



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Ivanky Havlíkové a soudců Mgr. Martina Kříže a Mgr. Gabriely Bašné v právní věci žalobce: **OGILVY ONE, a.s.**, se sídlem Praha 7, Přívozní 2A, č.p. 1064, IČ: 25725831, zast. Mgr. Liborem Štajerem, advokátem se sídlem Praha 1, Hellichova 458/1, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Praha 2, Škrétova 44/6, v řízení o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 14.2.2011, sp.zn./Ident.: 2010/960/had/OGI, č.j.: had/619/2011

t a k t o:

- I. **Rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 14.2.2011 sp. zn./Ident.: 2010/960/had/OGI, č.j.: had/619/2011 se zrušuje a věc se vrací žalované k dalšímu řízení.**
- II. **Žalovaná je povinna zaplatit žalobci náhradu nákladů řízení ve výši 14.826,- Kč, a to do jednoho měsíce od právní moci rozsudku k rukám právního zástupce žalobce Mgr. Libora Štajera, advokáta.**

O d ů v o d n ě n í:

Rozhodnutím označeným v záhlaví tohoto rozsudku (dále jen „napadené rozhodnutí“) žalovaná uložila žalobci pokutu ve výši 100.000,- Kč za porušení povinnosti stanovené v § 5d odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o regulaci reklamy“) ve spojení s § 1 odst. 8 a dále § 8a odst. 3 písm. f) a podle § 8a odst. 7 písm. a) téhož zákona, neboť zpracováním obchodního sdělení produkt Calibrium Activin (sponzor upoutávky, mutace 1), premiérově vysílaného dne 8.2.2010 v 19:58:48 hod. na programu ČT1 a 20 x reprízovaného na programech ČT1 a ČT2 do 28.2.2010 žalobce porušil povinnost, aby reklama, resp. sponzorský vzkaz, na doplněk stravy obsahovala

zřetelný text „doplňěk stravy.“ Uvedený text v předmětném obchodním sdělení zcela absentuje.

V odůvodnění napadeného rozhodnutí žalovaná nejprve stručně shrnula průběh řízení a konstatovala obsah vyjádření účastníka řízení k věci samé, v němž žalobce mj. namítal, že není zpracovatelem reklamy ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy a že neplnění zákonné definice pojmu „zpracovatel“ nemůže být bez bližšího odůvodnění a dokazování dovozováno pouze ze skutečnosti, že pro provozovatele vysílání připravil sponzorský vzkaz. Žalobce též poukazoval na odlišné vymezení pojmů reklama a sponzorský vzkaz v zákoně č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon č. 231/2001 Sb.“) a namítal, že veškeré povinnosti související s odvysíláním sponzorovaných pořadů jsou výhradně povinnostmi provozovatele vysílání. V rámci vlastního posouzení věci pak žalovaná v odůvodnění napadeného rozhodnutí uvedla, že zákon o regulaci reklamy primárně upravuje reklamu, avšak dle § 1 odst. 8 tohoto zákona se předmětný zákon vztahuje i na sponzorování, není-li stanoveno jinak. Zákonodárce zakotvením uvedeného ustanovení pamatoval právě na obdobné situace, tedy na to, aby ve sponzorských vzkazech nebyly obcházeny obsahové povinnosti, které zákon vymezuje pro reklamu. Zákon č. 231/2001 Sb., na který žalobce odkazuje, vymezuje určitá pravidla pro sponzorování pořadů, ale neupravuje samotný obsah sponzorských vzkazů z hlediska zákonnosti obsahu sdělení, tak jak to činí zákon o regulaci reklamy. Z hlediska předmětného řízení je proto zákon č. 231/2001 Sb., irrelevantní. Provozovatel sice odvysíláním sponzorského vzkazu ve spojitosti se sponzorovaným pořadem plní svou povinnost plynoucí pro něj ze zákona č. 231/2001 Sb., ale obsah tohoto obchodního sdělení je připravován dalšími osobami - zadavatelem, který je zpravidla totožný s osobou sponzora, a zpracovatelem, který dané obchodní sdělení audiovizuálně připravil pro účely odvysílání. Osobu zadavatele i zpracovatele provozovatel vysílání na vyžádání Rady vždy identifikuje, a to jak v případě reklamy, tak i v případě sponzorských vzkazů.

