

TEREZIA COMPANY s.r.o.

Na Veselí 744/26
14000 Praha

JUDr. Filip Winter, advokát

Hanusova 1537/3
14000 Praha

Sp. zn./Ident.: 2014/461/had/TER
Č.j.: had/3235/2014
Zasedání Rady č. 16 - 2014 / poř.č.: 50

ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada"), jakožto ústřední správní úřad, v rámci své kompetence dané § 7 písm. a) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platných předpisů, účinných v době odvyhlášení obchodního sdělení (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), dle § 8a odst. 2 písm. g) a podle § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. a dle § 67 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, v platném znění (dále jen zákon č. 500/2004 Sb.), vydala dne 2. září 2014 toto rozhodnutí: Rada ukládá společnosti TEREZIA COMPANY s.r.o., IČ: 272 51 659, se sídlem Praha 4 - Nusle, Na Veselí 744/26, PSČ 140 00, v souladu s § 8a odst. 2 písm. g) a § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. pokutu ve výši 200 000,- Kč za porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., ke kterému došlo zadáním reklamy „RAKYTNÍČEK“, odvysílané dne 15. února 2014 v čase 6:27:40 hodin na programu NOVA, neboť v reklamě jsou prezentovány účinky přípravku, které mohou vyvolávat dojem, že se jedná o potravinu, která má vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění, resp. takové vlastnosti jsou v reklamě doplňku stravy přisuzovány, potažmo v souvislosti s jeho konzumací naznačovány, a to především prostřednictvím zvukové (kýchání/kašel) i vizuální složky (přechod do chmurného černobílého vyobrazení stavu nemoci, opětovné vyjasnění a návrat do barevného vyobrazení ihned poté, co členové Čtyřlístku produkt Rakytníček zkonzumují). Vše je navíc podpořeno tvrzeními "Kamarádi, mám tu pro vás rakytníček, abychom byli všichni zdraví." a "Želatinky pro silnou imunitu". Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2014461. V souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů správního řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíc korun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2014461. Náhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

Rada rozhodla zahájit se zadavatelem reklamního spotu TEREZIA COMPANY s.r.o., IČ: 27251659, se sídlem Praha 4 - Nusle, Na Veselí 744/26, PSČ 140 00, správní řízení z moci úřední pro možné porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., kterého se mohl dopustit tím, že zadal do vysílání obchodní sdělení „RAKYTNÍČEK“, premiérově odvysílané dne 15. února 2014 v čase 6:27:40 hodin na programu NOVA. V rámci reklamního spotu jsou obsažena tvrzení, která mohou vyvolávat dojem, že se jedná o potravinu, která má vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění, resp. takové vlastnosti mohou být v reklamě doplňku stravy přisuzovány, potažmo v souvislosti s jeho konzumací naznačovány, a to především prostřednictvím zvukové (kýchání/kašel) i vizuální složky (přechod do chmurného černobílého vyobrazení stavu nemoci, opětovné vyjasnění a návrat do barevného vyobrazení ihned poté, co členové Čtyřlístku produkt Rakytníček zkonsumují). Vše je navíc podpořeno tvrzeními "Kamarádi, mám tu pro vás rakytníček, abychom byli všichni zdraví." a "Želatinky pro silnou imunitu".

Premiéra obchodního sdělení „RAKYTNÍČEK“ zadavatele TEREZIA COMPANY s.r.o. byla odvysílána dne 15. února 2014 v čase 6:27:40 hodin na programu NOVA. Analýza reklamy byla analytikem Úřadu Rady provedena dne 7. dubna 2014. Analytik tak získal povědomí o možném porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb.

Popis:

Spot je zpracován prostřednictvím animace. Je uveden pohledem na čtveřici postav, známých pod názvem „Čtyřlístek“, jak stojí na okraji lesa. Je deštivé počasí a Pindá s Fifinkou začnou kýchat/kašlat a Bobík vzdychne. Vzápětí je záběr směrem shora přeměněn do černobílého provedení. Po krátkém přemýšlení se Mišpulínovi objeví nad hlavou žárovka (v tomto případě symbol nápadu) a vytáhne balení produktu „Rakytníček“. Následuje detailní záběr oranžového balení, které Mišpulín otevírá. Zatímco balení je vyobrazeno barevně, zbytek záběru zůstává v černobílém provedení.

Pindá: „*Echm*“

Fifinka: „*Hepčik*“

Bobík: „*Ách*“

Mišpulín: „*Kamarádi, mám tu pro vás rakytníček, abychom byli všichni zdraví.*“

Vzápětí si ostatní postavičky z balení vezmou po jedné želatince, vyjma Pindi, který si jich nabídne rovnou hned několik. Mezitím přestává pršet, a všechny postavičky i okolní prostředí se opět vracejí do barevné podoby.

