

ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedy JUDr. Jaroslava Hubáčka a soudců JUDr. Elišky Cihlářové a JUDr. Karla Šimky v právní věci žalobkyně: **Česká televize**, se sídlem Na Hřebenech II, Kavčí hory, Praha 4, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, v řízení o kasační stížnosti žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 9. 9. 2009, č. j. 7 Ca 334/2008 – 45,

takto:

Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 9. 9. 2009, č. j. 7 Ca 334/2008 – 45, **se zrušuje** a věc **se vrací** tomuto soudu k dalšímu řízení.

Odůvodnění:

Městský soud v Praze napadeným rozsudkem ze dne 9. 9. 2009, č. j. 7 Ca 334/2008 – 45, zrušil k žalobě podané Českou televizí rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 10. 9. 2008, sp. zn. 2008/941/vav/ČTV, č. j. vav/7026/08, pro nepřezkoumatelnost z nedostatku důvodů a věc vrátil žalované k dalšímu řízení. Tímto správním rozhodnutím byla žalobkyni uložena pokuta za porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (dále jen „zákon o provozování vysílání“) ve výši 700 000 Kč, neboť dne 28. 4. 2008 v 19:44:25 hod. a dále celkem 6x v repríze na programu ČT 1 odvysílala reklamu na produkt Subaru – Boxer Diesel, která nebyla zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělena od ostatních částí programu. Spot byl žalobkyní označen jako „sponzor reklamní znělky“, avšak žalovaná jej zhodnotila jako reklamu ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání, neboť spot upozorňuje diváka na existenci aut značky Subaru, konkrétně pak produktu Boxer Diesel s rozšiřující informací, jak auto vypadá. Dle žalované k odvysílání tohoto spotu došlo za úplatu, přičemž spot nebyl na svém začátku ani konci jako reklama označen a nebyl také oddělen od ostatních částí programu. Městský soud v napadeném rozsudku dospěl k závěru, že žalovaná při posuzování

předmětného spotu pominula zohlednit základní odlišující kritéria, která plynou z judikatury a navíc z odůvodnění správního rozhodnutí není zřejmé, na základě jakých úvah žalovaná dospěla k závěru, že prezentované informace jsou určeny k podpoře prodeje produktu. Žalovaná se ani nezabývala otázkou, zda spot zdůrazňuje kvality výrobku či je porovnává s jinými výrobky a zda může mít vliv na výběr výrobku divákem v postavení spotřebitele. Z uvedených důvodů shledal městský soud napadené rozhodnutí žalované nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů.

Proti tomuto rozsudku městského soudu podala žalovaná jako stěžovatelka (dále jen „stěžovatelka“) v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodů uvedených v ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) a d) s. ř. s.

Stěžovatelka především namítá, že bylo povinností správního soudu vyhodnotit, zda napadené správní rozhodnutí obsahuje zřetelnou úvahu, proč a z jakých důvodů považuje správní orgán předmětný spot za reklamu a zda je tato úvaha v souladu s platným právním řádem. Městský soud však úvahu správního orgánu v uvedených směrech nehodnotil a pouze konstatoval, že je nedostatečná. Napadené správní rozhodnutí přitom uvádí konkrétní důvody, které vedly ke konstatování, že je daný spot ve skutečnosti reklamou. V „reklamě“ se objevuje vůz značky Subaru, jsou zdůrazňovány přednosti využití dieselového motoru, tedy produktu Boxer Diesel. Tyto skutečnosti, včetně naplnění definičních znaků reklamy, tedy byly v odůvodnění správního rozhodnutí uvedeny a vyhodnoceny. Spot propaguje určitý výrobek, určité značky, přičemž se nejedná o pouhé konstatování existence výrobku. Nadto jsou zdůrazňovány kvality užití daného typu motoru a takový údaj je údajem přesahujícím pouhé označení sponzora, neboť vyzdvihuje vlastnosti výrobku. Byly tedy prokázány veškeré zákonné definiční znaky reklamy, které spot obsahoval, včetně propagace výrobku a takové odůvodnění musí být dostatečné. V napadeném rozhodnutí tak bylo uvedeno, z jakého důvodu je považováno označení sponzora za reklamu a v čem jsou jednotlivé reklamní prvky spatřovány, přičemž při soudním řízení bylo prokázáno, že tyto prvky se v označení sponzora vyskytují. Nelze proto souhlasit se závěrem správního soudu, že předmětné rozhodnutí je nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů, naopak je zřejmé, že správní orgán postupoval zcela v souladu s platnou právní úpravou. Stěžovatelka proto navrhuje, aby Nejvyšší správní soud napadený rozsudek městského soudu zrušil, a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

