívá, nikoli naopak.

Jak vyplynulo z provedeného dokazování, na konci i na začátku pořadu Snídaně s Novou bylo uvedeno oznámení o sponzorování pořadu společností KIKA Nábytek s.r.o., ovšem to nikterak nevylučuje, že by tato společnost nemohla být zároveň umístěným produktem. Jak vyplývá z poskytnuté smlouvy, pak se rozhodně nejedná o pouhou smlouvu o sponzorování, ona „spolupráce“ má velice široký rozsah, jsou jasně specifikovány záležitosti, které proběhnou přímo ve vysílání pořadu. KIKA nábytek s.r.o., tedy určitě nebyla pouhým sponzorem, ale uzavřela se společností TV Nova s.r.o., jasnou smlouvu o umístění produktu.

I pokud by zde nefigurovala úplata ve výši 279 650 Kč, i tak by bylo možno jednoznačně hovořit o umístění produktu, neboť zde došlo i k oné „jiné protihodnotě“, jak ji vyžaduje ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb. Společnost KIKA s.r.o. souhlasí s poskytnutím prostor svého obchodního domu k natáčení

pořadu Snídaně s Novou, když tyto prostory, včetně obchodní firmy, sortimentu a služeb budou ve vysílání pořadu prezentovány.

Argumentace účastníka řízení, že označení pořadu piktogramem PP bylo užito z toho důvodu, že rekvizity mají významnou hodnotu, je poněkud zcestná. Účastník řízení totiž dále uvádí, že směrnice Rady 2010/13/EU uvádí, že „bezplatné poskytnutí zboží nebo služeb, jako např. rekvizit nebo cen, by mělo být považováno za umístění produktu pouze tehdy, pokud toto zboží nebo služby mají významnou hodnotu“. Tím tedy zcela vyvrací svou předchozí argumentaci, že KIKA nábytek s.r.o. a její výrobky nebyly umístěným produktem. Přijmeme-li tuto argumentaci, pak dokonce tedy ani v daném případě není zapotřebí ze strany Rady prokazovat úplatu ani obdobnou protihodnotu, když účastník řízení je toho názoru, že i bezplatné poskytnutí zboží nebo služeb (rekvizit) je zde nutno považovat za umístění produktu. Účastník řízení uvádí, že označil pořad piktogramem PP, neboť pro jeho výrobu byly užity rekvizity významné hodnoty propůjčené společností KIKA. Je tedy naprosto jednoznačné, že KIKA nábytek s.r.o., byl umístěným produktem.

Účastník řízení namítá, že nepatřičné zdůraznění produktu by se mělo vztahovat k určitému konkrétnímu produktu, kdy po zhlédnutí pořadu by měl divák mít zájem si tento produkt zakoupit. V pořadu však dle účastníka žádné informace o konkrétním produktu nezazněly a nemohly tedy u diváka vzbudit zájem. Ani tato úvaha není správná. Nikde není řečeno, že umístěným produktem může být pouze jeden produkt. Ve vysílání předmětného pořadu došlo ke kumulaci mnoha různých výrobků společnosti KIKA nábytek s.r.o. (postele, skříně, matrace, jídelní stoly, sedací soupravy, kuchyně, ložní prádlo, vánoční dekorace apod.), jejichž prezentace ve své jednotlivosti, ale především jako celek u diváka vzbudila zájem nejen o jednotlivé produkty, ale rovněž také o celý obchodní dům s nábytkem KIKA. Divákovi byly prezentovány rozličné výrobky, které u něj mohly probudit zájem nejen o ně, ale i o další sortiment společnosti. Nebylo nutné, aby diváka zaujal ten který konkrétní kus nábytku, ale KIKA jako celek. Umístěným produktem byl tedy v daném případě obchodní dům KIKA jako celek a dále jednotlivé prodávané produkty. I kdyby divák neměl zájem o konkrétní prezentovaný produkt, zcela jistě u něj vzbudil zájem obchodní dům jako celek, s nepřeberným, kvalitním, různorodým sortimentem. Jak Rada uvedla v oznámení o zahájení správního řízení, pak i zdánlivě nekomerční informace mohou prezentací na jednotlivých produktech obchodního domu KIKA vyvolat propagování těchto výrobků, potažmo obchodního domu jako celku.

Rada si je samozřejmě vědoma, že požadavky na nepatřičné zdůrazňování produktu se do jisté míry odvíjí od typu pořadu; vždy je třeba uvažovat nad dramaturgicko-režijním opodstatněním prezentace umístěných výrobků, a to ať už se jedná o pořady lifestyle, pořady o automobilech či cestování, jak zmiňuje účastník řízení. Rada vždy způsob umístění produktu do pořadu hodnotí individuálně, s ohledem na celkový kontext pořadu, na to, zda působí začlenění produktu přirozeně a zda nedochází k některým jevům popsaným v doporučení Rady. Rada však v daném případě nemůže souhlasit, že záběry na produkty se v daném případě objevily nahodile v návaznosti na průběh rozhovoru, ani že zobrazení produktů bylo čistě informativní. Jak již bylo uvedeno výše, umístěným produktem byl v předmětném pořadu zejména sám obchodní dům KIKA (ten byl několikrát výslovně jmenován). Místo konání i prezentované výrobky byly ústředním prvkem pořadu. Účelem jednotlivých vstupů bylo nikoli nezávisle informovat o trendech v bydlení, ale představit a prezentovat produkty, které obchodní dům nabízí. Prostřednictvím rozhovorů se zástupci OD KIKA bylo divákům postupně představeno celé portfolio produktů daného obchodního domu. Ačkoli diváci nebyli explicitně vyzýváni k návštěvě daného obchodního domu a koupi produktů, a některé pasáže byly koncipovány obecněji ve smyslu „jak si správně vybrat postel/matraci“, „nadesignovat kuchyňskou linku/obývací pokoj“, či obecně jaké jsou aktuální trendy v oblasti nábytku, většina výpovědí se vztahovala ke konkrétním produktům a měla tak komerční vyznění. Verbální prezentace produktů byly v jednotlivých vstupech nadto silně podporovány vizuální složkou, která propagované produkty zachycovala. Současně s prezentací produktů docházelo opakovaně i k přímému vyzdvihování kvalit a vlastností prezentovaných produktů, a to jak ze strany jednotlivých hostů (zástupců obchodního domu KIKA), tak ze strany redakce.

