



Jedn. identifikátor 436230-RRTV

Naše č. j. RRTV/12158/2021-
beh

Sp. zn. RRTV/2021/382/rud

Zasedání Rady 16-2021/poř. č. 27

Vyřizuje: Analytický odbor

Datum, místo 14. září 2021, Praha

TV Nova s.r.o.
Kříženeckého nám. 1078/5
152 00 Praha 5

ROZHODNUTÍ

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen Rada), jakožto ústřední správní úřad v rámci své kompetence dané ustanovením § 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.), dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) a dle ustanovení § 60 odst. 7 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., rozhodla v řízení o přestupku vedeném podle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen zákon č. 250/2016 Sb.), dne 14. září 2021 takto:

- I. **Obviněný provozovatel televizního vysílání, TV Nova s.r.o., IČ 45800456, sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, 152 00 Praha 5, se dle ustanovení § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb., uznává vinným ze spáchání přestupku dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil odvysíláním pořadu Tescoma s chutí dne 11. března 2021 od 15:00 hodin na programu Nova Gold, kdy tento pořad obsahoval nepatřičné zdůraznění umístěného produktu, konkrétně pánve značky Tescoma, a to jak slovním představením jejich vlastností, tak vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jeho kvalit a předností („Radku, můžu se zeptat, ta poklička má takový zvláštní povrch zevnitř...?“ „Má, má. A já ti řeknu, proč to je. Klasický pokličky když zaklopíš, tak ti ta voda stéká po těch stěnách dolů. A jak jsou tady ty výrůstky tam, tak ony vlastně,... potom kape na všechno to maso.“ „Jo, jako rovnoměrně?“ „Je to jakoby lepší, rovnoměrně se to celý zavlhčí. Jo, takže zaklopíme. Lucko, pánev má nepřilnavý povrch, tady nasadím odnímatelný uši, abych se nespálil.“ „To je vychytávka!“ „Ano, je to výborná vychytávka, velmi praktická. Samozřejmě veškeré podrobnosti o tomto výrobku najdeš na našich stránkách www.tescomaschuti.cz.“), a to ve spojení s názvem pořadu obsahujícím jméno Tescoma se shodnou grafikou, jako má logo subjektu, na který je odkazováno i ve vizuální složce pořadu a dále v prezentaci webových stránek www.tescomaschuti.cz a www.nova.cz/tescoma. Produkt byl verbálními a obrazovými prostředky nepatřičně zmiňován nad rámec obsahu pořadu a byl do předmětného vydání zařazen s cílem propagace, k čemuž bylo užito prostředků připomínajících reklamní nabídku.**
- II. **Za přestupek se pachatel v souladu s ustanovením § 60 odst. 7 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ustanovením § 35 písm. b) a § 46 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., ukládá pokuta ve výši 100 000 Kč. Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2021382.**
- III. **V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., ukládá Rada pachateli povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000 Kč.**

Úhrada nákladů řízení je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí na účet č. 3711- 19223001/0710, variabilní symbol 2021382.

Odůvodnění:

a) Zahájení řízení o přestupku:

TV Nova s.r.o., je provozovatelem televizního vysílání programu Nova Gold šířeného jednak prostřednictvím pozemních vysílačů v systému DVB - T (licence ze dne 5. února 2013, č. j. FIA/620/2013, sp. zn. 2013/3/FIA/CET), dále prostřednictvím družice (licence ze dne 19. února 2013 č. j. FIA/858/2013, sp. zn. 2013/124/FIA/CET) a rovněž prostřednictvím zvláštních přenosových systémů (licence ze dne 5. června 2018, č. j. RRTV/12154/2018-fia, sp. zn. RRTV/2018/343/fia).

Rada se na svém 7. zasedání konaném dne 13. dubna 2021 seznámila s analýzou záznamu vysílání programu Nova Gold ze dne 11. března 2021 od 10:00 do 22:00 hod.

Analýza odhalila, že v čase od 15:00 hodin byl odvysílán pořad s názvem Tescoma s chutí. Pořad byl na svém začátku i konci označen piktogramem PP, tedy jako pořad obsahující obchodní sdělení umístění produktu.

Bezmála pětiminutová relace byla soustředěna na přípravu králíčího hřbetu na smetaně. Vaření se ujali moderátor a herečka Lucie Černíková.



V čase záznamu 2:50 minut, kdy moderátor přidával na pánev vývar, proběhl mezi hlavními protagonisty tento rozhovor:

„A pozor!“

„Teď to přijde.“

„Dám na to pokličku a budeme to péct nebo dusit v troubě, počítej tak deset minut.“

„Radku, můžu se zeptat, ta poklička má takový zvláštní povrch zevnitř...?“

„Má, má. A já ti řeknu, proč to je. Klasický pokličky když zaklopíš, tak ti ta voda stéká po těch stěnách dolů. A jak jsou tady ty výrůstky tam, tak ony vlastně, ... potom kape na všechno to maso.“

„Jo, jako rovnoměrně?“

„Je to jakoby lepší, rovnoměrně se to celý zavlhčí. Jo, takže zaklopíme. Lucko, pánev má nepřilnavý povrch, tady nasadím odnímatelný uší, abych se nespálil.“

„To je vychytávka!“

„Ano, je to výborná vychytávka, velmi praktická. Samozřejmě veškeré podrobnosti o tomto výrobku najdeš na našich stránkách www.tescomaschuti.cz.“

Ve chvíli, kdy protagonisté začali mluvit o pokličce k pánvi, se na obrazovce objevil nápis Tescoma s chutí a odkaz na webové stránky: „Vše najdete na www.nova.cz/tescoma“.