Přistoupením na interpretaci zákona o regulaci reklamy prezentovanou žalobcem by dle mínění žalované došlo k zásadním dopadům na spotřebitele, neboť sponzorské vzkazy by se staly platformou, v rámci níž by potenciálně mohlo docházet k neregulované komerční komunikaci. Například farmaceutické produkty by zde mohly být prezentovány, aniž by bylo uvedeno, zda se jedná o doplňěk stravy nebo o léčivo, u léčiv by absentovaly výzvy k pročení příbalové informace, rovněž by zde mohlo docházet k využívání nekalých obchodních praktik apod. Jinými slovy povinnosti plynoucí ze zákona o regulaci reklamy jakožto zákona veřejnoprávní povahy, který chrání spotřebitele, by byly v rámci sponzorských vzkazů úspěšně obcházeny, jelikož by neexistoval zadavatel a zpracovatel odpovědný a postižitelný za dané porušení zákona a provozovatel - šířitel by logicky s odkazem na zákon svou odpovědnost úspěšně vyloučil. Je tak nesporné, že i v případě sponzorských vzkazů je vždy identifikovatelná osoba zadavatele a zpracovatele, jak to předpokládá i § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy, když vztahuje povinnosti pro reklamu rovněž na sponzorování.

Dle zákona o regulaci reklamy jsou zodpovědnými subjekty za porušení zákona zadavatel, zpracovatel, případně šířitel. Za porušení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy pak odpovídá zadavatel a zpracovatel (§ 8a). Šířitel za obsah sponzorského vzkazu (reklamy) nezodpovídá. Zákon o regulaci reklamy nijak neupravuje postavení „zadavatelů“ či „zpracovatelů“ sponzorských vzkazů, nijak je ani nedefinuje, avšak interpretací zákona lze dojít k závěru, že pokud se dle § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy předmětný zákon vztahuje i na sponzorování, není-li stanoveno jinak, pak i ustanovení upravující postavení (odpovědnost) zadavatele a zpracovatele reklamy se nutně vztahují ke sponzorskému vzkazu.

V opačném případě by ustanovení § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy bylo nadbytečné a jeho aplikace nerealná.

V této souvislosti považovala žalovaná za nutné zdůraznit, že normy regulující reklamu obsahuje především zákon o regulaci reklamy, který ve svém § 1 odst. 2 chápe reklamu jako oznámení, předvedení či jinou prezentaci šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak. Zákonodárce si při tvorbě tohoto zákona plně uvědomil příbuznost a podobnost obou forem propagace podnikatele, neboť v § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy uvádí, že ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak. Nejinak interpretuje tento zákon i stávající judikatura Nejvyššího správního soudu. Z rozsudku tohoto soudu č. j. 7 As 81/2005-79 ze dne 9.11.2006 se uvádí: „*Je tedy zřejmé, že i sponzorování vykazuje ve svém důsledku podobné všeobecné znaky jako reklama, když zákon o regulaci reklamy bere jako kritérium pro odlišení obou institutů pouze existenci příspěvku u sponzorování. Proto se normy regulující reklamu, tj. omezující její obsah a použití, vztahují i na sponzorování, aby se tím zamezilo jejich obcházení.*“ Pakliže Rada posoudila předmětný sponzorský vzkaz dle zákona o regulaci reklamy, který primárně upravuje reklamu, avšak dle § 1 odst. 8 se vztahuje i na sponzorování, není-li stanoveno jinak, pak postupovala v souladu se zákonem i stávající judikaturou.

Dle výkladu Nejvyššího správního soudu lze ve sponzorském vzkazu aplikovat určité prvky reklamy, což plyne z rozsudku 7 As 81/2005-79 ze dne 9. 11. 2006, v němž se uvádí, že „...zákonodárce si při tvorbě tohoto zákona plně uvědomil příbuznost a podobnost obou forem (reklamy a sponzorského vzkazu) propagace podnikatele, neboť ve svém ust. § 1 odst. 8 zákon o regulaci reklamy uvádí, že ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak.“ Lze tak dojít k jednoznačnému závěru, že zákon o regulaci reklamy se nevztahuje výlučně na reklamu jako takovou, ale i na obsah sponzorského vzkazu. Interpretací zákona o regulaci reklamy ve spojení s judikaturou Nejvyššího správního soudu je tedy nutno dojít k závěru, že ustanovení tohoto zákona se vztahují i na sponzorské vzkazy. Pokud se určitá pravidla vztahují na reklamu, pak se nutně vztahují i na sponzorské vzkazy, pokud není stanoveno jinak. Z logiky věci pak vyplývá, že pokud určité subjekty odpovídají za obsah reklamy, pak nutně musí odpovídat za obsah sponzorského vzkazu z postavení zadavatele či zpracovatele.

