



Jedn. identifikátor 304893-RRTV
Naše č. j. RRTV/6612/2019-bur
Sp. zn. RRTV/2019/353/onz
Zasedání Rady 9-2019/poř. č. 13
Vyřizuje: Analytický odbor
Datum, místo 14. 5. 2019, Praha

Kverulant.org, o.p.s.
Ing. Vojtěch Razima

Odpověď na stížnost

Vážený pane inženýre,

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) projednala na svém 9. zasedání, konaném dne 14. května 2019, Vaši stížnost na provozovatele vysílání Česká televize.

Uvádíte, že Česká televize od roku 2011 soustavně porušuje zákon regulující vysílání reklamy na veřejnoprávních programech. Tvrdíte, že provozovatel obchází zákaz reklamy na programu ČT1 tak, že reklamu označuje za sponzoring vysílání. Odkazujete na obsah webové stránky Kverulant.org, kde společnost popisuje svůj dlouholetý „*boj se zakázanou reklamou na ČT*“.

V textu popisujete stížnosti, jež jste Radě směřoval v minulosti, týkající se např. sponzorování pořadů *Večerníček*, *Auto Moto Revue* či reklamy zaměřené na děti. Dále se zabýváte např. charakterem příjmů České televize. Text je koncipován zejména jako kritika současného stavu, kdy je veřejnoprávní médium financováno koncesionářskými poplatky, ale zároveň profituje z příjmů z reklamy.

Zákon v tomto ohledu hovoří jasně. Dle § 50 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., o vysílání, je vysílání reklamy a teleshoppingu na programech České televize upraveno následovně:

Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona na programech ČT2 a ČT4 nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů, přičemž vysílání reklam nesmí v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny na žádném z těchto programů. Provozovatel vysílání ze zákona nesmí do vysílání na ostatních programech zařazovat reklamu s výjimkou reklamy zařazované do vysílání programu v přímém spojení s vysíláním kulturní či sportovní události, je-li vysílání takové reklamy nezbytnou podmínkou k získání práv k televiznímu vysílání sportovní či kulturní události. Je-li do vysílání provozovatele televizního vysílání ze zákona zařazována reklama podle věty druhé, nesmí čas vyhrazený takové reklamě přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času, přičemž v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny. Provozovatel televizního vysílání ze zákona nesmí do vysílání zařazovat teleshopping.

Sponzoring, který nazýváte nelegálním, není z hlediska zákona problematický. Zákon rozlišuje čtyři základní typy obchodních sdělení: reklamu, sponzorování, teleshopping a umístění produktu. Toto rozlišení vychází již ze Směrnice o audiovizuálních mediálních službách. **Zákon umožňuje, aby pořady a také jednotlivé programy, včetně programů veřejnoprávních provozovatelů, byly sponzorovány.** A jsou-li sponzorovány, pak je povinností provozovatele o sponzorování diváka informovat.

Skutečnost, že Česká televize vybírá koncesionářské poplatky a současně uvádí na některých svých programech reklamy, nemůže Rada nijak ovlivnit.

Rada coby ústřední správní úřad v rámci své kompetence dané ustanovením § 5 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů

(dále jen zákon č. 231/2001 Sb.), rozhodla v souladu s ustanovením § 76 odst. 1 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, v platném znění, ve věci možného přestupku spáchaného odvysíláním údajně nelegálních reklam na programech České televize, že věc odkládá.

S pozdravem

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání
elektronicky podepsáno