

# KRAJSKÝ ÚŘAD JIHOMORAVSKÉHO KRAJE

Odbor správní a Krajský živnostenský úřad  
Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno

Č. j.: JMK 107161/2018

Sp. zn.: S-JMK 75789/2018 OSPŽ/PR

Brno 24.07.2018

## ROZHODNUTÍ

Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor správní a Krajský živnostenský úřad, příslušný orgán dozoru dle ustanovení § 7 písm. i) 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“)

**rozhodl takto:**

**I.**

Obviněný, podnikatel – právnická osoba [redacted] se sídlem [redacted] IČO [redacted] zastoupený na základě plné moci ze dne 11.06.2018 Mgr. Ing. Janem Vavřinou, advokátem se sídlem Na Poříčí 1046/24, 110 00 Praha 1 (dále též „podnikatel“ nebo „účastník řízení“) se uznává vinným z přestupku dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, kterého se jako zadavatel a zpracovatel dopustil tím, že v rozporu s ust. § 2 odst. 3 tohoto zákona zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy. Konkrétně účastník řízení před 01.08.2017 zpracoval reklamu na vysílání Rádía Jih, jež obsahovala fragment lidského těla, tj. ženské pozadí v plavkách, s doprovodným textem „Nalaď a řiď“. Vyobrazená část lidského těla, resp. ženské pozadí, spolu s uvedeným textem přitom nemá jakoukoli souvislost s propagovanou činností, tedy rozhlasovým vysíláním Rádía Jih, a snižuje lidskou důstojnost. Předmětná reklama byla šířena v období od 01.08.2017 do 28.08.2018 prostřednictvím billboardů umístěných:

**1. V Brně**

- a) na ulici A. Procházky (směr Baueroва, BVV) – identifikační číslo (IČ) 3241263
- b) na ulici Drčkova/Holzova (D1, výjezd směr Olomouc) – IČ 3202914
- c) na ulici Kaštanová (příjezd od letiště, u obchodu MAKRO) – IČ 1412550
- d) na ulici Křížkovského (směr Hlinky, u BVV) – IČ 3204119
- e) na ulici Okružní/Brechtova (směr Dusíkova) – IČ 3241580
- f) na ulici Olomoucká/Černovická (D1, výjezd směr Olomouc) – IČ 3204761

- g) na ulici Rybnická/Kamenice (D1, výjezd směr Praha) – IČ 3252016
  - h) na ulici Sokolnická (příjezd od Hodonína) – IČ 3231265
  - i) na ulici Úzká/Uhelná (u OC VAŇKOVKA a OD TESCO) – IČ 3252200
  - j) na ulici Žarošická/Mikulovská (směr Jedovnická, u obchodu BILLA) – IČ 3252222
  - k) na ulici Kníničská/Jundrovská (směr zoologická zahrada) – IČ 3200441
  - l) na ulici Kníničská/Letenská lávka (směr centrum) – IČ 3202446
  - m) na ulici Vídeňská (u OC FUTURUM) – IČ 3209858
- 2. U silnice I/52, Horní Věstonice (E 461, směr Vídeň) – IČ 3215267
  - 3. V Rajhradě – Stará pošta (výjezd směr Brno) – IČ 3200607
  - 4. Ve Strážnici – Veselská (I/55, směr Uherské Hradiště) – IČ 3240312

Za přestupek se obviněnému podle ustanovení § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy **ukládá správní trest pokuty** ve výši **30.000 Kč** (slovy: třicet tisíc korun českých).

Pokuta je splatná do 30 dnů ode dne nabytí právní moci tohoto rozhodnutí na účet Jihomoravského kraje, č. ú. 27-7188260227/0100, variabilní symbol 1122123058, specifický symbol 27663141, vedený u Komerční banky Brno-město. Pokutu je možné uhradit též v hotovosti nebo platební kartou na pokladně Krajského úřadu Jihomoravského kraje či poštovním poukazem.

## II.

Obviněnému se podle § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále „zákon o odpovědnosti za přestupky“) a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku, které správní orgán hradí jiným osobám, a o výši paušální částky nákladů řízení, ve znění pozdějšího předpisu, **ukládá povinnost nahradit náklady řízení** paušální částkou ve výši **1.000 Kč** (slovy: jeden tisíc korun českých).

Náklady řízení jsou splatné do 30 dnů od nabytí právní moci této výrokové části rozhodnutí na účet Jihomoravského kraje, č. ú. 27-7188260227/0100, variabilní symbol 1123243058, specifický symbol 27663141, vedený u Komerční banky Brno-město. Náklady řízení je možné uhradit též v hotovosti nebo platební kartou na pokladně Krajského úřadu Jihomoravského kraje či poštovním poukazem.

## Odůvodnění:

### I.

Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor správní a Krajský živnostenský úřad (dále jen „Krajský živnostenský úřad“, „KŽÚ“ nebo „správní orgán“), jako orgán příslušný k výkonu dozoru dle § 7 písm. i) zákona o regulaci reklamy, zahájil dne 05.02.2018 kontrolu u provozovatele Rádía Jih, tj. společnosti [REDAKCE], se sídlem na adrese [REDAKCE] IČO [REDAKCE] zaměřenou na dodržování povinností vyplývajících ze zákona o regulaci reklamy. Kontrola byla provedena na základě vlastní činnosti Krajského živnostenského úřadu vyhledávající možná porušení zákona o regulaci reklamy v oblasti jeho působnosti.

V průběhu kontroly bylo zjištěno, že zadavatelem a zpracovatelem předmětné reklamy je společnost [REDAKCE] nikoli kontrolovaná osoba (viz *Úřední záznam z telefonického hovoru* ze dne 05.02.2018, č.j. JMK 32387/2018). Na základě této informace Krajský živnostenský úřad požádal přípisem *Žádost o součinnost* ze dne 16.02.2018, č.j. JMK 27573/2018 pronajímatele billboardů, společnost [REDAKCE], se sídlem [REDAKCE] IČO [REDAKCE], který pronajal reklamní zařízení, na kterém byla umístěna reklama, o níž se vede toto správní řízení, o sdělení, kdo předmětnou reklamu ve prospěch Rádia Jih objednal, kde se tyto billboardy nacházely, jaký byl jejich počet a na jaké období byly pronajaty, popř. o zaslání kopie smlouvy. Společnost [REDAKCE] dne 21.02.2018 správnímu orgánu zaslala kopii smlouvy, ze které vyplynulo, že objednatelem předmětné reklamy je společnost [REDAKCE], se sídlem [REDAKCE] IČO [REDAKCE]. Z tohoto důvodu byla výše uvedená právnická osoba ze strany KŽÚ kontaktována přípisem *Žádost o součinnost* ze dne 26.02.2018, č.j. JMK 32396/2018 a požádána o poskytnutí vyjádření k tomu, že je objednatelem reklamy ve prospěch Rádia Jih, a o zaslání kopie smlouvy, na základě které byla reklamní kampaň pro společnost [REDAKCE] zrealizována. Dne 07.04.2018 KŽÚ obdržel od výše zmíněné společnosti fakturu a seznam billboardů včetně fotodokumentace, na kterých byla reklama, o níž se vede toto správní řízení, umístěna. Kontrolní zjištění pak bylo shrnuto Protokolem č. 3/18, č.j. JMK 56909/2018 ze dne 11.04.2018 (SpZn. S-JMK 16907/2018 OSPŽ/LM), k němuž byl přiložen výše uvedený seznam reklamních zařízení a vyjádření jednatelky společností [REDAKCE] a [REDAKCE] paní [REDAKCE] že zadavatelem a zpracovatelem je společnost [REDAKCE].