Produkt Calibrum Activin je doplňkem stravy. Ve sponzorském vzkazu prezentujícím daný produkt měl být proto uveden zřetelný text „doplňek stravy“. Tento zákonem stanovený text však v uvedeném sponzorském vzkazu zcela absentuje. Tím došlo k porušení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy ve spojení s § 1 odst. 8 a dále pak § 8a odst. 3 písm. f) a podle § 8a odst. 7 písm. a) téhož zákona, neboť zpracováním sponzorského vzkazu Calibrum Activin (sponzor upoutávky, mutace 1), premiérově vysílaného dne 8.2.2010 v 19:58:48 hodin na programu ČT1 a 20x reprízovaného na programech ČT1 a ČT2 do 28.2.2010, byla porušena povinnost, aby reklama, respektive sponzorský vzkaz, na doplňek stravy obsahovala zřetelný text "doplňek stravy". Rada proto na základě shromážděných podkladů a provedeného dokazování dospěla na svém 3. zasedání konaném dne 8.2.2011 k závěru, že žalobce zpracováním předmětného sponzorského vzkazu porušil podmínky stanovené pro reklamu na potraviny uvedené v § 5d odst. 3) zákona o regulaci reklamy, čímž se jako právnická osoba dopustil správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. f) téhož zákona, za který se ukládá pokuta dle § 8a odst. 7 písm. a) zákona o regulaci reklamy do 2 000 000,- Kč. Za spáchání tohoto správního deliktu uložila Rada žalobci pokutu ve výši 100 000,- Kč, když v souladu s 8b

odst. 2 zákona o regulaci reklamy při určení výměry pokuty přihlédla k závažnosti správního deliktu, zejména ke způsobu jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán, a po vyhodnocení těchto kritérií uložila pokutu v dolní polovině zákonného rozmezí.

Žalobou podanou u Městského soudu v Praze se žalobce domáhal zrušení napadeného rozhodnutí pro jeho nezákonnost. V žalobě předně namítl, že žalovaná nesprávně zjistila skutkový stav věci. Žalobce nebyl v řízení pasivně legitimován, tudíž nemohl být účastníkem správního řízení vedeného žalovanou. Nebyl totiž zpracovatelem sponzorského vzkazu ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy, který zpracovatele reklamy jen pro účely zákona definuje jako „právníckou nebo fyzickou osobu, která pro sebe nebo pro jinou právníckou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.“ Žalobce sponzorský vzkaz nezhotovil, ale připravil pro provozovatele vysílání - Českou televizi, v jejímž redakčním čase došlo k odvysílání sponzorského vzkazu podle zákona č. 231/2001 Sb. Žalobce se tak jako zpracovatel v žádném případě nemohl dopustit porušení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy ve spojení s § 1 odst. 8 téhož zákona.

Žalobce dále namítl, že žalovaná věc nesprávně posoudila a postupovala v rozporu s právními předpisy. Sponzorský vzkaz, respektive sponzorování je samostatně, a to i vzhledem k odlišnosti formátu od reklamy ve smyslu zákona, definováno v § 2 odst. 1 písm. s) zákona č. 231/2001 Sb. Sponzorování je tak samostatný a na pojmu reklama ve smyslu zákona o regulaci reklamy nezávislý formát. Veškeré povinnosti související s odvysíláním sponzorovaných pořadů jsou jednoznačně a výhradně jen povinnostmi provozovatele vysílání, v jehož tzv. redakční části je oznámení o sponzorování pořadů uveřejněno. Uvedené jednoznačně dokládá mimo jiné jak označení § 53 zákona č. 231/2001 Sb. - *„Povinnosti provozovatelů vysílání při vysílání sponzorovaných rozhlasových nebo televizních programů a pořadů“*, tak i návrh ustanovení § 53 odst. 4 téhož zákona: *„Provozovatel vysílání je povinen každý zcela nebo zčásti sponzorovaný pořad vždy na začátku a dále v průběhu nebo na konci zřetelně označit jménem nebo názvem.....“*

Žalovaná tedy rozhodla nesprávně, pokud tvrdila, že provozovatel vysílání vystupuje jako šířitel, který není ze zákona odpovědný za šíření sponzorského vzkazu. Judikát, na který žalovaná v napadeném rozhodnutí poukazuje, není dle žalobce v tomto případě relevantní. Navíc v průběhu řízení žalobce ve svém vyjádření odkazoval na judikaturu pozdější, a to na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 25.11.2009, čj. 7 As 53/2009-89, ve kterém se uvádí, že: *„Sponzorování pořadu je vedle reklamy další formou prezentace subjektů v televizním vysílání. Podle § 2 odst. 1 písm. s) zákona č. 231/2001 Sb. sponzorováním se pro účely tohoto zákona rozumí jakýkoliv příspěvek poskytnutý fyzickou nebo právníckou osobou, která neprovozuje televizní vysílání nebo produkci audiovizuálních děl, k přímému nebo nepřímému financování.....“* I ze samotné judikatury tedy vyplývá, že sponzorský vzkaz (sponzorování) není reklamou, ale samostatným, na reklamě zcela nezávislým formátem, při jehož uveřejnění leží veškeré zákonné povinnosti na straně provozovatele vysílání.

