

Krajský úřad Olomouckého kraje
Odbor majetkový, právní a správních činností

Jeremenkova 40a, 779 00 Olomouc

KÚOK/120711/2022/OMPSC-KŽÚ/7313

V Olomouci dne 14. 12. 2022

KUOK 130438/2022

Počty listů/stran/příloh:4/7/0

Datová schránka: qiabfmf

e-mail:posta@olkraj.cz

PŘÍKAZ

Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor majetkový, právní a správních činností jako věcně a místně příslušný správní orgán dle § 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, vydává podle § 90 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, ve znění pozdějších předpisů a podle § 150 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, jakožto první úkon v řízení

tento příkaz:

- I. Obviněná podnikající fyzická osoba [redacted]
sídlem [redacted] se

uznává vinným

z přestupku podle § 8a odst. 3 písm. d) 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, kterého se dopustil tím, že v postavení zpracovatele reklamy porušil podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 2 odst. 3) téhož zákona, když v přesně neurčeném termínu zpracoval pro zadavatele reklamy [redacted]
[redacted] reklamu, která byla od 10. 11. 2022 do 29. 11. 2022 šířena v tramvajových

vozech městské hromadné dopravy města Olomouce. Jejím obsahem je *logo truhlářství [REDAKCE] a obrazový vizuál části ženského těla bez hlavy s vyobrazením detailu ženského pozadí ve spodním prádle, tělo ženy je dále oděno v kratším svetříku odhalujícím nahá záda a v částečně svlečených kalhotách. Obraz je doplněn textem: „s námi si třísku NEZADŘETE! Plánujete nábytek? Neplánujte, navštivte nás! +420 [REDAKCE]*. Reklama s využitím polonahého ženského pozadí bez souvislosti s nabízeným produktem, kterým je truhlářství, je v rozporu s dobrými mravy, diskriminuje ženy na základě pohlaví a snižuje jejich lidskou důstojnost.

- II. Za spáchání přestupku uvedeného ve výroku I. tohoto příkazu se obviněnému podle § 8a odst. 7 písm. b) 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,

ukládá správní trest pokuty ve výši 1500 Kč,
(slovy: jeden tisíc pětsetkorun českých).

Pokuta je splatná na účet Olomouckého kraje, Jeremenkova 40a, číslo účtu 27-4228320287/0100, variabilní symbol 1522130438, konstantní symbol 558 vedený u Komerční banky, a.s., Olomouc do 30 dnů ode dne nabytí právní moci tohoto příkazu.

O d ů v o d n ě n í

Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor majetkový, právní a správních činností, oddělení Krajský živnostenský úřad jako orgán dozoru (dále také „orgán dozoru“ nebo „správní orgán“) v oblasti regulace reklamy zjistil na základě podnětu dle § 42 správního řádu a dalšího vlastního šetření, že podnikatel [REDAKCE], se sídlem [REDAKCE] zpracoval pro zadavatele [REDAKCE] [REDAKCE] se sídlem [REDAKCE] reklamu propagující jeho truhlářství, která obsahovala logo truhlářství [REDAKCE] a obrazový vizuál části ženského těla bez hlavy s detailním vyobrazením ženského pozadí ve spodním prádle, tělo ženy je dále oděno v kratším svetříku odhalujícím nahá záda a v částečně svlečených kalhotách. Obraz je doplněn textem: „s námi si třísku NEZADŘETE! Plánujete nábytek? Neplánujte, navštivte nás! +420 [REDAKCE] www.[REDAKCE].cz“. Reklama v barevném provedení o velikosti 58 cm x 60 cm (dále také „předmětná reklama“) byla šířena od 10. 11. 2022 do 29. 11. 2022 ve 27 tramvajových vozech městské hromadné dopravy města Olomouce, přičemž byla

umístěna na dveřích kabiny řidiče nad informacemi dopravního podniku o výši jízdného.

Pro posouzení předmětné reklamy vycházel orgán dozoru z následujícího.

Dle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy se reklamou se 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 § 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 § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy je zpracovatelem reklamy právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.

Podle § 6b odst. 1 zákona o regulaci reklamy odpovídá zpracovatel za obsah reklamy v plném rozsahu, byla-li zpracována pro jeho vlastní potřebu. Pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby, odpovídají za její soulad se zákonem zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně, není-li dále stanoveno jinak.

Podle § 22 odst. 1 zákona o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich je podnikající fyzická osoba pachatelem, jestliže k naplnění znaků přestupku došlo při jejím podnikání nebo v přímé souvislosti s ním a podnikající fyzická osoba svým jednáním porušila právní povinnost, která je uložena podnikající fyzické osobě nebo fyzické osobě.

Orgán dozoru zhodnotil předmětnou reklamu jako reklamu ve smyslu zákona o regulaci reklamy. Předmětná reklama na truhlářství [REDAKCE] byla šířena prostřednictvím šířitele Dopravního podniku města Olomouce a.s. od 10. 11. 2022 do 29. 11. 2022 ve 27 tramvajových vozech, tedy po dobu 19 dnů, poté byla stažena a vyměněna za reklamu s jiným vizuálem.

Orgán dozoru vyzval šířitele reklamy k identifikaci zadavatele předmětné reklamy a sdělení dalších údajů o době šíření předmětné reklamy. Poté byl vyzván zadavatel reklamy o sdělení informací o osobě zpracovatele reklamy, případně o sdělení, že

zadavatel je také zpracovatelem předmětné reklamy. Uvedené subjekty požadované informace orgánu dozoru sdělily bez zbytečného odkladu. Z těchto písemností vyplývá, že zadavatelem je [REDAKCE]
[REDAKCE] (dále jen „zadavatel“) a zpracovatelem je [REDAKCE]
sídlem [REDAKCE] (dále také „zpracovatel“ nebo „podnikatel“).

Správní orgán na základě zjištěných skutečností došel k závěru, že zpracovatel zpracoval pro zadavatele reklamu, jejímž obsahem porušil podmínky stanovené v § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Konkrétně zpracoval reklamu propagující truhlářství zadavatele ve formě barevného plakátu o velikosti 58 cm x 60 cm, který byl šířen ve 27 tramvajových vozech městské hromadné dopravy v Olomouci, přičemž tato reklama obsahovala část ženského polo svlečeného těla s detailem pozadí ve spodním prádle nemající žádnou souvislost s propagovanou činností. Využití detailu polo svlečeného ženského těla jako objektu pro upoutání pozornosti na nesouvisející produkt je diskriminační vůči ženám na základě pohlaví, snižuje jejich lidskou důstojnost a je v rozporu s dobrými mravy.

Protiprávní stav spatřuje orgán dozoru v tom, že předmětná reklama využívá polonahou část ženského těla při svlékání, tak aby vyniklo pozadí ve vykrojených kalhotkách, k upoutání pozornosti na propagaci služby, která s ženským tělem nijak nesouvisí. Orgán dozoru je dále toho názoru, že reklama obecně má vliv na její konzumenty, a kromě funkce zvýšení prodeje zboží sebou nese i jakousi kulturní informaci, která ovlivňuje pohled adresátů reklamy na svět, vztahy mezi lidmi či postavení ženy a muže ve společnosti. Polonahá část ženského těla využitá k upoutání pozornosti redukuje vnímání ženy pouze na sexuální objekt, což dle názoru orgánu dozoru snižuje její lidskou důstojnost a ženu diskriminuje. Ani skutečnost, že je vizuál doplněn „vtipnou“ glosou nebo to, že modelka souhlasila se vznikem fotografie, neospravedlňuje její protiprávnost.

Za zvláště nevhodné považuje orgán dozoru umístění reklamy do vozů městské hromadné dopravy, kde jsou spolu ženy i muži často v nevyžádaném úzkém osobním a tělesném kontaktu, což může přispívat k posilování role muže jako dominujícího samce a ženy jako pouhého sexuálního objektu. Nelze proto vyloučit ani negativní vliv reklamy na chování některých jednotlivců a nepřímou podporu sexuálního obtěžování, ke kterému v městské hromadné dopravě podle relevantních výzkumů dochází nejčastěji. To potvrzuje i sociologický průzkum z července 2021 o výskytu sexuálního obtěžování ve veřejné dopravě zadaný Úřadem vlády, kde je tato problematika velmi podrobně zpracována. Mezi sexuální obtěžování patří například nevhodné a obtěžující narážky, návrhy, exhibicionismus, sexuálně podbarvené pohyby nebo gesta, bezdůvodné vstupování do intimní zóny, nevhodné či zesměšňující popisování těla či vzhledu.

Orgán dozoru shledává předmětnou reklamu v rozporu s dobrými mravy nejen jejím vizuálem, ale zejména v celém jejím kontextu, tedy i jejím šířením prostřednictvím

městské hromadné dopravě, kde byla přístupná široké veřejnosti a všem věkovým kategoriím, mladým ženám, mužům a dětem. Nejedná se tedy o reklamu umístěnou např. v nočním klubu, ale ve veřejném prostoru, kde se s ní setká, tzv. nedobrovolné publikum, například mladá dívka ve večerních hodinách cestující sama ve společnosti cizích mužů, přičemž tramvaj je veřejným, přesto uzavřeným prostorem, ve kterém je adresát reklamy s jejím obsahem nedobrovolně po určitou dobu konfrontován. Účelem reklamy je upoutat pozornost a zvýšit prodej nabízeného produktu, což k tržnímu hospodářství nepochybně právem patří. Je však nutné, aby vždy byla dodržena míra, která neporušuje dobré mravy a nedehonestuje jedno z pohlaví na pouhý objekt. V posuzovaném případě byla dle názoru orgánu dozoru využitím detailu části ženského pozadí na podporu nesouvisejícího produktu spolu s jejím šířením v městské hromadné dopravě tato míra překročena, čímž došlo k diskriminaci žen na základě pohlaví, snížení jejich lidské důstojnosti, což je v rozporu s dobrými mravy.