Fifinka: „*Jéé, to je mňamka, s ovocem.*“

Bobík: „*Nech mi taky, Pindó...*“

Následuje detailní záběr na balení produktu s názvem „MULTIVITAMÍNOVÉ ŽELATINKY RAKYTNÍČEK S RAKYTNÍKEM“, dále se na balení objevují sdělení „20% ovocné šťávy“ a „Doplňek stravy bez přidaného barviva“. Na balení, které je po obou stranách obklopeno ovocem, je rovněž vyobrazena čtveřice zmíněných animovaných postaviček.

Celé vyobrazení ustupuje do pozadí, které je tvořeno světlým grafickým prostředím. Nad balením je umístěn text „Želatinky pro silnou imunitu; s rakytníkem. bez konzervantů“ a později se nad nimi objevuje odkaz na internetové stránky „www.rakytницеk.cz“. ve spodní části obrazovky je uvedeno „Doplňek stravy. Žádejte v lékárně“.

Komentář: „*Rakytницеk, multivitaminové želatinky s rakytníkem. K dostání v lékárnách.*“

Jedná se o reklamní spot propagující doplněk stravy Rakytницеk, primárně určený dětem. Tomu nasvědčuje nejen název produktu, ale i zpracování spotu a vizuální dojem obalu výrobku samotného. Hlavními „účinkujícími“ jsou mimo jiné všeobecně známí členové čtveřice „Čtyřlístek“. V rámci zvukové složky spotu jsou přítomné projevy nemoci (kýchání/kašláni) doplněné obrazovou složkou v tom smyslu, že ihned po kýchnutí/kašláni/povzdechu jsou postavičky přeměněny do chmurného černobílého provedení, stejně jako vše ostatní, vyjma balení produktu „Rakytницеk“, který zůstává stále sytě oranžový. Poté, co si jednotlivé postavičky nabídnou želatiny z balení, přestává pršet, počasí se vyjasní a postavičky i okolní prostředí opět získávají své původní barevné provedení, respektive i evidentně lepší náladu. Tento efekt - přechod ze zdravého stavu do nemoci a opětovné uzdravení - je navíc doplněn komentářem „*Kamarádi, mám tu pro vás rakytnicek, abychom byli všichni zdraví.*“ a oznámením „želatinky pro silnou imunitu“, čímž je explicitně vyjádřeno, že prostřednictvím konzumace produktu může být dosaženo lepšího zdravotního stavu, potažmo optimálního zdravotního stavu (který je spojován právě se silnější imunitou a nižší nemocností). V bezprostřední souvislosti se zmíněnou audiovizuální stránkou spotu, během níž se některé z postavíček dostávají do stavu nemoci (kýchání/kašel + změna počasí i celkové vyobrazení) je navíc evidentní vyjádření opětovného zlepšení zdravotního stavu, potažmo vyléčení/potlačení nemoci, k čemuž v rámci obchodního sdělení dochází následkem požití produktu „Rakytницеk“. Ačkoliv nejsou v obchodním sdělení uvedena žádná konkrétní onemocnění, jsou uvedeny takové informace, které mohou naznačovat, že přípravek slouží jako prevence před onemocněními, potažmo přímo k jejich vyléčení.

Vzhledem k výše uvedenému dospěla Rada k závěru, že **prostřednictvím vyjádření projevů nemoci, které jsou patrné ze zvukové i vizuální složky reklamního spotu, a následného vyléčení, ztvárněného audiovizuálními prostředky, podpořenými tvrzeními v podobě „Kamarádi, mám tu pro vás rakytnicek, abychom byli všichni zdraví.“ a „želatinky pro silnou imunitu“, došlo k možnému porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., podle něhož reklama nesmí uvádět v omyl přisuzováním potravině vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat.**

Správní řízení bylo zahájeno dne 19. 5. 2014 pod sp. zn. 2014/461/had/TER. Dokazování bylo provedeno dne 17. 6. 2014. Dokazování zhlédnutím audiovizuálního záznamu reklamy prokázalo skutečnosti tvrzené v zahájení správního řízení.

Vyjádření účastníka:

V rámci vyjádření účastník uvádí, že správní orgán vychází z nesprávně zjištěného skutkového stavu týkajícího se zdravotního tvrzení, neboť uvedené věty odpovídají požadavkům zákona o

regulaci reklamy. Dle účastníka se nejedná o léčebná, ale zdravotní tvrzení, která jsou upravena v ustanovení § 5d odst. 1 zákona č. 40/1995 Sb.