Žalobkyně se k podané kasační stížnosti nevyjádřila.

Nejvyšší správní soud nejprve přezkoumal procesní předpoklady projednání kasační stížnosti a shledal, že stěžovatelka byla účastníkem řízení, z něhož napadený rozsudek vzešel (§ 102 s. ř. s.). Kasační stížnost je tak podána osobou oprávněnou, za níž v řízení jedná pověřený zaměstnanec, mající vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie (§ 105 odst. 2 s. ř. s.). Kasační stížnost byla též podána včas (§ 106 odst. 2 s. ř. s.) a svým obsahem míří na kasační důvody podle ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s.

Nejvyšší správní soud tedy shledává kasační stížnost přípustnou a dospěl k závěru, že byly splněny zákonné procesní předpoklady pro její projednání.

Nejvyšší správní soud přezkoumal kasační stížností napadený rozsudek městského soudu v souladu s ustanovením § 109 odst. 2 a 3 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnila stěžovatelka v podané kasační stížnosti, a dospěl k závěru, že tato kasační stížnost je opodstatněná.

Stěžovatelka obsahem kasační stížnosti především napadla závěr městského soudu týkající se nepřezkoumatelnosti úvah, které v napadeném správním rozhodnutí vedly stěžovatelku k tomu, že předmětný spot je svým obsahem reklamou ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání. Tento stížní bod je podřaditelný pod ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s. neboť je namítáno nesprávné posouzení právní otázky přezkoumatelnosti správního rozhodnutí. Pro posouzení důvodnosti kasační stížnosti je tedy klíčové, zda napadené správní rozhodnutí je přezkoumatelné či nikoliv, neboť správní soud se žádnou z uplatněných žalobních námitek nezabýval. Městský soud stěžovatelce v kasační stížností napadeném rozsudku odcitoval právní závěry plynoucí z rozsudků Nejvyššího správního soudu (sp. zn. 7 As 75/2005 a sp. zn. 7 As 85/2005) a vytkl, že se nezabývala odlišujícími kritérii, jež z uvedené judikatury vyplývají a nijak blíže neodůvodnila svůj závěr, že odvysílání spotu vybízí k nákupu daného produktu.

Z obsahu správního spisu Nejvyšší správní soud zjistil, že předmětný spot označený žalobkyní jako „sponzor reklamní znělky“ na produkt Subaru, Boxer Diesel (mutace 1) byl odvysílán v premiéře dne 28. 4. 2008 v 19:44:25 hod. a posléze celkem 6x reprízován v měsíci dubnu na programu ČT 1.

Popis spotu: *Na bílé obrazovce je uprostřed auto značky Subaru ve stříbrné metalíze, které pomalu přijíždí, nad ním nápis „Boxer Diesel“ na stříbrném podkladě, pod ním nápis „Subaru s dieslovým motorem Boxer“. Poté se obraz mění, auto zůstává, nad ním je nápis „Subaru“ a znak aut této značky, pod ním odkaz na webové stránky www.subaru.cz. Následně se v pravém dolním rohu objevuje nápis „sponzor reklamní znělky“. Obraz doprovází zvuk motoru a mužský hlas, který říká: „Přijíždí k vám Subaru s dieslovým motorem Boxer...(odmlka)...sponzor reklamní znělky.“*

Podle ustanovení § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání je považováno za reklamu jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo jinou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, určené k podpoře prodeje, nákupu nebo pronájmu výrobků nebo služeb, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.

Stěžovatelka ve výroku rozhodnutí udělila žalobkyni pokutu ve výši 700 000 Kč za porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona o televizním vysílání. Podle citovaného ustanovení je provozovatel vysílání povinen zajistit, aby reklamy a teleshoping byly rozeznatelné a u provozovatele rozhlasového vysílání zřetelně zvukově, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu. Stěžovatelka se ve vztahu k posouzení otázky naplnění skutkové podstaty porušení ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) citovaného zákona zabývala též problematikou definice reklamy a v návaznosti na uvedené též zásadní otázkou, zda předmětný popsaný spot naplňuje znaky reklamy (viz str. 5 písm. a) a b) napadeného rozhodnutí ze dne 10. 9. 2008). Stěžovatelka mimo jiné v odůvodnění rozhodnutí uvedla, že reklama ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání, je určitou formou oznámení, jež

je zaměřeno na vyvolání veřejné pozornosti ve snaze získat klienta – proto propaguje, chválí a doporučuje svůj výrobek, upozorňuje na něj a využívá k tomu různé přesvědčovací prostředky a komunikační média tak, aby se spotřebitel pro jeho koupi rozhodl. Reklama tak pomáhá zákazníkovi rozšířit informace pro možnost volby. Přímo k otázce, zda předmětný spot naplňuje znaky reklamy stěžovatelka uvedla, že spot upozorňuje diváka na existenci aut značky Subaru, konkrétně pak na produkt Boxer Diesel s rozšiřující informací, jak auto vypadá, odkazem na webové stránky a zdůrazňováním dieselového motoru. Dále uvedla, že k odvysílání došlo na základě uzavřené smlouvy za úplatu. Je tedy nesporné, že společnost Subaru oznámila veřejně a za úplatu informaci o svém produktu, jež je určená k podpoře jeho prodeje, eventuálně zvýšení povědomí prostřednictvím internetových stránek. Stěžovatelka na základě uvedeného dospěla k závěru, že předmětný spot je proto reklamou ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání a nic na této skutečnosti nemění ani doplňkový text v reklamě uvedený – „sponzor reklamní znělky“. V dalším textu se potom stěžovatelka zabývala argumentací týkající se otázky, zda reklamní znělka je či není pořadem a v této souvislosti, zda je možné reklamní znělku sponzorovat (podle názoru kasačního soudu jde o nadbytečnou argumentaci, neboť není podstatná pro posouzení naplnění skutkové podstaty deliktu uvedeného v § 48 odst. 4 písm. a/ citovaného zákona).

Městský soud v odůvodnění kasační stížností napadeného rozsudku uvedl, že je nepřezkoumatelný závěr správního orgánu, v němž tvrdí, že předmětný spot naplňuje definiční znaky reklamy ve smyslu § 2 odst. 1 písm. n) citovaného zákona a současně stěžovatelce vytkl, že zcela pominula zohlednit základní odlišující kritéria (sponzorského vzkazu a reklamy –pozn. kasačního soudu), která vyplývají z judikatury Nejvyššího správního soudu (sp. zn. 7 As 75/2005 a sp. zn. 7 As 85/2005).