Žalobce rovněž namítl, že žalovaná postupovala v rozporu s ustanoveními správního řádu, neboť výše uvedené v rámci svého rozhodnutí nezohlednila a neuvedla ani důkazy, ze kterých dospěla k závěrům, uvedeným v rozhodnutí. Porušila tak jednu z hlavních zásad správního řízení, a to zásadu materiální pravdy, která je upravena v § 3 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“). Zmíněné ustanovení ukládá správnímu orgánu postupovat tak, aby byl zjištěn stav věci, o němž nejsou důvodné pochybnosti. Rozhodnutí správního orgánu by tedy mělo být v souladu se zákonem, což se v tomto případě nestalo. Na tomto místě žalobce odkázal na rozsudek Nejvyššího

správního soudu ze dne 22.1.2004, č.j. 4 Azs 55/2003-5, v němž byl zaujat názor, že „rozhodnutí správního orgánu musí obstát samo o sobě. Pokud v jeho odůvodnění nejsou uvedeny důkazy, na jejichž základě správní orgán dovozuje svoje závěry, pak nutno dospět k závěru, že nejsou splněny podmínky ustanovení §47 odst. 3 správního řádu, a rozhodnutí je třeba považovat za nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů. Nelze proto souhlasit s názorem stěžovatele, že v dané věci postačovalo, že žalobci byla dána možnost seznámit se s materiály, které měl správní orgán pro posouzení situace ve vlasti žalobce k dispozici, a že již pro stěžovatele nevyplývala povinnost tyto materiály k posouzení žádosti o azyl použít. Ustanovení §47 odst. 3 správního řádu totiž zcela jednoznačně stanoví, že v odůvodnění rozhodnutí správní orgán uvede, které skutečnosti byly podkladem pro rozhodnutí, jakými úvahami byl veden při hodnocení důkazů a při použití právních předpisů, na základě kterých rozhodl. Neobsahuje-li napadené rozhodnutí stěžovatele odkaz na jediný důkaz ve věci provedený, nelze dospět k jinému závěru než k tomu, že rozhodnutí je nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů, a nejsou-li důkazy obsaženy ani ve správním spise, pak třeba uzavřít, že skutkový stav, který vzal správní orgán za základ napadeného rozhodnutí, nemá oporu ve spisovém materiálu.“

Žalovaná navrhl, aby soud žalobu jako nedůvodnou zamítl. Ve vyjádření k žalobě uvedla k námitce žalobce, že nebyl zpracovatelem sponzorského vzkazu ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy, protože sponzorský vzkaz nezhotoval, ale připravil pro provozovatele vysílání - Českou televizi, že provozovatel sice odvysíláním sponzorského vzkazu ve spojitosti se sponzorovaným pořadem plní svou povinnost plynoucí mu ze zákona č. 231/2001 Sb., ale obsah tohoto obchodního sdělení je připravován dalšími osobami - zpracovatelem, který dané obchodní sdělení audiovizuálně připravil pro účely odvysílání. Osobu zadavatele i zpracovatele provozovatel vysílání na vyžádání Rady vždy identifikuje, a to jak v případě reklamy, tak i sponzorských vzkazů. Dle zákona č. 40/1995 Sb., jsou odpovědnými subjekty za porušení zákona zadavatel, zpracovatel, případně šířitel. Za porušení § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy pak odpovídá výlučně zadavatel a zpracovatel (§ 8a). Šířitel za obsah sponzorského vzkazu (reklamy) podle zákona o regulaci reklamy neodpovídá.

Zákon o regulaci reklamy nijak neupravuje postavení „zadavatelů“ či „zpracovatelů“ sponzorských vzkazů, nijak je ani nedefinuje, avšak interpretací zákona lze dojít k závěru, že pokud se dle § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy předmětný zákon vztahuje i na sponzorování, není-li stanoveno jinak, pak i ustanovení upravující postavení (zodpovědnost) zadavatele a zpracovatele reklamy se nutně vztahují ke sponzorskému vzkazu. V opačném případě by zmíněné ustanovení bylo nadbytečné a jeho aplikace nereálná. Pokud jde o právní posouzení odpovědnosti zpracovatele za obsah sponzorského vzkazu dle zákona o regulaci reklamy, žalovaná ve vyjádření k žalobě dále argumentovala zcela shodně jako v odůvodnění napadeného rozhodnutí.

K námitce žalobce stran nedostatečného zjištění skutkového stavu věci žalovaná poznamenala, že žalobce neuvádí, které důkazy údajně nebyly zohledněny. Napadenému rozhodnutí předcházelo řádné šetření včetně dokazování zhlédnutím obrazově-zvukového záznamu, který jednoznačně prokázal, že ze strany žalobce došlo k porušení příslušných ustanovení zákona.

V replice k vyjádření žalované žalobce konstatoval, že žalovaná ve svém vyjádření sama připouští, že zákon o regulaci reklamy nedefinuje pojem zadavatele a zpracovatele sponzorského vzkazu. V zákoně o regulaci reklamy dokonce ani není definován správní delikt

v oblasti sponzorských vzkazů, a není tedy možné stanovit sankci za porušení zákona o regulaci reklamy, neboť taková sankce není tímto zákonem definována. Vzhledem k tomu, že žalovaná sankcionuje neplnění povinností, které zákon neukládá, mohlo dojít k porušení čl. 2 odst. 2 Listiny základních práv a svobod, podle něhož státní moc lze uplatňovat jen v případech a v mezích stanovených zákonem, a to způsobem, který zákon stanoví.