Obchodní sdělení propaguje účinek na imunitní systém, což je zcela legitimní v kontextu zdravotních tvrzení. Skutečnost, že je tento účinek prezentován volným vyprávěním matky, není proti ustanovení zákona, neboť každý ví, že imunitní systém je nástrojem k předcházení nemocem.

Účastník dále uvádí, že uvedená tvrzení v obchodním sdělení odpovídají požadavku Nařízení č. 1924/2006 respektive 432/2012, kterým se zřizuje seznam zdravotních tvrzení.

Současně předkládá vyjádření Státního zdravotního ústavu (SZÚ) ve věci užívání zdravotních tvrzení, která byla posouzena na základě obalu přípravku. SZÚ neshledala námitek pro užívání zdravotních tvrzení na obalu přípravku.

Závěr SZÚ je pak doplněn o skutečnost, že přípravek pokud bude uveden na trh, musí odpovídat předpisům rozhodným pro distribuci doplňků stravy (nařízení EP a Rady č. 1925/2006, č. 1924/2006, vyhl. MZdr. č. 225/2008 atd.)

Správní uvážení Rady:

K vyjádření účastníka je nutno uvést, že legitimní uvedení zdravotních tvrzení (dle § 5d odst. 1) neznamena skutečnost, že v obchodním sdělení může být, bez dalšího, uvedeno léčebné tvrzení dle § 5d odst. 2 písm. d). Reklamu je nutno hodnotit komplexně z hlediska dodržování zákona č. 40/1995 Sb. Pakliže ze strany účastníka je namítáno a dokumentováno legitimní užití zdravotního tvrzení, pak takováto skutečnost není relevantní pro zastavení správního řízení, pokud Rada sezná, že došlo k prezentaci léčebného tvrzení.

Pro tento závěr přisvědčuje i judikatura Nejvyššího správního soudu č.j. 7 As 91/2013-39, který uvádí, že *je třeba zásadně odlišovat (zakázané) tvrzení o vlastnostech vyléčení lidské nemoci na jedné straně a zdravotní tvrzení ve smyslu nařízení č. 1924/2006, včetně tvrzení o snižování rizika onemocnění, která jsou za určitých podmínek přípustná, na straně druhé. V případě zdravotních tvrzení ve smyslu citovaného nařízení je pak nutné provést podrobnější posouzení toho, zda se jedná o tvrzení schválená, případně o tvrzení dočasně povolená ve smyslu přechodných ustanovení nařízení č. 1924/2006, jak Nejvyšší správní soud vyložil v citovaném rozsudku ve věci Hemostop. V případě rozsudku Nejvyššího správního soudu č. j. 4 As 98/2013 doplňuje, že „případné zpochybnění aplikace § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy tak přichází v úvahu pouze v případě, že by stěžovatelce bylo kladeno za vinu klamavé reklamní sdělení týkající se prevence, respektive snižování rizika onemocnění.*

V této souvislosti Nejvyšší správní soud uvedl, že aplikace zákazu reklamy připisující doplňkům stravy vlastnosti léčivých přípravků nebo vyvolávající dojem takových vlastností není citovaným nařízením vyloučena, pouze musí být posouzeno, zda se v daném případě nejedná o zdravotní tvrzení či tvrzení o snižování rizika onemocnění, která jsou dle příslušných předpisů povolena.

Pokud v obchodním sdělení jsou uvedena na jedné straně zdravotní tvrzení a kontextově i léčebná tvrzení, je orgán povinen obchodní sdělení posoudit komplexně i ve vztahu k léčebným tvrzením.

