

AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Številka: 0612-96/2012/18

Datum: 23. 4. 2014

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, Stegne 7, 1000 Ljubljana, na podlagi prvega odstavka 39. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št.: 87/2011), v zadevi inšpekcijskega nadzora nad določbami o avdiovizualnih komercialnih sporočilih, izdajatelju televizijskega programa POP TV, družbi POP TV d.o.o. Ljubljana, Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, ki jo zastopa direktor Matej Pregarc, izdaja po pooblaščenim osebam Mojci Budimir, po uradni dolžnosti naslednjo

ODLOČBO

1. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije ugotavlja, da je družba POP TV d.o.o. Ljubljana, Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, izdajatelj televizijskega programa POP TV, kršila določbo drugega odstavka 19. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št.: 87/2011) na način, da je v televizijskem programu POP TV v programski vsebini »Gostilna išče šefa«, predvajani dne 1. 10. 2012 in dne 4. 10. 2012, predvajala prikrita avdiovizualna komercialna sporočila.
2. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije izdajatelju POP TV d.o.o. Ljubljana, Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, izdajatelju televizijskega programa POP TV, odreja, da v roku 15 dni od vročitve te odločbe: a) odpravi v 1. točki tega izreka ugotovljeno nepravilnost in b) zagotovi razširjanje svojega televizijskega programa v skladu z drugim odstavkom 19. člena ZAvMS.
3. Stroški postopka niso nastali.

Obrazložitev:

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (prej Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije; v nadaljevanju: agencija), ki je na podlagi prvega odstavka 39. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/2011; v nadaljevanju ZAvMS) pristojna za izvajanje inšpekcijskega nadzora nad izvrševanjem določb ZAvMS, je zoper družbo POP TV d.o.o. Ljubljana, Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: izdajatelj), izdajatelja televizijskega programa POP TV, po uradni dolžnosti začela postopek inšpekcijskega nadzora zaradi domnevno neustreznega promocijskega umeščanja izdelkov v oddaji »Gostilna išče šefa« v televizijskem programu POP TV.

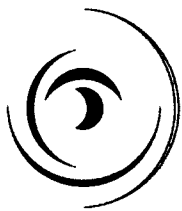
Agencija je v ta namen skladno z Metodologijo nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev in radijskih programov (Uradni list RS, št. 31/2012; v nadaljevanju: Metodologija), pridobila posnetek in opravila analizo oddaje »Gostilna išče šefa«, ki se je predvajala v televizijskem programu POP TV dne 1. 10. 2012 od 20:00:00 do 22:31:41 in dne 4. 10. 2012 od 20:00:00 do 21:05:16 (v

nadaljevanju: »Gostilna išče šefa«). Agencija je z analizo ugotovila, da so se v oddaji predvajala prikrita avdiovizualna komercialnega sporočila, ki na podlagi 13. točke 3. člena ZAvMS pomenijo besedno ali slikovno predstavljanje blaga, storitev, imena, blagovne znamke ali dejavnosti proizvajalca blaga ali ponudnika storitev v programskih vsebinah, kadar takšno predstavljanje služi izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave. Prikrita avdiovizualna komercialnega sporočila so na podlagi drugega odstavka 19. člena ZAvMS prepovedana.

Agencija je v dopisu št. 0612-96/2012/9 z dne 21. 11. 2012 (v nadaljevanju tudi: poziv) izdajatelja seznaniila z vsemi ugotovitvami glede analize oddaje »Gostilna išče šefa« ter ga pozvala, da v roku osmih dni od prejema poziva pošlje odgovor, v katerem naj se izreče o vseh ugotovljenih dejstvih in okoliščinah in sicer tako, da naj bo pojasnilo natančno in naj vsebuje vsa dokazila (kot npr. podatke o produkcijskih stroških, kopije pogodb, sklenjenih med izdajateljem, dobavitelji izdelkov, tj. brezplačno pridobljenih rekvizitov, zanemarljive vrednosti, in morebitnimi sponzorji ter osebami, ki so priskrbele promocijsko umeščene izdelke oz. podobno dokumentacijo) in protiargumente v zvezi z ugotovljenimi domnevnimi kršitvami, za katere izdajatelj želi, da jih agencija v postopku upošteva. Agencija je dne 11. 12. 2012 od izdajatelja prejela odgovor, voden pod št. 0612-96/2012/15, v katerem se je izdajatelj pisno opredelil do navedb agencije iz poziva, medtem ko morebitnih drugih dokazil (podatke o produkcijskih stroških, kopij pogodb oz. podobne dokumentacije) ni predložil.

