

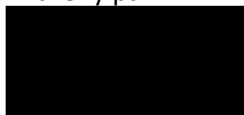
KRAJSKÝ ÚŘAD JIHOMORAVSKÉHO KRAJE

Odbor správní a Krajský živnostenský úřad

Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno

Váš dopis zn.: datová zpráva
Ze dne: 12.08.2019
Č. j.: JMK 116989/2019
Sp. zn.: ---
Vyřizuje: Mgr. Růžicková
Telefon: 541 653 603
Počet listů: 1
Počet příloh/listů: 0/0
Datum: 20.08.2019

Vážený pan



Poskytnutí informací

Vážený pane 

dne 12.08.2019 obdržel Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor správní a Krajský živnostenský úřad (dále jen „KŽÚ“) prostřednictvím datové schránky vaši žádost o poskytnutí informace dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon č. 106/1999 Sb.“), ve které požadujete informace týkající se reklam na sociálních sítích.

Konkrétně žádáte o poskytnutí následujících informací:

- Seznam řízení podle zákona o regulaci reklamy vedených pro skutek spočívající v protiprávním jednání na sociálních sítích, zejména na sociální síti Facebook, Twitter, Instagram a Youtube, za roky 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 a 2019 (do dne doručení této žádosti), včetně způsobu rozhodnutí ve věci, bylo již rozhodnuto;
- Výběr těch výše specifikovaných řízení, u nichž bylo řízení zahájeno na základě podnětu;
- Výběr těch výše specifikovaných řízení vedených pro skutek spočívající v neoznačení reklamy.

V souladu s ustanovením § 14 odst. 5 písm. d) zákona č. 106/1999 Sb. Vám poskytujeme požadované informace v plném rozsahu:

Ad a) V uvedeném období zahájil KŽÚ celkem **2 správní řízení** pro porušení 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, v platném znění (dále jen „zákon o regulaci reklamy“). První správní řízení (Sp. zn. S-JMK 144405/2014 OSPŽ/LČ) skončilo uložením pokuty příkazem ze dne 04.03.2015 za porušení § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy (zpracování reklamy na facebookových stránkách, která byla v rozporu s dobrými mravy). Druhé správní řízení se týkalo reklamy na tabákové výrobky zakázané dle § 3 odst. 1 zákona o regulaci reklamy, umístěné na sociální síti Facebook, a bylo ukončeno příkazem na místě ve formě

příkazového bloku (Sp. zn. kontrolního spisu, jehož je příkaz na místě součástí, S-JMK 57151/2019 OSPŽ/OH).

Ad b) Na základě podnětu bylo zahájeno správní řízení, Sp. zn. S-JMK 14405/2014 OSPŽ/LČ, jelikož v požadovaném období jich KŽÚ více neobdržel.

Ad c) KŽÚ nezahájil žádné správní řízení, týkající se skryté reklamy na sociálních sítích. K této odpovědi je třeba doplnit několik skutečností. Neoznačená reklama (myšlena **skrytá reklama**, tedy taková, u níž je obtížné rozlišit, že se jedná o reklamu, zejména proto, že není jako reklama označena) **byla zákonem o regulaci reklamy, konkrétně § 2 odst. 1 písm. d), explicitně zakázána pouze do 16.08.2015** (předmětné ustanovení bylo vypuštěno zákonem č. 202/2015 Sb., kterým se mění zákon 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, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 256/2001 Sb., o pohřebnictví a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, účinným od 17.08.2015). Důvodem byla skutečnost, že do té doby platný zákaz skryté reklamy přesahoval rámec směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Ze stejných důvodů bylo vypuštěno ustanovení, že reklama šířená společně s jiným sdělením musí být zřetelně rozlišitelná a vhodným způsobem oddělena od ostatního sdělení.

Od 17.08.2015 již nemá KŽÚ dle zákona o regulaci reklamy zákonné zmocnění pro dozorování, a tudíž ani pro ukládání sankcí za porušení zákazu týkajícího se skryté reklamy. Jedinou výjimkou, kdy lze hovořit o zákazu skryté reklamy, je případ tzv. „využití redakčního prostoru prodávajícím ve sdělovacích prostředcích k placené propagaci svého výrobku nebo služby, aniž by spotřebitel mohl z obsahu sdělení, z obrázků nebo zvuků jednoznačně rozpoznat, že se jedná o reklamu“ podle Přílohy č. 1 k zákonu č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, která spadá pod reklamu, která je nekalou obchodní praktikou. V tomto případě by se tak muselo standardním způsobem posuzovat, zda došlo k jednání vůči adresátovi, v důsledku kterého spotřebitel učinil nebo mohl učinit rozhodnutí o koupi, které by jinak neučinil.

Z výše uvedeného tak vyplývá, že o skutku spočívajícím v neoznačení reklamy na sociálních sítích vůbec hovořit nelze.

KŽÚ dále považuje za nutné upozornit na to, že je od sociálních sítí třeba odlišit **audiovizuální mediální služby na vyžádání**, mezi které patří např. platformy typu Youtube, Stream, Netflix, apod., u kterých jsou dle § 8 odst. 2 písm. a) zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů zakázána skrytá audiovizuální obchodní sdělení. Dozorovým orgánem nad dodržováním předmětného zákona je však Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

S pozdravem

Mgr. Miroslav Svoboda
vedoucí oddělení Krajský živnostenský úřad