Dle § 2 odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., se umístěním produktu rozumí jakákoli 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 ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí nepatřičně zdůrazňovat umístění produkt.

Jak vyplývá z výše uvedeného popisu, protagonisté explicitně hovořili o kvalitách prezentované pánve, která byla dle všech přítomných informací produktem značky Tescoma.¹ Dle Rady mohlo dojít k nepatřičnému zdůraznění umístěného produktu, které je dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., zakázáno. Prezentovaná pánev a její součásti byly nepatřičně zdůrazněny slovním představením jejich vlastností a vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jeho kvalit a předností, a to ve spojení s názvem pořadu obsahujícím jméno Tescoma se shodnou grafikou, jako má logo subjektu, na který je odkazováno i ve vizuální složce pořadu a dále v prezentaci webových stránek www.tescomaschuti.cz a www.nova.cz/tescoma. Odkazy na web se objevily ve zvukové i obrazové složce pořadu. Umístěný produkt byl nepatřičně zmiňován nad rámec obsahu pořadu.

Rada dospěla k závěru, že odvysíláním předmětného pořadu se provozovatel mohl dopustit porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

S ohledem na uvedené rozhodla Rada na svém 7. zasedání konaném dne 13. dubna 2021 zahájit s provozovatelem TV Nova s.r.o., řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., jehož se mohl dopustit odvysíláním pořadu Tescoma s chutí dne 11. března 2021 od 15:00 hodin na programu Nova Gold. Pořad obsahoval nepatřičné zdůraznění umístěného produktu, konkrétně pánve subjektu Tescoma, a to jak slovním představením jejich vlastností, tak vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jeho kvalit a předností, a to ve spojení s názvem pořadu obsahujícím jméno Tescoma se shodnou grafikou, jako má logo subjektu, na který je odkazováno i ve vizuální složce pořadu a dále v prezentaci webových stránek www.tescomaschuti.cz a www.nova.cz/tescoma. Produkt byl verbálními a obrazovými prostředky nepatřičně zmiňován nad rámec obsahu pořadu a byl do předmětného vydání zařazen s cílem propagace, k čemuž bylo užito prostředků připomínajících reklamní nabídku.

Oznámení o zahájení řízení o přestupku bylo provozovateli doručeno dne 12. května 2021 a tímto dnem bylo zahájeno řízení v předmětné věci. Rada stanovila obviněnému provozovateli lhůtu 30 dní k písemnému vyjádření.

b) Vyjádření obviněného:

Dne 10. června 2021 bylo Radě doručeno vyjádření obviněného provozovatele, kde uvedl následující:

Provozovatel je přesvědčen, že zákon o vysílání přímo předpokládá a umožňuje nepřímou propagaci zboží nebo služeb prostřednictvím umístění produktu. Cílem umístění produktu je zvýšit povědomí o produktu, službě, značce, ovlivnit nepřímo spotřebitelské chování diváka. V praxi je umístění produktu realizováno prostřednictvím zobrazení produktu nebo jeho verbálním zmíněním v rámci pořadu. V daném případě bylo realizováno zobrazení produktu a byla zmíněna značka Tescoma, nikoli však jako značka produktu, ale jako název pořadu jako takového. Předmětný pořad je totiž vytvářen v koprodukcí se společností Tescoma s.r.o., a do pořadu jsou na základě smlouvy umístěny výrobky této společnosti, což zákon o vysílání umožňuje. Pořad byl označen jako pořad obsahující umístění produktu a diváci tak logicky počítají s tím, že v pořadu budou obsaženy a používány primárně výrobky značky Tescoma.

Pokud Rada uvádí, že v případě umístění daného produktu došlo k použití prostředků připomínajících reklamní nabídku, pak měla Rada zahájit řízení dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) zákona o vysílání a

¹ To samé lze soudit i o ostatním používaném či vystaveném kuchyňském náčiní. Rada již v minulosti žádala vzhledem k názvu pořadu a prezentovaným produktům provozovatele o vysvětlení obchodního vztahu se subjektem Tescoma. Provozovatel Radě doručil podání vysvětlení, v jehož rámci uvedl, že je pořad vytvářen v koprodukcí se společností TESCOMA s. r. o., a jsou do něj začleněny výrobky této společnosti.

stejně tak mělo být předchozí upozornění uloženo za porušení tohoto ustanovení. Dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) pořady obsahující umístění produktu nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace. Upozornění i zahájení aktuálního řízení je však pro porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c). Pokud Rada provozovateli vyčítá explicitní upozornění na produkt, směřuje touto výtkou k tomu, že měl být produkt přímo propagován v rozporu s ustanovením § 53a odst. 2 písm. b). Rada tedy spojuje ve výtkách skutkové podstaty obou ustanovení, řízení je však zahájeno pouze pro skutkovou podstatu nepatřičného zdůraznění produktu a argumenty směřující k tomu, že provozovatel manipuloval s divákem prostředky reklamní nabídky, tj. přímo, nejsou proto na místě.

