



ČESKÁ REPUBLIKA

**ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY**

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedy JUDr. Bohuslava Hnízdičky 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 4. 2. 2009, č. j. hol/1174/09, sp. zn. 2008/918/HOL/FTV, v řízení o kasační stížnosti žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 10. 9. 2009, č. j. 10 Ca 127/2009 - 34,

takto:

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

Odůvodnění:

Rozhodnutím ze dne 4. 2. 2009, č. j. hol/1174/09, sp. zn. 2008/918/HOL/FTV, uložila žalovaná žalobkyni podle § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů (dále jen „zákon o vysílání“) pokutu ve výši 50 000 Kč pro porušení ustanovení § 53 odst. 1 tohoto zákona, kterého se měla dopustit tím, že v označení sponzora Corny, sponzor pořadu, mutace 1, vysílaném dne 15. 4. 2008 na programu Prima televize nebyl identifikován sponzor.

Proti tomuto rozhodnutí podala žalobkyně k Městskému soudu v Praze žalobu, v níž mimo jiné nesouhlasila s žalovanou, že „*označení sponzora musí obsahovat jeho identifikaci, kterou je firma nebo logo firmy nebo ochranná známka firmy*“ nebo že „*sponzorský vztah postrádá onu nutnou součást obsahu sponzorského vztahu, a to obchodní firmu, tj. název, pod kterým je podnikatel zapsán v obchodním rejstříku (...)*“. Žalobkyně měla za to, že jí za předpokladu splnění ostatních zákonných povinností nic nebrání označit sponzora jinak než obchodní firmou. Tomu podle žalobkyně nasvědčuje i obsah ustanovení § 53 odst. 1 zákona o vysílání, v němž jsou uvedeny různé alternativy identifikace sponzora (obrazovým symbolem, ochrannou známkou, známkou služeb).

Městský soud v Praze shledal v záhlaví označeným rozsudkem uvedenou žalobní námitku důvodnou, rozhodnutí žalované zrušil a věc jí vrátil k dalšímu řízení. Městský soud ve svém odůvodnění odkázal na rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 76/2005 - 105 a č. j. 7 As 79/2005 - 81 (dostupné na www.nssoud.cz), podle kterých novelizované ustanovení § 53 odst. 1 zákona o vysílání konkrétněji nevynechává obsah sponzorského vzkazu. Ten může být tvořen nejen obchodní firmou, logem, ochrannou známkou, známkou služeb identifikující sponzora, ale i dalšími prvky, neboť zákon v citovaném ustanovení jejich použití nezakazuje. Sponzorováním si podle citovaných rozsudků sponzor vytváří povědomí u diváka s cílem přesvědčit jej ke koupi toho konkrétního výrobku. Z těchto důvodů podle městského soudu nemůže obstát takový výklad § 53 odst. 1 zákona o vysílání, podle kterého musí být sponzor ve sponzorském vzkazu označen uvedením právnické či fyzické osoby, která příspěvek poskytla. Městský soud označil za důvodnou rovněž námitku žalobkyně týkající se způsobu, jakým žalovaná posoudila hledisko případného finančního prospěchu žalobkyně plynoucího z odvysílání sponzorského vzkazu. Městský soud poznamenal, že odvolávali se žalovaná na agenturní data, podle kterých lze odhadnout cenu jednotlivého spotu, měla tato data tvořit součást správního spisu. V případě, že tomu tak není, nemají předmětné závěry žalované oporu ve správním spise.

Proti tomuto rozsudku městského soudu podala žalovaná (dále jen „stěžovatelka“) kasační stížnost, v níž zdůraznila, že způsoby identifikace sponzora, jak je vyžaduje § 53 odst. 1 zákona o vysílání, se vztahují k obchodní firmě sponzora, nikoli k jednotlivým produktům. Městský soud se podle stěžovatelky takřka nezabýval otázkou, zda je z pohledu průměrného diváka možné na základě ochranné známky identifikovat osobu, která poskytla příspěvek na tvorbu programu. Podle stěžovatelky to možné není, z čehož je třeba dovodit, že označení sponzora prostřednictvím ochranné známky produktu neobsahuje zákonem požadované náležitosti. Stěžovatelka rovněž podotkla, že judikatura, na kterou městský soud v odůvodnění svého rozhodnutí odkázal, řešila do současnosti pouze problematiku reklamních prvků přítomných v označení sponzora a nikoli identifikaci sponzora jako takovou. V jiné souvislosti stěžovatelka dodala, že dostupná agenturní data, jež použila k odhadu možného finančního prospěchu žalobkyně jsou známa jak stěžovateli, tak žalobkyni z jejich činnosti. V závěru kasační stížnosti stěžovatelka navrhl, aby Nejvyšší správní soud přiznal této kasační stížnosti odkladný účinek ve smyslu § 107 zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, (dále jen „s. ř. s.“).