Jelikož pořad byl natočen přímo účastníkem řízení, pak těžko může obhajovat zobrazování jednotlivých produktů tím, že k němu došlo vlastně čistě náhodou. Účastník řízení sám jednotlivé záběry řídil a pořizoval a mohl se tak velice snadno nepřiměřenému zobrazování vyhnout.

Stejně tak Rada nemůže souhlasit s tím, že u produktů nebyly hodnoceny vlastnosti ani konkrétní funkce – viz například „čím třeba tu ložnici krásně vymalovat, barvy designový“, „kvalitní matrace, to je základ dobrého spánku“, „nabízíme matrace měkké i tvrdé“, „tady vidíte kombinovanou postel z dýhy, z kůže, velmi kvalitní“, „nabízíme skříně, které jsou od metru dvaceti šířky až po čtyři metry“, „tu máme velké studio a spoustu různých modelů“, „kdyby můj obývák vypadal takhle, tak bych byla asi nejšťastnější, protože mám ráda nábytek“, „zvláštnost těch komod je, že se vyrábí ze starých lodí, což mnoho zákazníků asi neví“, „je to tvrdé dřevo, které se používá na lodě. Tady přímo ten nábytek se vyrábí v Indii... Zákazníci to mají velmi rádi, protože je to co kus, to originál“, „máme zkombinovaných spoustu barev, máme tady červený, máme tady fialový, máme tady bílou, černou. Zároveň to mám zkombinovaný i s kůží, se dřevem, s kožešinama, opravdu se dá kombinovat všechno ke všemu“, atd. atd. (blíže viz přepis scén výše). Skutečně tedy nelze tvrdit, že nebyly zmiňovány konkrétní vlastnosti. Není tedy podstatné, že nebyly jmenovány jednotlivé produktové značky nábytku, to ostatně ani není k naplnění skutkové podstaty nepatřičného zdůraznění produktu nutné, svou „službu“ v daném případě bohatě obstarala vizuální a zvuková složka jinak.

Pokud účastník řízení uvádí, že závěrečná promluva generálního ředitele byla zcela „nevinná“ a obecná, pak ani s tímto nelze souhlasit. Generální ředitel uvedl, že koncem listopadu se lidé začínají dívat po dárkách, dekoracích a co nového pořídit do domácnosti a že doufá, že zákazníkům dali dnes prodejci obchodního domu tipy. Jinými slovy tedy tipy, co v obchodním domě KIKA zakoupit. Když bylo divákům prezentováno zcela konkrétní zboží tohoto prodejce, těžko si lze představit, že by se jednalo o obecné informace, například, že existují postele, matrace nebo vánoční dekorace. To je každému zákazníkovi samozřejmě známo a jediné, čím se mohl inspirovat, byly právě konkrétní tipy.

Co se týče předchozího upozornění, na které Rada odkázala, pak je nutno trvat na závěru, že zde typová shodnost naplněna byla. V obou případech došlo k použití takřka shodných prostředků nepatřičného zdůrazňování umístění produktu – vysílání z konkrétního komerčního místa, vyzdvihování kvalit místa, respektive tam nabízených produktů prostřednictvím rozhovorů se zástupci daného místa apod. Jak již bylo shora několikrát uvedeno, v průběhu rozhovorů zaměstnanců KIKA a moderátory byly zmiňovány jednotlivé produkty KIKA, potažmo sortiment tohoto obchodního domu jako takový. Obdobně byly zmiňovány v průběhu rozhovorů jednotlivé služby Aquapalace, potažmo tento aquapark jako celek. V obou případech se jednalo o kombinaci obrazové a zvukové složky (rozhovory). Skutečnost, že prodejce KIKA je všeobecně znám, je irelevantní. Nepatřičné zdůrazňování produktu může probíhat stejně tak dobře u produktů známých, jako nových. Stejně tak jako divák disponuje informací, že v prodejně nábytku nalezne kuchyně, skříně, postele atd., disponuje informací, že v aquaparku nalezne vodní atrakce. V obou případech nešlo o obecné informace o tom, co společnosti nabízí, ale o představení jednotlivých konkrétních produktů nebo služeb, potažmo o představení společností jako takových. Pobídka, i když možná implicitní, k návštěvě obchodního domu KIKA, se objevila v závěrečné promluvě generálního ředitele. Pobídka explicitní se pak objevila v případě aquaparku.

