



RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU

Dobrovičova č. 8, 811 09 Bratislava

Rozhodnutie č. RP/007/2013
Správne konania č.: 368-PLO/O-4821/2012

Bratislava dňa 15.01.2013
Doložka právoplatnosti:

R o z h o d n u t i e

Rada pre vysielanie a retransmisiu (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 4 ods. 1 až 3 a § 5 ods. 1 písm. g) a h) zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 308/2000 Z. z.“) postupom podľa ustanovenia § 71 zákona č. 308/2000 Z. z. rozhodla, že účastník správneho konania č. 368-PLO/O-4821/2012 MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o.

porušil

povinnosť ustanovenú v § 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z. z.

308/2000 Z. z.

tým, že v rámci televíznej programovej služby TV Markíza dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze odvysielal program *Pláž 33*, obsahujúci vizuálnu informáciu o tovare a ochrannej známke - *Château Topolčianky - Sekt 1933*, ktorá naplnila definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom verejnosť zreteľne neinformoval o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou a zároveň tomuto tovaru a ochrannej známke v rámci programu pripisoval neprimeranú dôležitosť tým, že ich dvakrát zobrazil takým spôsobom, že etiketa fľaše s vyobrazením ochrannej známky tohto tovaru tvorila po dobu cca 5 sekúnd resp. cca 3 sekundy podstatnú časť obrazovky, čím porušil povinnosť umiestňovať produkty iba za podmienok ustanovených zákonom č. 308/2000 Z. z.,

za čo mu ukladá

podľa ustanovenia § 64 ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. sankciu – pokutu, určenú podľa § 67 ods. 3 písm. f) zákona č. 308/2000 Z. z. vo výške **1 500,- €**, slovom tisícpäťsto eur.

Podľa § 64 ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z.: „*Uložením sankcie nezaniká povinnosť, za ktorej porušenie sa sankcia uložíla.*“

Podľa § 67 ods. 16 zákona č. 308/2000 Z. z. je pokuta splatná do 30 dní odo dňa nadobudnutia právoplatnosti rozhodnutia a je potrebné ju uhradiť na účet: 7000088921/8180, VS 06812, KS 6548.

Odôvodnenie

V zmysle § 4 zákona č. 308/2000 Z. z., Rada je orgánom verejnej správy, ktorého prvoradým poslaním je presadzovať záujmy verejnosti, pričom dohliada na dodržiavanie právnych predpisov upravujúcich vysielanie, retransmisiu a poskytovanie audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a vykonáva štátnu správu v oblasti vysielania a retransmisie v rozsahu vymedzenom cit. zákonom.

Do pôsobnosti Rady patrí aj ukladanie sankcií vysielateľom a prevádzkovateľom retransmisie, stanovených § 64 až 67 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom na konanie podľa tohto zákona sa, podľa § 71 zákona č. 308/2000 Z. z., vzťahuje zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) (ďalej len „zákon č. 71/1967 Zb.“), okrem ustanovení § 23 časti nesprístupnenia zápisníc o hlasovaní a § 49, § 53, § 54, § 56 až 68.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 25.09.2012 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči vysielateľovi MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o. vo veci možného porušenia

- I. **§ 39a ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. s odkazom na **§ 39a ods. 5 písm. d)** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že v rámci televíznej programovej služby TV Markíza dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze odvysielal program *Pláž 33*, obsahujúci vizuálne informácie o službách *Hotela Ring*, tovaroch alebo ochranných známkach – *Château Topolčianky - Sekť 1933*, *Zlatý Bažant*, *mattoni*, *granini*, *bristol*, *tuli* a *ASUS*, ktoré mohli naplniť definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom v tomto programe mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou a zároveň v prípade služieb *Hotela Ring* a tovaru *Château Topolčianky - Sekť 1933* mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti podľa **§ 39a ods. 2** zákona č. 308/2000 Z. z. s odkazom na **§ 39a ods. 5 písm. c)** zákona č. 308/2000 Z. z. a to zabezpečiť, aby tomuto tovaru a službe nebola pripisovaná neprimeraná dôležitosť,
- II. **§ 20 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z.** v súvislosti s tým, že v rámci televíznej programovej služby TV Markíza dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze odvysielal program *Pláž 33*, ktorý označil ako nevhodný pre maloletých do 15 rokov, čím mohlo dôjsť k nesprávnemu uplatneniu Jednotného systému označovania.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 10.10.2012. Na základe tejto skutočnosti sa začalo správne konanie č. 368-PLO/O-4821/2012 vo veci dohľadu nad dodržiavaním zákona č. 308/2000 Z. z. Začatie správneho konania bolo účastníkovi konania riadne oznámené a súčasne bol vyzvaný, aby v lehote do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. k oznámeniu zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy. Súčasne bol upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa ustanovenia § 46 zákona č. 71/1967 Zb. v znení neskorších predpisov.

Dňa 17.10.2012 účastník konania požiadal o doručenie monitorovacej správy/správy o šetrení sťažnosti. V zmysle zákona č. 211/2000 Z.z. mu bola predmetná Správa o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 308/2000 Z.z. doručená dňa 22.11.2012.

Listom č. 24/2013 zo dňa 02.01.2013 bola účastníkovi konania zaslaná opätovná výzva na vyjadrenie sa k podkladom pre rozhodnutie v správnom konaní č. 368-PLO/O-4821/2012. V predmetnej výzve

bola účastníkovi konania uložená 3 dňová lehota na vyjadrenie a účastník konania bol upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa ustanovenia § 46 zákona č. 71/1967 Zb. v znení neskorších predpisov.

Vyjadrenie účastníka konania nebolo Rade doručené.

Podkladmi pre toto rozhodnutie sú záznam vysielania programu *Pláž 33* odvysielaného na televíznej programovej službe TV MARKÍZA dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze a prepis/popis skutkového stavu, ktorý tvoril prílohu oznámenia o začatí správneho konania.

Rada po oboznámení sa so všetkými podkladmi vo veci rozhodla dňa 15.01.2013. Zároveň správne konanie č. 368-PLO/O-4821/2012 v časti týkajúcej sa možného porušenia **§ 39a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z. z.** v súvislosti so službami *Hotela Ring*., tovarmi alebo ochrannými známkami *Zlatý Bažant*, *mattoni*, *granini*, *bristol*, *tuli* a *ASUS* a možného porušenia **§ 20 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z.** rozhodnutím č. RZK/007/2013 zo dňa 15.01.2013 **zastavila.**

* * *

Prepis/popis skutkového stavu

Scény označené ako „VIDELI STE...“ – úryvky z priebehu a rozhodnutia tzv. vyhadzovu, ktorý prehrala Klaudia a odišla zo súťaže. O. i. odvysielané zábery:

V krátkom zábere (divák si to nemusí všimnúť) Marek cca po prsia, v popredí pred ním vidieť označenia piva na výčapnom zariadení, pričom ide o logo piva značky Zlatý Bažant, pričom z nápisov je vidieť iba slovo „Bažant“, „Radler“.

...