Obdobnou reklamou se zabýval také Nejvyšší správní soud, který v rozhodnutí č. j. 8 As 202/2019 - 43 ze dne 31. března 2021, uvádí, že: *„Reklama rozšiřovaná široké veřejnosti, která využívá fotografie téměř nahé ženy pouze k upoutání pozornosti na zcela nesouvisející zboží či službu (zde zastavárenské zboží), a tím staví ženu do pozice pouhého sexuálního objektu, představuje diskriminaci žen na základě pohlaví, snižuje jejich lidskou důstojnost a je v rozporu s dobrými mravy (§ 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy).“*

Dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy se podnikající fyzická osoba v postavení zpracovatele dopustí přestupku, pokud poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3 téhož zákona.

Za takto spáchaný přestupek může být podle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy uložena zpracovateli pokuta do 2 000 000 Kč.

Spáchání přestupku má orgán dozoru za prokázané z podnětu, na základě vlastního zjištění, z obrazové dokumentace reklamy, která je součástí spisu, ze sdělení Dopravního podniku města Olomouce a.s. a sdělení zadavatele. Zavinění se u podnikající fyzické osoby nezkoumá.

Správní orgán posoudil zjištěné skutečnosti a bez pochybností dospěl k závěru, že zpracovatel v rozporu s § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy, diskriminuje ženy na základě jejich pohlaví a snižuje lidskou důstojnost, čímž se dopustil přestupku dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, a proto správní orgán přistoupil k uložení pokuty dle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy.

Správní orgán zjišťoval všechny rozhodné okolnosti svědčící ve prospěch i v neprospěch zpracovatele, zabýval se závažností přestupku, zejména způsobem jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán. Správní orgán přihlédl při stanovení výše pokuty jako k polehčující okolnosti zejména k tomu, že reklama byla pouze na základě šetření osoby zadavatele odstraněna a byla nahrazena reklamou, která není v rozporu s požadavky zákona o regulaci reklamy. Rychlé odstranění reklamy svědčí o sebereflexi a vůli jednat v souladu s právními předpisy.

Ve prospěch zpracovatele svědčí také skutečnost, že se jedná o první porušení zákona o regulaci reklamy, které orgán dozoru u zpracovatele zjistil. Při rozhodování o výši sankce správní orgán přihlédl ke shora uvedeným skutečnostem a uložil podnikateli pokutu, která je při samé spodní hranici zákonné sazby. Správní orgán má za to, že takto uložená sankce v daném případě splní jak svůj účel represivní, tak svůj účel preventivní, spočívající v důrazném upozornění podnikatele na nutnost důsledného dodržování povinností vyplývajících pro něj ze zákona o regulaci reklamy, jímž je povinen se při své podnikatelské činnosti řídit.

Podle § 6b odst. 1 zákona o regulaci reklamy odpovídá za zpracování reklamy zpracovatel se zadavatelem společně a nerozdílně, z uvedeného důvodu bude orgán dozoru postupovat vůči zadavateli dle uvedeného ustanovení. Problematikou uložení pokuty zadavateli i zpracovateli ve dvou samostatných řízeních se mimo jiné zabýval i Nejvyšší správní soud ve svém rozhodnutí ze dne 29. 1. 2009, č. j. 9 As 52/2008-99, kde mimo jiné uvedl, že jejich odpovědnost je solidární.

Zpracovateli i zadavateli reklamy, tak bez ohledu na jejich roli, musí správní orgán uložit stejnou sankci.

Přestože zákon o regulaci reklamy nepostihuje šířitele reklamy za šíření zakázané reklamy ve smyslu § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, v daném případě považuje orgán dozoru za vhodné poukázat na to, že Dopravní podnik města Olomouce a.s. je zřízen za účelem zajištění a realizaci městské hromadné dopravy ve městě. Součástí této přepravy by měla být mimo jiné snaha o bezpečnost přepravovaných osob a to nejen ve vztahu k dopravnímu provozu, ale také ve vztahu k chování cestujících k sobě navzájem. Orgán dozoru považuje šíření posuzované reklamy v městské hromadné dopravě za určité společenské pochybení, které však není zákonem o regulaci reklamy u šířitele reklamy postižitelné.

P o u č e n í

Proti tomuto příkazu je podle § 150 odst. 3 správního řádu možno podat odpor u Krajského úřadu Olomouckého kraje, Odboru majetkového, právního a správních činností do osmi dnů ode dne oznámení příkazu. Prvním dnem lhůty je den následující po dni oznámení příkazu.

Včasným podáním odporu se příkaz ruší a v řízení se pokračuje; to neplatí, byl-li podán nepřípustný nebo opožděný odpor. Zpětvzetí odporu není přípustné.

Pokud po podání odporu bude vydáno rozhodnutí, kterým bude obviněný uznán vinným z přestupku, bude mu, kromě správního trestu dále podle § 95 odst. 1 zákona o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich uložena též povinnost nahradit náklady řízení (*stanovené vyhláškou č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku, které správní orgán hradí jiným osobám, a o paušální částce nákladů řízení, ve znění vyhl. č. 112/2017 Sb.*).

Příkaz, proti němuž nebyl podán odpor, se stává pravomocným a vykonatelným rozhodnutím.

Bc. Ing. František Pivoda
vedoucí oddělení
Krajský živnostenský úřad