**Rada tedy na základě zvážení všech podkladů pro rozhodnutí dospěla k závěru, že se účastník řízení od vysíláním pořadu Snídaně s Novou dne 21. října 2016 od 05.55 hodin na programu Nova, dopustil porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., neboť tento pořad nepatřičně zdůrazňoval umístěný produkt, resp. produkty obchodního domu KIKA nábytek (např. postele, skříně, matrace, jídelní stoly, sedací soupravy, kuchyně, ložní prádlo, vánoční dekorace), které byly prezentovány prostřednictvím rozhovorů se zástupci a zaměstnanci tohoto obchodního domu v těchto vysílacích časech: 6:14:39–6:20:28, 6:24:56–6:29:39, 6:51:51–7:00:08, 7:15:21–7:20:43, 7:23:51–7:29:51, 7:43:12–7:50:20, 8:14:11–8:19:58, 8:22:32–8:25:52 hodin. Třebaže v rozhovorech**

bylo hovořeno i o aktuálních trendech týkajících se oblasti nábytku a dekorací, tedy o informacích zdánlivě nekomerčních, tyto trendy byly prezentovány na jednotlivých produktech obchodního domu KIKA nábytek, čímž docházelo k nepatřičnému zdůrazňování konkrétních produktů ve vysílání. Verbální prezentace produktů byly nadto silně podporovány vizuální složkou, která propagované produkty zachycovala. Současně s verbální a vizuální prezentací produktů docházelo opakovaně i k přímému vyzdvihování kvalit prezentovaných produktů, a to jak ze strany jednotlivých hostů (zástupců obchodního domu KIKA), tak ze strany redakce pořadu.

### III.

#### **Podmínka předchozího upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 zákona č. 231/2001 Sb.**

Dále se Rada zabývala tím, zda byla splněna podmínka pro uložení pokuty dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., tedy zda již byl účastník řízení v minulosti upozorněn na typově obdobné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

Pokud Rada dle § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. zjistí, že provozovatel vysílání porušuje povinnosti stanovené tímto zákonem nebo podmínky udělené licence, upozorní jej na porušení tohoto zákona a stanoví mu lhůtu k nápravě, která musí být v souladu s ustanovením § 59 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb. přiměřená charakteru porušené povinnosti. Pokud by provozovatel uvedenou povinnost nadále neplnil, bude Rada, v případě dalšího zjištění stejného porušení zákona o vysílání po stanovené lhůtě k nápravě, oprávněna ve správním řízení uložit sankci v souladu s příslušným ustanovením zákona č. 231/2001 Sb.

Pro takovéto upozornění na porušení zákona však není zákonem stanovena žádná forma, je jej proto třeba vnímat v materiálním smyslu, tedy jako předání informace provozovateli vysílání, že porušuje povinnosti stanovené zákonem. Upozornění na porušení zákona je podle usnesení rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 3. dubna 2012, č.j. 6As 26/2010 – 101, *uplatněním principu právní jistoty ve správním trestání. V něm je nezbytné, aby ten, kdo má být potrestán, mohl předem vědět s dostatečnou mírou jistoty, jaké konkrétní jeho jednání bude posouzeno jako protizákonné a trestáno.*

Rozšířený senát Nejvyššího správního soudu v tomto usnesení dále uvedl, že *předchozí upozornění platí „věčně“ (po dobu, po kterou provozovatel má licenci či registraci) (...), a že po provozovateli je (...) spravedlivé požadovat, aby upozornění, jichž se mu dostalo, schraňoval a řídil se jimi po celou dobu platnosti licence či registrace, neboť jako profesionál v oboru televizního či rozhlasového vysílání jistě může nastavit vnitřní mechanismy svého fungování tak, aby ti jeho zaměstnanci nebo jiní spolupracovníci, jejichž jednání může dojít k porušení provozovatelových povinností podle zákona o vysílání, byli o předchozích upozorněních regulátora patřičně informováni a o jejich obsahu a důsledcích proškoleni.*

Provozovatel byl na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb. již upozorněn, a to v rámci Upozornění na porušení zákona sp.zn./Ident. 2015/914/RUD/CET, kdy Rada provozovatele upozornila na porušení § 53a odst. 2 písm. b) a c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu Snídaně s Novou, dne 17. června 2015 od 05:55 hodin na programu NOVA, neboť tento pořad nepatřičně zdůrazňoval umístěný produkt, aquapark Aquapalace Čestlice, a nabádal k nákupu služeb, které aquapark nabízí. K nepatřičnému zdůrazňování umístěného produktu docházelo především prostřednictvím rozhovorů s ředitelem aquaparku a přítomnými zaměstnanci, jejichž jediným účelem bylo prezentovat služby, které areál nabízí (vedle vodních atrakcí se jednalo např. o fitness, wellness, saunu, sportovní vyžití, občerstvení apod.) Tyto sekvence, podpořené i vizuální složkou, která poskytování služeb zachycovala, neměly prakticky žádnou přidanou hodnotu. Ze strany redakce také docházelo k přímému nabádání k nákupu služeb, a to pomocí opakovaných pobídek k návštěvě aquaparku a inzerce slevy na vstupném (např. „Pokud si chcete zaplavat i vy, určitě čapněte plavky, protože do 9 hodin tady máte 30%

slevu na vstupné, no a to už se vyplatí“, či „Pokud i Vy chcete přijít sem do aquaparku v Čestlicích, určitě už neztrácejte čas, čapněte plavky, děti, všechno, celou rodinu, a určitě doražte sem k nám, protože do 9 hodin máte slevu na vstupném a to 30% a to se určitě vyplatí ...“).