K argumentaci žalované, že žalobce nespecifikoval důkazy, které údajně nebyly zohledněny, žalobce v replice podotkl, že v rámci řízení opakovaně uváděl, že důkaz v podobě sdělení České televize k žádosti o sdělení zadavatele sponzorského vzkazu ze dne 13.08.2010, ke kterému žalovaná přihlížela a který tvořil jeden z významných podkladů pro rozhodnutí ve věci, byl zcela irelevantní. Česká televize či společnost Media Master, s.r.o., která byla ve sdělení zmiňována, nemůže disponovat informacemi, v jakém rozsahu se žalobce na přípravě sponzorského vzkazu podílel. Tento důkaz nelze považovat za naplnění povinnosti správního orgánu podle § 3 správního řádu, aby byl zjištěn stav věci, o němž nejsou důvodné pochybnosti, neboť žalobce v průběhu řízení prokázal, že není zpracovatelem sponzorského vzkazu ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy.

Při ústním jednání před soudem účastníci řízení setrvali na svých dosavadních procesních stanoviscích; argumentovali přitom zcela shodně jako ve svých písemných podáních a žádné další argumenty podstatné pro rozhodnutí ve věci samé neuvedli.

V posuzované věci vyšel z následně uvedené právní úpravy:

Podle § 1 odst. 1 zákona o regulaci reklamy tento zákon zpracovává příslušné předpisy Evropských společenství upravující regulaci reklamy, která je nekalou obchodní praktikou, reklamy srovnávací, reklamy na tabákové výrobky, na humánní léčivé přípravky, na veterinární léčivé přípravky, na potraviny a na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, a upravuje obecné požadavky na reklamu a její šíření včetně postihů za porušení povinností podle tohoto zákona a stanovení orgánů dozoru. Dále upravuje regulaci reklamy na alkoholické nápoje, na přípravky na ochranu rostlin, na střelné zbraně a střelivo a na činnosti v pohřebnictví.

Podle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.

Podle § 1 odst. 4 zákona o regulaci reklamy sponzorováním se rozumí příspěvek poskytnutý s cílem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Sponzorem se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která takový příspěvek k tomuto účelu poskytne.

Podle § 1 odst. 5 zákona o regulaci reklamy zadavatelem reklamy (dále jen "zadavatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.

Podle § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy zpracovatelem reklamy (dále jen "zpracovatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.

Podle § 1 odst. 7 zákona o regulaci reklamy šířitelem reklamy (dále jen "šířitel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která reklamu veřejně šíří.

Podle § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak.

Podle § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy reklama na doplněk stravy musí obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplněk stravy".

Podle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy právnická nebo podnikající fyzická osoba se dopustí správního deliktu tím, že jako zpracovatel poruší podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 3, 5, 6 nebo 7, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5d, § 5e odst. 1, § 5f, § 5g odst. 1, § 5h nebo § 6a odst. 1.

Podle § 7a odst. 2 zákona o regulaci reklamy zadavatel reklamy je povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit bez zbytečného odkladu údaje o šířiteli a o zpracovateli jím zadané reklamy a další materiály a informace vztahující se k této reklamě.

Podle § 68 odst. 3 správního řádu se v odůvodnění uvedou důvody výroku nebo výroků rozhodnutí, podklady pro jeho vydání, úvahy, kterými se správní orgán řídil při jejich hodnocení a při výkladu právních předpisů, a informace o tom, jak se správní orgán vypořádal s návrhy a námitkami účastníků a s jejich vyjádřením k podkladům rozhodnutí.

Po provedeném řízení dospěl soud k závěru, že žaloba je zčásti důvodná.

Neobstojí námitky namířené proti právnímu posouzení věci ze strany žalované, jimiž žalobce zpochybňuje možnost sankčního postihu zpracovatele sponzorského vzkazu za správní delikt spočívající v nesplnění podmínky pro obsah reklamy (a stejně tak i sponzorského vzkazu) stanovené v § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Soud se plně ztotožňuje se závěrem žalované, že obligatorní obsahové náležitosti, jaké zákon o regulaci reklamy vyžaduje u reklam na doplňky stravy, musí obsahovat i sponzorské vzkazy propagující doplňky stravy. Tento závěr lze zcela jednoznačně dovodit z ustanovení § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy, podle kterého se ustanovení tohoto zákona (tedy i ustanovení v § 5d odst. 3) vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak (příčemž žádné z ustanovení zákona o regulaci reklamy aplikaci zmíněného ustanovení na sponzorování nevylučuje). Žalovaná v této souvislosti přiléhavě poukazuje na rozsudek č. j. 7 As 81/2005-79 ze dne 9.11.2006, v němž Nejvyšší správní soud dospěl k naprosto totožnému závěru, když konstatoval, že „sponzorování vykazuje ve svém důsledku podobné všeobecné znaky jako reklama, když zákon o regulaci reklamy bere jako kritérium pro odlišení obou institutů pouze existenci příspěvku u sponzorování. Proto se normy regulující reklamu, tj. omezující její obsah a použití, vztahují i na sponzorování, aby se tím zamezilo jejich obcházení."