Nejvyšší správní soud již opakovaně k otázce nepřezkoumatelnosti rozhodnutí správního orgánu judikoval (např. rozsudek ze dne 28. 5. 2008, č. j. 9 Afs 203/2007 - 45, dostupný na www.nssoud.cz), že rozhodnutí správního orgánu musí být jasné a přesvědčivé jako celek, přičemž odůvodnění má poskytnout skutkovou a právní oporu výroku rozhodnutí a má z něj být zřejmé, jakými úvahami se správní orgán při rozhodovací činnosti řídil. Nejvyšší správní soud je v nyní projednávané věci toho názoru, že se stěžovatelka v odůvodnění napadeného správního rozhodnutí přezkoumatelným způsobem vypořádala s otázkou, proč považuje předmětný spot za reklamu ve smyslu ustanovení § 2 odst. 1 písm. n) zákona o provozování vysílání. Stěžovatelka uvedla, na základě jakých skutečností dospěla k závěru, že předmětný spot je svým obsahem reklamou, jejímž cílem bylo veřejné oznámení informace o svém produktu, eventuelně zvýšení povědomí o existenci takového produktu prostřednictvím internetových stránek. Z obecného vymezení definice reklamy a následného použití vyjmenovaných charakteristik na předmětný spot, které stěžovatelka v odůvodnění napadeného rozhodnutí použila, lze vysledovat, na základě jakých úvah správní orgán rozhodoval. Odůvodnění rozhodnutí správního orgánu je sice v tomto smyslu poněkud stručné, nicméně nelze konstatovat, že by z něj nebylo zřejmé, jaké skutečnosti stěžovatelku vedly k takovému závěru, i když ve vztahu k posouzení intenzity snahy o podporu prodeje produktu by bylo na místě, aby konkrétněji uvedla z jakých částí, zvukových či slovních prvků předmětného spotu, lze tuto snahu vysledovat. Městský soud měl proto přezkoumat k žalobní námitce, zda předmětný spot je dle svého obsahu reklamou nebo sponzorským vzkazem. Ohledně

kritérií obsažených v judikatuře kasačního soudu, na něž městský soud odkázal, Nejvyšší správní soud konstatuje (srov. též rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 18. 2. 2010, č. j. 7 As 63/2009 - 69, dostupný na www.nssoud.cz), že hranice toho, co je možné považovat za reklamu a co již reklamou není, je nezřetelná a v obecné rovině ji nelze striktně vymezit, neboť zákon nestanoví jednoznačně odlišitelná kritéria pro reklamu a pro sponzorský vzkaz. K výkladu ustanovení zákona o provozování vysílání, která upravují vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů, již existuje bohatá judikatura správních soudů. Pokud pak z této judikatury vyplývají určitá kritéria, která mohou jak stěžovatelce, tak i správním soudům pomoci při posuzování otázky, zda určitý spot či část vysílání je či není reklamou, nelze tato kritéria považovat za další „taxativní" požadavky stanovené nad rámec zákona, ale jde o vodítka usnadňující rozhodujícím orgánům interpretaci zákona. Je tedy vždy na správním orgánu a následně na správním soudu aplikujícím právo, aby v projednávaném případě stanovil a posoudil, z jakých důvodů a jaká kritéria vyplývající z platné judikatury je na místě použít. Městskému soudu tedy nelze vytýkat, že v napadeném rozsudku z těchto kritérií vycházel, nicméně by bylo vhodné konkretizovat, jak uvedeno výše, jaká kritéria a z jakých důvodů jsou pro projednávanou věc rozhodná.

Z uvedeného vyplývá, že městský soud pochybil, pokud rozhodnutí stěžovatelky pro nepřezkoumatelnost zrušil, neboť se jedná, i přes zřejmou stručnost odůvodnění, o rozhodnutí srozumitelné, které neobsahuje logické rozpory a ze kterého jsou seznatelné úvahy, jimiž se stěžovatelka řídila.

Nejvyšší správní soud proto na základě výše uvedených důvodů zrušil napadený rozsudek městského soudu a věc vrátil tomuto soudu k dalšímu řízení (§ 110 odst. 1 s. ř. s.).

V tomto řízení bude na městském soudu, aby napadené správní rozhodnutí přezkoumal v uplatněných mezích žalobních bodů.

Zruší-li Nejvyšší správní soud rozhodnutí krajského soudu (Městského soudu v Praze) a vrátí-li mu věc k dalšímu řízení, je tento soud vázán právním názorem vysloveným Nejvyšším správním soudem ve zrušovacím rozhodnutí (§ 110 odst. 3 s. ř. s.).

Nejvyšší správní soud rozhodl o kasační stížnosti rozsudkem bez jednání, protože mu takový postup umožňuje ustanovení § 109 odst. 1 s. ř. s.

O náhradě nákladů řízení o kasační stížnosti rozhodne městský soud ve svém novém rozhodnutí (§ 110 odst. 2 s. ř. s.).

P o u č e n í : Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 31. března 2010

JUDr. Jaroslav Hubáček
předseda senátu