Agencija je ugotovila, da je izdajatelj v svojem televizijskem programu predvajal prikrita avdiovizualna komercialna sporočila, ki so skladno z drugim odstavkom 19. člena ZAvMS prepovedana, tako da je besedno ali slikovno predstavljal blago, storitev, ime, blagovno znamko ali dejavnost proizvajalca blaga ali ponudnika storitev v programski vsebini »Gostilna išče šefa« na način, da je takšno predstavljanje služilo izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave. Ugotovljena prikrita avdiovizualna komercialna sporočila so se pojavljala v obliki objavljenih slikovnih podob z ali brez zvoka in so bila namenjena neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju pravnega prometa blaga, storitev, nepremičnin, pravic ali obveznosti, pridobivanja poslovnih partnerjev ali ustvarjanja ugleda in dobrega imena pravne ali fizične osebe. Avdiovizualna komercialna sporočila so bila prikrita, saj se niso povsem jasno prepoznala kot taka, kot to določa prvi odstavek 19. člena ZAvMS. Agencija je predvajanje prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil v oddaji »Gostilna išče šefa« ugotovila v naslednjih primerih:

- Avtomobil z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan je bil besedno predstavljen dne 1. 10. 2014 ob 20:36:35 in ob 22:06:50 tako, da je voditeljica dvema skupinama treh tekmovalcev v studiu zaželela srečo pri tekmovalstvu in jih ob odhodu iz studia pospremila z besedami: »Zunaj vas že čaka šef slovenskih cest, Nissan Quashqai.« Ko so tekmovalci prispeli iz studia na prosto, je voditeljica ob 20:37:15 ponovno besedno predstavila avtomobil z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan (»...čaka šef slovenskih cest, Nissan Quashqai«). Kamera je nato sledila eni in drugi skupini tekmovalcev, ki so se spustili po zunanem stopnišču stavbe proti avtomobilu, ob čemer je šlo za slikovno predstavljanje avtomobila z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan, saj se je prva skupina tekmovalcev ob 20:37:40, druga pa ob 22:07:37 približala avtomobilu, okoli katerega je kamera zaokrožila na estetiziran način, tako da je bil omenjeni avtomobil izdatno prikazan z namenom prepoznavnosti. Na enak način se je slikovno predstavljalo avtomobil z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan še ob 21:02:00 in 21:41:05, ko sta iz studia proti avtomobilu odkorakali ostali dve skupini tekmovalcev, le da se je v teh dveh primerih



slikovno predstavljanje avtomobila z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan končalo v trenutku, ko so tekmovalci vstopili v avtomobil. Avtomobil z imenom Quashqai blagovne znamke Nissan je bil slikovno predstavljen tudi dne 4. 10. 2012 v času od 20:09:00 do 20:09:09, ko so bili avtomobili, parkirani pred gostilno in v katere so vstopali tekmovalci, sprva prikazani in dobro vidni čez ves zaslon, nato pa tako, da je bila čez ves zaslon vidna stavba gostilne, tip in znamka avtomobilov pa še vedno dobro razvidna, in v času od 20:25:06 do 20:25:10, ko se je prizor začel z bližnjim posnetkom vrat avtomobila, na katerem je bil čez ves zaslon jasno viden napis s sloganom »Le Grand Chef«, kakor se imenuje omejena serija bolje opremljenih avtomobilov blagovne znamke Nissan Quashqai, ki je bila v ponudbi samo v času trajanja oddaje »Gostilna išče šefa«, konča pa tako, da po vstopu tekmovalcev v avtomobil avto odpelje iz kadra, pri čemer avtomobil zaseda celo sliko zaslona, zaradi česar je napis »Le Grand Chef« še vedno ves čas dobro viden.