**V případě zmiňovaného předchozího upozornění na porušení zákona i v nyní posuzovaném případě došlo k použití takřka shodných prostředků nepatřičného zdůrazňování umístění produktu – vysílání z konkrétního komerčního místa, vyzdviňování kvalit místa, respektive tam nabízených produktů prostřednictvím rozhovorů se zástupci daného místa atd.** Jak již bylo shora několikrát uvedeno, v průběhu rozhovorů zaměstnanců KIKA a moderátory byly zmiňovány jednotlivé produkty KIKA, potažmo sortiment tohoto obchodního domu jako takový. Obdobně byly zmiňovány v průběhu rozhovorů jednotlivé služby Aquapalace, potažmo tento aquapark jako celek. V obou případech se jednalo o kombinaci obrazové a zvukové složky (rozhovory). Skutečnost, že prodejce KIKA je všeobecně znám, je irelevantní. Nepatřičné zdůrazňování produktu může probíhat stejně tak dobře u produktů známých, jako nových. Stejně tak jako divák disponuje informací, že v prodejně nábytku nalezne kuchyně, skříně, postele atd., disponuje informací, že v aquaparku nalezne vodní atrakce. V obou případech nešlo o obecné informace o tom, co společnost nabízí, ale o představení jednotlivých konkrétních produktů nebo služeb, potažmo o představení společností jako takových. Pobídka, i když možná implicitní, k návštěvě obchodního domu KIKA, se objevila v závěrečné promluvě generálního ředitele. Pobídka explicitní se pak objevila v případě aquaparku.

Jmenované upozornění bylo provozovateli doručeno dne 20. října 2015, tedy s dostatečným předstihem před odvysíláním nyní posuzovaného pořadu, ke kterému došlo dne 21. října 2016.

Rada tedy konstatovala, že podmínka pro uložení pokuty dle ustanovení § 59 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. byla splněna a předchozí upozornění na porušení zákona naplňuje znaky typové shodnosti s nyní projednávaným případem tak, jak vyžaduje aktuální judikatura.

#### IV.

Při rozhodování o předmětném skutku byla Rada dále nucena zohlednit, že v době rozhodování 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 projednávaný správní delikt (respektive dle nové terminologie zákona o přestupcích přestupek) byl spáchán dne 15. listopadu 2016, hmotněprávně jej Rada posoudí dle zákona účinného v době odvysílání pořadu, tj. dle zákona č. 231/2001 Sb. Pouze pokud by byla právní úprava odpovědnosti za správní delikt příznivější v novém přestupkovém zákoně, aplikovala by jej Rada namísto zákona č. 231/2001 Sb.

Zákon o přestupcích však neobsahuje úpravu, která by pro účastníka řízení byla v jakémkoli směru příznivější než právní úprava dle zákona č. 231/2001 Sb., respektive zákona č. 500/2004 Sb. Nenastaly okolnosti, které by účastníka řízení zbavily odpovědnosti za protiprávní skutek dle ustanovení § 21 odst. 1 zákona o přestupcích, tj. účastník řízení neprokázal, že vynaložil veškeré úsilí, které bylo možno požadovat, aby správnímu deliktu zabránil. Taktéž v daném případě nenastala žádná okolnost vylučující protiprávnost

skutku dle ustanovení § 24 a násl. zákona o přestupcích, tj. krajní nouze, nutná obrana, svolení poškozeného či přípustné riziko. A v neposlední řadě nedošlo ani k žádné okolnosti, která by způsobila zánik odpovědnosti za správní delikt dle ustanovení § 29 zákona o přestupcích, tedy nedošlo k uplynutí promlčecí doby či zániku účastníka řízení jako právnické osoby.

Co se pak týče hlediska proceněprávního, pak *dle ustanovení § 112 odst. 4 zákona o přestupcích zahájená řízení o přestupku a dosavadním jiném správním deliktu, s výjimkou řízení o disciplinárním deliktu, která nebyla pravomocně skončena přede dnem nabytí účinnosti tohoto zákona, se dokončí podle dosavadních zákonů.*

Předmětné správní řízení bylo zahájeno dne 22. prosince 2016, tedy před nabytím účinnosti zákona o přestupcích, a je tedy procesně dokončeno dle zákona č. 231/2001 Sb. a zákona č. 500/2004 Sb. Procesní ustanovení zákona o přestupcích se tedy na daný případ nepoužijí.

Lze snad jen doplnit, že „nový“ zákon o přestupcích sice obsahuje obecnou hmotně právní i procesní úpravu přestupků a řízení o nich, ale zůstává vůči zákonu č. 231/2001 Sb., lex generalis. Zákon o přestupcích a jeho jednotlivá ustanovení tak lze aplikovat pouze v případě, pokud zákon č. 231/2001 Sb. neobsahuje svou vlastní úpravu, respektive pokud nestanoví jinak.

