



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedy JUDr. Bohuslava Hnízдила a soudkyň JUDr. Kateřiny Šimáčkové a JUDr. Milady Tomkové v právní věci žalobkyně: **FTV Prima, spol. s r. o.**, se sídlem Na Žertvách 24/132, Praha 8 - Libeň, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, proti rozhodnutí žalované ze dne 3. 6. 2008, č. j. fol/4619/08, sp. zn. 2008/300/FOL/FTV, v řízení o kasační stížnosti žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 27. 1. 2009, č. j. 6 Ca 311/2008 - 79,

takto:

- I. Kasační stížnost **se zamítá.**
- II. Žalobkyni **se nepřiznává** právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.

Odůvodnění:

Rozhodnutím ze dne 3. 6. 2008 žalovaná udělila žalobkyni pokutu ve výši 50 000 Kč pro porušení ustanovení § 53 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen „zákon o vysílání“), neboť označením sponzora pořadu Zoufalé manželky dne 11. 2. 2008 od 18:00 hodin produktem ALEX porušila povinnost označit každý pořad sponzorovaný zcela nebo zčásti obchodní firmou, obrazovým symbolem (logem), ochrannou známkou nebo známkou služeb identifikující sponzora.

Proti rozhodnutí žalované podala žalobkyně žalobu k Městskému soudu v Praze. Městský soud ve svém rozsudku ze dne 27. 1. 2009 (pozn. NSS: v rozsudku uvedeno 27. 1. 2008) přisvědčil námitce žalobkyně, že z § 53 odst. 1 zákona o vysílání nevyplývá povinnost, že by označení sponzora mělo být jednoznačně spojeno s jeho jménem (obchodní firmou), nýbrž že pouze samotné uvedení ochranné známky výrobku či služby

je dostatečným identifikačním znakem sponzora pořadu. Městský soud se dále ztotožnil s dalšími námitkami žalobkyně týkajícími se nedostatečného odůvodnění rozhodnutí žalované, neboť shledal vady jak v odůvodnění týkajícím se skutku, který je žalobkyni kladen za vinu, tak v odůvodnění týkajícím se výše uložené pokuty. Městský soud proto rozhodnutí žalované zrušil a vrátil jí věc k dalšímu řízení.

Proti rozhodnutí městského soudu podala žalovaná (stěžovatelka) kasační stížnost, v níž uplatňuje kasační důvody dle § 103 odst. 1 písm. a) a d) zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní (dále jen „s. ř. s.“). Stěžovatelka konkrétně namítá, že se soud nevypořádal se zákonnou úpravou sponzorování a že ve svém rozhodnutí nesprávně zaměňuje problematiku sponzorování a identifikaci sponzora, neboť v důsledku definice sponzorování považuje pouhé uvedení ochranné známky výrobku či služby za dostačující identifikaci sponzora. Stěžovatelka v kasační stížnosti dále zdůrazňuje, že jelikož sponzorem pořadu může být jediná osoba (fyzická či právnická), musí tak být z označení sponzora pořadu zřejmé, která osoba na výrobu pořadu přispěla. Ačkoliv stěžovatelka nepochybně, že by vedle označení sponzora nemohl být uveden jeho výrobek či služba, neboť to je jak v souladu s § 2 odst. 1 zákona o vysílání, tak s judikaturou Nejvyššího správního soudu, napadá však to, že se soud nevypořádal s problematikou takového používání ochranných známek v reklamě (tedy i sponzoringu), kdy tutéž ochrannou známku může použít i jiná osoba než její vlastník, neboť tato možnost vyplývá ze zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů (zákon o ochranných známkách). Součástí tohoto problému pak dle stěžovatelky je, že z registru ochranných známek lze zjistit jen vlastníka ochranné známky a nikoliv jinou osobu, která má od vlastníka souhlas ochrannou známku užívat. V důsledku toho pak není možné zjistit skutečného sponzora pořadu, čímž je znemožněna kontrola ze strany Rady pro rozhlasové a televizní vysílání a současně se divák nedozví, kdo konkrétní pořad sponzoroval. Informace o identitě sponzora však je pro diváka velmi důležitá, neboť bez ní by se např. nedozvěděl, že sponzor je společnost, která uplatňuje testy na zvířatech. Jako další námitku proti rozhodnutí městského soudu stěžovatelka uvádí, že ze znění příslušného ustanovení (§ 53 odst. 1) zákona o vysílání po novele účinné od 31. 5. 2006, tedy ve znění zákona č. 235/2006 Sb., je zřejmé, že bylo úmyslem zákonodárce, aby konkrétní sponzor byl z označení sponzora pořadu patrný a zjevný, jinak by novelizace tohoto ustanovení byla zcela nesmyslná.