Z kontroly tak vyplynulo, že podnikatel porušil zákaz uvedený v § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy a zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy. Účastník řízení před 01.08.2017 zpracoval reklamu na vysílání Rádia Jih, jež obsahovala fragment lidského těla, tj. ženské pozadí v plavkách, s doprovodným textem „Nalad' a řiď“. Vyobrazená část lidského těla, resp. ženské pozadí, spolu s textem přitom nemá jakoukoli souvislost s propagovanou činností, tedy rozhlasovým vysíláním Rádia Jih a snižuje lidskou důstojnost. Předmětná reklama byla šířena v období od 01.08.2017 do 28.08.2018 prostřednictvím billboardů na místech, která jsou blíže specifikována ve výroku I rozhodnutí.

Po provedené kontrole a doručení Protokolu č. 3/18 obdržel dne 07.05.2018 správní orgán *Námítky ke kontrolním zjištěním uvedeným v protokolu č. 3/18 ze dne 11.4.2018*, podané v zákonné 15denní lhůtě a zaevidované pod č.j. JMK 65513/2018. Následně byl podnikateli Krajským úřadem Jihomoravského kraje zaslán přípis *Vyřízení námitek podle ust. § 14 zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád), ve znění pozdějších předpisů* (č.j. JMK 68504/2018 ze dne 16.05.2018), kterým byl účastník řízení informován, že jeho námítky nejsou důvodné, a proto byly dle § 14 odst. 1 zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád), ve znění pozdějších předpisů, zamítnuty.

Z důvodů zjištěných kontrolou zahájil KŽÚ s podnikatelem dne 04.06.2018 správní řízení, a to doručením písemnosti *Oznámení o zahájení správního řízení*, č.j. JMK 75789/2018 ze dne 29.05.2018.

Před vydáním rozhodnutí byl podnikatel přípisem *Vyrozumění účastníka před vydáním rozhodnutí*, č.j. JMK 83918/2018 ze dne 11.06.2018, v souladu s § 36 odst. 3 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“) vyrozuměn o možnosti vyjádřit se k podkladům rozhodnutí, čehož zmocněnec podnikatele využil. Dne 19.06.2018 obdržel správní orgán písemné

*Vyjádření účastníka k Oznámení o zahájení správního řízení č.j. JMK 75789/2018 a k Vyrozumění účastníka řízení před vydáním rozhodnutí č.j. JMK 83918/2018*, ve kterém mj. účastník řízení požádal ve smyslu ust. § 80 odst. 2 zákona o odpovědnosti za přestupky o nařízení ústního jednání. Dále se dne 22.06.2018 na Krajský živnostenský úřad dostavil JUDr. Aleš Hradil, advokát zmocněný na základě substituční plné moci ze dne 19.06.2018, ústně se vyjádřil k podkladům a současně využil práva dle ust. § 38 správního řádu a nahlédl do spisu vedeného v rámci tohoto správního řízení a do spisu vedeného ve věci kontroly (viz *Protokol o ústním vyjádření* ze dne 22.06.2018, č.j. JMK 91868/2018). Po ústním vyjádření zaslal zmocněnec účastníka řízení dne 27.06.2018 Krajskému živnostenskému úřadu přípis *Vyjádření účastníka*, č.j. JMK 94726/2018, které kromě vyjádření k probíhajícímu správnímu řízení obsahovalo i stažení návrhu na nařízení ústního jednání.

V písemném *Vyjádření účastníka k Oznámení o zahájení správního řízení č.j. JMK 75789/2018 a k Vyrozumění účastníka řízení před vydáním rozhodnutí č.j. JMK 83918/2018* podnikatel namítá následující skutečnosti, které KŽÚ bezprostředně vypořádává:

- a) Podnikatel brojí proti vedenému správnímu řízení argumentem, že toto řízení je „*absurdní, když letní reklamní kampaň nebyla v rozporu s dobrými mravy, neobsahovala jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti ani nenapadala náboženské nebo národnostní cítění ani neohrožovala obecně nepřijatelným způsobem mravnost, a neobsahovala ani prvky pornografie, a zejména v žádném případě nesnižovala lidskou důstojnost.*“ Dle jeho názoru je řízení také kontraproduktivní, jelikož při dalším pokračování řízení, popř. řízení před správními soudy, bude reklama médií znovu vyobrazována, avšak už bez kontextu s letním obdobím. Dále je podle účastníka řízení správní řízení v rozporu se zásadou činností správních orgánů dle § 2 odst. 4 správního řádu. V tomto konkrétním případě chybí veřejný zájem na projednání a také samotné zahájení řízení je v nepoměru k obdobným případům, ve kterých správní řízení zahájeno nebylo.

Krajský živnostenský úřad nesouhlasí s podnikatelovým tvrzením, že reklama nebyla v rozporu s dobrými mravy, resp. že nesnižovala lidskou důstojnost. Předmětná reklama obsahuje fotografii části ženského těla, na které je dominantní pozadí v plavkách, na němž je vlevo nakreslen emotikon, doplněnou černým textem *Nalad' a řiďť*, kde písmeno „d“ je oranžově přeškrtnuto a nahrazeno písmenem „ť“ oranžové barvy. Dále reklama obsahuje název „Rádio Jih“, frekvenci, na které je možno toto rádio naladit, a dole menším písmem „Hrajeme o zájezdy, prachy a skvělé ceny“. V pozadí je vyobrazeno moře a nebe. Právě dominantní ženské pozadí, doplněné výše uvedeným textem snižuje lidskou důstojnost, neboť toto vyobrazení ženských hýždí s komentářem „*Nalad' a řiďť*“ slouží k pouhému přitažení pozornosti, zejména osob mužského pohlaví, k takové reklamě a osobnost ženy (jak té konkrétní na fotografii, tak ženy obecně) je degradována na pouhý sexuální objekt. Snížení lidské důstojnosti je ještě posíleno doprovodným komentářem, který vyobrazené ženské pozadí označuje slovem „*řit'*“, tedy pojmem spisovným z oblasti biologie, leč v běžném kontextu užívaným v pejorativním smyslu. KŽÚ má nadále za to, že reklama jako celek s takto vyobrazenou částí lidského, resp. ženského těla, a doprovodným komentářem „*Nalad' a řiďť*“ nemá souvislost s propagovanou činností, tedy ani s vysíláním Rádía Jih, ani s letní hrou o hodnotné ceny pořádanou tímto rádiem, na což se neustále účastník řízení odvolává, a to

především kvůli spojení fotografie části ženského těla, na níž dominuje ženské pozadí v plavkách, a textu, jež obsahuje slovo „řit“, v rádobě vtipné slovní hříčky.