*V souladu s ustanovením § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb. může Rada uložit pokutu ve výši od 5 000 Kč do 2 500 000 Kč, pokud provozovatel vysílání poruší některou z povinností stanovených pro sponzorování programů nebo pořadů nebo poruší některou z povinností stanovených pro umístění produktu.*

*Podle ustanovení § 61 odst. 1 věty první zákona č. 231/2001 Sb. uloží Rada pokutu do jednoho roku ode dne, kdy se dozvěděla o porušení povinnosti, nejdéle však do 3 let ode dne, kdy k porušení povinnosti došlo.*

**Subjektivní lhůta pro uložení pokuty začala běžet od okamžiku kompletního zpracování analýzy předmětného pořadu, tedy ode dne 1. prosince 2016.**

**Rada tedy dospěla k závěru, že jsou dány všechny zákonné podmínky pro uložení pokuty dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb.**

*Podle ustanovení § 112 odst. 3 zákona č. 250/2016 Sb., na určení druhu a výměry sankce za dosavadní přestupky a jiné správní delikty se ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona použijí ustanovení o určení druhu a výměry správního trestu, je-li to pro pachatele výhodnější.*

Rada tedy provedla komparaci právní úpravy účinné do 30. června 2017, tzn. v té době účinné znění zákona č. 231/2001 Sb., se zněním zákona č. 231/2001 Sb. účinným od 1. července 2017 a se zněním zákona č. 250/2016 Sb.

Co se týče druhu trestu, pak všechna jmenovaná znění právních předpisů jako sankci shodně připouštějí peněžitou pokutu a neexistuje proto právní úprava, která by byla v tomto směru pro účastníka řízení výhodnější. Příznivější by byla pouze taková úprava, kdy by novější zákon pokutu jako trest vůbec nepřipouštěl.

Oproti tomu výměru sankce upravují jednotlivé zákony poněkud odlišně:



*Podle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., ve znění účinném do 30. června 2017, při ukládání pokuty za porušení povinnosti podle tohoto zákona Rada přihlíží k povaze vysílaného programu a k postavení provozovatele vysílání a provozovatele převzatého vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy.*

*Podle ustanovení § 61 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb., ve znění účinném do 30. června 2017, Rada stanoví výši pokuty podle závažnosti věci, míry zavinění a s přihlédnutím k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání, k výši případného finančního prospěchu, a ke stanovisku věcně příslušného samoregulačního orgánu uvedeného v seznamu samoregulačních orgánů, obdrží-li toto stanovisko písemně do 10 pracovních dnů ode dne zahájení řízení o správním deliktu.*

*Podle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., ve znění účinném od 1. července 2017, při určení druhu a výměry správního trestu za porušení povinnosti podle tohoto zákona Rada přihlíží také k povaze vysílaného programu a k postavení provozovatele vysílání a provozovatele převzatého vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy. Dále přihlíží ke stanovisku věcně příslušného samoregulačního orgánu uvedeného v seznamu samoregulačních orgánů, obdrží-li toto stanovisko písemně do 10 pracovních dnů ode dne zahájení řízení.*

*Dle ustanovení § 37 zákona č. 250/2016 Sb., při určení druhu správního trestu a jeho výměry se přihlédne zejména*

- a) k povaze a závažnosti přestupku,*
- b) k tomu, že o některém z více přestupků, které byly spáchány jedním skutkem nebo více skutky, nebylo rozhodnuto ve společném řízení,*
- c) k přitěžujícím a polehčujícím okolnostem,*
- d) u pokusu přestupku k tomu, do jaké míry se jednání pachatele přiblížilo k dokonání přestupku, jakož i k okolnostem a důvodům, pro které k jeho dokonání nedošlo,*
- e) u spolupachatelů k tomu, jakou měrou jednání každého z nich přispělo ke spáchání přestupku,*
- f) u fyzické osoby k jejím osobním poměrům a k tomu, zda a jakým způsobem byla pro totéž protiprávní jednání potrestána v jiném řízení před správním orgánem než v řízení o přestupku,*
- g) u právnické nebo podnikající fyzické osoby k povaze její činnosti,*
- h) u právního nástupce k tomu, v jakém rozsahu na něj přešly výnosy, užítky a jiné výhody ze spáchaného přestupku, a v případě více právních nástupců k tomu, zda některý z nich pokračuje v činnosti, při které byl přestupek spáchán,*
- i) u pokračujícího, trvajícím a hromadného přestupku k tomu, zda k části jednání, jímž byl přestupek spáchán, došlo za účinnosti zákona, který za přestupek stanovil správní trest mírnější než zákon, který byl účinný při dokončení tohoto jednání.*

*Dle ustanovení § 38 zákona č. 250/2016 Sb., povaha a závažnost přestupku je dána zejména*

- a) významem zákonem chráněného zájmu, který byl přestupkem porušen nebo ohrožen,*
- b) významem a rozsahem následku přestupku,*
- c) způsobem spáchání přestupku,*
- d) okolnostmi spáchání přestupku,*
- e) u fyzické osoby též druhem a mírou jejího zavinění, popřípadě pohnutkou, je-li tato znakem skutkové podstaty přestupku,*
- f) délkou doby, po kterou trvalo protiprávní jednání pachatele nebo po kterou trval protiprávní stav udržovaný protiprávním jednáním pachatele,*
- g) počtem jednotlivých dílčích útoků, které tvoří pokračování v přestupku.*

Je zřejmé, že pokud by Rada postupovala jak podle „nové“, tak podle dřívější právní úpravy, hodnotila by v obou případech povahu vysílaného programu a postavení provozovatele vysílání a provozovatele

převzatého vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy. V tomto směru se právní úprava neliší a bude aplikována v každém případě.