Ve svém vyjádření ke kasační stížnosti žalobkyně uvedla, že smyslem ustanovení § 53 odst. 1 zákona o vysílání je zabránit situaci, kdy je pořad fakticky sponzorován, avšak provozovatel vysílání tuto skutečnost divákům nesdělí. K otázce identifikace sponzora odkázala žalobkyně na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 2. 9. 2009, č. j. 6 As 13/2009 - 92, dostupný na www.nssoud.cz. Žalobkyně dále zdůraznila, že průměrný divák zná mnohem lépe značky samotných produktů než obchodní firmy a že jistě chápe, že pořad sponzoruje osoba, která je na příslušném trhu šířitelem daného produktu. Žalobkyně rovněž citovala bod 56 Interpretativního sdělení komise č. 2004/C 102/02 k některým aspektům ustanovení směrnice Rady č. 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání, podle kterého může být produktem (jeho ochrannou známkou) identifikován sponzor, kterým může být i distributor produktů třetí osoby. Žalobkyně odkázala taktéž na čl. 3f směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS, podle kterého musí být sponzorované pořady zřetelně označeny jménem, logem nebo jinou značkou sponzora, například odkazem na jeho produkt nebo službu či na jejich charakteristický znak. Vzhledem k marnému uplynutí transpoziční lhůty stanovené v čl. 3 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES (do 19. 12. 2009) se přitom čl. 3f směrnice Rady 89/552/EHS stal v České

republiky přímo aplikovatelným. Pokud jde o odhad možného finančního prospěchu žalobkyně na základě podle stěžovatelky „dostupných agenturních dat“, není žalobkyni známo, která data má stěžovatelka na mysli a jak byla pořízena, neboť žádný odpovídající dokument není obsažen ve správním spise.

Poté, co Nejvyšší správní soud uzavřel, že jsou splněny všechny formální náležitosti kasační stížnosti, přistoupil k posouzení její důvodnosti v rozsahu kasačních důvodů formulovaných stěžovatelkou (§ 103 odst. 1 písm. a/ a d/ s. ř. s.) a dospěl k závěru, že kasační stížnost není důvodná.

Nejvyšší správní soud nejprve posoudil námitku stěžovatelky, podle které se způsoby identifikace sponzora podle § 53 odst. 1 zákona o vysílání vztahují k obchodní firmě sponzora, nikoli k jednotlivým produktům. K této otázce již Nejvyšší správní soud zaujal své stanovisko např. v již citovaném rozsudku č. j. 6 As 13/2009-92 (všechny zde uvedené rozsudky jsou dostupné na www.nssoud.cz), v němž konstatoval, že účelem sponzorování pořadu je mimo jiné zlepšit dobré jméno či pověst výrobků a služeb (srov. Chaloupková, H., Holý, P. *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a předpisy související. Komentář*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, str. 77, a rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 27. 6. 2007, č. j. 6 As 44/2006 - 76, a ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 81/2005 - 79, publikovaný pod č. 1063/2007 Sb. NSS). Na tomto základě dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že pro diváka není důležité, kdo je zadavatelem sponzorského vzkazu, nýbrž to, které služby a výrobky jím mají být propagovány. Skutečnost, že je povinnost označit sponzorovaný pořad známkou služeb identifikující sponzora splněna i tehdy, je-li sponzorovaný pořad označen odkazem na produkt či službu, dovedl v tomto rozsudku Nejvyšší správní soud i z čl. 3f odst. 1 písm. d) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES, který stanoví požadavky evropského práva na sponzorované audiovizuální služby nebo pořady. Byť tato směrnice nebyla v době, kdy došlo k odvysílání předmětného sponzorského vzkazu, transponována do našeho právního řádu, přičemž stále ještě plynula transpoziční lhůta, lze tento instrument použít jako vodítko při výkladu zákona o vysílání, jako právního předpisu přijatého za účelem splnění závazku České republiky harmonizovat své právo s právem Evropského společenství (dnes již Evropské unie).

Předmětná otázka byla řešena i v rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 25. 11. 2009, č. j. 7 As 53/2009 - 89, publikovaném pod č. 2045/2010 Sb. NSS, v němž zdejší soud dovedl, že je označení vztahující se pouze k propagovaným výrobkům vzhledem ke shora uvedenému účelu sponzorování dostatečné. Sponzorský vzkaz tak vedle označení výrobku, služby či jiného výkonu, které primárně propaguje, nemusí obsahovat specifikaci označující jednoznačně právnickou či fyzickou osobu, která pořad sponzoruje. Za označení identifikující sponzora pořadu ve smyslu § 53 odst. 1 zákona o vysílání je proto třeba považovat i takové označení, které obsahuje určité vodítko, jež k osobě sponzora směřuje a s jehož použitím je identita sponzora zjištělná. Z výše uvedených důvodů je třeba první z uvedených námitek stěžovatelky označit za neopodstatněnou.

Nejvyšší správní soud nesouhlasí ani s tvrzením stěžovatelky, že se městský soud nezabýval otázkou, zda je vůbec možné z pohledu průměrného diváka identifikovat osobu, jež poskytla příspěvek na tvorbu programu. Městský soud ve shodě s judikaturou Nejvyššího správního soudu ve svém odůvodnění dospěl k závěru, že sponzor musí být ve sponzorském vzkazu identifikován, a to do té míry, aby byla zaručena jeho nezaměnitelnost s jiným subjektem (str. 6 rozsudku). Podle městského soudu však nemůže obstát takový výklad ustanovení § 53 odst. 1 zákona o vysílání, podle kterého musí být sponzor pořadu označen uvedením právnické či fyzické osoby, která příspěvek poskytla (str. 7). Z dalšího textu odůvodnění přitom vyplývá,

že uvedení označení předmětných výrobků nebo služeb je pro účely identifikace sponzora dostatečné.

Nejvyšší správní soud se zabýval i námitkou stěžovatelky, že není třeba dokazovat agenturní data, která použila za účelem odhadu možného finančního prospěchu žalobkyně. Nejvyšší správní soud poukazuje na svou dřívější judikaturu, v níž dospěl k závěru, že „*správní orgán musí zajistit, aby doklady, o které se při svém rozhodování opírá, byly v úplnosti založeny ve správním spise, aby bylo umožněno, jak účastníkům řízení, tak později soudu se s nimi seznámit*“ (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 25. 11. 2003, č. j. 5 Azs 20/2003 - 35). V tomto ohledu je tedy třeba souhlasit s městským soudem, že za situace, kdy tato data tvoří součást správního spisu, nemá skutkový stav, který vzal správní orgán za základ napadeného rozhodnutí, oporu ve správním spise. Městský soud tak předmětnou otázku posoudil správně a Nejvyššímu správnímu soudu nezbývá, než tuto stížnostní námitku označit za nedůvodnou.

Návrhem stěžovatelky na přiznání odkladného účinku kasační stížnosti se Nejvyšší správní soud vzhledem k rozhodnutí ve věci samé nezabýval.

Vzhledem ke shora uvedenému dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že napadený rozsudek netrpí vadami podle § 103 odst. 1 písm. a) a d) s. ř. s. a kasační stížnost stěžovatelky jako nedůvodnou zamítl (§ 110 odst. 1 s. ř. s.).

O náhradě nákladů řízení rozhodl Nejvyšší správní soud podle § 60 odst. 1 s. ř. s. ve spojení s § 120 s. ř. s. Stěžovatelka, která neměla v tomto řízení úspěch, nemá právo na náhradu nákladů řízení (§ 60 odst. 1 s. ř. s.). V případě žalobkyně - procesně úspěšného účastníka řízení – nebylo prokázáno, že by jí v souvislosti s řízením o kasační stížnosti nějaké náklady vznikly. Z tohoto důvodu Nejvyšší správní soud rozhodl tak, že se jí právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti nepřiznává.

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

V Brně dne 2. června 2010

JUDr. Bohuslav Hnízdl
předseda senátu