V rámci zvukové složky spotu jsou přítomné projevy nemoci (kýchání/kašláni) doplněné obrazovou složkou v tom smyslu, že ihned po kýchnutí/kašláni/povzdechu jsou postavičky přeměněny do chmurného černobílého provedení, stejně jako vše ostatní, vyjma balení produktu „Rakytníček“, který zůstává stále sytě oranžový. Poté, co si jednotlivé postavičky nabídnou želatinky z balení, přestává pršet, počasí se vyjasní a postavičky i okolní prostředí opět získávají své původní barevné provedení, respektive i evidentně lepší náladu. Tento efekt - přechod ze zdravého stavu do nemoci a opětovné uzdravení, symbolizované audiovizuálními prostředky (nabytí barvy, vyjasnění počasí) - je navíc doplněn komentářem „*Kamarádi, mám tu pro vás rakytníček, abychom byli všichni zdraví.*“ a oznámením „želatinky pro silnou imunitu“, čímž je explicitně vyjádřeno, že prostřednictvím konzumace produktu může být dosaženo lepšího zdravotního stavu, potažmo optimálního zdravotního stavu (který je spojován právě se silnější imunitou a nižší nemocností). V bezprostřední souvislosti se zmíněnou audiovizuální stránkou spotu, během níž se některé z postaviček dostávají do stavu nemoci (kýchání/kašel + změna počasí i celkové vyobrazení) je navíc evidentní vyjádření opětovného zlepšení zdravotního stavu, potažmo vyléčení/potlačení nemoci, k čemuž v rámci obchodního sdělení dochází následkem požití produktu „Rakytníček“. Ačkoliv nejsou v obchodním sdělení uvedena žádná konkrétní onemocnění, jsou uvedeny takové informace, které naznačují, že přípravek slouží jako prevence před onemocněními, potažmo přímo k jejich vyléčení.

Sémiotická analýza jednoznačně prokazuje, že reklamní příběh vyvolává dojem o léčebném účinku přípravku v důsledku odstranění obtíží spojených s onemocněním (kýchání, kašel).

Z významového hlediska se tak jedná o demonstrování léčebných účinků, nikoliv zdravotních, tak jak namítá účastník v rámci vyjádření.

K vyjádření účastníka pak poznamenáváme, že přípis SZÚ nehodnotí reklamu jako celek, ale pouze obal přípravku a jeho vztah k relevantním právním předpisům.

TEREZIA 100 RAKYTNÍČEK®
doplňák stravy bez přidaného barviva

Charakteristika:
avšá máš vitamínové kuličky RAKYTNÍČEK obsahují účinnou látku rakytník a směs ovocných koncentrátů a vitamínů. Rakytník je přírodním zdrojem vitamínu C, je vhodný pro posílení obranných schopností organismu, přispívá k správné činnosti zažívacího traktu a pomáhá udržet zdravou pokožku.

VITAMÍN C – pomáhá snižovat únavu a vyčerpání, podpořuje funkci nervového a imunitního systému.
VITAMÍN B1 (thiamin) – přispívá normální funkci srdce a nervového systému.
VITAMÍN B2 (riboflavin) – přispívá k zachování zdravé kůže, sliznic a červených krvinek.
KYSELINA LISTOVÁ – má příslivý vliv na krevní oběh.

Složení: glukórový sirup, cukr, voda pitná, mlátno (včetně), směs ovocných koncentrátů a vitamínů (koncentráty z krusovitého vlna, pomeranče, jablka, mandarlny, grapefrútu, mrskny (pánské frúky) a drcnny sýrky z broskve, manga, melocnků, hrušny, guavy, směs rakytníkové mlátna, regulator kyseliny listové, zvlhčováče: sorbitol (včetně glukórového sirupu), aroma: malinové, ledící směs (včetně olej), ledící látky: karamelný vosk (E903), vitamíny: vitamín C, vitamín E, kyselina pantotemová, vitamín B6, vitamín B2, vitamín B1, kyselina listová, vitamín H (biotin), vitamín B12.

Doporučené dávkování: maximálně 5 kuliček RAKYTNÍČEKÚ 3x denně rozžvýkat a spolknout.

Upozornění: Není vhodné pro děti do 3 let. Ukládejte mimo dosah dětí. Nepřekračujte denní doporučenou dávku. Není náhradou zdravé stravy. Uchovávejte v suchu a teplotě do 25 °C. Opatřte před stanovením užitím. Přijalší změna barvy naznačuje kvalitu přípravku.

BEZ KONZERVAČNÍCH LÁTEK - BEZ SLADIDEL

ÚČINNÉ LÁTKY	100 g	DG0* v %
směs rakytníkové mlátna	3 000 mg	---
vitamín C	24,00 mg	30
vitamín E	3,60 mg	30
kyselina pantotemová	1,80 mg	30
vitamín B6	0,42 mg	30
vitamín B2	0,42 mg	30
vitamín B1	0,33 mg	30
kyselina listová	60,00 µg	30
biotin	15,00 µg	30
vitamín B12	0,75 µg	30

BEZ LEPKU
BEZ PŘIDANÉHO BARVIVA
280 g

SCUTEŽ

Na obalu produktu nejsou uvedena žádná tvrzení, která by se obsahově, byť jen kontextově, přibližovala obsahu obchodního sdělení a lze konstatovat, že na obalu jsou uvedeny jen nutriční údaje a dále údaje o složení potraviny.