Pojem „dobré mravy“ je neurčitým právním pojmem. Definovat obsah dobrých mravů se po staletí snaží filozofie, přesto ke shodě, co si pod tímto pojmem představit, nedošlo. Obecně lze říci, že dobré mravy jsou výsledkem neformální kontroly společnosti, která se na jejich vytváření a formování podílí a která má zajistit, aby chování jednotlivých členů společnosti bylo v souladu s normami vyžadovanými společností, tedy předvídatelné a konformní. Ačkoli nejsou dobré mravy nikde v zákoně definovány, k objasnění tohoto pojmu z pohledu právního je možné využít výsledky rozhodovací praxe soudů. Dle Ústavního soudu jsou dobré mravy *„souhrnem etických, obecně zachovávaných a uznávaných zásad, jejichž dodržování je mnohdy zajišťováno i právními normami tak, aby každé jednání bylo v souladu s obecnými morálními zásadami demokratické společnosti. Tento obecný horizont, který vývojem společnosti rozvíjí i svůj morální obsah v prostoru a čase, musí být posuzován z hlediska konkrétního případu také v právě daném čase, na daném místě a ve vzájemném jednání účastníků právního vztahu.“* (viz nálezy ÚS II. ÚS 249/97, dostupný na [www.nalus.usoud.cz](http://www.nalus.usoud.cz)) Z výše uvedeného tedy vyplývá, že ačkoli pojem „dobré mravy“ není nikde přesně definován, je možné se při rozhodování opřít o neformální normy vyžadované společností na určitém místě a v určitém čase. I když se na území České republiky v současné době uvolňuje morálka občanů a jejich postoj k tomu, co je ještě společensky přijatelné a co již nikoli, zpracování a následné šíření takovéto reklamy jako celku přesto některé osoby, stejně jako správní orgán, vyhodnotily jako v rozporu s dobrými mravy, což dokazuje skutečnost, že předmětná reklama byla nominována do „soutěže“ Sexistické prasátečko z důvodu použití jazykového sexismu a využití části těl.

Krajský živnostenský úřad dále nesdílí názor účastníka řízení, že vedení řízení je kontraproduktivní, jelikož v průběhu správního řízení, popř. následného soudního řízení budou média tuto reklamu prezentovat bez kontextu letního období. Správní orgán naopak považuje tuto námitku za bezpředmětnou, jelikož jediný, kdo reklamu může medializovat, je ve své podstatě sám podnikatel. KŽÚ nemůže při rozhodování o přestupku brát ohled na to, zda se někdy v budoucnu o reklamu budou zajímat novináři. Přestože prioritou Krajského živnostenského úřadu je, aby reklama v rozporu s dobrými mravy nebyla opětovně šířena, je také nezbytné takové protiprávní jednání sankcionovat. Není tedy možné a ani v souladu se zákonem, aby z obav z možného budoucího uveřejnění dotčené reklamy médii např. zastavil řízení.

Krajský živnostenský úřad nesouhlasí ani s názorem podnikatele, že při zahájení správního řízení a v jeho průběhu nedodržel zásadu dle § 2 odst. 4 správního řádu, tedy že *„správní orgán dbá, aby přijaté řešení bylo v souladu s veřejným zájmem a aby odpovídalo okolnostem případu, jakož i na to, aby při rozhodování skutkově shodných nebo podobných případů nevznikaly důvodné rozdíly.“* Uložení pokuty ve výši, uvedené ve výroku tohoto rozhodnutí, je vhodným řešením. Veřejný zájem na projednání přestupku zpracování reklamy, která je v rozporu s § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, je v tomto případě jasně prokazatelný, jelikož jím je ochrana lidské důstojnosti, jednoho ze základních lidských práv garantovaného Listinou základních práv a svobod. Dle nálezu Ústavního soudu Pl. ÚS 24/2004 (dostupné

z: [www.nalus.cz](http://www.nalus.cz)) by měl být „veřejný zájem v konkrétní věci zjišťován v průběhu správního řízení na základě poměrování nejrůznějších partikulárních zájmů, po zvážení všech rozporů a připomínek,“ což v tomto řízení bylo dodrženo. Zahájení správního řízení zcela odpovídá okolnostem případu, protože jeho předmětem je reklama, která je v rozporu s dobrými mravy (zakázána ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy), což v průběhu správního řízení bylo spolehlivě zjištěno. Nejedná se tak pouze o odlehčenou letní kampaň, jak se snaží účastník řízení předmětnou reklamu vykreslit.

Co se týče tvrzení, že obdobné reklamy nebyly ze strany správního orgánu sankcionovány, a že tedy byl porušen princip legitimního očekávání, jedná se o tvrzení mylné. Komentář ke správnímu řádu (JEMELKA, Luboš. *Správní řád: komentář*. 5. vydání. V Praze: C.H. Beck, 2016. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-80-7400-607-4.) k této zásadě uvádí následující: „Veřejná správa by měla ve svých postupech a rozhodování podržet určitou míru ustálenosti (kontinuity).“ (Skulová, Průcha, Havlan, Kadečka 2005 s. 45) Tento princip představuje tendenci k precedentnímu systému rozhodování a může být důležitým korekčním prvkem zákazu zneužití správního uvážení. Význam zde má skutečnost, že je v tomto ustanovení použito jednotného čísla („správní orgán“ dbá), protože vzhledem k neexistenci sbírky nebo společné evidence rozhodnutí správních orgánů by nebylo možné brát při rozhodování v úvahu veškerou rozhodovací praxi jiných správních orgánů. V rámci jednoho správního orgánu by ovšem nemělo docházet v podobných případech k neodůvodněným rozdílům v aplikaci práva.“ Krajský živnostenský úřad v souladu se zásadou legitimního očekávání o reklamách, jež byly v rozporu s dobrými mravy (dle ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy), o kterých se dozvěděl na základě podnětu nebo z vlastní činnosti, vedl správní řízení, jehož výsledkem bylo uložení pokuty rozhodnutím, popř. v blokovém řízení nebo příkazem.

- b) V dalším bodě účastník řízení brojí proti neurčitosti a nepřezkoumatelnosti *Oznámení o zahájení správního řízení* (č.j. JMK 75789/2018, dále jen „oznámení o zahájení řízení“). Dle jeho názoru je toto oznámení bez odůvodnění, bez dostatečně určitého identifikování předmětu řízení (není zřejmé, jaké jednání bude posuzováno, aby bylo zaručeno jeho právo účinně se v daném řízení hájit). Účastník řízení také namítá, že „chybí řádné odůvodnění a popis jednání, kterým údajně mělo dojít k porušení zákona – není řádně specifikován objekt, objektivní stránka ani subjektivní stránka jednání.“

Dle ust. § 78 odst. 3 zákona o odpovědnosti za přestupky „oznámení o zahájení řízení o přestupku obsahuje popis skutku, o kterém má být v řízení rozhodováno, a jeho předběžnou právní kvalifikaci.“ Podle rozhodnutí Vrchního soudu v Praze (6 A 100/1994) „musí být z oznámení o zahájení správního řízení, v němž má dojít k uložení sankce za správní delikt, zřejmé, který správní orgán je činí, musí obsahovat vylíčení skutku, který je důvodem pro zahájení, a důvod, proč je řízení zahajováno“ (uvedeno ve výše uvedeném komentáři ke správnímu řádu). Teprve ve výrokové části rozhodnutí správní orgán popíše podrobná skutková zjištění, z čehož zcela zřejmě vyplývá, že tento popis v rozhodnutí bude přesnější a úplnější než v oznámení o zahájení řízení. Vztaheno k projednávané věci, správní orgán v oznámení o zahájení správního řízení dostatečně určitě popsal skutek, který se stal (kdo, kdy, co, kde, jakým způsobem, jaký přestupek je v jednání spatřován), tudíž neporušil žádné právo

účastníka řízení. K námitce týkající se nedostatečného odůvodnění předmětného oznámení, pak Krajský živnostenský úřad podotýká, že u oznámení není třeba žádného odůvodnění (odůvodnění je jednou z povinných náležitostí rozhodnutí – viz § 68 správního řádu). Závěr podnikatele o nepřezkoumatelnosti oznámení o zahájení řízení je tak mylný.