Podle dřívější právní úpravy by Rada dále hodnotila závažnost věci, míru zavinění a přihlédla by rovněž k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání, k výši případného finančního prospěchu

Podle nové právní úpravy by Rada hodnotila shodně závažnost věci a dále nově povahu přestupku, přitěžující a polehčující okolnosti a v neposlední řadě také (u právnické nebo podnikající fyzické osoby) povahu její činnosti.

Ačkoli přestupkový zákon nepracuje se stejným pojmoslovím jako zákon č. 231/2001 Sb. (což je s ohledem na jeho specialitu samozřejmé), pak všechna kritéria, které užívá zákon č. 231/2001 Sb. lze snadno „podřadit“ pod pojmy užívané přestupkovým zákonem. Míra zavinění, rozsah, typ a dosah vysílání, případně finanční prospěch lze podle okolností konkrétního případu vyhodnotit buď jako význam a rozsah následku přestupku, jako způsob spáchání přestupku, okolnosti spáchání přestupku, případně jako polehčující či přitěžující okolnosti.

S ohledem na uvedené tedy Rada dospěla k závěru, že nová právní úprava není pro účastníka řízení příznivější, neboť se – i přes odlišné pojmosloví – fakticky shoduje s tou dřívější. Rada proto rozhodla postupovat podle dřívější právní úpravy a současně, pro větší transparentnost, zhodnotit, jaká kritéria byla pro pachatele polehčující a jaká přitěžující.

#### Povaha vysílaného programu:

Pořad byl do vysílání zařazen na programu NOVA. Program NOVA je plnoformátovým programem, který obsahuje pořady různého zaměření a témat, zejména pořady zpravodajské, filmové a zábavné, a který není zaměřen pouze na určitou skupinu obyvatel se shodnými zájmy. Divácká obec tohoto programu je tak značně široká. Dle veřejně dostupných údajů Asociace televizních organizací je program NOVA konstantně nejsledovanějším televizním programem v České republice.

Vysílání programu je provozováno celoplošně, tudíž jejich vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky.

V případě hodnocení tohoto kritéria a jeho vlivu na výši pokuty je tak třeba diferencovat mezi provozovateli neplnoformátových programů (které jsou zaměřeny pouze na úzce vymezený segment diváků) a provozovateli programů plnoformátových, a rovněž tak mezi provozovateli regionálního vysílání a provozovateli programů celoplošných. Lze dovodit, že k velkému podílu diváků patří i zvýšená odpovědnost vůči divákům obecně, neboť porušení zákona může mít dopad na jejich velké množství. **Proto Rada zhodnotila toto kritérium jako mírně přitěžující.**

#### Postavení provozovatele vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy:

Provozovatel je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Principem komerčního televizního vysílání je snaha o maximální sledovanost. Svě vysílání provozuje celoplošně, tudíž jeho vysílání může ve vymezeném územním rozsahu přijímat alespoň 70% obyvatel České republiky. Lze tedy dovodit, že k velkému podílu diváků patří i zvýšená odpovědnost vůči divákům obecně, neboť porušení zákona může mít dopad na velké množství diváků.

TV Nova s.r.o., působí na mediálním trhu prostřednictvím programů a služeb, které provozuje:

NOVA	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice – územní rozsah Česká republika.
Nova Cinema	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice - územní rozsah Česká republika.
Nova sport 1	Televizní vysílání šířené prostřednictvím kabelových systémů a družice (územní rozsah Česká republika, Slovenská republika) a rovněž prostřednictvím zvláštních přenosových systémů
Nova sport 2	Televizní vysílání šířené prostřednictvím kabelových systémů a družice (územní rozsah Česká republika, Slovenská republika) a rovněž prostřednictvím zvláštních přenosových systémů
Nova International	Televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů (vysílání prostřednictvím dálkového přístupu – internetu).
Nova Action	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a prostřednictvím družice
VOYO	Televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů (vysílání prostřednictvím dálkového přístupu – internetu).
nova.cz	Audiovizuální mediální služba na vyžádání umístěná na <a href="http://www.nova.cz">www.nova.cz</a>
Nova 2	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů v systému DVB – T a šířené prostřednictvím družice.
Nova Gold	Televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů v systému DVB – T a šířené prostřednictvím družice.

Hodnocení tohoto kritéria je nutno provést v kontextu s hodnocením kritéria posledně uvedeného, tj. v kontextu s povahou vysílaného programu. Jelikož se totiž jedná o program vysílaný celoplošně, navíc o program plnoformátový, jehož divácká obec je tak z obou těchto důvodů značně široká, lze postulovat, že čím významnější, respektive dominantnější je postavení provozovatele na mediálním trhu, tím větší vliv může tento mít a může uplatňovat na společnost, ať už v negativním nebo pozitivním směru.

