



Jedn. identifikátor 292604-RRTV

Naše č. j. RRTV/20477/2018-
had

Sp. zn. RRTV/2018/834/had
Zasedání Rady 202018/poř. č. 27

Magdaléna Poncza,
Českobratrská, 2, 1403,
Ostrava, 70200, CZ

Vyřizuje: AO

Datum, místo 4. 12. 2018, Praha

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, (dále jen „zákon č. 40/1995 Sb.“), dle § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., v platném znění, v řízení o přestupku vedeném podle zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon o odpovědnosti za přestupky“), rozhodla dne 4. prosince 2018 takto:

I. Obviněný zadavatel reklamy, JANKAR PROFI, s.r.o., IČ: 25868128, se sídlem Čeladná 262, okres Frýdek-Místek, PSČ 73912, se uznává vinným v souladu s § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. pro porušení povinnosti stanovené § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním reklamy s motivem „medicínka.cz (Green coffee)“, odvysílané dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 hod. na programu ŠLÁGR TV, došlo k porušení povinnosti, aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplněk stravy, obsahovala zřetelný text "doplněk stravy". V předmětném obchodním sdělení tato kategorizace absentuje jak ve složce zvukové, tak ve formě zřetelného textu.

II. Za přestupek se pachatel v souladu s § 8a odst. 6 písm. b), ukládá pokuta ve výši 20 000 Kč (slovy dvacet tisíc korun českých). Pokuta je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne právní moci tohoto rozhodnutí na účet 3754-19223001/0710, variabilní symbol 2018834.

V souladu s ustanovením § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016, o odpovědnosti za přestupky, a § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb. uložila Rada účastníku řízení povinnost uhradit paušální částku nákladů řízení ve výši 1 000,- Kč (slovy jedentisíc korun) na účet č. 3711-19223001/0710, variabilní symbol 2018834, úhrada nákladů je splatná do pěti pracovních dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

I.

Rada rozhodla zahájit se zadavatelem reklamy, společností JANKAR PROFI, s.r.o., IČ: 25868128, se sídlem Čeladná 262, okres Frýdek-Místek, PSČ 73912 (dále „obviněný“), řízení o přestupku z moci úřední pro možné porušení § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním reklamy s motivem „medicinka.cz (Green coffee)“, odvysílané dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 hod. na programu ŠLÁGR TV, mohlo dojít k porušení povinnosti, aby reklama, prostřednictvím které byl propagován doplněk stravy Dr.Bojda Green coffee, obsahovala zřetelný text "doplněk stravy". V obchodním sdělení zřetelný text absentuje v obrazové i zvukové složce.

Premiéra obchodního sdělení, jehož zadavatelem je společnost JANKAR PROFI, s.r.o., byla odvysílána dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 na programu ŠLÁGR TV. Během měsíce května bylo zaznamenáno celkem 73 repríz na témže programu.

Grafické prostředí, zelené pozadí, vlevo nahoře logo programu (ŠLÁGR TV), uprostřed se postupně objevuje text „medicinka.cz“. Střih do jiného grafického prostředí, vlevo vepředu muž v oranžové košili, za ním jako pozadí obrázek produktu „Dr.Bojda Green coffee“ s texty „Dr.Bojda“, „Green coffee“, „extra silné“ a „medicinka.cz“. Vpravo dole text „Ing. Karel Bojda, Ph.D., MBA“ a „nutriční specialista“. Na liště zcela dole pak texty: „medicinka.cz“, „CZ: 603 141 931“ a „SK: +420 603 141 931“. Následují další střihy, kdy je zabíráno balení představovaného produktu.

Komentář: „Vážení diváci, je doba jara, kdy je vhodné učinit očistnou a detoxikační kúru. Jako jeden z nejuvhodnějších přípravků, velmi pohodových, se jeví koncentrát zelené kávy v podobě Green coffee. Koncentrát zelené kávy umožní velmi přirozeně očistit, povzbudit a detoxikovat i váš organismus. Přípravek je ve formě pilulek, které vám pomůžou zlepšit metabolismus ve smyslu hubnutí, zlepší se vyprazdňování a celkově se zlepší vitalita. Přípravek je možné zakoupit v lékárnách a na lékárenské e-shopu medicinka.cz.“

Vzhledem ke skutečnosti, že se jedná o doplněk stravy, musí takové obchodní sdělení dle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplněk stravy". V rámci předmětného obchodního sdělení je informace o kategorii produktu „Dr.Bojda Green Coffee“ pouze součástí obrazové složky, a to jenom v nezřetelné podobě, neboť dle dostupných dat by měl být text "doplněk stravy" součástí v rámci spotu exponované části balení, přičemž špatně čitelný je spíše jen text ve slovenštině. Tento text logicky v žádné případně nespĺňuje požadavek zřetelnosti a navíc je umístěn pouze na balení produktu, z čehož vyplývá, že v rámci obrazové složky předmětného obchodního sdělení není naplněna podmínka o nutné přítomnosti zřetelného textu "doplněk stravy", jak je formulována v § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. V rámci zvukové složky ke kategorizaci produktu též nedojde, je opakovaně užit termín „přípravek“.