Záber na súťažiacu dvojicu stojacu za výčapným pultom. Dolná časť pultu je zelenej farby a je na nej Zreteľné logo *Zlatý Bažant*. V popredí záberu sedia ostatní účastníci súťaže.

...

Vo viacerých záberoch (nenasledujú po sebe) Marek cca po prsia, v pozadí za ním chladničky s priehľadnými prednými dverami, v hornej časti s logami *Red Bull* a *granini*.

...

V zábere Klaudia, v pozadí za ňou výčapné zariadenie piva s neostrými logami nápojov *Zlatý Bažant*.

Scény označené ako „ZO ZÁKULISIA...“ – odvysielané úryvky rôznych rozhovorov. Pri rozhovore Mareka a Aleny je v pozadí za nimi chladnička s nápojmi a v hornej časti s logom *Red Bull*. O. i. odznie:

Adam: „*Sme sa... sme si trochu vypili, ja viem, no. Nebudem už, mám v prdeli, nebudem (nezrozumiteľné).*“

Žena: „*(nezrozumiteľné) sa doľakala strašne, že povedala, že skoro ona skolabovala.*“

Adam: „*To nebolo z toho. Ja neviem, čo bolo vonku povedané alebo čo. To nebolo z alkoholu.*“

Moderátorka: „*Adam, prosím ťa, teba sme naozaj videli aj v takej dosť kritickej situácii, musel si navštíviť lekára, prosím ťa, bolo to naozaj z tvojej prepracovanosti alebo za to môže sčasti aj zábava na dome spojená s alkoholom.*“ (v pozadí moderátorky a manažéra je vidieť chladnička s nápojmi a v hornej časti s logom *Mattoni*.)

Adam: „*Nemyslím si, že za to môže alkohol, určite nie. Ale nemyslím si, že za to môže ani jeden deň tuto v práci alebo dva dni.*“

Moderátorka: „*A čo sa stalo?*“

Adam: „*Mal som, bol som vyčerpaný už z predošlých týždňov. Stalo sa mi to prvýkrát v živote, takže sám som bol prekvapený trochu a už som sa dal dokopy. Takže sa to už snád nebude opakovať.*“

Adam: „*Môžeme si dať jeden alkoholický drink, povedali, že hej.*“ (v pozadí za Adamom je vidno panel s nápojmi a logom Red Bull)

Muž: „*Jasné (nezrozumiteľné)*“

Adam: „*Tak mi viete dať nejaké nealko aspoň?*“

Muž: (nezrozumiteľné)

Adam: „*Dobre, daj mi nealko. Vieš mi dať nealko, starký?*“ (v pozadí za Adamom je vidno panel s nápojmi a logom Red Bull)

Sprievodný hlas: „*Tak čo, Adam, ostal si na sucho? Hlavu hore.*“ (v zábere Adam sediaci pri barovom pulte, na ktorom je plechovka Red Bull, následne z nej pije; v pozadí za ním je v bar, na ktorej spodnej časti je vidieť kresba orla typická pre značku *Mattoni*)

...

Pri rozhovore Romany, Daniely a nejakého muža je v ich pozadí vidieť bar, v ktorého dolnej časti je vidieť kresba orla typická pre značku *Mattoni*.

...

Daniela: „*Mal si už viagru?* (Muž súhlasne prikyvuje.) *A jaké to je?*“

Muž: (nezrozumiteľné)

Daniela: „*Zlé?*“

...

- znelka programu s obrazom

Klaudia vypadla zo súťaže a plačúc odchádza z baru autom na dom. (pri odchode Klaudii z baru po rozlúčení s moderátorkou - v zábere miestnosť baru, v popredí záberu hostia a súťažiaci a v pozadí na čelnej strane barového pultu na zelenej ploche logo Zlatý Bažant) Zostrihy jej pôsobenia v súťaži bez zvuku. Následne pri balení si vecí v dome vysvetľuje, že z prehry je smutná, pretože vyhral Marek, ktorý je podľa nej zlý človek a ona ho nenávidí. Záznam z priebehu vyhadzovu (v zábere na Mareka je v jeho pozadí vidieť chladničky s logami *Red Bull* a *granini*). Klaudia odchádza z domu a telefonuje s mamou. Ostatní súťažiaci sa vracajú do domu. Pozerajú si odkaz na tablete od manažéra s inštrukciami, že do nového akvária majú vždy vhodiť fotku vypadnutého súťažiaceho. Súťažiaci následne dajú do akvária fotku Klaudie. Medzi scénami z domu sú odvysielané vyjadrenia niektorých súťažiacich o duele (tzv. vyhadzov) a jeho výsledku a vyjadrenie Mareka o Klaudii.

Súťažiaci čítajú Klaudiin list na rozlúčku. O. i. odznie:

Anna: „*Odkáž ostatným, že mi budú chýbať, okrem Mareka, toho ko(pípnutie)ta.*“

Marek: „*Srdečne ťa pozdravujem a nezabudni mi potom na účet poslať peniaze, čo si mi dlžná.*“

Medzi zábermi z diania v dome je odvysielané, ako Anna a potom aj Marek (čiernobiele zábery v malej miestnosti) hovoria pred kamerou svoje odkazy pre Klaudiu.

- predel s logom programu

Sprievodný hlas uvádza dianie z druhého týždňa. Súťažiaci prichádzajú do baru, kde im manažér dáva inštrukcie a púšťa im na notebooku odkaz od Klaudie (v pozadí záberu je vidno chladnička s logom *Red Bull* a s plechovkami typickými pre nápoje Red Bull; na výčapnom zariadení je vidno logá pre nápoje značky *Zlatý Bažant*; 7-krát záber na notebook, pričom na spodnej časti rámu monitora je zreteľne vidieť značka *ASUS*; v zábere na účinkujúcich zhora spoza baru je vidieť kávovar so značkou kávy *bristot* a mlynčeky s plechovicou kávy *bristot*, pričom značka *bristot* nie je čitateľná a na plechoviciach je možné rozoznať iba pre túto značku príznačné číslo 1919). V ňom o. i. určuje nových lídrov zmeny, Annu (pre tím oranžových) a Adama (pre tím zelených), ktorí tak zároveň získavajú na týždeň imunitu. Tí si následne vyberajú členov do svojho tímu. (v pozadí účinkujúcich je niekoľkokrát vidieť kávovar so značkou kávy *bristot* a mlynčeky s plechovicou kávy *bristot*, značka je v niektorých záberoch čitateľná, v niektorých nie)

Scény označené ako „EŠTE UVIDÍTE“. O. i. odznie:

Ján: „*Bezcharakterný hajzel!*“

Emo: „*A inak ešte niečo tu pre teba mám. Aha.*“ (ukáže Jánovi gesto vztýčeného prostredníka a smeje sa)

- predel s logom programu
- 11.57 – 12.03 - prerušenie programu

Dianie v bare - manažér rozhoduje, že pracovať zostáva oranžový tím, pričom Martina a Emo dostanú ako odmenu za prácu relaxačný pobyt (v záberoch na Annu je niekoľkokrát vidieť kávovary so značkou kávy *bristot* – *značka je čitateľná*, v záberoch z kamery umiestnenej vo výške za barom je vidieť kávovar a mlynčeky s plechovicami kávy, pričom z plechovky kávy je čitateľné iba číslo *1919*, ktoré je súčasťou loga kávy, logo však nie je zreteľne čitateľné) . Pri ich odchode z baru o. i. odznie:

František: „*Né že dôjdete traja odtiaľ.*“

- predel s logom programu

Dianie v dome - Adam učí Mareka anglické frázy.