Žalobkyně ve svém vyjádření ke kasační stížnosti uvedla, že dle jejího názoru je kasační stížnost nedůvodná, a proto navrhla její zamítnutí. Žalobkyně souhlasí se závěrem městského soudu, že z § 53 odst. 1 zákona o vysílání zřetelně vyplývá, že sponzor může využít ke své identifikaci různé možnosti předvídané zákonem, nikoliv se vždy identifikovat svojí obchodní firmou. Žalobkyně má za to, že průměrný divák chápe, že pořad s označením sponzora pořadu značkou produktu XY je sponzorován osobou, která je širitelkou produktů značky XY. Průměrný divák také zná mnohem lépe značky produktů než jména obchodních firem a uvedení obchodní firmy namísto značky produktu mívá z hlediska informovanosti diváka zpravidla mnohem menší hodnotu. Žalobkyně dále upozorňuje na to, že výklad stěžovatelky je odlišný od mezinárodní praxe, což by mohlo mít vážné důsledky na vysílání zahraničních pořadů s celoevropsky

vysílaným sponzorským vzkazem, jehož vysílání je podmínkou nákupu vysílacích práv. Žalobkyně také zdůrazňuje, že interpretace identifikace sponzora způsobem, který provedla v tomto případě stěžovatelka, se odlišuje od evropské úpravy a cituje k tomu znění článku 3f odst. 1 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání (tzv. Směrnice o audiovizuálních mediálních službách) a dovozuje, že zde není žádný důvod k závěru, že český zákonodárce měl v úmyslu zpřísnění právní úpravy požadavkem explicitní identifikace obchodní firmou sponzora.

Nejvyšší správní soud se kasační stížností zabýval nejprve z hlediska splnění formálních náležitostí. Konstatoval, že stěžovatelka je osobou oprávněnou k podání kasační stížnosti, neboť byla účastníkem řízení, z něhož napadené rozhodnutí městského soudu vzešlo (§ 102 s. ř. s.). V kasační stížnosti, kterou podala včas (§ 106 odst. 2 s. ř. s.), uplatňuje přípustný důvod podle § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s. a jedná za ni osoba se vzděláním podle § 105 odst. 2 s. ř. s.

Nejvyšší správní soud dále přezkoumal kasační stížnost v rozsahu stěžovatelkou uplatněných důvodů a dospěl k závěru, že kasační stížnost není důvodná.

Stěžovatelka svojí kasační stížností napadá rozhodnutí městského soudu, neboť nesouhlasí s jeho výkladem § 53 odst. 1 zákona o vysílání a tedy s tím, že by pro identifikaci sponzora bylo dostatečné pouhé uvedení ochranné známky výrobku či služby. K této námitce Nejvyšší správní soud odkazuje na své dřívější rozhodnutí ze dne 2. 9. 2009, č. j. 6 As 13/2009 - 92, dostupné na www.nssoud.cz, kde se již obdobnou věcí komplexně zabýval. V tomto svém rozhodnutí dospěl k závěru, že povinnost označit sponzorovaný pořad známkou služeb identifikující sponzora vyplývající z § 53 odst. 1 zákona o vysílání, ve znění zákona č. 235/2006 Sb., je splněna i tehdy, pokud je sponzorovaný pořad označen odkazem na produkt či službu, neboť povinnost uvedení obchodní firmy právnické či fyzické osoby, která pořad sponzoruje, nelze z citovaného ustanovení dovodit. Z výše zmíněného rozhodnutí pak vyplývají odpovědi i na ostatní stěžovatelčiny námitky. Co se týče stížní námitky týkající se intence zákonodárce ohledně novelizace zákona o vysílání, k tomu se Nejvyšší správní soud vyslovil takto: „Účelem zákona č. 235/2006 Sb., který byl předkládán vládou, bylo umožnit digitalizaci televizního vysílání. V Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR byl návrh zákona projednáván jako parlamentní tisk č. 885 ve 4. volebním období (2002 - 2006). Změna § 53 odst. 1 nebyla vládou navrhována. Zmíněný pojem „identifikující“, který je součástí novelizovaného znění, byl zařazen do zákona na základě neodůvodněného komplexního pozměňovacího návrhu výboru pro vědu, vzdělání, kulturu, mládež a tělovýchovu ve 2. čtení. Není tedy nikterak možno dovodit, jaká byla intence zákonodárce, když tuto změnu schválil.“ K námitce stěžovatelky, že jestliže ve sponzorském vzkazu nebude jasně identifikován sponzor (tedy svojí obchodní firmou), znemožní jí to provádět kontrolní činnost dle § 53 odst. 3, 4 a 5 zákona o vysílání, pak Nejvyšší správní soud uvedl, že tato námitka stěžovatelky nemůže obstát již vzhledem k tomu, že i „doposud tuto kontrolní činnost musela provádět i prováděla, a to i za účinnosti zákona o vysílání v původním znění. Stěžovatelka má řadu možností v průběhu dokazování ve správním řízení identitu sponzora zjistit.“ Stěžovatelka svůj výklad dále bránila také tím, že jednoznačná identifikace je velice důležitá i pro diváka samotného. I s tímto se již Nejvyšší