Na odkazech na webové stránky www.tescomaschuti.cz a www.nova.cz/tescoma, jsou k dispozici pouze další díly pořadu Tescoma s chutí, není tam obsažena další prezentace výrobků, kontakt na prodejce značky Tescoma, reklama, pobízení ke koupi, možnost přejít přímo na eshop apod. Je to tedy pouze self promo odkaz na stránky TV Nova. Referencí na dané webové stránky se tedy provozovatel nedopustil nepřiměřeného zdůraznění umístění produktu. Vzhledem k tomu, že se pořad jmenuje Tescoma s chutí, tak i webové stránky nesou stejný název. Divák tím nemohl být nijak překvapen nebo ovlivňován nebo obtěžován. Vzhledem k názvu pořadu a označení pořad nemohou být diváci na pochybách, že výrobky používané kuchaři v pořadu budou značky Tescoma.

Provozovatel dále namítá, že zákon o vysílání výslovně dovoluje i verbální zmínění produktu, nikde není uvedeno, že by značka neměla být v daném pořadu zmíněna, a pouhým odkazem na název pořadu a webové stránky pořadu hranici nepatřičného zmiňování nad rámec pořadu nepřekročila. Interakce obou účinkujících nebyla pro diváka nijak obtěžující a přehnaná. Projev obou aktérů byl neutrální, přirozený, obsahem nebyla žádné konkrétní informace ohledně výrobků Tescoma. Vizuelní prezentace výrobků Tescoma v pořadu je dle provozovatele zcela v souladu s principem umístování produktu. Zákon nestanoví, že by umístěný produkt měl být pouze pasivně umístěn a nebylo možné ho v rámci pořadu užít. Pokud jde o údajné vyzdvihování kvalit produktu, aktéři pouze stručně zhodnotili nezvyklý tvar poklice a kuchař kladně zhodnotil možnost nasadit na pánev odnímatelné úchyty. Provozovatel proto intenzitu nepřímé propagace považuje za velmi nízkou a nedosahující hranice nepatřičnosti. Radou vytykávaný obsah tvořil naprostou menšinu celkové délky pořadu, i proto se provozovatel domnívá, že umístění produktu bylo za této situace v zákonných mezích přiměřenosti.

Provozovatel tedy uzavírá, že hlavním smyslem pořadu byla příprava receptu a začlenění produktu Tescoma bylo pouze nepřímou propagací. Ke zdůraznění sice došlo, ale v mezích zákona. S ohledem na uvedené provozovatel navrhuje, aby Rada řízení zastavila.

c) Další postup v řízení o přestupku:

Rada na svém 12. zasedání konaném dne 29. června 2021 provedla důkaz zhlédnutím záznamu pořadu Tescoma s chutí odvysílaného dne 11. března 2021 od 15:00 hodin na programu Nova Gold. Dokazování prokázalo, že v čase od 2:50 od začátku záznamu proběhl mezi aktéry rozhovor tak, jak je popsán výše, a na obrazovce se ve chvíli, kdy protagonisté začali mluvit o pokličce k pánvi, na obrazovce objevil nápis „Tescoma s chutí“ a odkaz na webové stránky: „Vše najdete na www.nova.cz/tescoma“.

Dne 14. července 2021 bylo provozovateli doručeno Oznámení o doplnění spisu a ukončení dokazování, v jehož rámci mu byla stanovena lhůta 20 dní pro písemné vyjádření.

Obviněný provozovatel se ve věci již dále nevyjádřil.

d) Samotným projednáním věci se pak Rada zabývala na svém 16. zasedání konaném dne 14. září 2021 a po zvážení všech podkladů pro rozhodnutí dospěla k následujícím závěrům:

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

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

V souvislosti s právní úpravou umístění produktu, účinnou od 1. června 2010, vydala Rada doporučení, kde provedla výklad ustanovení § 53a odst. 2 písm. a), b) a c) zákona č. 231/2001 Sb., respektive obecně naformulovala, co mimo jiné považuje za nabádání ke koupi zboží či služby a za nepatříčné zdůrazňování produktu:

- neopodstatněné zmiňování produktu nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit a vzbudit divákův zájem o produkt
- vyzdvihování a vychvalování kvalit produktu
- nepřírozená kumulace výskytu jediného produktu
- uvedení kontaktu (adresy, www stránek, telefonního kontaktu) na prodejce produktu či poskytovatele služby
- zdůrazňování produktu obrazovými prostředky (detaily produktu bez zjevného dramaturgicko-režijního opodstatnění)

Předmětné doporučení je jednak trvale umístěno na internetových stránkách Rady, ale především s ním byli, ještě před účinností předmětné novely, všichni provozovatelé vysílání seznámeni.

Na základě uvedeného doporučení je tak provozovatel vysílání obeznámen s tím, že jako nepatříčné zdůraznění umístěného produktu bude Rada hodnotit mimo jiné vychvalování kvalit produktu či neopodstatněné zmiňování produktu nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit.

