



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedy JUDr. Slavomíra Nováka a soudkyň JUDr. Hany Pipkové a JUDr. Marcely Rouskové v právní věci žalobkyně: **CET 21 spol. s r. o.**, se sídlem Praha 5, Kříženeckého náměstí 1078/5, zastoupen JUDr. Vladimírem Kroupou, advokátem se sídlem Zavadilova 1925/15, Praha 6, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, Praha 2, Škrétova 44/6, v řízení o žalobě proti rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 27. 8. 2010, č.j. had/2836/2010,

t a k t o :

I. Rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 27. 8. 2010, č.j. had/2836/2010, se zrušuje a věc se vrací žalované k dalšímu řízení.

II. Žalovaná je povinna zaplatit žalobkyni náhradu nákladů řízení ve výši 13 520,- Kč, a to do třiceti dnů od právní moci tohoto rozsudku, k rukám JUDr. Vladimíra Kroupy, advokáta.

O d ů v o d n ě n í

Žalobkyně se podanou žalobou domáhala zrušení rozhodnutí Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 27. 8. 2010, kterým jí byla udělena pokuta ve výši 100 000,- Kč za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, jehož se dopustila tím, že obchodní sdělení Knauf (sponzor pořadu, mutace 10) s premiérou odvysílání dne 6. 9. 2009 v 18:11:47 hodin na programu Nova a dále pak s reprízami ve dnech 6. 9., 13. 9., 20. 9. a 27. 9. v konkrétních časech na tomtéž programu nebylo zřetelně odděleno od ostatních částí programu, přestože se jednalo o reklamu, a to naplněním definičních znaků reklamy, zejména obsahem reklamního sloganu, který se přímo obrací na potenciálního zájemce a zdůrazňuje, jak snadné je stavět s materiály Knauf.

Proti tomuto rozhodnutí směřovala žaloba, v níž žalobkyně uvedla nesouhlas s právní kvalifikací skutku, tedy se závěrem žalované, že sponzorský vzkaz naplnil definiční znaky reklamy, dále namítla, že rozhodnutí je nezákonné proto, že výrok rozhodnutí nespecifikuje dostatečným způsobem delikt, za který byla uložena sankce, a konečně že rozhodnutí je nepřezkoumatelné v důsledku nesrozumitelnosti odůvodnění v části obsahující hodnocení zákonných kritérií pro stanovení výše pokuty. Navrhla, aby soud napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalované k dalšímu řízení, případně aby výši pokuty moderoval.

Žalovaná ve vyjádření dne 17. 12. 2010 odmítla žalobní námitky a navrhla, aby soud žalobu zamítl.

Městský soud v Praze přezkoumal napadené rozhodnutí, jakož i řízení, které jeho vydání předcházelo, v rozsahu uplatněných žalobních námitek, a dospěl k závěru, že žaloba je zčásti důvodná. Rozsudkem č.j. 8 A 247/2010-42 ze dne 22. 3. 2011 proto napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalované Radě pro rozhlasové a televizní vysílání k dalšímu řízení, když sice neshledal důvodnými námitky vůči závěru žalované o tom, že posuzované obchodní sdělení je reklamou a že ve výroku rozhodnutí je nedostatečně specifikováno označení skutku, avšak oprávněnou shledal námitku ohledně nedostatečného vyhodnocení zákonných kritérií v rámci úvahy žalované o výši uložené sankce.

Na základě kasační stížnosti žalované rozhodoval ve věci Nejvyšší správní soud, který rozsudkem č.j. 8 As 98/2011-76 ze dne 22. února 2012 zrušil výše označený rozsudek městského soudu a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

Nejvyšší správní soud spatřil pochybení v postupu městského soudu, který ve věci rozhodl bez nařízeného jednání, ačkoliv k tomu nebyly plněny zákonné podmínky ve smyslu § 51 soudního řádu správního. Účastníci řízení vyjádřili nesouhlas s rozhodnutím bez nařízení jednání, a současně nebyly dány důvody pro rozhodnutí soudu podle ust. § 76 soudního řádu správního, protože městský soud v projednávané věci posuzoval důvodnost všech žalobních bodů, přičemž jeden z nich shledal důvodným. Skutečnost, že žalobkyni přisvědčil právě v námitce nepřezkoumatelnosti, ovšem neznamená, že jeho rozsudek lze z tohoto důvodu považovat za rozhodnutí ve

smyslu § 76 odst. 1 písm. a) soudního řádu správního. Pokud se městský soud zabýval i dalšími námitkami, které ve svém rozsudku také vypořádal, nebyly minimálně ve vztahu k těmto žalobním bodům naplněny podmínky pro rozhodnutí věci bez jednání.

Městský soud v Praze tedy v dalším řízení nařídil jednání, jež se uskutečnilo dne 20. září 2012 a při němž obě strany setrvaly na svých stanoviscích. Zástupkyně žalobkyně navrhla, aby soud napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalované k dalšímu řízení, zástupkyně žalované navrhla zamítnutí žaloby.

Městský soud v Praze posoudil věc takto:

Žalobkyně především namítla, že nesouhlasí s právní kvalifikací skutku, neboť odvysíláním sponzorského vzkazu nedošlo k porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, tedy k porušení povinnosti zajistit, aby reklamy byly rozeznatelné a zřetelně zvukově, obrazově či zvukově obrazově oddělené od ostatních částí programu, protože sponzorský vzkaz byl v souladu s ust. § 53 odst. 1 cit. zákona tak, jak je toto zákonné ustanovení soudní judikaturou vykládáno. Zde žalobkyně poukázala na rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 9. listopadu 2006, č.j. 7 As 75/2005-57, a ze dne 9. listopadu 2006, č.j. 7 As 81/2005-79, podle nichž účelem sponzorování není pouhá propagace jména či firmy sponzora, ale i propagace výrobků sponzora. Obsahem sponzorského vzkazu může být nejen obchodní firma, logo, ochranná známka, známka služeb identifikující sponzora, ale i další prvky. Je rovněž přípustné, aby výrobek sponzora byl spojen s konkrétními slovním spojením, které produkt sponzora charakterizuje. Sponzorský vzkaz může obsahovat reklamní sdělení v širším smyslu, tj. sdělení veřejně propagující obchodní firmu, výrobek, zboží nebo službu. Sponzorováním si sponzor vytváří dobré jméno (goodwill), povědomí u diváka, prezentuje svou existenci, předmět činnosti a výsledek tohoto předmětu. Klasickým příkladem sponzorského vzkazu tak bude grafická prezentace loga sponzora či jeho výrobku doprovázená sloganem charakterizujícím sponzora či výrobek, spíše statického charakteru, s uvedením, že se jedná o sponzora pořadu. Žalobkyně k tomu uvedla nesouhlas se závěrem žalované, že účelem sponzorování, resp. sponzorského vzkazu, by mělo být výlučné utváření obrazu o společnosti, která přispěla svými financemi k produkci pořadu. Podle citované judikatury sponzorský vzkaz může ve svém důsledku obsahovat reklamní sdělení v širším slova smyslu, tj. sdělení veřejně propagující obchodní firmu, výrobek, zboží či službu. Žalovaná nesprávně za reklamní prvek považuje skutečnost, že v předmětném sponzorském vzkazu je jednotlivě vyjmenováván rozsah použití produktů sponzora podnikajícího v oblasti výroby a prodeje sádrokartonových stavebních systémů a materiálů, neboť podle názoru žalobkyně se jedná o propagaci dovolenou, o prezentaci sponzora prostřednictvím jednotlivých skupin výrobků, bez uvedení jakéhokoli konkrétního výrobku či jeho vlastností. Slogan „s materiály Knauf stavíte jedním tahem“ nemá podle žalobkyně reklamní vyznění, neobsahuje výzvu ke koupi, ani srovnání s jinými podobnými výrobky a ani zdůrazňování kvalit výrobků sponzora. Dále podle názoru žalobkyně nelze ve zpracování sponzorského vzkazu spatřovat dynamiku v podobě zřejmého reklamního příběhu, v němž by byla vyzdvihována kvalita produktu či jeho srovnání s jinými produkty. V dynamické části sponzorského vzkazu se neobjevují žádné přímé pobídky ke koupi určitého produktu, neobsahuje žádný reklamní příběh a k přesvědčovacímu procesu zde není nastaven ani přiměřený prostor. Pokud jde o prvek ústředního motivu, tím je informování diváka o výrobcích sponzora včetně obecné informace o rozsahu jeho

předmětu činnosti. Ani zvuková, ani obrazová část sponzorského vzkazu, ani vzkaz jako celek není propagací výrobků sponzora; vzkaz obsahuje údaje primárně informativního charakteru, nikoliv údaje propagační/nabídkové.

Tuto námitku soud shledal důvodnou.

V průběhu jednání 20. září 2012 provedl soud důkaz reprodukcí zvukově-obrazového záznamu předmětného obchodního sdělení a dospěl k závěru, že toto obchodní sdělení neobsahuje reklamní prvky v takové míře, aby je bylo možno považovat za reklamu.

Podle ust. § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání se pro účely tohoto zákona rozumí reklamou jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.

Předmětné obchodní sdělení sice vykazuje jistou míru dynamiky sdělení (slovní a grafický popis jednotlivých stavebních částí budov, doprovázený sloganem „s materiály Knauf stavíte jedním tahem“), avšak je prezentováno v převážně obecné rovině. Ve sdělení není přímo označen žádný konkrétní výrobek značky Knauf, nejsou tam zmíněny žádné jeho vlastnosti ani cena, a tím méně tam pak může být jakékoliv jeho srovnání s obdobnými výrobky jiných značek. Obchodní sdělení sice obsahuje jisté zhodnocení, vyjádřené právě sloganem „s materiály Knauf stavíte jedním tahem“, který lze interpretovat jako zdůraznění toho, že výhodou materiálů Knauf je to, že pod touto značkou existují stavební materiály potřebné pro každou část stavby, ale podstatné je podle názoru soudu to, že se jedná o naprosto obecné konstatování. Divákovi tedy není nabízen žádný konkrétní produkt, nejsou mu sdělovány informace o žádném určitém výrobku či službě a pobídka ke koupi je toliko povšechná, vztahující se obecně ke značce Knauf, nikoliv však ke konkrétnímu produktu.

Předmětné obchodní sdělení tedy neobsahuje takové prvky, jež by při komplexním hodnocení bylo možno bezpochyby považovat za reklamní. Žalovaná tedy rozhodla v rozporu se zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání, jestliže žalobkyni uložila sankci za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, neboť předmětné obchodní sdělení Knauf (sponzor pořadu, mutace 10) s premiérou odvysílání dne 6. 9. 2009 v 18:11:47 hodin na programu Nova nebylo reklamou.

Žalobkyně dále namítala nedostatečně specifikované označení skutku ve výroku rozhodnutí, s poukazem na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 125. 1. 2008, č.j. 4 As 9342006-73, podle něhož výrok rozhodnutí o jiném správním deliktu musí obsahovat popis skutku uvedením místa, času a způsobu spáchání, popřípadě i jiných skutečností, jichž je třeba k tomu, aby nemohl být zaměněn s jiným. Podle výroku napadeného rozhodnutí je žalobkyně sankcionována za odvysílání „obchodního sdělení“, ačkoliv zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání takový pojem znal až od 1. června 2010.

Tuto námitku soud neshledal důvodnou. Skutek, jímž je odvysíláním obchodního sdělení Knauf (sponzor pořadu, mutace 10), je ve výroku napadeného rozhodnutí specifikován uvedením místa (program Nova) a času, tj. data a hodiny, minuty a vteřiny jeho jednotlivých odvysílání. O totožnosti skutku tedy není zde pochyb a podmínka, aby nemohl být zaměněn s jiným, byla splněna. Námitku vůči použití výrazu „obchodní sdělení“ soud neakceptoval proto, že použitý termín jen identifikuje obecně druh odvysílaného sdělení, ale není znakem skutkové podstaty deliktu: sankce byla uložena ne proto, že by šlo o obchodní sdělení, ale že šlo o neoddělenou reklamu žalobkyně.

Konečně se soud zabýval námitkou nepřezkoumatelnosti rozhodnutí v důsledku nesrozumitelnosti odůvodnění v části obsahující hodnocení zákonných kritérií pro stanovení výše pokuty. Podle žalobkyně tam absentuje úvaha o zohlednění zřetele odpovědnosti provozovatele vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy při posouzení povahy vysílaného programu a postavení provozovatele vysílání na mediálním trhu. Rovněž tak absentuje úvaha o tom, jak žalovaná v rámci posouzení závadného vysílání posoudila četnost vysílání sponzorského vzkazu, když pouze uvedla jen termíny a časy jednotlivých odvysílání.

Tuto námitku soud shledal důvodnou.

Podle ust. § 61 odst. 2, resp. odst. 3 zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání 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, resp. Rada stanoví výši pokuty podle závažnosti věci, míry zavinění a s přihlédnutím k rozsahu, typu a dosahu závadného vysílání a k výši případného finančního prospěchu.

V citovaných normách jsou taxativně stanovena kritéria pro určení výše sankce, a povinnost Rady pro rozhlasové a televizní vysílání je tedy při úvaze o stanovení pokuty se s každým jednotlivým kritériem výslovně vypořádat. Z odůvodnění jejího rozhodnutí tedy musí být zřejmé, že každé kritérium vzala v úvahu a jaké skutečnosti pod ně podřadila. Žádné z kritérií tedy nesmí zůstat opomenuto, byť lze připustit, že v konkrétním případě některé z kritérií nemusí být naplněno – avšak i o tom se musí žalovaná výslovně vyjádřit.

Pokud jde o kritérium „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“, není z odůvodnění napadeného rozhodnutí zřejmé, zda a jak se žalovaná zabývala hlediskem odpovědnosti žalobkyně vůči divácké veřejnosti v oblasti informací, výchovy, kultury a zábavy. V tomto rozsahu je tedy úvaha žalované neúplná, a tedy nepřezkoumatelná. I kdyby v předmětném případě toto hledisko nepřicházelo v úvahu (což je ovšem plně na správním uvážení žalované), přesto to nezabývá Radu pro rozhlasové a televizní vysílání povinnosti se s ním vypořádat.

Rovněž tak je nutno přisvědčit žalobkyni v tom, že četnost odvysílání předmětného obchodního sdělení je důležitým faktorem, neboť nebude patrně sporu o tom, že vyšší četnost odvysílání znamená potenciálně vyšší počet diváků tímto vysíláním

zasazených. Byť tedy žalovaná výslovně zmínila všechna odvysílání předmětného obchodního sdělení, a to v rámci posouzení postavení provozovatele na mediálním trhu, žádné skutečnosti ohledně výše sankce z toho nevyvodila. Její argumentace je tedy v této části nepřezkoumatelná pro nesrozumitelnost.

Městský soud v Praze proto napadené rozhodnutí zrušil podle ust. § 78 odst. 1 soudního řádu správního tak, jak je ve výroku tohoto rozsudku uvedeno, a podle ust. § 78 odst. 4 soudního řádu správního věc vrátil žalované k dalšímu řízení.

Pro úplnost soud konstatuje, že neakceptoval argument, jenž žalobkyně uplatnila při jednání dne 20. září 2012, totiž že Městský soud v Praze rozsudkem č.j. 3A 171/2011-39 ze dne 3. listopadu 2011 zrušil rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 17. 5. 2011, č.j.: had/1656/2011, které se týkalo sankce za totéž jednání. Jak je zřejmé z označeného rozsudku, městský soud tam akceptoval námitku týkající se porušení ust. § 59 zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Taková námitka však nebyla v nyní projednávané věci vůbec uplatněna, a soud se jí tedy nezabýval.

Výrok o nákladech je odůvodněn ust. § 60 odst. 1 soudního řádu správního, když žalobkyně měla ve věci úspěch a její náklady řízení sestávají jednak ze zaplaceného soudního poplatku z podané žaloby ve výši 2000,- Kč jednak z odměny advokátovi za čtyři úkony právní služby po 2100,- Kč a ze související náhrady hotových výdajů po 300,- Kč podle vyhlášky č. 177/1996 Sb., o odměnách advokátů a náhradách advokátů za poskytování právních služeb (advokátní tarif), v platném znění, zvýšených o sazbu daně z přidané hodnoty; náhradu v celkové výši 13 520,- Kč je žalovaná povinna zaplatit žalobkyni do 30 dnů od právní moci tohoto rozsudku k rukám zástupce žalobkyně JUDr. Vladimíra Kroupy, advokáta.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejblíže následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s. ř. s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje, v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje,

vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

V Praze dne 20. 9. 2012

JUDr. Slavomír Novák
předseda senátu