správní soud vypořádal ve výše zmíněném rozhodnutí, v němž uvedl, že pro diváka má mnohem vyšší vypovídací hodnotu označení výrobku a služby, které jsou propagovány, než označení zadavatele sponzorského vzkazu (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 2. 9. 2009, č. j. 6 As 13/2009 - 92). Nejvyšší správní soud zde také dospěl k závěru, že odpověď na otázku, zda divák potřebuje znát konkrétního sponzora toho kterého pořadu, je zjistitelná z účelu sponzoringu. Jak vyplývá z judikatury Nejvyššího správního soudu základním účelem sponzorování je vytvoření dobrého jména, pověsti právnické či fyzické osoby či jeho výrobků (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 81/2005 - 79, publikovaný pod č. 1063/2007 Sb. NSS). *„Pokud je účelem sponzorování pořadu zlepšit dobré jméno či pověst výrobků a služeb, pak pro diváka a spotřebitele není důležité, kdo sponzoring pořadu poskytl, ale to, které výrobky či služby mají být poskytnutým sponzoringem propagovány.“* (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 2. 9. 2009, č. j. 6 As 13/2009 - 92).

Nejvyšší správní soud pro úplnost rovněž odkazuje na své rozhodnutí ze dne 25. 11. 2009, č. j. 7 As 53/2009 - 89, dostupné na www.nssoud.cz, kde konstatoval, že za dostatečné označení sponzora ve smyslu § 53 odst. 1 zákona o vysílání je třeba považovat i odkaz na výrobky, služby či jiné výkony sponzora, které sponzorský vzkaz propaguje.

Nejvyšší správní soud dospěl k závěru, že zabývat se problematikou úplnosti odůvodnění je v této věci nadbytečné. K tomuto důvodu zrušení napadeného správního rozhodnutí napadeným rozsudkem nesměřovaly kasační námitky stěžovatelky a s ohledem na to, že žalobkyně svým jednáním neporušila svoji zákonnou povinnost dle § 53 odst. 1 zákona o vysílání a neměla jí tak být uložena pokuta, není závěr městského soudu o neúplnosti odůvodnění dále přezkoumáván.

Ze všech shora uvedených důvodů Nejvyšší správní soud shledal kasační stížnost nedůvodnou, a proto ji zamítl v souladu s ustanovením § 110 odst. 1 *in fine* s. ř. s.

Stěžovatelka neměla ve věci úspěch, a proto jí nenáleží právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti (§ 60 odst. 1 *a contrario* ve spojení s § 120 s. ř. s.) Žalobkyně, která by jinak měla právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti (§ 60 odst. 1 ve spojení s § 120 s. ř. s.), je neuplatnila. Nejvyšší správní soud proto rozhodl, že se žalobkyni nepřiznává právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.

Poučení: Proti tomuto rozsudku **nejsou** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 10. února 2010

JUDr. Bohuslav Hnízdl
předseda

senátu