V čase 2:50 od začátku předmětného pořadu Tescoma s chutí, kdy moderátor přidával na pánev vývar, proběhl mezi hlavními protagonisty tento rozhovor:

„Radku, můžu se zeptat, ta poklička má takový zvláštní povrch zevnitř...?“

*„Má, má. A já ti řeknu, proč to je. **Klasický pokličky když zaklopíš, tak ti ta voda stéká po těch stěnách dolů. A jak jsou tady ty výrůstky tam, tak ony vlastně,... potom kape na všechno to maso.**“*

„Jo, jako rovnoměrně?“

*„**Je to jakoby lepší, rovnoměrně se to celý zavlhčí. Jo, takže zaklopíme. Lucko, pánev má nepřilnavý povrch, tady nasadím odnímatelný uši, abych se nespálil.**“*

*„**To je vychytávka!**“*

*„**Ano, je to výborná vychytávka, velmi praktická. Samozřejmě veškeré podrobnosti o tomto výrobku najdeš na našich stránkách www.tescomaschuti.cz.**“*

Ve chvíli, kdy protagonisté začali mluvit o pokličce k pánvi, se na obrazovce objevil nápis Tescoma s chutí a odkaz na webové stránky: „Vše najdete na www.nova.cz/tescoma“.

Produkt – pánev značky Tescoma je tedy protagonisty pořadu explicitně vychvalován. Lucie Černíková se účelově zeptá moderátora, proč má poklice „takový zvláštní povrch“, a ten jí odpovídá, že na rozdíl od běžných pokliček (zde tedy dokonce probíhá srovnání s jinými obdobnými produkty, respektive vyzdvihování vlastností, které jiné, běžné pokličky třeba nemají) u pokličky značky Tescoma voda díky speciálnímu povrchu nestéká po stěnách dolů, ale kape rovnoměrně na připravovaný pokrm, který tak krásně zvláční. Další výslovně vyzdvihovanou kvalitou prezentovaného produktu je pak nepřilnavý povrch pánve. A konečně velké nadšení u Lucie Černíkové vzbudí i další „výborná vychytávka“, „velmi praktická“, a sice že pánev Tescoma má odnímatelné uši a člověk se tak při manipulaci s pánví nespálí.

Právě popsaná scénka více než cokoli jiného připomíná divákovi důvěrně známý formát teleshoppingu, kde dochází k představení produktu, vychvalování různých jeho kvalit a exponovanému nadšení aktérů ze všech prezentovaných „vychytávek“ výrobku. Rozhodně se nejedná o „neutrální a přirozený projev“ a o „přirozené a nenásilné užití produktu“, jak ve svém vyjádření uvádí provozovatel. Stejně tak nelze souhlasit ani s tvrzením, že obsahem dané části vysílání nebyly žádné konkrétní informace ohledně výrobku Tescoma. Ve skutečnosti byly zmíněny minimálně tři různé vlastnosti produktu, a sice speciální povrch pokličky, díky němuž voda nestéká po stěně, ale dopadá přímo na pokrm, čímž ho zvláčňuje, dále nepřilnavý povrch pánve a konečně „výborná, praktická vychytávka“ v podobě odnímatelných uší, díky kterým se člověk při manipulaci s pánví nespálí.

Rozhodně tedy nelze dle Rady tvrdit, že hlavním smyslem pořadu, potažmo inkriminované části pořadu je příprava pokrmu dle receptu. V dané části pořadu dochází k naprosto nepřijatelné kumulaci různých způsobů zdůraznění produktu – při explicitním slovním i obrazovém vychvalování kvalit pánve značky Tescoma se na obrazovce současně objevuje nápis „Tescoma s chutí“ a „Vše najdete na www.nova.tescoma.cz“ a moderátor navíc vše okomentuje slovy „*Samozřejmě veškeré podrobnosti o tomto výrobku najdete na našich stránkách www.tescomaschuti.cz.*“

Rada obviněnému provozovateli nevytýká, že by nebylo možné umístění produkt v rámci pořadu používat. Naopak se v daném případě přímo nabízí, že pokud se pořad jmenuje „Tescoma s chutí“, kdy již přímo v názvu je přítomno umístění produktu, pak budou během vaření produkty Tescoma také užívány. Takový způsob začlenění umístěného produktu by byl zcela v pořádku, pokud by ovšem nedošlo k takovému excesu jako v případě posuzovaného dílu pořadu.

Pokud provozovatel namítá, že Radou vytýkaný obsah tvořil menšinu celkové délky pořadu, pak tato skutečnost má být zohledněna při hodnocení kritérií pro určení výše pokuty, ale na skutkové podstatě přestupku stopáž inkriminované „scény“ nic nemění.

Uvedení internetových stránek www.nova.cz/tescoma v podobě grafické a www.tescomaschuti.cz v podobě verbální rovněž značí nepatřičné zdůraznění umístěného produktu, neboť produkt je neopodstatněně zmiňován nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit. Pokud se jedná o pořad o vaření, kde tedy dejme tomu dochází k používání produktů určité značky, pak nelze shledat jediný racionální důvod, proč by měl být divák v jedné chvíli současně v obrazové i zvukové složce upozorňován na to, že se jedná o produkty značky Tescoma, když to mu musí být patrné již jen z názvu pořadu. Divák si je vědom, že sleduje pořad, kde je obsaženo umístění produktu Tescoma a zmiňování dané značky výslovně moderátorem během pořadu jde zcela nad rámec dějového kontextu pořadu o vaření.