- predel s logom programu

12.06 - V zábere nápis na streche budovy „HOTEL RING“, pričom oddialením záberu sa doň dostáva budova, pred ňou vztýčené zástavy Európskej únie, hotela a Slovenskej republiky a areál pred budovou.

Sprievodný hlas: „*A holúbkovia prišli na miesto. Užiť si manažérsku odmenu. Emo, Martinka tvrdo ste makali, teraz nerušené oddychujte.*“ (súťažiaci prichádzajú autom pred vstup do budovy hotela.

Vo vnútri ich privíta muž so slovami: „*Dovoľte mi privítať vás v našom Hoteli Ring. Pripravili sme si dnes pre vás taký wellness pobyt spojený s masážou, s exotickou masážou. Dúfam, že si to teda užijete, nech sa páči.* (podáva im zložené biele textílie, zrejme župany a uteráky)“

Emo: „*Tešíme sa, pravdaže.*“

Martina: „*Určite, ďakujeme.*“

Muž: „*Nech sa vám páči, prajem pekný pobyt.*“

Martina s Emom prichádzajú v bielych županoch s logom hotela do miestnosti, kde sa zvitáli s masérkami a následne absolvovali masáž.

Sprievodný hlas: „*A kým sa ostatní išli zodrať od roboty, odmenený pár plážovníkov mal celkom iné starosti. Čo sa ešte dozvieme?*“

Emo sa počas masáže vyjadruje o Aničke a jeho vzťahu k nej.

- predel s logom programu

V zábere ako Anna obsluhuje zákazníkov v bare. (v pozadí Anny je v istom okamihu vidieť barový pult, na ktorého čelnej spodnej časti je vidieť časť kresby orla, typickú pre značku MATTONI a tiež logo MATTONI.)

- predel s logom programu

Martina sa počas masáže vyjadruje o Aničke v súvislosti so žiarlivosťou voči nej kvôli Emovi a k jej vzťahu k Jánovi. Následne Emo masíruje Martinu.

- predel s logom programu

V zábere ako Alena hovorí host'om, že Emo má voľno.

- predel s logom programu

Sprievodný hlas: „*Veru, je čo závidieť.* (v zábere Emo vo vírivej vani) *Martina a Emanuel si mali čo povedať.* (záber zhora na miestnosť s bazénom a vírivou vaňou; záber na nalievanie sektu do pohárov z tmavej fľaše sektu *Château Topolčianky - Sekt 1933*, pričom fľaša je otočená vinetou smerom ku kamere a zreteľne je možné prečítať číslicu *1933*, logo výrobcu nie je zreteľne čitateľné, možno ho rozoznať len podľa prevedenia) *Ehh, aká romantika.* (v zábere Emo a Martina vo vírivej vani, Emo berie poháre so sektom a podáva aj Martine, následne jej dáva do úst jahodu z pohára.)

V zábere Emo s Martinou v miestnosti so stenami skalnatého výzoru osvetlenými modrým svetlom, Emo prikladá Martine na chrbát ľad. Záber, ako dvojica sedí v saune. Záber ako v kúte na seba

prevrhnu vedro s vodou zavesené nad nimi. Dvojica vchádza do miestnosti so zelenými stenami a líha si na mozaikou vyložené ležadlá.

Sprievodný hlas: „Vyzerajú byť oddýchnutí. No, Martina, čo hovoríš na chvíľu strávené s Emanuelom?“

Martina: „Dnešné prekvapenie bolo úplne úžasné. Ja som si to strašne užila. Som rada, že som sa konečne mohla vykúpať vo vode, pretože celý týždeň sme takto pozerali na ten bazén a doslova sme až slintali, že kedy si môžeme doňho skočiť. Takže som už podvedome kvázi snívala o tom, že si konečne skočím do vody a bolo to skvelé, no.“

Emo: „Máme sa radi, ale čo ja viem čo, láska asi nie, ale tak uvidíme, ja neviem, nikto nevie.“

Sprievodný hlas: „Dost' bolo rozkoše, treba sa vrátiť späť na pláž, tento raz už plní elánu.“ (v zábere dvojica, ako prechádza vstupnou miestnosťou hotela a odchádza z neho)

12.12 - predel s logom programu

Záber na terasu baru, ako sa Emo s Martinou vracajú, pričom Emo pri prechádzaní okolo baru vonku s úsmevom povie: „Dobrý deň, nazdar, ako? Tomino, čo tu máš?“ (a niekomu ukáže gesto vztýčeného prostredníka) Následne pri prechádzaní okolo baru vo vnútri je na čelnej spodnej časti baru vidieť kresbu orla, typickú pre značku MATTONI a tiež logo MATTONI. Emo a Martina si sadajú k pre nich rezervovanému stolu, príde k nim Anička a neverí, že ich má obsluhovať. V ich rozhovore zaznie pípnutie.

Anička sa pri bare poháda s Alenou. O. i. odznie:

Alena: „Anička, kde si mi, prosím ťa odniesla mojité?“ (za nohami Anny je na čelnej spodnej časti baru vidieť kresbu orla, typickú pre značku MATTONI)

Anička: „Veď ja som už jedno kričala už dávno a zobrala som (nezrozumiteľné).“

Alena: „No je toto možné, mňa normálne asi odvezú.“

Anička: „Je toto možné, nech sa tuto napíšu normálne na papier oné...“

Alena: „Počúvaj, neziap po mne, lebo keď ťa zoberem tam vedľa, tak ťa bude koniec.“

Anička: „Jasné, už len teba sa bojím.“

Alena: „Áno, boj sa.“

Anička: „(nezrozumiteľné) z teba poserem.“

Alena: „Presne. Po mne neziap. Chápeš? Je ti to jasné?“

Anička: „Ty po mne neziap.“

Alena: „Neziap po mne. Ty si začala prvá.“

Anička: „Daj mi láskavo pokoj.“

Alena: „Počúvaj ma, nerob, chápeš ma, ja neviem, kde mi hlava stojí, chápeš a teraz to rieš, ako chceš, ty vole (nezrozumiteľn) fajčiť. Mám ťa v pi(pípnutie).“ (v zábere vidieť kávovar a mlynček so značkou kávy bristot, pričom na plechovkách káva je čitateľné iba číslo 1919, pričom číslo 1919 je súčasťou loga kávy bristot, avšak logo nie je zreteľne čitateľné)

Anička: „Chod' si fajčiť a čo mňa to má zaujímať. Chod' už.“

Alena: „Neziap po mne (nezrozumiteľné) pred barom, ty krava!“

...