Na základě těchto skutečností lze dovodit, že lze v případě daného provozovatele vysílání hovořit o zvýšené odpovědnosti vůči divácké obci, neboť si musí být vědom možnosti dopadu porušení povinností souvisejících s provozováním celoplošného, plnoformátového vysílání na velké množství diváků. **Proto Rada zhodnotila toto kritérium jako mírně přitěžující.**

*Podle ustanovení § 61 odst. 3 zákona č. 231/2001 Sb. Rada stanoví výši pokuty podle závažnosti věci, míry zavinění a s přihlédnutím k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání, k výši případného finančního prospěchu, a ke stanovisku věcně příslušného samoregulačního orgánu uvedeného v seznamu*

*samoregulačních orgánů, obdrží-li toto stanovisko písemně do 10 pracovních dnů ode dne zahájení řízení o správním deliktu.*

Rozsah, typ a dosah závadného vysílání:

Co se týká rozsahu závadného vysílání, nepatřičně zdůrazněné umístění produktu KIKA proběhlo v rámci pořadu Snídaně s Novou v následujících časových úsecích: 6:14:39–6:20:28, 6:24:56–6:29:39, 6:51:51–7:00:08, 7:15:21–7:20:43, 7:23:51–7:29:51, 7:43:12–7:50:20, 8:14:11–8:19:58, 8:22:32–8:25:52 hodin, což je v porovnání s celkovým časem daného pořadu (cca 3 hodiny) takřka jedna třetina vysílacího času pořadu. **Divák tak byl nepříznivým vlivům nepatřičně zdůrazněného umístění produktu vystaven po značnou dobu, což je okolnost pro účastníka řízení významně přitěžující a sama o sobě by hovořila pro uložení pokuty blízko horní hranici zákonné sazby.**

Co se týče typu závadného vysílání, pak je třeba uvést, že odvysíláním předmětného pořadu dochází k obtěžování diváků, kteří se na daný pořad dívají pro zcela jiné prvky než umístění produktu, a k ovlivňování chování diváků, kteří jsou tímto výrazně upozorňováni na určité produkty, které tím mohou získat značnou výhodu oproti produktům na trhu konkurenčním. Samozřejmě, že určitý náskok před konkurencí je samotnou podstatou umístění produktu coby jednoho z typů obchodních sdělení podle zákona č. 231/2001 Sb., nicméně umístění produktu jako takové má probíhat formou nepřehnané prezentace daného produktu, kdy tento produkt jako přirozená součást prostředí zabíraného ve scéně má pouze vejít ve známost diváků, a to přirozenou cestou tím, že jej diváci spatří či že je začleněn zmínkou. Na umístěný produkt rozhodně nemůže být speciálně upozorňováno, ať již slovně či obrazovými prostředky. Tím je již s divákem určitým způsobem manipulováno, když je mu daný produkt podsouván, čímž může být divák zároveň výrazně obtěžován. **Tento fakt však neměl na rozhodování o výši pokuty žádný vliv**, neboť je samotným znakem skutkové podstaty správního deliktu dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., a účastníku řízení jej nelze dvojmo přičítat.

Konečně dosah závadného vysílání je dán jednak celoplošností vysílaného programu a dále skutečností, že (ačkoli se Radě nepodařilo získat konkrétní údaje o sledovanosti programu Nova dne 21. října 2016) předmětný pořad, respektive jeho „závadné“ scény byly odvysílány v ranních hodinách, kdy je sledovanost programu Nova obecně nízká. To lze ověřit z veřejně dostupných zdrojů <http://www.ato.cz/vysledky/mesicni-data/share/15>. **Nízký dosah závadného vysílání Rada hodnotila ve prospěch účastníka řízení.**

Míra zavinění:

Předně je třeba uvést, že správní delikt dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., je založen na objektivní odpovědnosti provozovatele televizního vysílání a zavinění jako takové není vyžadováno. Účastník řízení sice na jedné straně má na základě udělené licence právo provozovat televizní vysílání, zároveň však nese odpovědnost za plnění všech povinností, které s tímto právem souvisejí.

Ohledně otázky míry zavinění je jisté, že obsah předmětného pořadu a tedy i formy zpracování umístění produktu účastník řízení mohl sám ovlivnit, neboť předmětný pořad byl vytvořen přímo pro jeho televizní vysílání (to je ostatně podmínkou pro umístění produktu dle ustanovení § 53a odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb.). Na tvorbě daného pořadu se podílely osoby provozovatelem vysílání zaměstnané a plnící tedy své povinnosti související s jejich zaměstnáním, nebo osoby k tomuto provozovateli vysílání jinak smluvně zavázané. Na základě smlouvy, kterou účastník řízení Radě poskytl, proběhlo v obchodním domě KIKA natáčení pořadu Snídaně s Novou a proběhla zde obrazová i verbální prezentace samotné značky KIKA, stejně tak jako jednotlivých produktů, které tento obchodní dům nabízí. Jak je uvedeno v předmětné smlouvě, provozovatel zajistil výrobu pořadu pomocí svých vlastních zaměstnanců a techniky a měl tak na

formu zpracování umístění produktu v pořadu vyrobeném pro jeho vysílání vliv bezprostřední vliv. Provozovatele vysílání je tedy možné považovat za obsah předmětného pořadu a formu daného umístění produktu plně odpovědného. Účastníka řízení v žádném případě nezbavuje odpovědnosti smluvní ujednání se společností KIKA (respektive s agenturou ji zastupující), že pokud v pořadu dojde nějakým způsobem k porušení zákona o vysílání, bude škodu povinna hradit agentura. Takové ujednání je ryze soukromoprávního charakteru a s veřejnoprávní odpovědností provozovatele za správní delikt nesouvisí.