Provozovatel dále ve svém vyjádření namítá, že pokud mu Rada vytýká, že v daném případě došlo k užití prostředků připomínajících reklamní nabídku, pak měla zahájit řízení pro porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. b), a nikoli § 53a odst. 2 písm. c). Pokud totiž Rada provozovateli vyčítá explicitní upozornění na produkt, směřuje touto výtkou dle obviněného k tomu, že měl být produkt přímo propagován. Rada tedy dle názoru obviněného směřuje skutkové podstaty obou ustanovení.

Dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) zákona č. 231/2001 Sb., pořady obsahující umístění produktu nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace.

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

Skutková podstata přestupku dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) tedy spočívá v tom, že pořad obsahující umístěný produkt přímo nabádá k nákupu zboží. Tato přímá pobídka může spočívat ve zvláštním zmiňování tohoto zboží za účelem jeho propagace či v jiných obdobných formách v zákoně nejmenovaných. Rada nikde ve výroku ani odůvodnění zahájení řízení o přestupku provozovatele neviní z toho, že by umístěný produkt přímo propagoval. To je domněnka obviněného provozovatele, která se nezakládá na pravdě. Rada naopak provozovateli vytýká, že umístěný produkt byl nepatříčně zdůrazněn slovním představením vlastností produktu a vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jeho kvalit a předností, a to ve spojení s názvem pořadu obsahujícím jméno Tescoma se shodnou grafikou, jako má logo subjektu, na který je odkazováno i ve vizuální složce pořadu a dále v prezentaci webových stránek www.tescomaschuti.cz a www.nova.cz/tescoma. Umístěný produkt byl nepatříčně zmiňován nad rámec obsahu pořadu. Tedy jedná se o okolnosti, které naplňují skutkovou podstatu přestupku dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. Pokud Rada v dané souvislosti užíla formulaci, že produkt byl do předmětného vydání zařazen s cílem propagace, k čemuž bylo užito prostředků připomínajících reklamní nabídku, pak to nikterak neodporuje skutkové podstatě nepřiměřeného zdůraznění umístění produktu, neboť v zásadě každé nepatříčné zdůraznění umístění produktu v sobě nese prvek propagace. Pokud je produkt neopodstatněně zmiňován nad rámec dějového kontextu, pokud jsou vyzdvihovány a vychvalovány jeho vlastnosti a kvality, pak je tímto vším vlastně propagován, tedy prezentován tak, aby byl divák na něj výslovně upozorněn, aby u diváka vzbudil zájem. A je tak činěno prostředky, které připomínají reklamní nabídku. Jak Rada popsala výše, inkriminovaná scénka velice připomínala teleshoppingový spot.

Lze tedy zcela jistě konstatovat, že ustanovení § 53a odst. 2 písm. b) a písm. c) spolu do jisté míry souvisejí, nicméně Rada mezi těmito dvěma skutkovými podstatami důsledně rozlišuje a v daném případě zahájila zcela legitimně řízení pro porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c). Obdobně uložila zcela správně dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) i předchozí upozornění na porušení zákona, na které v oznámení o zahájení řízení odkazuje.

Provozovatel dále ve svém vyjádření namítá, že zákon o vysílání předpokládá a umožňuje nepřímou propagaci zboží a služeb formou umístění produktu v pořadu. Tuto skutečnost Rada nikterak nerozporuje; koneckonců účelem umístění produktu je zvýšit u diváka povědomí o daném produktu či službě. Nicméně daný typ obchodního sdělení má svá pravidla a hranice. Umístěný produkt tedy může být v souladu s ustanovením § 2 odst. 2 písm. b) zákona o vysílání do pořadu začleněn, může být i obrazovými nebo verbálními prostředky zmíněn, ovšem nesmí být v pořadu nepatříčně zdůrazňován, jak k tomu došlo v posuzovaném případě.

Obviněný provozovatel uvádí, že pořad je na základě smluvního ujednání vytvářen v koprodukcí se společností Tescoma s.r.o., a na základě smlouvy jsou v pořadu umístěny výrobky této společnosti. Divák tedy logicky počítá s tím, že v pořadu budou používány výrobky Tescoma. Rada však provozovateli nevytýká, že do pořadu zařadil výrobky společnosti Tescoma. To je podstatou umístění produktu a samo o sobě by bylo v pořádku. V posuzovaném případě však došlo k nepatříčnému zdůraznění tohoto umístěného produktu, a to jak slovním představením jeho vlastností, tak vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jeho kvalit a předností. Produkt byl verbálními a obrazovými prostředky

nepatříčně zmiňován nad rámec obsahu pořadu. Nešlo tedy jen o prosté začlenění produktu do pořadu, jak je předpokládá ustanovení § 2 odst. 2 písm. b) zákona o vysílání.

S ohledem na uvedené dospěla tedy Rada k závěru, že výše popsaným jednáním se provozovatel dopustil porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

e) 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 provozovatel v minulosti upozorněn na typově obdobné porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb.