- c) Jako další podnikatel namítá, že v oznámení o zahájení správního řízení je pouze uvedeno, že reklama obsahovala fragment lidského těla, tj. ženského pozadí v plavkách, nikoli správnou informaci, že je v reklamě zobrazena část celé postavy, tedy i záda, nohy a ruce. Dále brojí proti tomu, že KŽÚ nevzal v potaz, že se jedná o „*typickou letní plážovou scénérii, ke které logicky patří i turisté v plavkách, nikoliv o ženské pozadí*“, ačkoli sám správní orgán vymezil dobu šíření na období od 01.08. do 28.08.2017. Účastník řízení taktéž upozorňuje, že Krajský živnostenský úřad se v oznámení o zahájení řízení zaměřil pouze na ženské pozadí v plavkách a text „Nalad' a řiďť“, nikoli na celou reklamu, tedy na vyobrazené moře a nebe, informaci o tom, že se hraje o hodnotné ceny a na název Rádio Jih, čímž reklama vyzněla jinak, než byla myšlena. Podnikatel také nesouhlasí s tvrzením správního orgánu, že předmětná reklama nebyla v souvislosti s propagovanou činností (nejen rádiové vysílání, ale i letní hra o ceny) a doplňuje, že by tak dle názoru KŽÚ mohl být pro propagaci rádiového vysílání použit pouze obrázek radiopřijímače.

Krajský živnostenský úřad nepopírá, že se v předmětném oznámení zabývá pouze ženským pozadím v plavkách a doprovodným textem „Nalad' a řiďť“ a to z důvodu, že právě tyto části reklamy jsou na reklamním zařízení dominantní, výrazné a kolemjdoucí nebo kolemjedoucí si jich všimnou jako prvních. Z celé reklamy právě na veřejnost působí pouze ženské pozadí v plavkách a doprovodný text. Tyto části reklamy jsou navíc důvodem, proč ji správní orgán vyhodnotil jako rozpornou s dobrými mravy. Krajský živnostenský úřad souhlasí s účastníkem řízení, že kromě ženských hýždí se na fotografii nachází i část zad, rukou a stehem, ale na první pohled je zřejmé, že dominantní je právě pozadí, což bylo bezpochyby úmyslem zadavatele a zpracovatele reklamy. Celkové vyznění a působení reklamy, jakožto letní scénérie pro nalákání posluchačů ke hře s Rádiem Jih o hodnotné ceny, zcela zaniká. Reklamě dominuje fotografie ženského pozadí v plavkách a text „Nalad' a řiďť“, což podporuje i skutečnost, že reklamní zařízení, na kterých byla v předmětném období reklama umístěna, se nacházela u silnic, kde řidiči projíždějí motorovými vozidly, tudíž její působení je krátkodobé, v řádu sekund, a motivu s vlnami a nebem si mohou těžko všimnout. Je zřejmé, že k létu patří i turisté v plavkách, ale v tomto případě se nejedná o zobrazení celé postavy v plavkách, ale pouze o vyobrazení její části, tj. ženského pozadí v plavkách, což v kontextu s doprovodným textem zcela bezpochyby snižuje lidskou důstojnost, neboť osobnost vyfotografované ženy i žen obecně degraduje na pouhý objekt. Pokud by se na předmětné reklamě nacházeli turisté v plavkách, Krajský živnostenský úřad by byl nucen dospět k závěru, že k porušení zákona o regulaci reklamy nedošlo.

Správní orgán se ohrazuje proti tvrzení podnikatele, že dle jeho názoru je pro reklamu na rozhlasové vysílání přípustné použití pouze obrázku radiopřijímače. KŽÚ však nikdy nic takového netvrdil. K propagaci rádiového vysílání je tak při vytváření reklamy možné využít čehokoli, co není v rozporu se zákonem o regulaci reklamy. Nicméně je nutné si uvědomit, že hranice mezi vtipnou, humornou reklamou s nadsázkou a reklamou v rozporu se zákonem

o regulaci reklamy je tenká. V tomto případě však byla mez mezi reklamou v souladu se zákonem a reklamou protiprávní překročena. Předmětná reklama tak, jak působí jako celek na veřejnost, tedy jako reklama, ve které dominuje ženské pozadí v plavkách a text „Nalaď a řiď“, a která tak snižuje lidskou důstojnost, nemůže být v souvislosti s propagovanou činností, tedy vysíláním Rádía Jih ani letní soutěží o hodnotné ceny. Dá se říci, že v takové podobě, v jaké předmětná reklama je, a jak působí, nelze nalézt jedinou souvislost s jakoukoli činností, kterou by mohla propagovat.

- d) V posledním bodě vyjádření účastník řízení poukazuje na rozhodnutí německého Spolkového ústavního soudu ohledně reklamy společnosti Benetton a upozorňuje, že omezení svobody projevu musí být ospravedlněno dostatečně závažným obecným zájmem nebo chráněnými právy či zájmy třetích osob. Dle názoru účastníka řízení je důležité vnímání adresáta při zohlednění kontextu, který spoluvytváří význam sdělení – letní měsíce, plážová scenérie, letní soutěž, humor, nadsázka. Dále podnikatel podotýká, že předmětná reklama neobsahuje žádné pornografické ani vulgární prvky a že je třeba rozlišovat reklamy v rozporu s § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, které jsou postižitelné podle tohoto zákona, a reklamy proti dobrému vkusu, které jsou takto subjektivně označeny hodnotící osobou a které nelze dle zákona o regulaci reklamy postihnout.

Jak už bylo řečeno výše, chápání pojmu „dobré mravy“ se liší v závislosti na místě a čase. Z tohoto důvodu tak není možné na tento konkrétní případ aplikovat rozhodnutí německého Spolkového ústavního soudu ohledně reklamy společnosti Benetton. Správní orgán, resp. soud při svém rozhodování není vázán rozhodnutími soudů ostatních zemí, pokud se nejedná o rozsudky Soudního dvora Evropské unie. Krajský živnostenský úřad se tak s předmětným rozhodnutím seznámil, nicméně jelikož nyní projednáváný přestupek byl spáchán na území České republiky, přistoupil k němu individuálně a posoudil ho v souladu s místními právními předpisy a rozhodnutími místních soudů. Krajský živnostenský úřad souhlasí s účastníkem řízení, že omezení svobody projevu je možné pouze na základě zákonných důvodů. V předmětném řízení toto ústavně garantované právo nebylo ze strany správního orgánu omezeno bezdůvodně, neboť zpracování reklamy, která je v rozporu s dobrými mravy, je zakázáno dle ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy.