Anička: „(pípnutie) Bodaj by si už chcela vypadnúť, ty suka poje(pípnutie)aná.“

Alena: „Na budúci týždeň sa dám vyhodiť, ale normálne že natvrdo. Chápeš? (nezrozumiteľné) nič, absolútne. Ja tu nebudem ani sekundu navyše, chápeš? Ani sekundu. S takýmto ko(pípnutie)mi, chápeš a p(pípnutie)ami, ty vole. Počúvaj, šak to nemá ani modzog. Keby to aspoň malo modzog, ty vole. Chápeš, rozumieš ma.“

...

Žena mimo záberu: „(nezrozumiteľné) sú tu fajn ľudia.“

Alena: „Sú to fajn ľudia, no ale tak ja za to nemôžem, že sú to pi(pípnutie), chápeš, rozumieš ma?“

...

Anička: „(nezrozumiteľné) takú suku nedisciplinovanú.“

Anička pred kamerou: „Proste ona je absolútne nedisciplinovaná, ona si myslí, že teraz všetko bude mať poriadok. Je nás tu naozaj veľmi málo. Dvaja ľudia nám z tímu odišli a teraz nakoniec prišli a dostali určite za úlohu, aby nás trochu tak provokovali, dali si také drinky, napríklad jeden zložitejší, dali si variť jedlá, ktoré neboli veľmi ani pripravené zo začiatku, lebo sa varilo pre druhých, no a je to naozaj veľmi komplikované a ešte hentaká suka, keď vás vytočí, tak už je to vrchol. Ako ja som spravila takú chybu, že som si ju zobrala, že... Ja by som normálne ušla stadiaľto, lebo je hrozná. Neviem, neviem, určite budem hlasovať za ňu, aby vypadla, dúfam, že vypadne. To je jediná moja taktika. Všetko.“

- predel s logom programu

Dianie v dome – súťažiaci sa rozprávajú o Emovi, Anne a Martine. O. i. odznie:

Romana: „Tak ale o nich už bolo napísané, no.“

Marek: „No, ako ti hovorím.“

Daniela: „To on sa s ňou bozkával?“

Marek: „Hej. Emo sa bozkával s Ančou.“

Jozef: „A Martina?“

Marek: „Martina sa nebozkávala s ním ešte. Aspoň ja neviem o tom. Ale čo nie je, môže byť. Teraz síce budú pod kamerami, no ale tak kamera tiež nie je všade.“

Sprievodný hlas: „Mýliš sa, Marek, veru že je.“ (v čiernobielym zábere sú zhora snímaní Emo a Anna, ako sa bozkávajú v bazéne)

- predel s logom programu

Dianie v bare – Emo a Martina ako hostia sa rozprávajú. Martina odpovedá Emovi, že by bola radšej, keby zostal v súťaži on miesto Jána a následne sa zmieňuje o svojej taktike. (Martina a Emo sedia na sedacích vakoch, pričom na oboch je jasne čitateľná značka *tuli*.) Súťažiaci z oranžového tímu pracujú. Pri záberoch na bar, kde pracuje Ján je vidieť na bielom pozadí baru vidieť jednu fľašu nápoja *Coca-Cola*.)

Martina pred kamerou hovorí, ako niektorí vnímajú ich odmenu vo forme relaxu.

Emo príde k Jánovi k baru. O. i. odznie:

Emo: „Ideme my pomaly. Díky za drink, ten long island nebol taký, že podľa mojich predstáv, ale si sa neskutočne zlepšil, riadne ti to dobre ide za barom. O život, o život. Práve som ťa chcel pochváliť, že odsýpaš. V pohode inak?“

Ján: „V pohode.“

Emo: „Hej? Výborne. Dobre.“

Ján: „Bezcharakterný hajzel.“

Emo: „A inak, ešte niečo tu pre teba mám. Aha.“ (ukáže mu gesto vztýčeného prostredníka a zasmeje sa.)

...

Emo: „A tu je, tu je účet, hej?“

Ján: „Si môžeš strčiť, vieš kde.“

Emo: „No, to je na účet podniku. Ďakujem.“

Ján: „Si ho môžeš tak strčiť do riti.“

- predel s logom programu

Martina s Emom prídu do domu a hovoria o svojom relaxačnom pobyte a obede v bare. O. i. odznie:

Martina: „Chápeš, tam bolo normálne svoje rezerve a my sme si tam sadli a Anička, že čo. A ja že, no že my sme zákazníci a ona, to si robíš prdel.“

...

Marek: „A boli ste aj kúpať?“

Emo: „Pravdaže.“

Martina: „(nezrozumiteľné) pozri ešte stále mám vlhké vlasy.“

Emo: „A vieš ako? Nie hocako. O život.“

Martina: „Šampáňo, všetko.“

Emo: „Šľahačky, jahody, jacuzy, bazény.“

(v zábere Martina, ako drží vo zdvihnutej a vystretej ruke tmavú fľašu sektu Château Topolčianky - Sekt 1933, pričom fľaša je otočená vinetou smerom ku kamere a zreteľne je

možné prečítať číslicu 1933, logo výrobcu nie je zreteľné čitateľné, možno ho rozoznať len podľa prevedenia)

...

Emo o Jánovi: „*A ešte ako mi robil drink, tak mi stihol ukázať.*“ (ukáže gesto vztýčeného prostredníka a smeje sa)

- predel s logom programu

Dianie v dome - Martina a Emo hovoria ostatným súťažiacim o ich relaxačnom pobyte a ako ju Emo masíroval.

- predel s logom programu

Dianie v bare – Anička obsluhuje hostí: „*Keď si objednáte sendvič, klubsendvič, tak vlastne kávičku máte zadarmo.*“

- predel s logom programu

Dianie v dome – Martina číta Jozefovi nahlas list od Jána a následne hovoria o Jánovi a taktike pri označovaní duelanta. O. i. odznie:

Jozef o Jánovi: „*On sa dodrbe.*“

Súťažiaci sedia spolu pri stole. O. i. odznie:

Martina: „*(nezrozumiteľné) vidím, ja budem za najväčšiu ku(pípnutie), kokos, keď vyjdem stadeto.*“

...