Pokud Rada dle ustanovení § 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 předmětného ustanovení 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.

Rozšířený senát Nejvyššího správního soudu ve svém usnesení ze dne 14. července 2014, č.j. 8 As 85/2012, uvedl, že upozornění je „způsobilým podkladem pro uložení sankce za následná porušení povinností provozovatele stanovených tímto zákonem (pozn. zákonem o vysílání) nebo podmínek udělené licence, pokud obsahuje obdobné skutkové okolnosti, které by naplnily příště stejnou skutkovou podstatu deliktu jako ve skutku, na jehož protiprávnost byl provozovatel po odvysílání upozorněn.(...)Upozornění proto bude účinné ve vztahu k takovým budoucím jednáním, u kterých bude právě s ohledem na obsah upozornění zřejmé, že tato jednání jsou svými skutkovými okolnostmi typově obdobná tomu, na jehož závadnost již byl provozovatel upozorněn, a jsou i shodně právně kvalifikována. U takových jednání si provozovatel jako profesionál v tomto oboru může a musí být jist, že by – stejně jako jednání, na jehož závadnost byl upozorněn – byla regulátorem hodnocena jako protiprávní, a to bez ohledu na to, v jakém konkrétním spotu či pořadu se takového jednání dopustí.“

Rada provozovateli uložila upozornění na porušení zákona (ze dne 8. srpna 2017, sp. zn. RRTV/2017/721/loj, č. j. RRTV/11908/2017- loj), jímž jej upozornila na porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., kterého se dopustil tím, že dne 20. července 2017 v čase od 7:49:26-7:54:36 hodin odvysílal na programu NOVA pořad Tescoma s chutí, který obsahoval nepatříčné zdůraznění produktu, konkrétně dózy na potraviny subjektu Tescoma, a to jak formou jejího představení, tak vizuální prezentací použití produktu včetně vyzdvižení jejích kvalit, a to ve spojení s názvem pořadu obsahujícím jméno subjektu Tescoma, na který je odkazováno i ve vizuální složce pořadu a dále v prezentaci webové stránky pořadu Tescomaschuti.cz. Umístěný produkt byl tak verbálními a obrazovými prostředky nepatříčně zmiňován nad rámec obsahu pořadu a byl do předmětného pořadu zařazen s cílem produkt propagovat, k čemuž bylo užito prostředků připomínajících reklamní nabídku.

Typová shodnost obou případů je nasnadě – v obou případech pořad obsahoval obrazovou a slovní prezentaci produktu Tescoma (dózy na potraviny, respektive pánve), kdy byly aktéry pořady vyzdvihovány různé kvality výrobku, a dále oba pořady obsahovaly vizuální i slovní prezentaci webové stránky www.tescomaschuti.cz, respektive www.nova.cz/tescoma.

Předchozí upozornění bylo provozovateli doručeno dne 25. srpna 2017, tedy s dostatečným předstihem před odvysíláním nyní posuzovaného případu.

S ohledem na uvedené tedy Rada dospěla k závěru, že je možné uložit provozovateli pokutu, neboť podmínka předchozího typově obdobného upozornění na porušení zákona dle ustanovení § 59 zákona č. 231/2001 Sb., byla v daném případě naplněna.

II.

Dle § 60 odst. 1 písm. k) zákona č. 231/2001 Sb., se provozovatel vysílání dopustí přestupku tím, že poruší některou z povinností stanovených pro sponzorování programů nebo pořadů nebo poruší některou z povinností stanovených pro umístění produktu.

Dle § 60 odst. 7 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., lze za přestupek dle ustanovení § 60 odst. 1 uložit pokutu od 5000 Kč do 2500000 Kč.

Dle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., při určení druhu a výměry správního trestu za porušení povinností 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.

Povaha vysílaného programu:

V případě hodnocení tohoto kritéria a jeho vlivu na výši pokuty je zejména třeba diferencovat mezi provozovatelem televizního vysílání „neplnoformátových“ programů (které jsou zaměřeny pouze na úzce vymezený segment diváků) a provozovatelem programů plnoformátových, a rovněž tak mezi provozovatelem regionálního vysílání a provozovatelem programů celoplošných.

Pořad Tescoma s chutí byl odvysílán na programu Nova Gold provozovatele vysílání TV Nova s.r.o. Program dle základní programové specifikace obsahuje dramatickou tvorbu, zábavu, zpravodajství a publicistiku archivní povahy. Program je dle licenčních podmínek zaměřen na všechny věkové kategorie, na muže, ženy i děti. Nejedná se tedy o program zaměřený na úzký segment diváků. Nicméně dle veřejně dostupných výsledků měření sledovaností prováděných a zveřejňovaných Asociací televizních organizací dosahuje program Nova Gold nízké míry divácké sledovanosti (share pro 15+ zpravidla nepřevyšuje 2 %, viz <https://www.ato.cz/vysledky/share/>). Předmětný pořad byl navíc odvysílán v pracovní den v čase od 15:00 hodin, kdy je sledovanost televizního vysílání obecně velmi nízká, respektive nepoměrně nižší než je tomu například v období prime-time. **Tyto okolnosti tedy Rada zhodnotila jako polehčující.**

Na druhé straně však Rada byla nucena vzít v potaz, že Nova Gold je programem celoplošným, tedy takovým, které může ve vymezeném územním rozsahu přijímat v případě televizního vysílání alespoň 70 % obyvatel České republiky. S ohledem na pravděpodobný vysoký zásah divácké veřejnosti programem Nova Gold, vycházející z jeho celoplošnosti, má Rada za to, že odpovědnost pachatele je ve srovnání s regionálními a místními provozovateli televizního vysílání značně vyšší, a **tato skutečnost tedy byla pro pachatele přitěžující.**

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

Co se týče postavení provozovatele na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti výchovy, kultury a zábavy lze konstatovat, že provozovatel vysílání TV Nova s.r.o., je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Principem komerčního televizního vysílání je snaha o maximální sledovanost.

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

Nova	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů, družice a zvláštních přenosových systémů
Nova Action	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů, družice a zvláštních přenosových systémů
Nova Cinema	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů, družice a zvláštních přenosových systémů
Nova Fun	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů, družice a zvláštních přenosových systémů
Nova Gold	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů, družice a zvláštních přenosových systémů
Nova Lady	televizní vysílání šířené prostřednictvím pozemních vysílačů a zvláštních přenosových systémů
Nova sport 1	televizní vysílání šířené prostřednictvím družice a zvláštních přenosových systémů
Nova sport 2	televizní vysílání šířené prostřednictvím družice a zvláštních přenosových systémů
Nova sport 3	televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů
Nova sport 4	televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů
Nova International	televizní vysílání šířené prostřednictvím zvláštních přenosových systémů
Nova +1	televizní vysílání šířené prostřednictvím družice
nova.cz	audiovizuální mediální služba na vyžádání umístěná na www.nova.cz

Programy TV Nova s.r.o., se dlouhodobě řadí mezi vůbec nejsledovanější a postavení provozovatele na českém mediálním trhu je mezi komerčními provozovateli televizního vysílání dominantní. Lze postulovat, že čím významnější, respektive dominantnější je postavení provozovatele na mediálním trhu, tím větší je jeho odpovědnost vůči divácké veřejnosti.

Z uvedených důvodů Rada zhodnotila toto kritérium jako přitěžující.

Stanovisko samoregulačního orgánu:

Pro úplnost Rada doplňuje, že v dané věci neobdržela žádné stanovisko samoregulačního orgánu.

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, užitky 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, trvajícího 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.*

S ohledem na charakter projednávaného přestupku přihlédne Rada při určení druhu trestu a jeho výměry, k povaze a závažnosti přestupku, k přitěžujícím a polehčujícím okolnostem a k povaze činnosti právnické osoby, tj. provozovatele televizního vysílání, to znamená k ustanovení § 37 písm. a), c) a g).

Povaha a závažnost přestupku:

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 známkou 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.*

Povaha a závažnost přestupku jsou v projednávané věci dány dle ustanovení § 38 zákona č. 250/2016 Sb., významem zákonem chráněného zájmu, který byl přestupkem porušen nebo ohrožen, významem a rozsahem následku přestupku, způsobem spáchání přestupku, okolnostmi spáchání přestupku a konečně délkou doby, po kterou trvalo protiprávní jednání pachatele.

Jako závažný Rada hodnotila význam zákonem chráněného zájmu, který mohl být přestupkem ohrožen. Porušení povinnosti dané ustanovením § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., je nutné považovat za přestupek s vyšší mírou závažnosti. Nepřiměřeně zdůrazněným umístěním produktu jednak dochází k neúměrnému obtěžování diváků, kteří se na daný pořad dívají pro zcela jiné prvky než umístění produktu (tj. v daném případě se mělo jednat o pořad o vaření), ale především pak dochází nebo může docházet k

ovlivňování spotřebitelského chování diváků, kteří jsou nad zákonem povolenou mírou upozorňování na určité produkty. Vlastníci značek či výrobci produktů takovým jednáním 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, spíše jaksi mimoděk vnímají. Na umístěný produkt rozhodně nemůže být speciálně upozorňováno a poukazováno, současně vizuálně i verbálně. Tím je již s divákem určitým způsobem manipulováno, když je mu daný produkt podsouván. **Závažnost věci tedy Rada hodnotí jako vysokou a tato skutečnost byla při rozhodování o výši pokuty přitěžující.**

Co se týče hodnocení významu a rozsahu následku přestupku, pak je Rada konstatuje, že následek není součástí skutkové podstaty přestupku dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb. K naplnění skutkové podstaty postačí pouze jednání obviněného spočívající v odvysílání nepatříčně zdůrazněného umístění produktu. **Následek přestupku tedy Rada v dané věci nehodnotila.**