- Blagovna znamka in storitev Voyo sta bili besedno predstavljeni dne 1. 10. 2012 tako, da je voditeljica oddaje gledalce ob 20:37:24 spodbujala k nakupu omenjene storitve (»Njihovo vselitev pa si boste naročniki Voya lahko v živo pogledali tudi na internetu, tisti, ki še nimate dostopa do Voya, pa si ga kar hitro naročite.«), podobno pa je storila tudi ob 22:30:37, ko je gledalcem predstavila prednost uporabe omenjene storitve (»... [P]a lahko na voyo.si [...] v živo, 24 ur na dan spremljate vsak njihov korak.«). Blagovna znamka in storitev Voyo sta bili v oddaji »Gostilna išče šefa« tudi slikovno predstavljeni, in sicer dne 1. 10. 2012 v času od 20:03:54 do 20:04:04 (ko je voditeljica tudi povedala – brez besednega predstavljanja blagovne znamke in storitve Voyo – da bodo lahko gledalci tekmovalce spremljali ves čas neposredno v živo) in v času od 20:37:23 do 20:37:36 (ko so se prvi trije tekmovalci odpravili iz studia proti avtomobilu, ob čemer je voditeljica tudi besedno predstavljala omenjeno blagovno znamko in storitev na način, ki je že opisan na začetku tega odstavka) ter dne 4. 10. 2012 v času od 20:15:58 do 20:16:06, ko je bila v spodnjem delu slike objavljena grafična pasica znotraj programske vsebine z jasno vidnim napisom »Glej v živo vsak dan na VOYO, 24/7, več kot 30 različnih kamer«. Blagovna znamka Voyo je bila slikovno predstavljena tudi dne 1. 10. 2012 v času od 20:37:47 do 20:38:07, od 21:01:39 do 21:01:53, od 21:08:15 do 21:08:23, od 21:29:03 do 21:29:22, od 21:40:44 do 21:41:00 in od 22:07:15 do 22:07:36, ko se je znotraj programske vsebine v spodnjem levem delu slike predvajal jasno prepoznaven logotip Voyo, ki je poleg slike v zgornjem levem kotu, v katerem se je predvajala slika iz studia ter slike, ki je zavzemala večji del zaslona in v katerem se je predvajala slika tekmovalcev, ki so bili na poti iz studia do avtomobila oz. tekmovalcev, ki so že vstopili v hišo, v kateri so prebivali, predstavljal enega izmed treh elementov zaslona.
- Blagovna znamka in storitev POP NON STOP sta bili besedno predstavljeni dne 1. 10. 2012 tako, da je voditeljica oddaje gledalce ob 22:30:37 spodbujala k nakupu omenjene storitve, tako da je gledalcem predstavila prednost uporabe omenjene storitve (»... [P]a lahko [...] na dodatnem TV programu paketa POP NON STOP v živo, 24 ur na dan spremljate vsak njihov korak.«). Blagovna znamka in storitev POP NON STOP sta bili tudi slikovno predstavljeni dne 4. 10. 2012 v času od 20:03:37 do 20:03:43 tako, da se je znotraj programske vsebine v spodnjem delu zaslona predvajala grafična pasica z jasno vidnim napisom »Zakulisje šova spremljaj na dodatnem TV-programu paketa POP NON STOP, V ŽIVO 24/7«).
- Storitev GOSTILNA SHOP je bila slikovno predstavljena dne 4. 10. 2012 v času od 20:44:22 do 20:44:29, ko se je znotraj programske vsebine v spodnjem delu zaslona predvajala

grafična pasica z jasno vidnim napisom »Opremi se v GOSTILNA SHOPU na gostilna.voyo.si«. Prav tako je bilo navedena storitev slikovno predstavljena dne 1. 10. 2012 v času od 20:37:52 do 20:37:55, ko je bil na zadku avtomobila, v katerega so vstopili tekmovalci, jasno viden napis »gostilna.voyo.si«.