Adam nalieva do pohárov: „*Emko, ty čo, nepiješ, ty kokos s nami, Emo.*“

- predel s logom programu

Dianie v bare – do baru prichádza manažér. Dohovára Aničke a apeluje na ňu, aby sa ako vedúca zmeny zlepšila, nakoľko nie je vôbec spokojný s jej výkonom. (v pozadí za Annou je vo viacerých záberoch vidno plechovice kávy bristot, ale prečítať sa dá len číslo 1919, pričom číslo 1919 je súčasťou loga, logo však nie je možné prečítať; v záberoch z iného uhla je v pozadí manažéra vidieť chladničku s logom *Red Bull*; v iných záberoch v pozadí za Annou a manažérom vidieť kávovar so značkou kávy bristot, pričom jedno logo nie je vidieť celé, iba časť „brist“, ale je čitateľné a druhé je zobrazené celé, ale vzhľadom na jeho sklon a vzdialenosť vo vzťahu ku kamere nie je zreteľné čitateľné)

Scény označené ako „EŠTE UVIDÍTE“:

Anička plače pri rozhovore s manažérom, ktorý ju utešuje. O. i. odznie:

Anička: „*Proste neviem (nezrozumiteľné) rešpektovať.*“

Manažér: „*Je to ťažké, že?*“

Anička: „*Ešte s tou jej sku(pípnutie) povahou.*“

- predel s logom programu

12.25 – 12.30 - prerušenie programu

Dianie v bare – manažér sa s Aničkou rozprávajú o tom, prečo im to na zmene nefunguje. (v pozadí za manažérom je vidieť chladničku z logom *Red Bull*, pri záberoch na Annu z viacerých kamier vidno plechovicu kávy bristot, ale prečítať sa dá len číslo 1919, pričom číslo 1919 je súčasťou loga, logo však nie je možné prečítať; v iných záberoch je dvojicou vidieť kávovar s logom kávy bristot, pričom nápis nie je ostrý a možno ho rozoznať z formy jeho prevedenia) Anna hovorí o spore s Alenou. Anička sa rozplače, manažér sa zapojí do práce, potom dohovára Alene. (vo vzdialenejšom zábere diania pri bare je na jeho čele vidieť časť kresby orla, typickej pre značku *MATTONI* a časť loga *MATTONI*, pričom časť prekrývajú nohy Anny a manažéra; v záberoch na manažéra je v pozadí vidieť kávovar s logom kávy bristot, pričom nápis nie je ostrý a možno ho rozoznať z formy jeho prevedenia, a plechovica kávy bristot, na ktorých je zreteľne možné prečítať iba číslo 1919; pri dianí v bare je vidieť časť nápisu *MATTONI* na čele baru; pri snímaní rozhovoru Aleny a manažéra je v zábere vidieť kávovar s logom kávy *bristot*, pričom nápis nie je ostrý a možno ho rozoznať z formy jeho prevedenia, a plechovica kávy bristot, na ktorých je zreteľne možné prečítať iba číslo 1919, v záberoch na Jána za barom je v pozadí vidieť chladničku s logom *Red Bull*) Medzitým odvysielané vyjadrenia Anny a Aleny pred kamerou. Manažér robí uzávierku po zmene. O. i. odznie:

Anna pred kamerou: „Vadenice s Alenou, čo som si naozaj nemyslela, že je hentaká suka, ale nakoniec sa prejavila, myslela som si, že mi bude pomáhať, ale...“

...

Anička plače pri rozhovore s manažérom: „Proste neviem (nezrozumiteľné) rešpektovať.“

Manažér: „Je to ťažké, že?“

Anička: „Ešte s tou jej sku(pípnutie) povahou.“

...

Manažér: „Vieš, čím ťa budú rešpektovať? Keď im pôjdeš príkladom. Svojou prácou a nebudeš posie... hhh nebudeš tie objednávky kažiť a budeš si to tu riadiť.“

...

Anna pred kamerou: „Určite u mňa nehrozí, aby som sa jej ja vtierala. Podľa mňa je absolútna suka a proste už len prítomnosť a... ja mám strašné na to nervy, ja som fakt už dneska revala normálne od zúrivosti a fakt nemôžem.“

Vyjadrenia Františka a Jána pred kamerou o práci v bare.

- predel s logom programu

Dianie v dome - členovia oranžovej zmeny prichádzajú do domu. Marek, Jozef, Emo a Martina sedia na terase. Niektorí fajčia. O. i. odznie:

Emo: „A čoš tak někdy červa vypáliť. (smiech)“

František si naberá jedlo. O. i. odznie:

Alena: „Myslíš, že to je polievka?“

František: „Je polievka, ehe šak tam sú zemáky, kukaj. Aspoň si myslím, do pi(pípnutie), nevím, k(pípnutie)va.“

...

František: „To neni polévka, do pi(pípnutie), šak to je (nezrozumiteľné)“

Ján sa na schodisku rozpráva s Romanou a Dianou. Ján prichádza za Martinou na pohovku a pýta sa jej, či ho označí za duelanta a pýta sa na dôvod jej odmietavého správania voči nemu. Martina to popiera, nadáva na situáciu, následne hovoria o taktike v súvislosti s duelom. O. i. odznie:

Martina: „Ale ved' ja nie som nasraná na nič, ja som zdeptaná do pi(pípnutie) už (nezrozumiteľné) všetko je(pípnutie).“

...

Martina: „Z každej strany niečo, do pi(pípnutie)e v kuse. (nezrozumiteľné) Teraz tu (pípnutie) trojuholník zase do (pípnutie)(pípnutie)ť.“

...

Martina: „Vieš ja som sa dneska dozvedela, že ja som tu včera večer niečo riešila s Emom. Ja neviem, kto vypustil takúto pi(pípnutie)ovinu, a to sa stavím, že to bola Romana.“

V zábere Ján a Martina na pohovke, pred nimi je sedací vak, pričom je zreteľne vidieť značka tuli.

Na cca dvoch tretinách obrazovky na ľavej strane sú odvysielané záverečné titulky – v závere uvedené „Vyrobila MediaPro Entertainment Slovakia, s.r.o., 2012 pre MARKÍZA-SLOVAKIA, s.r.o., TV MARKÍZA člen skupiny CME“. Na zvyšnej časti obrazovky sú odvysielané zábery z diania v dome – moderátorka programu sedí za stolom členmi oranžového tímu, ktorí hlasujú o duelantovi s nerozhodným výsledkom, a tak má rozhodnúť Anička ako vedúca zmeny.

12.40 – na pozadí čiernej obrazovky logo s nápisom - MEDIAPRO ENTERTAINMENT

* * *

Podľa § 39a zákona č. 308/2000 Z.z.

„(1) Umiestňovanie produktov je zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

(2) Umiestňovanie produktov je povolené iba za podmienok ustanovených týmto zákonom.

(5) Umiestňovanie produktov podľa odsekov 3 a 4 je povolené v programoch, ktoré spĺňajú tieto požiadavky:

c) nepripisujú neprimeranú dôležitosť príslušnému tovaru alebo službe,

d) verejnosť je zreteľne informovaná o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou. To sa nevzťahuje na program, ktorého výroba nebola objednaná alebo ktorý nebol vyrobený vysielateľom alebo poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, ktorý tento program vysiela alebo poskytuje.“

Podľa § 20 ods. 4 zákona č. 308/2000 Z.z.: „Na základe klasifikácie programov podľa vekovej vhodnosti sú vysielateľ televíznej programovej služby a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie povinní na ochranu maloletých zaviesť a uplatňovať jednotný systém označovania ustanovený podľa osobitného predpisu 28a)(ďalej len "jednotný systém označovania").“

Podľa § 1 ods. 1 vyhlášky č. 589/2007 Z.z. Ministerstva Kultúry Slovenskej republiky (ďalej len „JSO“): Audiovizuálne diela, multimediálne diela, programy poskytované prostredníctvom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie a programy alebo iné zložky televíznej programovej služby sa klasifikujú ako nevhodné a neprístupné pre vekovú skupinu maloletých do 18 rokov, ak obsahujú

b) slovnú agresivitu, vulgárny jazyk, obscénne vyjadrovanie alebo obscénne gestá,

* * *

Rada dňa 25.09.2012 začala správne konanie č. 368-PLO/O-4821/2012 voči účastníkovi konania na základe dôvodného podozrenia, že program *Pláž 33* odvysielaný na televíznej programovej službe TV Markíza dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze mohol obsahovať umiestňovanie produktov, pričom v rámci programu mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti zreteľne informovať verejnosť o existencii umiestňovania produktov a povinnosti nepripisovať príslušnému produktu neprimeranú dôležitosť.