Není zapotřebí, aby zákon o regulaci reklamy samostatně definoval pojem zadavatele či zpracovatele sponzorského vzkazu nebo skutkové podstaty správních deliktů v oblasti sponzorských vzkazů. Obsahové náležitosti reklamy na doplněk stravy stanovené zákonem o regulaci reklamy musí být vzhledem k ustanovení § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy splněny i v případě sponzorských vzkazů, jimiž jsou propagovány doplňky stravy, definice

zadavatele či zpracovatele reklamy obsažené v § 1 zákona o regulaci reklamy dopadají též na zadavatele či zpracovatele sponzorského vzkazu a za správní delikty, jejich subjektem je podle zákona regulaci reklamy zpracovatel reklamy, lze sankcionovat rovněž zpracovatele sponzorského vzkazu.

Úprava obsažená v zákoně č. 231/2001 Sb., jehož se žalobce v dané věci dovolává, se na projednávanou věc vůbec nevztahuje. Žalobce byl sankcionován za správní delikt, jehož skutková podstata je upravena v zákoně o regulaci reklamy, a naplnění znaků skutkové podstaty daného správního deliktu je proto třeba posuzovat výlučně dle tohoto zákona a nikoliv dle zákona č. 231/2001 Sb. Navíc nelze přehlédnout, že zákon o regulaci reklamy obsahuje vlastní vymezení pojmů, ať již se jedná o pojem reklama (§ 1 odst. 2), sponzorování (§ 1 odst. 4), či o pojmy zadavatel reklamy (§ 1 odst. 5), zpracovatel reklamy (§ 1 odst. 6) nebo šířitel reklamy (§ 1 odst. 7). Ustanovení § 2 zákona č. 231/2001 Sb., navíc výslovně uvádí, že zákonné definice pojmů v něm obsažené se vztahují pouze k tomuto zákonu („pro účely tohoto zákona se rozumí“). Z popsanych důvodů se soudu jeví jako zcela nepřipadný žalobcův poukaz na rozdíl mezi vymezením pojmu reklama a sponzorování, jenž je patrný při porovnání ustanovení § 2 písm. n) a § 2 písm. s) zákona č. 231/2001 Sb., stejně jako jeho poukaz na označení § 53 zákona č. 231/2001 Sb., a návětí čtvrtého odstavce tohoto ustanovení (které se navíc vůbec netýká povinností zpracovatele reklamy či sponzorského vzkazu). Soud k tomu dodává, že žalovaná v napadeném rozhodnutí netvrdí, že pojmy reklama a sponzorování jsou totožné, a tvrdit to ani nemůže, neboť i zákon o regulaci reklamy mezi oběma těmito pojmy rozlišuje. To však nic nemění na existenci klíčového ustanovení § 1 odst. 8 zákona o regulaci reklamy, podle kterého je nutno ustanovení tohoto zákona, jež se primárně týkají reklam, vztáhnout též na sponzorování.

Žalobcem zmiňovaný rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 25.11.2009, čj. 7 As 53/2009-89 se týkal povinnosti provozovatele vysílání stanovené zákonem č. 231/2001 Sb., konkrétně jeho povinnosti označit každý sponzorovaný pořad zejména na jeho začátku nebo na jeho konci obchodní firmou, obrazovým symbolem (logem), ochrannou známkou nebo známkou služeb identifikující sponzora. Tato problematika nijak nesouvisí s nyní projednávanou věcí, v níž byla předmětem řízení nikoliv odpovědnost provozovatele vysílání za splnění povinnosti stanovené zákonem č. 231/2001 Sb., ale odpovědnost zpracovatele sponzorského vzkazu ze správní delikt upravený zákonem o regulaci reklamy, spočívající v nedodržení podmínek pro obsah sponzorského vzkazu, které jsou upraveny rovněž zákonem o regulaci reklamy.

V souzené věci není mezi stranami sporu o tom, že předmětný sponzorský vzkaz na doplněk stravy Calibrium Activin neobsahoval zřetelný text „doplněk stravy.“ Obsah tohoto sponzorského vzkazu byl tedy nepochybně v rozporu s § 5d odst. 3 zákona o regulaci reklamy ve spojení s 1 odst. 8 téhož zákona. Toto porušení zákona je podle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy správním deliktem, za který nese odpovědnost *zpracovatel* daného sponzorského vzkazu. Argumentace žalobce, že veškeré povinnosti související s odvysíláním sponzorovaných pořadů jsou výlučně povinnostmi provozovatele vysílání, je zcela neopodstatněná, neboť pomíjí relevantní právní úpravu obsaženou v zákoně o regulaci reklamy a je opřena o ustanovení § 53 zákona č. 231/2001 Sb., ačkoliv tento zákon, jak již bylo soudem uvedeno shora, na danou věc vůbec nedopadá

Soud však musel napadené rozhodnutí zrušit pro jeho dílčí nepřezkoumatelnost. Žalovaná se v něm totiž zcela opomněla vypořádat se zásadní žalobcovou námitkou, že není zpracovatelem (předmětného sponzorského vzkazu) ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci

reklamy. Přestože se žalobce v tomto směru hájil poněkud nesrozumitelným způsobem, když tvrdil, že předmětný sponzorský vzkaz „nezhotožil, ale připravil pro provozovatele vysílání - Českou televizi“, bylo podle § 68 odst. 3 správního řádu povinností žalované se s touto jeho argumentací v napadeném rozhodnutí vypořádat a s poukazem na provedené důkazy a z nich plynoucí zjištění zdůvodnit, proč žalovaná považuje žalobce za zpracovatele předmětného sponzorského vzkazu. Pokud by totiž žalobce zpracovatelem tohoto sponzorského vzkazu nebyl, nebylo by samozřejmě možné jej za daný správní delikt sankcionovat.

Soud nemohl přehlédnout, že napadené rozhodnutí neobsahuje v tomto směru naprosto žádnou relevantní argumentaci a neuvádí jediný důkaz, na jehož základě by bylo možné dovodit, že žalobce je skutečně zpracovatelem předmětného sponzorského vzkazu ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy, to jest tím, kdo pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu tento sponzorský vzkaz zpracoval. Napadené rozhodnutí v tomto směru obsahuje jedinou, navíc zcela nekonkrétní větu: „Osobu zadavatele i zpracovatele provozovatel vysílání na vyžádání Rady vždy identifikuje, a to jak v případě reklamy tak i právě sponzorských vzkazů.“ Zda se tak stalo i v tomto případě, to již žalovaná neuvedla. Uvedené strohé konstatování žalované navíc neodpovídá zákonu o regulaci reklamy. Podle § 7a odst. 2 tohoto zákona je to zadavatel reklamy a nikoliv provozovatel vysílání (který je ve smyslu § 1 odst. 7 zákona o regulaci reklamy šířitelem), kdo je povinen na výzvu Rady pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit bez zbytečného odkladu údaje o šířiteli a o *zpracovateli* jím zadané reklamy a další materiály a informace vztahující se k této reklamě.

Pokud žalovaná hodlala žalobce postihnout za spáchání správního deliktu, jehož subjektem je podle zákona o regulaci reklamy zpracovatel reklamy či sponzorského vzkazu, a žalobce tvrdil, že tímto zpracovatelem není, bylo povinností žalované opatřit si důkazy, z nichž by bez důvodných pochybností vyplývalo, že žalobce skutečně je zpracovatelem předmětného sponzorského vzkazu, tyto důkazy v řízení provést způsobem, který stanoví procesní předpis (správní řád), umožnit žalobci, aby se k nim mohl před vydáním rozhodnutí vyjádřit, a následně provedené důkazy v napadeném rozhodnutí posoudit. Nic z toho však žalovaná neučinila.

Soud si je vědom toho, že ve správním spise se nachází sdělení České televize ze dne 13.8.2010 adresované žalované, v němž Česká televize sděluje „dostupné informace – základní údaje o zadavateli a zpracovateli spotu, poskytnuté Media Master, s.r.o.“, přičemž za zadavatele označuje společnost Zentiva Group, a.s., a za zpracovatele spotu žalobce. Ve spise je rovněž založeno vyjádření žalobce ze dne 18.1.2011, v němž tento reaguje na sdělení České televize ze dne 13.8.2010 a označuje ho za nerelevantní s tím, že Česká televize či zmiňovaná společnost Media Master, s.r.o., nemůže disponovat informacemi o tom, v jakém rozsahu se žalobce na přípravě sponzorského vzkazu podílel. Žalovaná se nicméně se žádnou z těchto listin v napadeném rozhodnutí nevypořádala. Soudu nepřísluší, aby tak v přezkumném soudním řízení činil místo žalované, neboť by tím nepřípustným způsobem nahrazoval činnost správního orgánu.

Soud má za to, že pokud žalobce v řízení tohoto typu zpochybňuje své postavení zpracovatele sponzorského vzkazu, má žalovaná přednostně postupovat způsobem upraveným v § 7a odst. 2 zákona o regulaci reklamy, tj. má vyzvat *zadavatele*, aby jí bez zbytečného odkladu sdělil údaje o zpracovateli jím zadaného sponzorského vzkazu. Pokud se tímto způsobem nepodaří žalované zpracovatele jednoznačně určit, může se samozřejmě pokusit opatřit si jiné důkazy, s jejichž pomocí lze učinit jednoznačný závěr o osobě zpracovatele. Ať

již žalovaná zvolí jakoukoliv cestu, je její povinností s důkazy, které shromáždí, naložit výše popsaným způsobem – musí je provést způsobem, který stanoví správní řád, musí umožnit žalobci, aby se k nim mohl před vydáním rozhodnutí vyjádřit, a následně musí provedené důkazy v napadeném rozhodnutí náležitě posoudit.

Obsah spisového materiálu nicméně svědčí o tom, že žalovaná v řízení, které předcházelo vydání napadeného rozhodnutí, provedla pouze jediný důkaz, a to zhlédnutí obrazově – zvukového záznamu předmětného sponzorského vzkazu. Ve spise se nenachází žádný protokol o provedení důkazu listinou za přítomnosti žalobce, ani záznam o provedení důkazu listinou mimo jednání (§ 53 odst. 6 správního řádu), z něhož by vyplývalo, že se žalovaná jakožto kolektivní orgán seznámila s obsahem určité listiny.

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem nezbylo soudu než konstatovat, že žalovaná procesně stanoveným způsobem neprovedla a v napadeném rozhodnutí neoznačila ani nehodnotila žádné důkazy, na základě kterých by bylo možné žalobci přisoudit postavení zpracovatele předmětného sponzorského vzkazu. Žalovaná se také nijak nevypořádala se zásadní žalobcovou námitkou, že není zpracovatelem předmětného sponzorského vzkazu ve smyslu § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy. V tomto směru je napadené rozhodnutí nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů a nemůže obstát. Žalobci lze přisvědčit v tom, že skutkový stav, který vzala žalovaná za základ napadeného rozhodnutí, nemá – pokud jde o konstatování žalované o osobě zpracovatele sponzorského vzkazu – dostatečnou oporu ve spisovém materiálu, resp. v provedených důkazech. Soudu proto nezbylo než napadené rozhodnutí pro výše vytkené vady řízení zrušit (§ 78 odst. 1 s.ř.s.). V souladu s ust. § 78 odst. 4 s.ř.s. soud současně vyslovil, že se věc vrací žalované k dalšímu řízení. Právním názorem, který soud ve zrušujícím rozsudku vyslovil, je v dalším řízení správní orgán vázán (§ 78 odst. 5 s.ř.s.).

Ve druhém výroku tohoto rozsudku přiznal soud v souladu s ustanovením § 60 odst. 1 věta první s.ř.s. žalobci, který měl ve věci plný úspěch, právo na náhradu nákladů řízení. Náklady, které žalobci v řízení vznikly, spočívají v zaplaceném soudním poplatku ve výši 2.000,- Kč a v nákladech souvisejících s právním zastoupením žalobce advokátem. Tyto jsou tvořeny jednak odměnou za právní zastoupení žalobce advokátem, a to za čtyři úkony právní služby (převzetí zastoupení, sepsání žaloby, replika, účast při jednání soudu), přičemž sazba odměny za první tři úkony provedené do 31.12.2012 činí dle advokátního tarifu - vyhlášky č. 177/1996 Sb., 2.100,- Kč (§ 7, § 9 odst. 3 písm. f/ vyhlášky č. 177/1996 Sb., ve znění účinném od 1.9.2006) a sazba odměny za účast při jednání soudu konaném dne 19.11.2014 činí 3.100,- Kč (§ 7, § 9 odst. 4 písm. d/ vyhlášky č. 177/1996 Sb., ve znění účinném od 1.1.2013). Náklady právního zastoupení žalobce jsou dále tvořeny čtyřmi paušálními částkami ve výši 300,- Kč (§ 13 odst. 3 vyhlášky č. 177/1996 Sb., ve znění účinném od 1.9.2006) a částkou 2.226,- Kč odpovídající dani z přidané hodnoty, kterou je advokát povinen z odměny za zastupování a z náhrad odvést podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty (§ 57 odst. 2 s.ř.s.). Celková výše nákladů, které žalobci v tomto řízení vznikly, tedy činí 14.826,- Kč. Soud proto uložil žalované povinnost zaplatit žalobci náhradu nákladů řízení v této výši, a to ve stanovené lhůtě k rukám právního zástupce žalobce advokáta Mgr. Libora Štajera (§ 149 odst. 1 o.s.ř. ve spojení s § 64 s.ř.s.).

P o u č e n í :

Proti tomuto rozsudku lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské

náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud. Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s.ř.s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje, v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno. V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie. Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách www.nssoud.cz.

V Praze dne 19. listopadu 2014

JUDr. Ivanka Havlíková v. r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:
Lucie Horáková