- Blagovna znamka in dejavnost Restavracija Promenada Sava Hotels&Resorts sta bili slikovno predstavljeni dne 1. 10. 2012 v času od 22:21:28 do 22:23:43, ko je bila na začetku prispevka o kuharskem mojstru Binetu Volčiču, ki je bil v času oddaje glavni sodnik in vodja tekmovalcem, čez ves zaslon nazorno prikazana tabla pred restavracijo z jasno vidnim napisom »Gourmet Restavracija Promenada«, katere kuhinjo je Bine Volčič v tistem času vodil. Kamera mu je sledila v restavracijo, kjer je spregovoril o poteku svojega dela v restavraciji, pri čemer se je v spodnjem levem kotu slike izpisalo njegovo ime, pod imenom pa jasno viden napis »Sava Hotels & Resorts.« V prispevku so bili prikazani tudi kuharji in natakarji, pri čemer je bilo v prispevku vidno njihovo delo v kuhinji in jedilnem delu restavracije.
- Embalaža za mleko in embalaža za smetano blagovne znamke Ljubljanske mlekarne sta bili slikovno predstavljeni dne 4. 10. 2012 v času od 20:01:21 do 20:01:22, embalaža za začimbe blagovne znamke Maestro pa dne 4. 10. 2012 v času od 20:01:38 do 20:01:39, ko se je med odlomki dogajanja v kuhinji iz pretekle oddaje jasno videlo izdelke omenjenih blagovnih znamk. Embalaža za mleko in embalaža za smetano blagovne znamke Ljubljanske mlekarne je bila namreč na kuhinjskem pultu obrnjena tako, da je bil logotip blagovne znamke Ljubljanske mlekarne na zaslonu jasno viden, štiri embalaže z začimbami blagovne znamke Maestro pa so bile zložene ena poleg druge na polici na steni za enim od tekmovalcev, čigar delo je Bine Volčič v tistem trenutku komentiral. Izdajatelj je namenoma poskrbel, da so bile posode z začimbami blagovne znamke Maestro vse pravilno obrnjene tako, da se je na zaslonu jasno videl logotip z napisom Maestro in ime začimbe, ki naj bi jo posamezna embalaža vsebovala (čili, koriander, beli poper, curry). Ker je šlo v navedenih primerih za predvajanje odlomkov iz pretekle oddaje, je izdajatelj natančno vedel, kdaj se bo katera od blagovnih znamk pojavila, torej je bilo predvajanje odlomkov s prikazanimi blagovnimi znamkami namerno, poleg tega pa je iz načina, na katerega so bili izdelki umeščeni v prostor, razvidno, da se izdelki izbranih blagovnih znamk (v konkretnem primeru: Maestro) v prostoru niso znašli slučajno, temveč so bili namenoma postavljeni v prostor (pravilno zloženi na polici) tako, da so bile blagovne znamke pri tem jasno razvidne.
- Embalaža za izdelke blagovnih znamk Zlato polje, Grande, Ljubljanske mlekarne in Jagermeister so bile slikovno predstavljene dne 4. 10. 2012 v času od 20:07:50 do 20:08:01, tako da so bili med posnetkom izjave enega od tekmovalcev o nalogi, ki jih je čakala v nadaljevanju, čez celotno ozadje za tekmovalcem zelo dobro vidni izdelki in blagovne znamke navedenih izdelkov, ki so bili urejeno zloženi na policah in v hladilniku, na katerem je bil jasno razviden tudi logotip Ljubljanskih mlekarn. Agencija ugotavlja, da je bila v tem primeru postavitve izdelkov navedenih blagovnih znamk v prostor vnaprej skrbno načrtovana, saj so bili izdelki namenoma zloženi tako, da so zasedali celotno ozadje za tekmovalcem, poleg tega pa so bili napisi in simboli blagovnim znamkam namenoma obrnjeni proti gledalcu tako, da je ta lahko jasno razbral, katere blagovne znamke oz. izdelki so se nahajali na policah in v hladilniku za tekmovalcem.
- Blagovna znamka in dejavnost Meso Kamnik sta bila slikovno predstavljena dne 4. 10. 2012 v času od 20:18:09 do 20:23:59, ko so tekmovalci odšli k navedenemu proizvajalcu, kjer so

pomagali izdelovati krvavice. Na začetku prispevka je bila od zunaj prikazana stavba proizvajalca, nazorno čez ves zaslon pa tudi logotip z jasno vidnim napisom blagovne znamke »Meso Kamnik«, ki se nahaja na fasadi stavbe. Predstavnica podjetja je pospremila tekmovalce v garderobo in nato v proizvodni prostor, kjer je eden od zaposlenih razložil, prikazal in tekmovalce popeljal skozi proces izdelave krvavic.

I.

Izdajatelj je glede ugotovitev agencije v svoji izjasnitvi najprej navedel, da ZAvMS kot prikrito avdiovizualno sporočilo določa besedno ali slikovno predstavljanje blaga, storitev, imena, blagovne znamke ali dejavnosti proizvajalca blaga ali ponudnika storitev v programskih vsebinah, kadar takšno predstavljanje služi izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave ter da se šteje, da je bilo prikrito oglaševalsko sporočilo objavljeno z namenom, zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo. Izdajatelj poudarja, da je zakonski pogoj za obstoj prikritega avdiovizualnega komercialnega sporočila, da sta kumulativno podana oba zakonska znaka za njegov obstoj, torej tako to, da takšno sporočilo služi izdajatelju za oglaševanje kot to, da bi to sporočilo utegnilo zavajati javnost glede svoje narave. Izdajatelj navaja, da v konkretnem primeru iz poziva zakonski znaki domnevne kršitve niso razvidni, niti vsaj očitani, zato pojasnila ali nasprotnih dejstev niti ni možno podati. Izdajatelj je ob tem navedel tudi, da noben izdelek oziroma blagovna znamka, ki je bila v oddaji »Gostilna išče šefa« vidna, ni služil izdajatelju za oglaševanje, prav tako pa ne utegne zavajati javnosti glede svoje narave.

Agencija je zgornje navedbe izdajatelja preučila. Navedba izdajatelja, da kršitev ni podana iz zgoraj navedenega razloga, ker noben izdelek oziroma blagovna znamka, ki je bila v oddaji »Gostilna išče šefa« vidna, ni služila izdajatelju za oglaševanje, prav tako pa ni utegnila zavajati javnosti glede svoje narave, ni upoštevana in je neutemeljena. Agencija je v pozivu izdajatelju natančno predstavila, ob katerem času in na kakšen način je izdajatelj v oddaji »Gostilna išče šefa« predvajal prikrita avdiovizualna komercialna sporočila. Izdajatelju je besedno ali slikovno predstavljanje blaga, storitev, imen blagovnih znamk ali dejavnosti, kot je opisano v zgoraj navedenih primerih, služilo za oglaševanje oziroma avdiovizualno komercialno sporočanje, z namenom neposredne ali posredne promocije oziroma pospeševanja pravnega prometa taistega blaga ali storitev. Z besednim in slikovnim predstavljanjem blaga, storitev, imen blagovnih znamk ali dejavnosti je izdajatelj v oddaji opozarjal na blago, storitve, imena blagovnih znamk ali dejavnosti z namenom privabiti gledalčevo pozornost in jih promovirati oziroma oglaševati.

V zgoraj navedenih primerih se avdiovizualna komercialna sporočila niso povsem jasno prepoznala kot taka, kot to določa prvi odstavek 19. člena ZAvMS. Določilo 13. točke 3. člena ZAvMS določa, da gre za prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo že takrat, ko služi izdajatelju za oglaševanje in **bi** besedno ali slikovno predstavljanje blaga storitev, blagovnih znamk v programski vsebini **utegnito** zavajati javnost glede svoje narave. Agencija ugotavlja, da gre v zgoraj navedenih primerih besednega in slikovnega predstavljanja blaga, storitev, imen blagovnih znamk ali dejavnosti v navedeni programski vsebini »Gostilna išče šefa« za primere prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil na podlagi 13. točke 3. člena ZAvMS, saj so izdajatelju služila za oglaševanje in bi utegnila zavajati javnost glede svoje narave, zaradi česar so prepovedana skladno z drugim odstavkom 19. člena ZAvMS.

II.

Glede pojavljanja navedb storitev Voyo in POP NON STOP v programski vsebini »Gostilna išče šefa« je izdajatelj navedel, da je Voyo avdiovizualna medijska storitev, katere ponudnik je izdajatelj sam ter da je oddaja »Gostilna išče šefa« na voljo tudi preko te platforme in je zato z njo neločljivo povezana. Enako velja tudi za programski paket POP NON STOP, ki je po navedbah izdajatelja skupek televizijskih programov, katerih izdajatelj je prav tako izdajatelj sam. Izdajatelj navaja, da je očitno, da navedba obeh storitev v oddaji istega izdajatelja, ne more predstavljati prikritega komercialnega sporočila, saj ne služi izdajatelju ne za oglaševanje, niti ne utegne zavajati javnosti glede svoje narave. Izdajatelj je navedel, da gre v tem primeru za obvestilo izdajatelja o isti programski vsebini na drugih njegovih platformah. Izdajatelj je v zvezi s tem še navedel, da se samooglaševanja pojmovno ne da izvajati na način prikritega komercialnega oglaševanja.

Navedba izdajatelja, da kršitev ni podana iz zgoraj navedenih razlogov, ker se samooglaševanja v primeru Voyo in POP NON STOP pojmovno ne da izvajati na način prikritega komercialnega oglaševanja, ni upoštevana in je neutemeljena. Agencija je navedbe izdajatelja v tem delu preučila in ugotovila, da je izdajatelj že sam navedel, da gre v primeru pojavljanja storitev Voyo in programskega paketa POP NON STOP v oddaji »Gostilna išče šefa« za samooglaševanje. Samooglasila predstavljajo po 11. točki 3. člena ZAvMS eno od oblik televizijskega oglaševanja, slednje pa prav tako po 11. točki 3. člena ZAvMS med drugim pomeni vsako obliko sporočila, ki ga fizična ali pravna oseba predvaja v zameno za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja. Televizijsko oglaševanje je skladno z 9. točko 3. člena ZAvMS ena izmed oblik avdiovizualnih komercialnih sporočil. Samooglasila so na podlagi 10. točke 3. člena ZAvMS oglaševalske vsebine, ki so namenjene pospeševanju prodaje, nakupa ali najema izdelka ali storitve, ali doseganju kakega drugega oglaševalskega učinka, ki ga želi doseči ponudnik. V primerih pojavljanja storitve Voyo in programskega paketa POP NON STOP v oddaji »Gostilna išče šefa« gre za oglaševanje drugih storitev izdajatelja, katerih namen je pospeševanje prodaje njegovih dodatnih avdiovizualnih medijskih storitev (Voyo je priglášena avdiovizualna medijska storitev na zahtevo skladno s 36. členom ZAvMS, POP NON STOP pa je bil paket drugih televizijskih programov izdajatelja). Televizijsko oglaševanje (in zato tudi samooglaševanje) je na podlagi 9. točke 3. člena ZAvMS ena od oblik avdiovizualnih komercialnih sporočil, ki morajo biti na podlagi prvega odstavka 19. člena ZAvMS povsem jasno prepoznana kot taka, kar pa po mnenju agencije v primeru Voyo in POP NON STOP niso bila. Agencija je zato ugotovila, da je bilo besedno in slikovno predstavljanje blagovnih znamk Voyo in POP NON STOP oblika prikritega avdiovizualnega komercialnega sporočila, saj je služilo izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave, kar je prepovedano skladno z drugim odstavkom 19. člena ZAvMS.