K poznámce účastníka řízení o důležitosti vnímání adresáta při zohlednění kontextu reklamy, správní orgán podotýká, že právě vnímání reklamy třetími osobami bylo v předmětném řízení zohledněno. Vzhledem k tomu, jak je reklama koncipována, tedy že je na ní dominantní ženské pozadí v plavkách a text „Nalaď a řiď“, max. nápis Rádio Jih, a vzhledem k umístění reklamních zařízení, tedy u silnic, jasně vyplývá, že kolemjedoucí či kolemjdoucí neměli možnost zaznamenat, že v pozadí je vyobrazeno moře a nebe a že reklama kromě vysílání Rádía Jih propaguje letní soutěž o ceny. Celkové vyznění reklamy a vůbec její zpracování naplňuje znaky reklamy, která je zakázána v § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, přesněji snižuje lidskou důstojnost, a to tím způsobem, že dominantní fotografie ženského pozadí v plavkách s doprovodným textem degraduje osobnost ženy na pouhý objekt. V tomto případě, zejména s ohledem na slova „Nalaď a řiď“, vztahující se k ženskému pozadí v plavkách s emotikonem, umístěným na levé části hýždí, nelze reklamu hodnotit jako vtípnou nebo humornou, při jejímž zpracování byla použita nadsázka. Správní orgán ani v průběhu

správního řízení, ani předcházející kontroly, netvrdil, že kromě snižování lidské důstojnosti v předmětné reklamě spatřuje prvky vulgárnosti nebo pornografie, což vyplývá i z oznámení o zahájení správního řízení. KŽÚ vnímá rozdíl mezi reklamou tzv. nevkusnou, která však není postižitelná dle zákona o regulaci reklamy, a reklamou v rozporu s dobrými mravy, přesněji reklamou snižující lidskou důstojnost. V tomto případě však v průběhu správního řízení bylo dostatečně prokázáno, že předmětná reklama naplnila znaky reklamy v rozporu s dobrými mravy, zakázané dle ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy.

Z výše uvedeného je zřejmé, že KŽÚ nemůže vyhovět požadavku účastníka řízení, aby dle ust. § 86 odst. 1 písm. a) zákona o odpovědnosti za přestupky usnesením řízení zastavil.

Při ústním vyjádření, které proběhlo dne 22.06.2018, uvedl zástupce účastníka řízení do protokolu, že odkazuje na své písemné vyjádření a zdůraznil, že je třeba odlišovat vkusné, nevkusné a protiprávní reklamy. Dále podotkl, že reklama byla v souvislosti propagovanou činností, jelikož sloužila k propagaci letní soutěže Rádía Jih. Zároveň přinesl fotografie reklam, které byly dle jeho názoru srovnatelné, popř. horší, než je reklama, o níž je vedeno toto správní řízení. Na konec svého vyjádření zástupce podnikatele navrhl, aby bylo řízení zastaveno, jelikož nedošlo ke spáchání žádného přestupku, popř. pokud správní orgán usoudí, že přestupek spáchán byl, aby upustil od potrestání dle § 43 odst. 2 zákona o odpovědnosti za přestupky.

Jak bylo uvedeno výše, KŽÚ rozlišuje reklamy, které jsou nevkusné, a reklamy, které jsou zakázány dle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. V tomto případě však zpracováním předmětné reklamy došlo k porušení zákona o regulaci reklamy, a proto je nezbytné takové jednání sankcionovat, jelikož lidská důstojnost, jakožto jedno ze základních lidských práv, které bylo zpracováním této reklamy ohroženo, je podle zákona o regulaci reklamy hodna ochrany. Správní orgán opět připomíná, že reklama, které dominuje ženské pozadí v plavkách s textem „Nalad' a říďť“, přičemž písmeno „d“ je nahrazeno písmenem „ť“, není v souvislosti s propagovanou činností, tedy vysíláním Rádía Jih, potažmo letní soutěží o hodnotné ceny. KŽÚ má pochybnosti, že takto zpracovaná reklama s ohledem na její celkové vyznění má souvislost vůbec s nějakou propagovanou činností. Krajský živnostenský úřad také založil podnikatelem přinesené fotografie do spisu a při vypracování rozhodnutí je vzal v potaz.

Správní orgán nemůže vyhovět návrhu podnikatele, aby řízení bylo zastaveno z důvodu, že nebyl spáchán žádný přestupek. Jak je uvedeno výše, je zřejmé, že k naplnění skutkové podstaty přestupku zpracování reklamy, která je v rozporu s dobrými mravy, nepochybně došlo. Krajský živnostenský úřad nemá ani důvod k upuštění od potrestání, neboť vzhledem k principu legitimního očekávání účastníka řízení je nucen zohlednit i podobné případy reklam v rozporu s dobrými mravy, které v předešlých letech řešil a které po prokázání viny pachatelů skončily uložením pokuty.

Po ústním vyjádření byl dne 27.06.2018 Krajskému živnostenskému úřadu zaslán přípis *Vyjádření účastníka* (zaevidovaný pod č.j. JMK 94726/2018). V něm zástupce podnikatele podotýká, že při případném rozhodování o potrestání by mělo být přihlédnuto k závažnosti přestupku, okolnostem jeho spáchání a především k osobě pachatele. K osobě pachatele uvedl, že se jedná o společnost, která působí v oblasti marketingu dlouhodobě, nebyla dosud trestána a vždy postupovala v souladu se zákonem o regulaci reklamy a ostatními závaznými předpisy. Dále též připomíná, že se podnikatel

aktivně věnuje dobročinnosti, což právní zástupce účastníka řízení podpořil připojením fotografiemi reklamy na akci „Vánoční strom Rádia Jih“, která proběhla v listopadu a prosinci, tedy ve stejné době, kdy byl Krajským živnostenským úřadem zaznamenán billboard s předmětnou reklamou.

KŽÚ při určení druhu a výměry správního trestu přihlédl ke kritériím uvedeným v § 37 a násl. zákona o odpovědnosti za přestupky. Dle ust. § 37 odst. f) zákona o odpovědnosti za přestupky se osobnost pachatele zohledňuje pouze u fyzické osoby. U právnické osoby nebo podnikající fyzické osoby se při určení druhu správního trestu a jeho výměry přihlédne k povaze její činnosti [viz § 37 odst. g) zákona o odpovědnosti za přestupky], která je v tomto konkrétním případě podnikatelská. Tudíž námitka týkající se osoby podnikatele jako pachatele je zcela bezpředmětná. To, že se účastník řízení dlouhodobě pohybuje v oblasti marketingu, i když dosud nebyl sankcionován za porušení zákona o regulaci reklamy, však považuje správní orgán za spíše přitěžující, neboť právě ze skutečnosti, že se podnikatel zabývá marketingem, by měla vyplývat i dobrá znalost zákona o regulaci reklamy, tudíž by z jeho strany nemělo vůbec ke zpracování reklamy, která je v rozporu s dobrými mravy, dojít. Krajský živnostenský úřad oceňuje, že se účastník řízení věnuje kromě svého podnikání i dobročinným aktivitám, nicméně tato informace se k projednávané věci nevztahuje. Co se týče zaslané fotografie reklamy na akci „Vánoční strom Rádia Jih“, tak ta je taktéž ve vztahu k tomuto správnímu řízení bezpředmětná. To, že reklama byla pracovníky KŽÚ objevena na reklamních zařízeních i po době, na kterou byla reklama objednána, vedlo pouze k zahájení kontroly a následného správního řízení, avšak do vymezení doby spáchání přestupku nebyla tato informace zahrnuta.