Dle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. reklama na doplněk stravy musí obsahovat zřetelný text „doplněk stravy“.

Dle § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb. se právnická nebo podnikající fyzická osoba dopustí přestupku tím, že jako zadavatel poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb.

Dle § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb. lze za přestupek podle § 8a odst. 2 písm. d) téhož zákona uložit pokutu do 2 000 000 Kč.

S ohledem na skutečnost, že obchodní sdělení na doplněk stravy s motivem „medicínka.cz (Green coffee)“, odvysílané dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 hod. na programu ŠLÁGR TV, neobsahovalo zákonný text „doplněk stravy“, rozhodla Rada o zahájení řízení o přestupku. Řízení bylo zahájeno dne 17. 9. 2018 pod sp. zn. RRTV/2018/834/had.

Rada v rámci řízení o přestupku spis. zn. RRTV/2018/834/had provedla dne 23. října 2018 důkaz zhlédnutím záznamu reklamy „medicínka.cz (Green coffee)“ odvysílané dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 hod. na programu ŠLÁGR TV. Dokazování potvrdilo skutečnosti tvrzené v zahájení řízení.

II.

Vyjádření účastníka:

V úvodní kapitole účastník shrnuje popis jednání. V následující kapitole vyjádření rozporuje závěry obsažené v usnesení o zahájení řízení o přestupku.

Účastník ve svém vyjádření uvádí:
(doslovný přepis)

2.1. Zadavatel popírá, že by se dopustil výše uvedeného přestupku, jelikož v obrazové složce reklamy je zřetelný text „doplněk stravy“ uveden.

2.2. Ve stanovisku RRTV ze dne 2. 11. 2010, k výkladu pojmu „zřetelný text“ vyplývajícím z požadavků zákona o regulaci reklamy (dále jen „Stanovisko“) je uvedeno, že: „Zřetelný text má být proveden takovým způsobem, aby byl divákem nejen zaznamenaný, ale aby divák měl současně i dostatečnou dobu k jeho přečtení, tzn., že doba uvedení textu by měla být úměrná délce celého vloženého textu a nebyla kratší než doba nezbytně nutná pro hlasité přečtení textu. Je-li kromě povinného textu do reklamy vložen i další text dle úvahy tvůrce reklamy, pak musí být divákovi poskytnut takový čas, který umožní přečtení celého textu.“

V posuzované reklamě jednotlivé texty najíždějí zespod pomalu nahoru obdobně jako titulky na konci filmu tak, aby měl divák dostatečnou dobu na jejich postupné čtení. Po dobu 8 sekund se postupně zobrazuje název produktu a 4 heslovité body napsané velkým písmem. Doba 8 sekund je pro průměrného spotřebitele dostatečná k přečtení názvu produktu i všech čtyř hesel. Hesla se nachází na levé straně obrazovky, na celé pravé straně obrazovky je zobrazen obal produktu. Obal produktu zůstává na obrazovce po dobu 8 sekund poté, co je zobrazen celý text. Divák má tudíž čas 8 sekund, aby věnoval svou pozornost pouze obalu výrobku.

2.3. Zaujme-li diváka reklama na produkt „Dr. Bojda Green Coffee“, musí si pozorně prohlédnout především obal produktu, aby jej spolehlivě odlišil od podobných produktů. Průměrný spotřebitel si přitom přečte i text „doplněk stravy“, který je umístěn v dolní části obalu. Ve chvíli, kdy se má divák zaměřit na informaci „doplněk stravy“, je k obrazu připojen zvukový komentář „přípravek je ve formě pilulek“. Obrázek pilulek se nachází v dolní části obrazovky v těsné blízkosti nápisu „doplněk stravy“. Zvuková složka tudíž diváka vede k tomu, aby věnoval svou pozornost právě části obrazovky, kde se nachází zákonem požadovaný text. Zřetelnost textu není narušována odváděním pozornosti od předmětného textu nadbytečnými obrazovými nebo zvukovými efekty, nýbrž zvukový efekt naopak směřuje diváka k textu „doplněk stravy“. Divákovi je poskytnut dostatečný čas k přečtení celého vloženého textu, a to i kdyby text četl nahlas. K času potřebnému pro zaznamenání informace odkazuje zadavatel na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 17.2.2010, č.j. 1 As 6/2010-61, kde je uvedeno, že: „je-li v reklamě obsažen text „doplněk stravy“ sám o sobě, postačí adresátu reklamního sdělení menší časový okamžik na zaregistrování uvedeného textu a jeho zachycení v mysli, než je-li požadovaný text součástí delší věty.“ Jelikož je text „doplněk stravy“ uveden samostatně, považuje zadavatel poskytnutý čas za dostačující.

2.4. Kromě potřebného času k přečtení textu je dle Stanoviska hodnocena také grafická podoba textu. Dle stanoviska: „Pro vyhodnocení zřetelnosti je dostatečná velikost písma, umožňující čitelnost textu ze standardní vzdálenosti od obrazovky, barva písma s ohledem k barvě podkladu, tzn., aby písmo nesplývalo s podkladem, a typ písma, tzn., aby použitý font nebyl obtížně rozluštitelný. Text by neměl být uváděn svisle podél prezentovaného výrobku. Text musí být výlučně v českém jazyce.“ Text „doplněk stravy“ je zobrazen dostatečně velkým písmem, aby jej bylo možno bez problémů přečíst. Na obrazovce není zároveň zobrazen celý obal, nýbrž pouze jeho dolní část tak, aby bylo písmo dostatečně velké. Text „doplněk stravy“ je uveden běžným fontem. Je použita tmavě zelená barva na bílém podkladu, tudíž text jednoznačně nesplývá s podkladem. Text je uveden vodorovně a je uveden v českém a slovenském jazyce. Pokud se RRTV domnívá, že slovo „doplněk“ je uvedeno nezřetelně vzhledem k zaoblení obalu, zadavatel se domnívá, že se jedná o nejasnost ve skutkových zjištěních, a proto by se měla uplatnit zásada in dubio pro reo.

2.5. Z výše uvedeného vyplývá, že adresátovi bylo umožněno zaznamenat zrakem a myslí, že inzerovaný přípravek je doplněk stravy. Průměrný divák, který shlédl odvysílaný reklamní spot, mohl bez jakýchkoli obtíží zaregistrovat zobrazený text „doplněk stravy“, a byl tak schopen ve své mysli zaznamenat informaci, že nabízený přípravek je doplňkem stravy (viz rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 17.2.2010, č.j. 1 As 6/2010-61).

2.6. Samotná skutečnost, že zřetelný text je uveden na obalu výrobku, nemůže být dostatečným důvodem k uznání pachatele vinným spácháním přestupku. Ve Stanovisku je mimo jiné uvedeno, že za nesplnění podmínky umístění textu je pak a priori považována situace, je-li text pouze na balení přípravku. Zadavatel se domnívá, že takový výklad neodpovídá ust. § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., a proto je v rozporu se zásadou nullum crimen sine lege. Dle § 5 písm. y) zákona č. 231/2000 Sb., Rada vydává prováděcí právní předpisy v oblasti provozování rozhlasového a televizního vysílání a audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání v rozsahu zmocnění podle tohoto zákona. Prováděcí právní předpis slouží k zpřesnění textu zákona, nikdy nemůže rozšířit skutkovou podstatu nad zákonem stanovený rámec. Ačkoliv je RRTV oprávněna a povinna interpretovat neurčitý právní pojem „zřetelný text“, nemůže z něj interpretací činit pojem určitý, kdy pod skutkovou podstatu bez dalšího zařadí situaci, kdy je text (jinak dostatečně zřetelný) uveden pouze na balení výrobku. Pokud obal výrobku tvoří ½ informací uvedených na obrazovce, pak průměrný divák směřuje svou pozornost na obal výrobku a informace na obalu uvedené nemohou být a priori bez dalšího považovány za nezřetelné.

2.7. Zadavatel navíc poukazuje na skutečnost, že televizní reklama diváka směřuje do lékárny nebo na eshop „medicínka.cz“. Na e-shopu je jednoznačně a jasně uvedena informace, že se jedná o doplněk stravy, který nemá schválené léčivé účinky a nejedná se o lék. Stejnou informaci by divák získal i v lékárně. Divák tudíž při případné koupi výrobku nemůže být uveden v omyl, reklama proto nemá společenskou škodlivost. Cílem ustanovení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy nepochybně je přispět k lepší informovanosti spotřebitelů o povaze inzerovaného přípravku. V případě televizní reklamy považoval zákonodárce za důležité chránit spotřebitele jako adresáty reklamního sdělení a z toho důvodu včlenil do zákona o regulaci reklamy ustanovení, že reklama na doplněk stravy musí obsahovat zřetelnou informaci o tom, že nabízený přípravek je doplňkem stravy. Z výše uvedeného vyplývá, že spotřebitel má být chráněn před tím, aby byl nalákan ke koupi zboží, často bez ohledu na pravdivost poskytnutých informací či jiné společenské hodnoty, aniž by obdržel zřetelnou informaci o tom, že nabízený produkt je doplňkem stravy. Aby se tak stalo v případě televizní reklamy, musela by tato reklama směřovat k možnému prodeji daného produktu bez dalších informací. Pokud by tedy po reklamě následovala možnost objednat si zboží přes telefon, byla by na místě polemika o tom, zda měl spotřebitel zřetelnou informaci o charakteru produktu, že se jedná o doplněk stravy. V daném případě reklama diváka směřuje do lékárny nebo na e-shop „medicínka.cz“, kde je u daného produktu hned na dvou místech uvedena informace, že se nejedná o lék, ale o potravní doplněk. Možnost, že by si spotřebitel na základě zhlédnutí reklamy zadavatele koupil produkt „Green Coffee“, aniž by věděl, že se jedná o doplněk stravy nebo se dokonce domníval, že se jedná o lék, je dle názoru zadavatele vyloučena, z důvodu, které jsou popsány shora ve vyjádření.

2.8. Zadavatel k prokázání svých tvrzení předkládá jako důkaz ofocenou obrazovku a na dvou snímcích prezentaci – popis produktu z webových stránek, na které reklama odkazuje, aby si divák mohl daný produkt koupit. Podtržením a šipkami jsou znázorněna jednoznačná sdělení potvrzující text v reklamě na obalu produktu, že se jedná o doplněk stravy a nejedná se o lék. Těmito důkazy zadavatel prokazuje, že není možné to, aby před koupi výrobku spotřebitel neměl informaci o tom, že daný produkt je doplňkem stravy a že by byl uváděn v omyl za účelem zvýšení prodeje.

2.9. Ani po opakovaném zhlédnutí reklamy zadavatel neshledal žádnou společenskou škodlivost této reklamy. 2.10. Zadavatel si u společnosti Šlágr TV, spol. s r.o., IČ: 26102293, se sídlem Dubné 158, PSČ 37384 jako zpracovatele objednal reklamu na propagaci výrobku „Dr. Bojda Green Coffee“. Zadavatel má za to, že za obsah reklamy by měl odpovídat zpracovatel, který je osobou znalou v oblasti reklamy a propagace výrobků. Zadavatel měl za nesporné, že tvůrce reklamy je osobou znalou právních předpisů, které upravují reklamu, teleshopping a spoléhal na to, že reklama bude zhotovena tak, aby k porušení žádných předpisů nedošlo. Za vypracování reklamy Zadavatel zaplatil sjednanou odměnu, když měl za to, že tvůrce reklamy a její odvysílatel dohlédne na to, aby reklama byla po právu.

III.

Správní uvážení Rady:

Účelem ustanovení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy není, aby spotřebitel, divák pročítal obal produktu, ale aby získal povědomí o charakteru produktu tím, že zadavatel uvede v reklamě zřetelný text doplněk stravy.

Byť zadavatel namítá, že divák má čas k pročení textu, který je v reklamě, je nutné konstatovat, že reklama v žádném případě neobsahuje zřetelný text doplněk stravy.



Interní záznam Úřadu, který byl pořízen ze záznamu

Na uvedeném obrázku je prezentován text, který dle vyjádření účastníka má být dostatečným zpracováním zákonné povinnosti. Jak je patrné, na obalu přípravku je značně nezřetelně uveden text „doplnok stravy“, termín „doplňok“, který předchází, je již zcela nezřetelný. (V daném kontextu je třeba zdůraznit, že divák nemá možnost zkoumat zastavený obraz nebo například print screen z reklamy, aby zjistil, jestli náhodou na obalu produktu nelze při vynaložení značné snahy rozšifrovat zákonem požadovaný text.)



Záznam zaslaný účastníkem.

I kdybychom připustili, že na záznamu poskytnutém účastníkem lze text doplněk stravy rozlišit, je sporné, zda jde o kvalitu záznamu, která byla součástí vysílání. Naopak záznam Rady je záznamem autenticky pořízeným z vysílání.

Společnost JANKAR PROFI, s.r.o. rozporuje podobu stanoviska Rady ve věci zřetelnosti textu, s ohledem na výklad § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. Stanovisko Rady plně odpovídá nejen zákonnému výkladu, ale i konstantní judikatuře. Stanovisko Rady je umístěno na webu Rady pod tímto odkazem:

https://www.rtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/pravni-stanoviska/Stanovisko_zretelny_text.pdf

Toto stanovisko vzniklo na základě judikatury a plně reflektuje rozhodnutí jak Nejvyššího správního soudu, tak Městského soudu v Praze, konkrétně rozhodnutí NSS 1 A s 6/2010 - 61 ze dne 17. února 2010.

Společnost JANKAR PROFI, s.r.o. rovněž namítá, že za obsah teleshoppingu zodpovídá zpracovatel. Uvedené tvrzení nelze akceptovat. Podle § 6 odst., věta druhá zákona č. 40/1995 Sb., „*pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby, odpovídají za její soulad se zákonem zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně*“. Nelze tedy argumentovat tím, že ze strany pachatele byla dána premisa, „*že tvůrce reklamy je osobou znalou právních předpisů, které upravují reklamu, teleshopping a spoléhal na to, že reklama bude zhotovena tak, aby k porušení žádných předpisů nedošlo. Za vypracování reklamy Zadavatel zaplatil sjednanou odměnu, když měl za to, že tvůrce reklamy a její odvysílatel dohlédne na to, aby reklama byla po právu.*“ Uvedené pachatele, jakožto zadavatele, nezprošťuje zodpovědnosti za obsah obchodního sdělení. Je možné, aby pachatel vymáhal po zpracovateli kompenzaci za nesplnění smluvního závazku, nicméně toto není předmětem tohoto řízení.

Smyslem právního předpisu je, aby divák získal informaci o charakteru přípravku v rámci reklamy. Argument, že může získat další informace na eshopu či v prodejně jsou zcela bezpředmětné.

Obviněný neprokázal, že by v reklamě byl uveden zákonem stanovený text „doplněk stravy“ v podobě, jakou vyžadují právní předpisy, judikatura, případně stanovisko Rady. Argumentace účastníka se dotýká zejména skutečnosti, že v reklamě je uveden stanovený text na etiketě výrobku. Takové umístění nelze považovat za splnění povinnosti dle zákona.

Společnost JANKAR PROFI, s.r.o., IČ: 25868128, se sídlem Čeladná 262, okres Frýdek-Místek, PSČ 73912 (dále „obviněný“), jako zadavatel reklamy porušila § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., neboť zadáním reklamy s motivem „*medicínka.cz (Green coffee)*“, odvysílané dne 11. května 2018 v čase 10:59:33 hod. na programu ŠLÁGR TV, v reklamě na doplněk stravy Dr.Bojda Green coffee, absentoval zřetelný text "doplněk stravy".

IV.

Rada na základě uvedeného dospěla k závěru, že jsou dány veškeré skutečnosti pro uložení sankce.

Podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) a § 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 druhu a výměry správního trestu podle § 37 písm. a) a g) zákona č. 250/2016 Sb. se přihlédne k povaze a závažnosti přestupku, u právnické nebo podnikající fyzické osoby k povaze její činnosti,

Dle § 38 zákona č. 250/2016 Sb. je povaha a závažnost přestupku 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.

K přestupku došlo šířením obchodního sdělení prostřednictvím televizního vysílání, tedy masovým komunikačním médiem, dopad ani dosah vysílání nebyl v řízení hodnocen, proto nebyl tento aspekt zohledňován.

Za rozhodnou okolnost ve smyslu § 38 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb. však považujeme fakt, že oblast ochrany zdraví je společensky citlivou kategorií, která podléhá přísné regulaci.

Rada, v souladu s generální prevencí, uložila pokutu při samé spodní hranici, přičemž rovněž přihlédla k okolnosti, že se jedná o první porušení uvedené zákonné povinnosti ze strany společnosti JANKAR PROFI, s.r.o. Rada tak uložila sankci ve výši 20 000 Kč. Tedy v rozsahu 1% zákonné meze.

Vzhledem k tomu, že řízení vyvolal účastník řízení 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 (slovy jedentisíckorun).

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.

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání

elektronicky podepsáno