Primárnou otázkou teda bolo, či jednotlivé vizuálne informácie o službách, tovaroch alebo ochranných známkach špecifikovaných v oznámení o začatí správneho konania, ktoré predmetný program obsahoval, naplnili definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z.

V zmysle tejto definície je umiestňovanie produktov okrem iného obrazová informácia o tovare zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu. Zo záznamu programu je zrejmé, že tento obsahoval obrazové informácie o predmetných službách, tovaroch alebo ochranných známkach. Otázkou teda zostáva, či je možné skonštatovať, že táto informácia bola zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu príp. či boli konkrétne tovary a služby poskytnuté vysielateľovi bezodplatne treťou osobou.

Účastník konania sa napriek opätovným výzvam k predmetu správneho konania ani k jeho podkladom nevyjadril. Rada z vlastnej úradnej činnosti nedisponuje informáciami, ktoré by potvrdzovali, že v predmetnom programe boli predmetné služby, tovary alebo ochranné známky zobrazené za odplatu.

Ako vyplýva aj zo samotného programu, tento bol vlastným projektom účastníka konania, pričom scény, kde sa tento program prevažne odohrával (bar a dom súťažiacich) boli vystavané/zariadené práve pre účely tejto šou. Účastník konania mal plnú kontrolu nad umiestnením obrazových informácií o jednotlivých službách, tovaroch alebo ochranných známkach. Je teda nespochybniteľné, že v prípade týchto zobrazení nie je možné uvažovať o náhodných, mimovoľných zobrazeniach ale naopak jednalo sa o zobrazenia zámerné.

Rada však už v minulosti posudzovala prípad, keď došlo k zámernému zobrazeniu konkrétneho produktu. Jednalo sa o vysielateľa C.E.N. s.r.o., ktorý po redizajnovaní svojho spravodajského štúdia umiestnil pred moderátorov notebook, na ktorom bolo viditeľné jeho obchodné označenie „Vaio“. Účastník konania v tomto prípade vo svojom písomnom stanovisku explicitne uviedol, že tento notebook do vysielania umiestnil sám (tovar mu nebol poskytnutý tretou osobou) avšak urobil tak bezodplatne z dôvodu funkčnosti ako aj dizajnu. Rada po zvážení všetkých dostupných informácií rozhodla, že nie je možné preukázať odplatinosť zobrazenia daného produktu a teda nie je možné vysielateľa sankcionovať za porušenie ustanovení o umiestňovaní produktov.

Aj v tomto prípade je možné konštatovať, že vo väčšine prípadov zobrazenia služieb, tovarov alebo ochranných známk sa jednoznačne jednalo o zobrazenia, ktoré mali v danom programe svoje dramaturgické a funkčné opodstatnenie. V prípade produktov a ochranných známk *Zlatý Bažant*, *mattoni*, *granini*, *bristol*, *tuli* a *ASUS* sa jednalo o jednoduché zobrazenia tovarov alebo ich ochranných známk, pričom ich umiestnenie zodpovedalo realite (predmety bežne sa vyskytujúce v bare ako napr. cenník, chladnička s nápojmi, pípa na čapovanie piva označená logom, kávovar označený logom atď.). Tieto zobrazenia mali teda zjavné dramaturgické opodstatnenie, pričom vo všetkých uvedených prípadoch nebolo na dané tovary alebo ochranné známky umelo upriamovaná pozornosť. Naopak jednalo sa výhradne o „nenásilné“ zobrazenia väčšinou tvoriace pozadie záberu.

Napriek tomu, že niektoré z týchto produktov mohli byť účastníkovi konania poskytnuté ich výrobcami, príp. zobrazené na základe odplatnej dohody, nie je možné bez pochybností vylúčiť, že iné produkty si do programu zaobstaral účastník konania sám, nakoľko boli pre dej danej šou (prevádzka baru) nevyhnutné a ich zaradenie do programu bolo zároveň bezodplatné (napr. aj z dôvodu vyššej „uveryiteľnosti“ daného programu, v žiadnom reálnom bare sa nepredáva neznámková minerálka, čapuje „bezmenné“ pivo atď.).

V prípade prezentovania wellnes služieb *hotela Ring* je možné konštatovať, že týmto službám bol poskytnutý pomerne veľký rozsah v rámci daného programu. Aj tieto zábery však mali jednoznačné dramaturgické opodstatnenie, nakoľko práve pobyt vo wellnes tohto hotela bol odmenou pre dvoch najlepších súťažiacich a využitie tejto ceny malo priame dôsledky pre ďalší vývoj vzťahov medzi jednotlivými súťažiacimi (zblížovanie počas tohto pobytu samotných výhercov tejto odmeny, ich návrat do baru a s tým súvisiaca hádka, popisovanie svojho voľného dňa ostatným súťažiacich atď.).

Tak isto nie je možné konštatovať, že by boli konkrétne služby tohto hotela neprimerane vyzdvihované do popredia príp. nadmieru pozitívne hodnotené. Fakt, že súťažiaci, ktorí by za bežných okolností strávili deň prácou v bare, si tento pobyt užívali je v danom kontexte úplne prirodzený a sám o sebe neznamena, že by týmto službám bola pripisovaná neprimeraná dôležitosť. Zo samotného spôsobu zobrazenia týchto služieb teda nie je zrejmé, že by tieto zábery boli do programu zaradené za odplatu príp. že boli tieto služby vysielateľovi poskytnuté bezodplatne tretou osobou (v tomto prípade majiteľom hotela).

Vzhľadom na všetky uvedené dôvody, ako aj na rozhodovaciu prax Rady v podobných prípadoch v minulosti Rada rozhodla, že je správne konanie potrebné zastaviť v časti týkajúcej sa služieb *Hotela Ring*, tovaroch alebo ochranných známkach – *Zlatý Bažant*, *mattoni*, *granini*, *bristol*, *tuli* a *ASUS*, nakoľko v týchto prípadoch nie je možné na základe dostupných informácií jednoznačne preukázať, že obrazové informácie o týchto produktoch alebo službách boli do programu zaradené za odplatu príp. boli tieto produkty a služby poskytnuté vysielateľovi bezodplatne tretou osobou.

Vzhľadom na uvedené nie je možné jednoznačne a nespochybniteľne konštatovať, že jednotlivé obrazové informácie o vyššie uvedených službách a produktoch naplnili definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z.

Rada však v minulosti v rámci svojej rozhodovacej činnosti tiež skonštatovala, že **v prípade ak je zo spôsobu prezentácie určitého tovaru alebo služby zrejmý úmysel tento tovar alebo službu propagovať, je konkrétna motivácia vysielateľa (finančná odplata, tzv. barterová dohoda atď.) irelevantná.**

Konkrétne vo svojom rozhodnutí č. RL/12/2012 zo dňa 24.1.2012 Rada skonštatovala, cit.: „Vzhľadom na uvedené skutočnosti a s prihliadnutím na účel umiestňovania produktov je jeho definíciu potrebné vykladať takým spôsobom, aby efektívne zahrnula všetky prípady, kde je zrejmé, že k zaradeniu informácií o tovare, službe alebo ochrannej známke do programu došlo zámerne a za účelom propagácie daného produktu.....S prihliadnutím na účel kritéria „odplatnosti“ v definícii umiestňovania produktov, samotnú podstatu tohto inštitútu, ako aj zámer, pre ktorý bol smernicou o audiovizuálnych mediálnych službách zavedený legislatívny rámec pre umiestňovanie produktov je treba toto kritérium interpretovať **takým spôsobom, že konkrétna motivácia vysielateľa pre zaradenie informácií o tovare, službe alebo ochrannej známke do programu je irelevantná v prípadoch, keď je zo spôsobu zaradenia týchto informácií zjavné, že toto zaradenie bolo zámerne a jeho účelom je propagácia príslušného produktu.**“

Rada teda konštatovala, že v prípade, ak je zo samotných záberov ako aj dramaturgickej stavby daného programu zrejmé, že určitý produkt bol zobrazený výlučne za účelom jeho propagácie, je nepochybné, že táto propagácia bola vykonaná za odplatu príp. za inú podobnú protihodnotu.

Fľaša *Château Topolčianky - Sekt 1933* spolu s etiketou, ktorá obsahuje ochrannú známku tohto produktu bola počas programu dvakrát zobrazená takým spôsobom, že fľaša resp. jej etiketa tvorila podstatnú časť obrazovky (nápisy v rámci etikety boli ľahko čitateľné).

V prvom prípade sa jednalo o záber z nalievania sektu do pripravených pohárov. Napriek tomu, že vírivý kúpeľ spolu s fľašou sektu nepochybne dotváral vykreslenie príjemného zážitku daných súťažiacich z návštevy wellnesu, neexistovalo dramaturgické opodstatnenie zaradenia cca 5 sekundového záberu ako sa z fľaše leje sekt do pohárov, pričom v danom zábere ani nebolo vidno kto sekt nalieva ale naopak obraz bol priblížený na etiketu fľaše.

V druhom prípade bola etiketa fľaše zobrazená po dobu cca 3 sekundy, konkrétne po návrate súťažiacich z wellnesu pri opisovaní svojich zážitkov. Z kontextu scény je síce pochopiteľné, že sa súťažiaci zmienia aj o tomto „bonuse“ v rámci služieb wellnesu, opätovne však neexistovalo dramaturgické opodstatnenie pre zaradenie cca 3 sekundového záberu (tzv. zoom) na etiketu danej fľaše pri zmienke o tom, že pri kúpeli vo vírivej vani mali k dispozícii aj „šampáňo“ (súťažiaca zdvihne fľašu *Château Topolčianky - Sekt 1933* a namieri ju do kamery, ktorá na etiketu fľaše priblíži a zaostrí na dobu cca 3 sekundy).

Na základe uvedeného je evidentné, že dôvodom zaradenia vyššie uvedených záberov do programu bol zámer propagovať tento tovar/ochrannú známku. Je teda možné konštatovať, že tieto obrazové informácie naplnili definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. a účastník konania mal povinnosť o existencii umiestňovania produktov informovať divákov. Ako vyplýva zo záznamu predmetného programu tento neobsahoval žiadne informácie/upozornenie o tom, že program obsahuje umiestňovanie produktov.

Vzhľadom na uvedený spôsob spracovania predmetných vizuálnych informácií je tiež zjavné, že tomuto produktu bola v programe pripisovaná neprimeraná dôležitosť, nakoľko účastník konania zaradil do programu dva zábery pomerne dlhého trvania (spolu cca 8 sekúnd), ktorých dominantnú časť tvorila práve fľaša predmetného produktu spolu s jeho etiketou, pričom tieto priblížené zábery nemali v kontexte programu žiadne logické a dramaturgické opodstatnenie.

S prihliadnutím na všetky skutočnosti ako aj na svoju doterajšiu rozhodovaciu prax v tejto otázke **Rada skonštatovala, že vizuálne informácie o tovare a ochrannej známke - *Château Topolčianky - Sekt 1933* odvysielané v programe *Pláž 33* zo dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. naplnili definíciu**

umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. a účastník konania pri jeho odvysielaní porušil ustanovenie § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z. z.

* * *

U právnických osôb sa zodpovednosť za správne delikty zakladá zásadne bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť pre správny delikt).

Táto zásada platí aj v prípade zákona č. 308/2000 Z. z. ako aj zákona č. 71/1967 Zb., ktoré nevyžadujú pri preukázaní, či došlo k správne deliktu dokazovať zavinenie, alebo dokonca úmyselné konanie. Podstatné je iba to, či k porušeniu zákona objektívne došlo, alebo nie. Tomu, že sa v tomto prípade nielenže nedokazuje zavinenie, ale ani sa nerozlišuje medzi zavinením úmyselným alebo nedbanlivostným, svedčí aj skutočnosť, že ani jeden z cit. zákonov neobsahuje tzv. liberačné dôvody, ktoré by umožnili zbaviť sa zodpovednosti za správny delikt.

Okolnosti, za ktorých došlo k porušeniu zákona, môžu byť zohľadnené pri ukladaní druhu sankcie, ale nie sú dôvodom na zastavenie správneho konania.

Podľa ustanovenia **§ 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.:** „Sankciu podľa odseku 1 písm. d) rada uloží, ak vysielateľ, prevádzkovateľ retransmisie, poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie alebo právnická osoba alebo fyzická osoba podľa § 2 ods. 3 a 4 aj napriek písomnému upozorneniu rady opakovane porušila povinnosť. Rada uloží pokutu bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 19. Rada môže uložiť pokutu aj bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 16 ods. 2 písm. a) a c), ods. 3 písm. k), § 20 ods. 1 a 3, § 30, ako aj v prípade vysielania bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. b)] alebo prevádzkovania retransmisie bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. e)].“

Nakoľko je ustanovenie § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. prvá veta kogentným ustanovením, Rada je povinná pri ukladaní druhu sankcie skúmať predchádzajúce porušenia rovnakej povinnosti účastníkom konania ustanovenej zákonom č. 308/2000 Z. z.

Účastník konania bol za porušenie ustanovenia § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z.z. sankcionovaný rozhodnutím č. RL/12/2012 zo dňa 24.01.2012 a toto rozhodnutie **nadobudlo právoplatnosť dňa 26.3.2012.**

Účastník konania teda **bol v čase odvysielania predmetného programu právoplatne sankcionovaný upozornením na porušenie zákona** a preto bolo v zmysle ustanovenia § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. potrebné udeliť účastníkovi konania sankciu – **pokuta**.

Rada pri určovaní výšky sankcie vzala do úvahy najmä:

- **rozsah a dosah vysielania** – účastník konania je multiregionálnym vysielateľom. Táto skutočnosť vyjadruje podľa § 3 písm. q) zákona č. 308/2000 Z. z. percentuálne pokrytie vysielania účastníka konania a teda vyjadruje koľko potenciálnych recipientov je spôsobilých vnímať príp. porušenie povinností ustanovených v zákone č. 308/2000 Z. z.,
- **miera zavinenia** – účastník konania je za porušenie predmetného ustanovenia zodpovedný bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť za správny delikt), podstatné je len to, či k porušeniu zákona objektívne došlo alebo nie. Je tiež potrebné upozorniť na skutočnosť, že ako vyplýva z vyššie uvedeného, účastník konania bol za porušenie predmetného ustanovenia zákona sankcionovaný už v minulosti a teda mohol vedieť, že svojím konaním môže porušiť alebo ohroziť záujem chránený zákonom č. 308/2000 Z. z. Rada však tiež prihliadla na skutočnosť, že účastníkovi konania bola zatiaľ uložená iba sankcia – upozornenie na porušenie zákona.

- **trvanie a následky porušenia povinnosti** – v prípade porušenia § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. nejde o trvácí správny delikt, nakoľko k spáchaní správneho deliktu došlo odvysielaním predmetného programu bez zreteľnej informácie o tom, že program obsahuje umiestňovanie produktov. Následkom tohto konania bolo, že sa recipient nemohol dozvedieť, že program, ktorý sleduje obsahuje komerčné informácie, resp. umiestnené produkty. Recipient tak bol vystavený propagačnému tlaku, ktorý nemohol v sledovanom vysielaní očakávať. Tým mohol byť uvedený do omylu o podstate vysielaných informácií. V prípade porušenia § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z. z. sa jednalo o zábery v celkovom trvaní cca 8 sekúnd. Následkom porušenia tejto povinnosti je vystavenie recipienta neprimerane vysokému propagačnému tlaku, pričom v tomto prípade recipient ani nebol upozornený na skutočnosť, že v programe môže očakávať komerčné informácie.
- **závažnosť správnych deliktov** – Povolenie zaradiť umiestňovanie produktov do programov vymedzených zákonom č. 308/2000 Z.z. je striktné viazané na splnenie podmienok v ustanovení § 39a ods. 5 zákona č. 308/2000 Z.z. Jednou zo základných podmienok je povinnosť informovať diváka o existencii umiestňovania produktov. Práve skutočnosť, že divák je informovaný o tom, že komerčné informácie budú zaradené priamo do deja programu, bola jedným z hlavných argumentov pre prelomenie v minulosti nedotknuteľnej zásady oddelenia komerčných informácií od redakčného obsahu. Nesplnením tejto povinnosti tak dochádza k narušeniu samotnej podstaty tohto inštitútu. Jednou z ďalších základných podmienok u umiestňovania produktov je nevystavovanie recipienta neprimerane vysokému komerčnému tlaku a to aj v prípade, ak by bol recipient na výskyt komerčných informácií v programe upozornený. Rada tiež prihliadla na fakt, že v danom prípade účastník konania neodvysielal žiadny oznam o tom, že program obsahuje umiestňovanie produktov. Recipient sa teda ani sledovaním celého programu nemohol dozvedieť o existencii umiestňovania produktov, pričom miera propagačného tlaku bola v tomto prípade ešte zvýšená pripisovaním neprimeranej dôležitosti danému produktu.

Ďalšie kritérium pre určenie výšky pokuty v zmysle § 64 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., ktorým je **spôsob porušenia povinnosti** účastníkom konania, je predmetom výroku tohto rozhodnutia, ako aj jeho samotného odôvodnenia. Spôsob, akým účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 39a ods. 2 s odkazom na § 39a ods. 5 písm. c) a d) zákona č. 308/2000 Z. z. tým, že v rámci televíznej programovej služby TV Markíza dňa 16.07.2012 o cca 20:28 hod. v premiére a dňa 17.07.2012 o cca 11:38 hod. v repríze odvysielal program *Pláž 33*, obsahujúci vizuálnu informáciu o tovare a ochrannej známke - *Château Topolčianky - Sekt 1933*, ktorá naplnila definíciu umiestňovania produktov podľa § 39a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom verejnosť zreteľne neinformoval o existencii umiestňovania produktov označením na začiatku a na konci programu, ako aj pri pokračovaní programu po prerušení mediálnou komerčnou komunikáciou a zároveň tomuto tovaru a ochrannej známke v rámci programu pripisoval neprimeranú dôležitosť tým, že ich dvakrát zobrazil takým spôsobom, že etiketa fľaše s vyobrazením ochrannej známky tohto tovaru tvorila po dobu cca 5 sekúnd resp. cca 3 sekundy podstatnú časť obrazovky, čím porušil povinnosť umiestňovať produkty iba za podmienok ustanovených zákonom č. 308/2000 Z. z.

Zo skutkového stavu, ako aj z informácií, ktorými disponuje Rada jednoznačne a preukázateľne nevyplýva, že pri naplnení skutkovej podstaty tohto správneho deliktu **došlo k získaniu bezdôvodného obohatenia**, a teda uvedená skutočnosť v konečnom dôsledku nemala vplyv na určenie výšky pokuty. Rada vzala do úvahy najmä fakt, že k samotnému porušeniu povinnosti došlo, ako aj fakt, že sa jednalo o opakované porušenie tejto povinnosti, jeho závažnosť, následky, mieru zavinenia a rozsah a dosah vysielania účastníka konania.

Rada pri určovaní výšky pokuty nemohla prihliadnuť na **sankciu uloženú samoregulačným orgánom**, nakoľko samoregulačný orgán pôsobiaci pre túto oblasť neexistuje.

V zmysle vyššie uvádzaných skutočností Rada rozhodla tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia. Rada prihliadla najmä na fakt, že pre účastníka konania ide o prvú pokutu za porušenie predmetného ustanovenia, prihliadla však tiež na skutočnosť, že v danom prípade nedošlo k odvysielaniu žiadneho oznamu o existencii umiestňovania produktov a predmetný produkt bol zároveň propagovaný v nepripustnej miere. Vzhľadom na uvedené považuje Rada výšku uloženej sankcie v dolnej hranici zákonom stanoveného rozpätia za plne odôvodnenú.

P o u č e n i e:

Podľa § 64 ods. 6 zákona č. 308/2000 Z. z. proti tomuto rozhodnutiu môže účastník konania v lehote do 15 dní odo dňa doručenia podať opravný prostriedok na Najvyšší súd Slovenskej republiky.

Toto rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 247 a nasl. Občianskeho súdneho poriadku.

* * *

Toto rozhodnutie sa vydáva v troch rovnopisoch:

1x účastník konania: MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.

2x Rada pre vysielanie a retransmisiiu

Prof. Miloš Mistrík
predseda Rady
pre vysielanie a retransmisiiu