Zástupce účastníka řízení dále cituje části Metodické informace Ministerstva průmyslu a obchodu č. 12/2015 k rozeznávání sexismu v reklamě, týkající se skutečnosti, že ne každé zobrazení lidského těla musí nutně vést k objektifikaci těla, při hodnocení protiprávnosti je třeba přihlížet ke kontextu, ve kterém je tělo zobrazováno, a zda je v souvislosti s inzerovaným produktem. Upozorňuje tedy na to, že propagovanou činností byla letní soutěž Rádia Jih, tudíž vyobrazení lidského těla mělo souvislost s propagovanou činností, a že reklama s vodou, oblohou a plavkami byla vedena v letních měsících (i když účastník řízení nemohl ovlivnit, že pronajímatel reklamních zařízení reklamu někde ponechá déle). V souvislosti s výše uvedenou metodikou právní zástupce podnikatele zastává názor, že ne každá reklama se zobrazením těla je sexistická, přesto je však potřeba, aby byla prozkoumána. Zástupce účastníka řízení také uvádí, že zpracování předmětné reklamy bylo funkční a účelné vzhledem k propagaci letní soutěže o ceny a že bez vyobrazení lidského těla v plavkách (nesnižujícího lidskou důstojnost, bez vyobrazení jako objektu touhy a bez pornografického zobrazení) by situace nepůsobila adekvátně. Zástupce se také zmiňuje, že při ústním vyjádření bylo naznačeno, že problematické slovo je „říť“ (dle účastníka řízení se jedná o nadsázku), byť se jedná o spisovné slovo, které nelze považovat ani za jazykový sexismus, kterým se navíc ani metodika Ministerstva průmyslu a obchodu nezabývá.

Jak už bylo několikrát zmíněno, správní orgán při svém rozhodování postupoval v souladu se zákonem o regulaci reklamy a k posouzení, zda došlo k porušení tohoto zákona použil i výše uvedenou metodickou informaci svého nadřízeného orgánu. V souladu s touto metodikou pak došel k závěru, že předmětná reklama, na které je dominantní ženské pozadí v plavkách a doprovodný text „Nalaď a říeť“, propagující vysílání Rádia Jih, potažmo letní soutěž o ceny, snižuje lidskou důstojnost nejen vyfotografované ženy, ale i osob ženského pohlaví obecně tím, že jejich osobnost degraduje na pouhý objekt, umocněný použitím slova „říť“, které je sice spisovné, leč pokud je takto označeno lidské

pozadí, je to chápáno v pejorativním slova smyslu. Vzhledem k tomu, jak reklama působí (dominuje na ní ženské pozadí v plavkách a doprovodný text) a kde byla umístěna (tj. u silnic) lze předpokládat, že si kolemjedoucí neměl možnost letní scénérii, moře a nebe v pozadí zaznamenat, i když reklamní kampaň byla vedena v měsíci srpnu. Jak bylo již řečeno výše, KŽÚ do doby spáchání nezahrnul dobu, ve které reklamu objevil. Správní orgán souhlasí s tvrzením zástupce účastníka řízení, že pro reklamu na letní soutěž lze použít fotografie postavy v plavkách, nicméně v tomto případě byl použit pouze výřez části postavy se zaměřením na pozadí v plavkách, doplněný textem „Nalaď a řiď“, což jak už bylo několikrát uvedeno, je v rozporu s dobrými mravy, přesněji snižující lidskou důstojnost. Krajský živnostenský úřad souhlasí s podnikatelem, že slovo „řít“ je slovo spisovné, přestože je nutno doplnit, že se jedná zejména o termín z oblasti biologie, leč ve vztahu k lidskému „pozadí“ je chápáno spíše pejorativně. Spojení tohoto slova a použité fotografie ženského pozadí v plavkách pak působí hanlivě k osobnosti ženy, nikoli humorně, jak se domnívá účastník řízení, tudíž ho lze považovat za jazykový sexismus v kombinaci se zobrazením části těl, i když tato kategorie není v metodice Ministerstva průmyslu a obchodu výslovně uvedena.

V průběhu správního řízení Krajský živnostenský úřad shromáždil dostatečné informace a podklady, aby dospěl k závěru, že podnikatel porušil zákaz uvedený v § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy a zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy, konkrétně snižuje lidskou důstojnost, a to způsobem blíže popsáním ve výroku I tohoto rozhodnutí.

Správní orgán opírá své rozhodnutí o následující citovaná ustanovení právních předpisů:

Dle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy se **reklamou** rozumí *„oznámení, předvedení či jiná prezentace 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.“*

Dle § 1 odst. 3 zákona o regulaci reklamy se **komunikačními médii**, kterými je reklama šířena, rozumí *„prostředky umožňující přenášení reklamy, zejména periodický tisk a neperiodické publikace, rozhlasové a televizní vysílání, audiovizuální mediální služby na vyžádání, audiovizuální produkce, počítačové sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a letáky.“*

Dle § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy se za **zpracovatele** považuje *„právnícká nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu. Pokud zpracovatel zpracuje reklamu pro sebe, je pro účely tohoto zákona zároveň v postavení zadavatele.“*

Dle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy *„nesmí být reklama v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.“*

Dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy se *„právnícká nebo podnikající fyzická osoba dopustí přestupku tím, že poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3 nebo 4,*

§ 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5c odst. 1 nebo 2, § 5d odst. 3 nebo 4, § 5e odst. 1, § 5f, 5h nebo 5i.“

Dle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy „***lze za přeštupek podle odstavce 3 uložit pokutu do 2 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 3 písm. a), c), d), e), g), h) nebo i).***“

Vztaženo k projednávané věci, podnikatel zpracoval před 01.08.2017 reklamu propagující vysílání Rádía Jih, resp. letní soutěž o ceny, která obsahovala výřez ženského těla s dominantními hýžděmi v plavkách a textem „Nalad' a řiďť“, umístěný na pozadí nebe a moře, a která byla šířena v období od 01.08.do 28.08.2017 na reklamních zařízeních na místech, uvedených ve výroku I tohoto rozhodnutí. Z výše uvedeného je zřejmé, že reklamní sdělení na vyjmenovaných billboardech naplňuje obecné znaky reklamy a jejím účelem je nalákat zákazníky, především mužského pohlaví, k naladění Rádía Jih, příp. k zúčastnění se letní soutěže. Cílem reklamy tedy byla podpora podnikatelské činnosti Rádía Jih.

Předmětná reklama obsahuje vlevo fotografii části ženského těla (část zad, rukou, pozadí a stehna), na které je dominantní pozadí v tmavě modrých plavkách, na němž je vlevo umístěn emotikon. Vpravo vedle těla je výraznými tučnými černými písmeny napsáno „Nalad' a řid“, přičemž písmeno „d“ je oranžově škrtnuto a nahrazeno písmenem oranžové barvy „ť“, což původní text mění na „Nalad' a řit“. Vedle tohoto nápisu je velkými tučnými písmeny bílé a oranžové barvy umístěno logo Rádía Jih a frekvence, kde je možné ho naladit (vyvedeno černými písmeny). Dole v oranžovém vodorovném pruhu je méně výraznými bílými písmeny napsán text „Hrajeme o zájezdy, prachy a skvělé ceny“. Reklama byla šířena v období od 01.08. do 28.08.2017, přičemž o její existenci se dozvěděl správní orgán až v listopadu roku 2017, jelikož bez ohledu na ujednání smlouvy ji pronajímatel na některých reklamních zařízeních ponechal.