Rada proto hodnotila míru zavinění jako nepřímý úmysl, neboť účastník řízení – s ohledem na obsah předchozího upozornění na porušení zákona, s ohledem na jeho vlastní výrobu pořadu a v neposlední řadě s ohledem na jeho profesionalitu v oboru televizního vysílání - věděl, že svým jednáním může porušit zákonem chráněný zájem, a pro případ že toto porušení zákona způsobí, s tím byl srozuměn. Účastník řízení věděl, že takové ztvárnění prezentace umístěného produktu Rada shledává závadným a jakožto profesionál ve svém oboru (kterýžto je dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb. povinen provozovat vysílání vlastním jménem, na vlastní účet a na vlastní odpovědnost a nést odpovědnost za obsah vysílání) měl nastavit takové kontrolní mechanismy, aby ztvárnění umístění produktu v jeho vlastním pořadu proběhlo dovoleným způsobem. **Zavinění ve formě nepřímého úmyslu hodnotila Rada jako přitěžující okolnost.**

#### Závažnost věci:

Porušení povinnosti dané ustanovením § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. je obecně nutno považovat za významný správní delikt, neboť jím dochází k obtěžování diváků, kteří se na daný pořad dívají pro zcela jiné prvky než umístění produktu a k ovlivňování chování diváků, kteří jsou tímto výrazně upozorňováni na určité produkty, které tím mohou získat značnou výhodu oproti produktům na trhu konkurenčním. Samozřejmě, že určitý náskok před konkurencí je samotnou podstatou umístění produktu coby jednoho z typů obchodních sdělení podle zákona č. 231/2001 Sb., nicméně umístění produktu jako takové má probíhat formou nepřehnané prezentace daného produktu, kdy tento produkt jako přirozená součást zabíraného prostředí má pouze vejít ve známost diváků, a to přirozenou cestou tím, že jej diváci spatří či že je začleněn zmínkou. Na umístěný produkt rozhodně nemůže být speciálně upozorňováno a poukazováno. Tím je již s divákem určitým způsobem manipulováno, když je mu daný produkt podsouván, čímž může být divák zároveň výrazně obtěžován.

Pokud má být hodnocena závažnost této konkrétní věci, konkrétního nepatřičného zdůraznění produktu KIKA, pak to proběhlo v rámci pořadu Snídaně s Novou v následujících časových úsecích: 6:14:39–6:20:28, 6:24:56–6:29:39, 6:51:51–7:00:08, 7:15:21–7:20:43, 7:23:51–7:29:51, 7:43:12–7:50:20, 8:14:11–8:19:58, 8:22:32–8:25:52 hodin, což je v porovnání s celkovým časem daného pořadu (cca 3 hodiny) takřka jedna třetina vysílacího času pořadu. **Divák tak byl nepříznivým vlivům nepatřičně zdůrazněného umístění produktu vystaven po značnou dobu, což je prvkem hovořícím výrazně v neprospěch účastníka řízení.**

**Závažnost snižuje** skutečnost, že k nepatřičnému zdůraznění umístění produktu došlo v čase, kdy je sledovanost programu Nova nízká.

**Závažnost věci tedy Rada ve svém celku zhodnotila jako středně vysokou a tato skutečnost přispěla k uložení pokuty spíše vyšší.**

#### Finanční prospěch:

Co se týká možného finančního prospěchu ze spáchaného správního deliktu, účastník Radě poskytl smlouvu, ze které vyplývá, že za umístění produktu získal od agentury zastupující společnost KIKA částku

ve výši 279 650 Kč. Finanční prospěch účastníka řízení ze správního deliktu tedy byl poměrně vysoký a **tuto okolnost hodnotila Rada jako mírně přitěžující.**

Pro úplnost Rada dodává, že stanovisko věcně příslušného samoregulačního orgánu Rada neobdržela a tato skutečnost tak nemá na stanovení výše pokuty vliv.

#### **Shrnutí:**

**Při stanovení výše pokuty Rada shledala jako mírně přitěžující vyhodnocení kritéria povahy vysílaného programu, stejně tak jako vyhodnocení kritéria postavení provozovatele vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy. Tyto skutečnosti hovořily pro uložení pokuty spíše vyšší.**

**Typ závadného vysílání neměl na výši pokuty žádný vliv.**

**Okolnost, kterou Rada v dané věci vyhodnotila jako významně přitěžující, byl velký rozsah závadného vysílání. Spíše přitěžující byla v daném případě středně vysoká závažnost protiprávního skutku, stejně tak jako vyšší finanční prospěch účastníka řízení z odvysílání pořadu, respektive z prezentace umístěného produktu.**

**Polehčující okolností byl v daném případě nízký dosah závadného vysílání, neboť nepatřičným zdůrazněním umístění produktu byl – s ohledem na nízkou sledovanost vysílání v ranních hodinách – nízký dosah závadného vysílání.**

**Na základě shora uvedeného tak Rada rozhodla uložit účastníku řízení pokutu ve výši 300 000 Kč.**

#### **Náhrada nákladů řízení:**

Vzhledem ke skutečnosti, že správní řízení vyvolal účastník porušením právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., povinnost uhradit paušální částku nákladů správního řízení ve výši 1 000 Kč.

#### **Poučení:**

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

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