III.

Na koncu izjasnitve je izdajatelj navedel še, da iz poziva sicer ni povsem jasno, kaj pravzaprav agencija očita zavezancu, saj je postopek uvedla zaradi domnevno neustreznega promocijskega umeščanja izdelkov v oddaji »Gostilna išče šefa«, nato pa je izdajatelju očitala predvajanje prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil.

Agencija na ta očitek izdajatelja odgovarja, da je postopek inšpekcijskega nadzora uvedla na podlagi

prijave za domnevno neustrezno promocijsko umeščanje izdelkov v oddaji »Gostilna išče šefa«, vendar je pri ugotavljanju dejanskega stanja ugotovila, da je šlo za predvajanje prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil.

Na podlagi drugega odstavka 19. člena ZAvMS je izdajatelju predvajanje prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil prepovedano. Na podlagi presoje navedb v izdajateljevi izjasnitvi in ob upoštevanju ostalih dejstev, obrazloženih v tej odločbi, agencija ugotavlja, da je izdajatelj v televizijskem programu POP TV v programski vsebini »Gostilna išče šefa«, predvajani dne 1. 10. 2012 in dne 4. 10. 2012, predvajal prikrita avdiovizualna komercialna sporočila, zato je agencija odločila kot izhaja iz izreka te odločbe.

Agencija ima na podlagi 2. odstavka 39. člena ZAvMS pravico in dolžnost, da odredi ukrepe za odpravo nepravilnosti in pomanjkljivosti na način in v roku, ki ga sama določi. Agencija je pri odločitvi za določitev roka za odpravo nepravilnosti in pomanjkljivosti upoštevala številno ugotovljenih nepravilnosti in izdajateljeve argumente v izjasnitvi. Agencija je na podlagi zbranih podatkov mnenja, da lahko izdajatelj poskrbi za odpravo predvajanih prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil v roku, ki je naveden v izreku te odločbe.

Agencija je v postopku ugotovila, da stroški postopka niso nastali niti jih ni uveljavljala stranka sama, zato je agencija na podlagi petega odstavka 213. člena Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS, št. 24/2006-UPB2, 105/2006-ZUS-1, 126/2007, 65/2008, 47/2009 Skl.US: U-I-54/06-32 (48/2009 popr.), 8/2010, 82/2013; v nadaljevanju: ZUP) odločila tako, kot izhaja iz 3. točke izreka te odločbe.

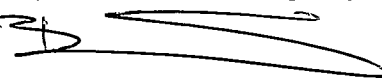
V skladu s tretjim odstavkom 191. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 109/2012 in 110/2013, v nadaljnjem besedilu; ZEKom-1) sta odločba ali drug posamičen akt agencije v upravnem postopku dokončna, razen če ZEKom-1 ne določa drugače. Zaradi navedenega pritožba zoper to odločbo ni možna, dovoljeno pa je sprožiti upravni spor.

Pravni pouk:

Zoper to odločbo je v skladu s 192. členom ZEKom-1 mogoče sprožiti upravni spor v roku 30 dni od njene vročitve. Upravni spor se sproži s tožbo, ki se vloži pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana.



Odgovorna oseba:
Mojca Budimir
pooblaščenca oseba agencije



Vročiti: - POP TV d.o.o. Ljubljana, Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana – po ZUP