Jak vyplývá z výše uvedeného, nelze konstatovat, že předmětná reklama je pouze nevkusná. Z průběhu správního řízení jasně vyplynulo, že reklama ve svém celku, tak jak působí na kolemjedoucí či kolemjdoucí osoby, i na základě faktu, že byla nominována do „soutěže“ Sexistické prasátečko 2017, naplňuje znaky zakázané reklamy dle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Použití fotografie ženského pozadí v plavkách s komentářem „Nalad' a řiďť“, kdy přeškrtnutím písmena „d“ a jeho nahrazením písmenem „ť“ vznikne slovo „řit“, které, ač se jedná o slovo spisovné, je v souvislosti s lidským pozadím chápáno hanlivě, není v žádném kontextu s vysíláním rádia, popř. letní soutěží o ceny, i když je součástí reklamy i vyobrazení moře a nebe. Z pohledu KŽÚ je zřejmé, že vyobrazení části ženského těla doplněného o text „Nalad' a řiďť“ slouží pouze k upoutání pozornosti. Vzhledem k umístění reklamních zařízení u silnic je působení reklamy na veřejnost v řádu sekund, nicméně se s ní může dostat do styku široké spektrum osob různého věku, národnosti, kultury nebo náboženství, a může u nich dojít k pohoršení.

Reklama, která je předmětem tohoto správního řízení, je v rozporu s dobrými mravy, jelikož v ní byla použita fotografie pouze části ženského těla v plavkách, přesněji pozadí, doplněná nápisem „Nalad' a řiďť“, která celkově především s ohledem na výše uvedený text nemá souvislost s činností, která je propagována, tedy rádiovým vysíláním, resp. letní soutěží o ceny (což je dle účastníka řízení propagovaná činnost). Žena je tak degradována pouze na vyobrazenou, polonahou část svého těla (na pouhý objekt bez osobnosti), doplněnou pejorativním textem. Tento přístup ohrožuje lidskou

důstojnost nejen vyobrazené dívky, ale všech osob ženského pohlaví, a staví ženy do degradujícího a dehonestujícího společenského postavení.

Správní orgán reflektuje, že cílem reklamy je zaujmout, oslovit potencionální posluchače a účastníky soutěže, dostat se do povědomí široké veřejnosti a vyvolat zájem. Přesto se však všechny, i originální a kreativní nápady na zpracování reklamy musí držet díkce zákona a nepřekračovat jeho meze. V tomto případě se snaha o novátorskou propagaci vysílání rádia, resp. letní soutěže o ceny minula účinkem a došlo k vytvoření reklamy, která je v rozporu s ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Vyobrazení pouze části ženského těla, konkrétně pozadí v plavkách, doplněného o text „Nalad' a řiď“ snižuje lidskou důstojnost a staví ženu do pozice pouhého objektu, nikoli do pozice lidské bytosti, která má vlastní osobnost. Je očividné, že předmětná reklama je v rozporu s dobrými mravy, a je tedy možné ji klasifikovat jako nedovolenou a postihovat ji.

K výše uvedenému správní orgán uvádí, že důkladně posoudil všechny související skutečnosti a rozhodl tak, jak je uvedeno ve výroku I tohoto rozhodnutí.

S odkazem na výše uvedené je zřejmé, že účastník řízení naplnil skutkovou podstatu přestupku podle ust. § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, neboť porušil zákaz uvedený v § 2 odst. 3 tohoto zákona tím, že zpracoval reklamu v rozporu s dobrými mravy, která snižuje lidskou důstojnost, a šířil ji v období od 01.08. do 28.08.2017 na 16 reklamních zařízeních blíže specifikovaných ve výroku I tohoto rozhodnutí.

Jak je shora uvedeno, taková reklama je zakázána v ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy a jejím zpracováním podnikatel naplnil skutkovou podstatu přestupku dle § 8a odst. 3 písm. d) tohoto zákona, za nějž se dle § 8a odst. 7 písm. b) citovaného zákona obligatorně uloží pokuta až do výše 2.000.000 Kč.

Podklady pro rozhodnutí tvoří:

- Výpis z obchodního rejstříku, vedeného Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 49960, pořízený dne 07.02.2018;
- Úřední záznam z telefonického hovoru ze dne 05.02.2018, vedený pod č.j. JMK 32387/2018;
- Vyjádření (e-mail ze dne 12.02.2018) paní [REDAKCE] objasňující situaci ohledně billboardu Rádia Jih;
- Fotodokumentace reklamního billboardu ze dne 23.11.2017, umístěného v Brně, na ulici Vídeňská (prostor pod obchodním centrem Futurum);
- Dílčí objednávka (objednatel: [REDAKCE], zhotovitel: [REDAKCE]) k rámcové smlouvě ze dne 28.07.2017 včetně seznamu a fotodokumentace jednotlivých reklamních ploch, týkající se reklamní kampaně Rádia Jih;
- Faktura (včetně dokumentace billboardů) za realizaci billboardové kampaně „Léto 2017“;
- Protokol č. 3/18 o kontrole, č.j. JMK 56909/2018, ze dne 11.04.2018.
- Oznámení o zahájení správního řízení ze dne 29.05.2018, č.j. JMK 75789/2018;
- Vyrozumění účastníka řízení před vydáním rozhodnutí ze dne 11.06.2018, č.j. JMK 83918/2018;
- Úřední záznam z telefonického hovoru ze dne 15.06.2018, č.j. JMK 87549/2018;
- Vyjádření účastníka k Oznámení o zahájení správního řízení č.j. JMK 75789/2018

a k Vyrozměnění účastníka řízení před vydáním rozhodnutí č.j. JMK 83918/2018 ze dne 19.06.2018, č.j. JMK 89168/2018

- Protokol o ústním vyjádření ze dne 22.06.2018, č.j. JMK 91868/2018 (včetně příloh fotografií reklam donesených zástupcem účastníka řízení)
- Vyjádření účastníka ze dne 27.06.2018, č.j. 94726/2018.

Pro určení výměry pokuty vycházel Krajský živnostenský úřad z výše uvedených podkladů pro rozhodnutí a přihlédl k povaze a závažnosti přestupku, kterou obecně spatřuje v dopadu zpracování zakázané reklamy na lidskou důstojnost, která tento statek snižuje, a také v dopadu na morální citění občanů, jež se mohou cítit takto zpracovanou reklamou pohoršeni.

Jak vyplývá z výše uvedeného, cílem zákazu reklamy, která je v rozporu s dobrými mravy, je ochrana lidské důstojnosti nejen konkrétní ženy, jejíž vyfotografované pozadí v plavkách bylo spolu s doprovodným komentářem „Nalad' a řiďť“ použito k propagaci rádiového vysílání, resp. letní soutěže o ceny, bez souvislosti s touto činností, ale i všech osob ženského pohlaví. Žena nesmí být vnímána jako pouhý objekt, fragment jejího těla, doplněný slovem pejorativního významu, ale jako lidská bytost, která požívá určité vážnosti a důstojnosti. Význam napadeného chráněného zájmu tak není zanedbatelný, jelikož se dotýká základních lidských práv a svobod.