Vzhledem k výše uvedenému dospěla Rada k závěru, že prostřednictvím vyjádření projevů nemoci, které jsou patrné ze zvukové i vizuální složky reklamního spotu, a následného vyléčení, ztvárněného audiovizuálními prostředky- (zvuková složka -kýchání/kašel) i vizuální složky (přechod do chmurného černobílého vyobrazení stavu nemoci, opětovné vyjasnění, podpořenými tvrzeními v podobě „Kamarádi, mám tu pro vás rakytníček, abychom byli všichni zdraví.“ a „želatinky pro silnou imunitu“, došlo k porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., podle něhož reklama nesmí uvádět v omyl přisuzováním potravině vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat.

Obchodní sdělení tak v důsledku vyvolává dojem, že se jedná o potravinu, která má vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění, resp. takové vlastnosti jsou v reklamě doplňku stravy přisuzovány.

S ohledem na tyto skutečnosti shledáváme uvedené porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. za prokazané.

Na základě této skutečnosti tak lze dovodit, že od vysíláním předmětného obchodního sdělení došlo k porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., dle kterého reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl přisuzováním potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo

vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat; to však nesmí bránit u potravin pro zvláštní lékařské účely uvádění informací nebo doporučení určených výhradně osobám kvalifikovaným v oboru lékařství, výživy nebo farmacie; rovněž tak u minerální vody nesmí tato omezení bránit uvádění údajů o tom, že minerální voda podporuje nebo usnadňuje určité životní funkce lidského organismu.

Podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. g) a podle § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., Rada může uložit zadavateli reklamy, která je v rozporu s tímto zákonem, pokutu až do výše 2 000 000,- Kč podle závažnosti porušení povinností, a to i opakovaně.

Při určení výměry pokuty právnické osobě se přihlédnou dle § 8b odst. 2 k závažnosti správního deliktu, zejména ke způsobu jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán.

Výše sankce se v tomto případě odvíjí od následujících skutečností:

V daném případě je nutno konstatovat, že k odvysílání reklamy došlo na komerčně a divácky dominantním programu Nova, nicméně v ranních hodinách, kdy je obecně sledovanost nižší, přičemž tuto okolnost shledáváme pro stanovení sankce jako zmírňující.

Dále je nutno přihlídnout ke skutečnosti, že v rámci obchodního sdělení nejsou prezentovány odkazy, či přímo promluvy vědeckých kapacit z oboru zdravotnictví o účincích přípravku, tak jak bylo shledáno v jiných případech porušení ustanovení § 5d odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb.

Oproti tomu shledáváme jako závažný faktor, že reklama je orientována na dětského recipienta. Tedy nikoliv přímého spotřebitele, uskutečňujícího nákup, neboť nelze očekávat, že dětský spotřebitel by byl spotřebitelsky interesován k provádění nákupu v lékárně, nicméně líbivá forma zpracování reklamy obsazením populárních dětských postaviček může vyvolat a do značné míry ovlivnit spotřebitelské rozhodování rodičů prostřednictvím dětí. V této souvislosti je nutno zdůraznit, že zakoupení licence k populárním dětským postavičkám a jejich zakomponování do reklamního příběhu evidentně směřuje k maximálnímu oslovení dětských spotřebitelů, resp. jejich rodičů.

Další rozhodný fakt pro stanovení výše sankce shledala Rada v okolnosti, že reklama propaguje produkt, který se prezentuje jako pozitivně ovlivňující dětské zdraví. Prostředky na zlepšení zdravotního stavu jsou vnímány citlivě a spotřebitel je vždy v postavení, kdy nemusí racionálně rozhodovat (podle vlivem nemoci a útrap s ní spojenými) v rámci svého spotřebitelského uvážení. To platí o to více, jde-li o prostředky určené dětem. Obzvláště v situaci, kdy je účinek přípravku demonstrován v příčinné souvislosti s onemocněním (či jeho příznaky jako v daném případě) a jeho pomínutím. Rodič, jehož dítě je nemocné, je v pozici snadno ovlivnitelného spotřebitele.

Po posouzení všech shora uvedených skutečností rozhodl správní orgán o uložení sankce v dolní polovině zákonné sazby.

Vzhledem k tomu, že správní řízení vyvolal účastník řízení porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 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 § 65 a násl. zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, podat žalobu k Městskému soudu v Praze ve lhůtě dvou měsíců od doručení písemného vyhotovení tohoto rozhodnutí. Podání žaloby má odkladný účinek.

V Praze dne: 2.9.2014

Ivan Krejčí
*předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání*