

JEDN. IDENT.: RRTV-4732558
VÁŠ DOPIS ZN.:
NAŠE Č. J.: RRTV/3886/2015-BUR
SP. ZN.:
ZASEDÁNÍ RADY:
VYŘIZUJE: Analytický odbor
DATUM, MÍSTO: 27.10.2015, Praha

Šinágl Jan
Nejedlých 335
26753 Žebrák
Česká republika

Vážený pane Šinágle,

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) obdržela Váš dopis, jímž poukazujete na reklamu společnosti BILLA, spol. s r.o., v níž dítě rozbije nádobí, a rodiče z toho mají legraci. Mohu Vás informovat, že Rada se věcí již zabývala, a to na svém 18. zasedání 2015.

Popis reklamy:

Reklama začíná záběrem mladé rodiny u jídelního stolu. Batole hodí na zem keramickou misku. Rodiče se tváří ve stylu „proč ne“, načež otec dítěti přisune hrnek, který batole ihned se smíchem hodí na zem. Následují záběry, kterak muž vyhazuje talíře ze dveří, žena s radostí sleduje, jak pes shodí ocasem misku ze stolu a při svatební hostině se rozbíjí celý štos talířů. Komentář vizuální složku doplňuje: „Česko mění staré nádobí za nové. Je totiž nejlepší čas pořídit si v Bille nové designové nádobí Alessi. Za nákupy v Bille ho můžete získat i Vy“.

Ve své stížnosti poukazujete na fakt, že reklamní akce je porušením dobrých mravů a platných předpisů, nařízení a zákonů.

Reklama byla podrobena právnímu rozboru z hlediska zákonů, na jejichž dodržování je Rada kompetentní dohlížet. Tedy z hlediska zákona o regulaci reklamy a zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Rada neshledala důvody k zahájení správního řízení pro možné podezření na porušení některé z těchto dvou právních norem.

Rada nedisponuje jiným legitimním nástrojem, který by jí umožnil ovlivnit vysílání reklamy, než je uložení sankce v případě, kdy správní řízení prokáže spáchání správního deliktu. Rada nemůže provozovateli doporučit či přikázat stažení reklamy z důvodu její nemorálnosti či nevkusnosti.

V tomto kontextu si dovoluujeme odkázat na poměrně bohatou judikaturu, která se vztahuje k problematice reklamního přehánění a zejména pak k legitimnímu užití nadsázky. Užívání reklamní nadsázky i v případech, kdy takové užití lze považovat za minimálně nevhodné a nežádoucí, je bohužel do značné míry posvěceno rozhodnutími soudů.

Nelze nicméně vyloučit, že samoregulační orgán (v daném případě Rada pro reklamu), shledá reklamu v rozporu se svým Kodexem. Máte-li i nadále k předmětné reklamě výhrady, doporučujeme Vám se na tuto instituci obrátit.

Děkuji Vám za Váš dopis, vážíme si Vašeho zájmu o problematiku televizního vysílání. Mohu Vás ujistit, že Rada průběžně monitoruje vysílání všech provozovatelů a vyhodnocuje, zda jsou v souladu se zněním zákona č. 231/2001 Sb., a pokud dojde k závěru, že došlo k porušení

zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, uplatní vůči provozovateli příslušné postupy v souladu se svými pravomocemi.

S pozdravem

Ivan Krejčí
předseda Rady
pro rozhlasové a televizní vysílání