Co se týče významu a rozsahu následku přestupku, kontrola podnikatele, která předcházela samotnému správnímu řízení, byla zahájena z moci úřední Krajským živnostenským úřadem, jehož úkolem je vyhledávat protiprávní jednání v oblastech spadajících do jeho působnosti. Krajský živnostenský úřad spatřuje následek projednávaného přestupku nejen ve snižování lidské důstojnosti a pohoršení morálně citlivějších jedinců, ale i v zisku určité konkurenční výhody v oblasti rádiového vysílání na úkor ostatních podnikatelských subjektů, kteří reklamu v rozporu s dobrými mravy při propagaci nepoužili. Lze se domnívat, že reklama, kde dominuje ženským pozadím s textem „Nalad' a řiďť“, cílená zejména na osoby mužského pohlaví, tuto skupinu zaujme a jedinec, který by za normálních okolností Rádio Jih nenaladil, po zhlédnutí takto zpracované reklamy může své rozhodnutí změnit a ze zvědavosti si toto rádio naladit, resp. se zúčastní soutěže o ceny.

Dále správní orgán přihlédl ke způsobu spáchání přestupku. Účastník řízení v období před 01.08.2018 2017 zpracoval reklamu na vysílání Rádía Jih, resp. letní soutěž o ceny, na které je vyobrazena kromě letní scenérie a informace o konání soutěže část ženského těla, přesněji pozadí v plavkách, s textem „Nalad' a řiďť“. Předmětná reklama byla šířena v období od 01.08. do 28.08.2018 na 16 reklamních zařízeních, umístěných u silnic (blíže specifikováno ve výroku I tohoto rozhodnutí). I když se jedná o 16 billboardů, nacházejí se u silnic, tudíž osoby, které se mohou s reklamou seznámit, se zužují na řidiče a spolujezdce ostatních vozidel (max. nahodilé kolemjdoucí), kteří jsou při projíždění dovolenou rychlostí vystaveni jejímu působení v řádu sekund. Šíření reklamy bylo navíc objednáno na období pouhého měsíce srpna, i když někde se nacházela i po skončení této doby. Umístění reklam a délka jejího šíření tak snižuje intenzitu jejího působení, resp. dopad na veřejnost.

Správní orgán rovněž přihlédl k okolnostem spáchání přestupku. Jako přitěžující okolnost KŽÚ zohledňuje to, že účastník řízení působí dlouhodobě v oblasti marketingu, tudíž by měl disponovat nadprůměrnou znalostí zákona o regulaci reklamy a dalších předpisů z této oblasti.

Za polehčující okolnost správní orgán považuje skutečnost, že podnikatel dosud za své marketingové aktivity nebyl ze strany Krajského živnostenského úřadu sankcionován. Jedná se tedy o jeho první porušení zákona o regulaci reklamy.

Jako další polehčující okolnost zohledňuje KŽÚ fakt, že reklama podle uzavřené smlouvy byla objednána na období od 01.08. do 28.08.2017, tudíž reklama byla šířena po dobu jednoho měsíce. I když předmětná reklama byla pracovníky Krajského živnostenského úřadu na jednom místě nalezena v listopadu, doba spáchání přestupku byla vymezena pouze na měsíc srpen, tak jak vyplývalo ze znění smlouvy.

Správní orgán taktéž za polehčující okolnost považuje, že billboardy (v počtu 16 kusů), na kterých byla předmětná reklama umístěna, se nacházely u silnic, kde se jejich působení na kolemjedoucí, příp. kolemjdoucí počítá v řádu vteřin. Reklamní zařízení se také nacházela pouze na území Jihomoravského kraje, tudíž šíření předmětné reklamy probíhalo pouze na části území a do styku s ní přišel jen omezený okruh osob.

KŽÚ závěrem konstatuje, že podnikateli byl přestupek podle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy spolehlivě prokázán, neboť bezpochyby před 01.08.2017 zpracoval a v období od 01.08. do 28.08.2017 šířil zakázanou reklamu podle § 2 odst. 3 téhož zákona na 16 reklamních zařízeních na území Jihomoravského kraje (bližší specifikace billboardu ve výroku I tohoto rozhodnutí). Popsaným jednáním účastníka řízení tak došlo ke spáchání přestupku, nikoli však takovou měrou, aby se správní orgán musel při stanovení výše pokuty příliž vzdálit od spodní hranice zákonné výše sankce. Krajský živnostenský úřad tak uložil pokutu ve výši uvedené ve výroku tohoto rozhodnutí po důkladném posouzení všech rozhodných okolností věci.

Uložená pokuta nemá působit pouze represivně, tedy jen jako trest za spáchání přestupku, ale její dopad by měl být i preventivní, ve smyslu důrazného upozornění podnikatele, že zpracování reklamy, která je v rozporu s dobrými mravy, resp. snižuje lidskou důstojnost, je zákonem o regulaci reklamy všeobecně zakázáno, a proto by se do budoucna měl takového jednání zdržet, jinak bude opět za takové porušení zákona sankcionován.

Správní orgán postupoval ve správním řízení v souladu s platným právem a základními zásadami činnosti správních orgánů, z nichž je možné výslovně uvést zásadu zákonnosti, zásadu materiální pravdy a zásadu proporcionality, resp. přiměřenosti. Vycházel tedy ze spolehlivě zjištěného stavu věci, o němž nejsou důvodné pochybnosti, a rozhodl tak, jak je uvedeno ve výroku I tohoto rozhodnutí.

## II.

Paušální částka nákladů řízení byla stanovena dle ustanovení § 95 odst. 1 zákona o odpovědnosti za přestupky a § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb. tak, jak je uvedeno ve výroku II tohoto rozhodnutí, neboť podnikatel byl uznán vinným ze spáchání přestupku dle ust. § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy.

### **Poučení:**

Proti tomuto rozhodnutí lze podat odvolání, a to do 15 dnů po jeho oznámení, k Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky, které o odvolání rozhodne, a to cestou Krajského úřadu Jihomoravského kraje, odboru správního a Krajského živnostenského úřadu, u něhož se odvolání podává. Lhůta pro podání odvolání se počítá ode dne následujícího po doručení písemného vyhotovení rozhodnutí, nejpozději však po uplynutí desátého dne, kdy bylo nedoručené a uložené rozhodnutí připraveno k vyzvednutí.

JUDr. Lenka Cundová  
vedoucí odboru

Počet listů rozhodnutí: 8  
Počet příloh/listů příloh: 0/0

#### **Rozdělovník:**

- [REDACTED], zastoupená Mgr. Ing. Janem Vavřinou, Na Poříčí 1046/24, 110 00 Praha 1 (DS)
- vlastní spis

Vyřizuje: Mgr. Petra Růžičková, oprávněná úřední osoba



**Nalad' a říct**  
**Ujín**  
**RADIO**  
**105.1 FM**  
**BRNO**

Hrajeme o zájezdy, prachy a skvělé ceny