Ohledně způsobu, respektive okolností spáchání přestupku Rada uvádí, že byl spáchán formou nepřímého úmyslu. Provozovatel měl povinnost ověřit obsah pořadu Tescoma s chutí a měl zjistit, že pořad obsahuje nepatříčně zdůraznění umístěného produktu. Pakliže by toto učinil před nasazením pořadu do vysílání, mohl obsah pořadu pozměnit či jinak ovlivnit a mohl tak předejít porušení zákona, a to obzvláště v případě, kdy se na výrobě pořadu sám podílel. Nic takového však obviněný neučinil. Rada hodnotila míru zavinění jako nepřímý úmysl, neboť provozovatel věděl, že svým jednáním (tj. nezkontrolováním obsahu pořadu a nezajištěním souladu jeho obsahu se zákonem) může způsobit porušení zákona, a pro případ, že k porušení zákona dojde, byl s tím srozuměn. **Zavinění ve formě nepřímého úmyslu hodnotila Rada jako mírně přitěžující okolnost.**

Co se týče délky doby, po kterou protiprávní jednání trvalo, pak Rada konstatuje, že pořad Tescoma s chutí, měl stopáž 4 minuty a 30 vteřin, nicméně samotná scénka, ve které došlo k nepatříčnému zdůraznění umístěného produktu, trvala cca 35 vteřin. **Divák tak nebyl nepříznivým vlivům nepatříčného zdůraznění vystaven po značnou dobu, což je prvkem hovořícím pro uložení pokuty blíže dolní hranici zákonné sazby.**

Přitěžující a polehčující okolnosti:

Dle ustanovení § 39 zákona č. 250/2016 Sb., jako k polehčující okolnosti se přihlédne zejména k tomu, že pachatel

- a) spáchal přestupek ve věku blízkém věku mladistvých,*
- b) spáchal přestupek, aby odvrátil útok nebo jiné nebezpečí, aniž byly zcela naplněny podmínky nutné obrany nebo krajní nouze, nebo překročil meze jiné okolnosti vylučující protiprávnost,*
- c) napomáhal k odstranění škodlivého následku přestupku nebo dobrovolně nahradil způsobenou škodu,*
- d) oznámil přestupek správnímu orgánu a při jeho objasňování účinně napomáhal, nebo*
- e) spáchal přestupek pod vlivem hrozby nebo nátlaku anebo pod tlakem podřízenosti nebo závislosti na jiném.*

Dle ustanovení § 40 zákona č. 250/2016 Sb., jako k přitěžující okolnosti se přihlédne zejména k tomu, že pachatel

- a) spáchal přestupek tak, že využil něčí bezbrannosti, podřízenosti nebo závislosti na jiné osobě,*
- b) spáchal více přestupků,*
- c) spáchal přestupek opakovaně,*
- d) zneužil ke spáchání přestupku svého zaměstnání, postavení nebo funkce,*

e) spáchal přestupek jako člen organizované skupiny, nebo

f) spáchal přestupek na dítěti, osobě těhotné, nemocné, zdravotně postižené, vysokého věku nebo nemohoucí.

Co se týče polehčujících a přitěžujících okolností tak, jak jsou demonstrativně jmenovány v ustanovení § 39 a § 40 zákona č. 231/2001 Sb., konstatuje Rada, že žádná z uvedených skutečností (ať už polehčujících či přitěžujících) v dané věci nenastala. Rada proto jako polehčující či přitěžující hodnotila okolnosti další (viz výše a níže).

Povaha činnosti právnické osoby:

Co se týče povahy činnosti právnické osoby, toto kritérium obsahově zčásti pokrývá hodnocení kritéria dle ustanovení § 61 odst. 2 zákona č. 231/2001 Sb., tj. postavení provozovatele vysílání na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy. Provozovatel vysílání TV Nova s.r.o., je komerčním subjektem, jehož hospodářská činnost spočívá v provozování televizního vysílání. Obviněný je tedy profesionálem v oboru provozování televizního vysílání, a není laikem, kterého by snad mohla neznalost příslušných právních předpisů a stanovených povinností do jisté míry omlouvat. Porušení ustanovení § 53a odst. 2 písm. c) zákona č. 231/2001 Sb., se tedy obviněný dopustil přímo v rámci jeho podnikatelské činnosti, k níž mu byla Radou udělena licence.

Tuto okolnost tak byla Rada nucena hodnotit jako přitěžující.

*

Při stanovení výše pokuty tedy Rada shledala jako přitěžující v rámci kritéria povahy vysílaného programu skutečnost, že se jedná o program celoplošný, dále jako přitěžující Rada hodnotila kritérium postavení provozovatele na mediálním trhu se zřetelem k jeho odpovědnosti vůči divácké veřejnosti, dále závažnost přestupku a v neposlední řadě povahu činnosti právnické osoby. Jako mírně přitěžující pak shledala zavinění ve formě nepřímého úmyslu.

Jako významně polehčující okolnost vzala Rada v potaz nízkou sledovanost programu Nova Gold a krátkou dobu, po kterou protiprávní jednání trvalo, a tyto okolnosti přispěly k uložení pokuty u dolní hranice zákonné sazby.

Na základě shora uvedeného tak Rada rozhodla uložit obviněnému pokutu ve výši 100 000 Kč, tedy ve výši 4% z horní hranice zákonné sazby.

III.

Náhrada nákladů řízení:

Vzhledem k tomu, že řízení o přestupku vyvolal obviněný porušením své právní povinnosti, uložila mu Rada v souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000 Kč na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2021382. Úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

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.

Ing. arch. Václav Menci
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno