



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Številka: 06121-17/2015/6

Datum: 13. 8. 2015

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, Stegne 7, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), na podlagi 39. člena Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/2011; v nadaljevanju: ZAVMS) v postopku inšpekcijskega nadzora nad izpolnjevanjem zakonskih zahtev iz 19. člena ZAVMS v zvezi s prepoznavnostjo avdiovizualnega komercialnega sporočila, izdaja družbi Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, ki jo zastopa direktor Matej Pregarc, kot izdajatelju televizijskega programa KANAL A, po uradni dolžnosti naslednjo

ODLOČBO

1. Družbi Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, izdajateljici televizijskega programa KANAL A, se odreja, da v roku enega (1) meseca od vročitve te odločbe sprejme takšne organizacijske ukrepe znotraj izdajatelja, da v svojem televizijskem programu ne bo predvajala prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil, kot to določa drugi odstavek 19. člena ZAVMS.
2. Družba Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, mora najkasneje do izteka roka iz prve točke te odločbe Agenciji poslati opis sprejetih ukrepov v zvezi z izpolnitvijo obveznosti iz prve točke te odločbe.
3. Posebni stroški postopka niso nastali.

Obrazložitev:

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve 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 Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: izdajatelj), izdajateljico televizijskega programa KANAL A, po uradni dolžnosti začela postopek inšpekcijskega nadzora zaradi domnevnega nespoštovanja določb o prepovedi objave prikritih avdiovizualnih komercialnih sporočil iz drugega odstavka 19. člena ZAVMS.

Kot določa 13. točka 3. člena ZAVMS pomeni prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo 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. Da je bilo prikrito oglaševalsko sporočilo objavljeno z namenom, se šteje zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo.

Agencija je na podlagi lastnih posnetkov televizijskega programa KANAL A, predvajanega dne 17. 5. 2015, ugotovila, da se je v času od 12:00:10 do 15:04:00 predvajala športna programska vsebina z naslovom »Moto GP – dirka za VN Francije«, ki je nastala v lastni produkciji izdajatelja, to je po njegovem naročilu za izvirno predvajanje na programu izdajatelja, iz česar izhaja, da izdajatelj

nesporno v celoti nosi uredniško odgovornost za vsebino, tj. nad izvrševanjem nadzora nad slikovnim predstavljanjem blagovnih znamk v vsebini, ki jo je produciral producent po naročilu izdajatelja. V zadevnem delu programske vsebine je Agencija zaznala novinarje izdajatelja, ki vsi nosijo oblačila (jakne, kape, majice in kombinezone) z našitimi in jasno prepoznavnimi imeni blagovnih znamk (»Akrapovič«, »Inotherm« in »Laba«), ki niso blagovne znamke oblačil, temveč so blagovne znamke produktov in storitev, ki izdajatelju služijo za oglaševanje in na ta način nagovarjajo gledalca kot potrošnika, ki ne more prepoznati namena takšne oglaševalske umestitve, saj vsebina ni prepoznavna in označena kot oglaševalska ter bi ga torej utegnila zavajati glede svoje narave:

- s pričetkom ob 12:01:35 kader komentatorjev iz komentatorske kabine, ki sta oblečena v jakno in nosita kapo z našitki navedenih blagovnih znamk;
- ob 13:22:41, 13:24:22, 13:26:53 kadri z roba dirkališča in kasneje voznje po dirkališču, kjer je eden izmed komentatorjev oblečen v kombinezon z našitki;
- ob 13:26:40 kader komentatorja, ki je oblečen v jakno in nosi kapo z našitki navedenih blagovnih znamk z razglednega stolpa ob dirkališču;
- ob 13:49:22 kader novinarke z dirkališča, ko je oblečena v jakno z našitki navedenih blagovnih znamk;
- ob 13:48:49 posnet prispevek, kjer je novinarka oblečena v majico z našitki navedenih blagovnih znamk.

Agencija takšno prakso slikovnega predstavljanja imen blagovnih znamk v programskih vsebinah, kadar njihovo predstavljanje služi izdajatelju za oglaševanje in bi utegnilo zavajati javnost glede svoje narave, opredeljuje kot objavljane prikrite avdiovizualnih komercialnih sporočil, ki je v skladu z drugim odstavkom 19. člena ZAVMS prepovedano.

Agencija je zaradi ugotovitve dejstev in okoliščin izdajatelja z dopisom št. 06121-17/2015/4, z dne 19. 6. 2015, seznanila z zgoraj navedenimi ugotovljenimi dejstvi in okoliščinami ter ga pozvala, da ji v zvezi s tem poda pisno izjavo. Agencija je v roku, dne 2. 7. 2015, s strani izdajatelja prejela pisno izjasnitev, vodeno pod opravilno št. 06121-17/2015/5, ki jo je skrbno preučila, v nadaljevanju obrazložitve te odločbe pa se do nje tudi opredelila.

Izdajatelj je v izjasnitvi najprej zavrnil očitke, da naj bi zadevna programska vsebina vsebovala prikrito oglaševanje, za katerega naj bi bil odgovoren izdajatelj, in sicer kot neutemeljenega. V nadaljevanju tako pojasnjuje, da zadevni neposredni športni prenos ni televizijska oddaja, ki jo producira izdajatelj, zato nanjo nima neposrednega vpliva. Kot navaja, je odločitev o izboru kadrov neposrednega snemanja in opremi udeležencev povsem v sferi organizatorja snemanja in ne izdajatelja, ki dogodek le prenaša. Enako naj bi veljajo tudi za komentatorje in njihova oblačila, ki organizacijsko spadajo pod pristojnost imetnika pravic športnega dogodka. Pri tem izdajatelj še dodaja, da je verjetno normalno, da so komentatorji, ki za organizatorja športne prireditve izvajajo komentiranje prenosa, oblečeni dogodku primerno. Izdajatelj poda še izjavo, da prenos omenjene dirke ni vseboval nobenih blagovnih znamk, ki bi izdajatelju služile za oglaševanje, saj obravnavani imetniki znamk – poleg obravnavanih v tem postopku (in navedenih zgoraj) izdajatelj navede tudi druge, ki niso predmet tega postopka – z izdajateljem nimajo sklenjene nobene pogodbe o kakršnemkoli oglaševanju, niti od obravnavanih družb izdajatelj ni prejel nobenega plačila, koristi ali druge odmene. Izdajatelj zato zaključuje, da je očitek o prikitem oglaševanju neutemeljen, ker pojmovno sploh ne more iti za

oglaševanje.

V zvezi s tem se zato Agencija ne more strinjati z izdajateljevimi navedbami, da izdajatelj ni odgovoren za zadevno programsko vsebino, saj naj ne bi bil producent vsebine, in da prenos dirke ni vseboval nobenih blagovnih znamk, ki bi mu služile za oglaševanje. Agencija ugotavlja, da je izdajatelj vedno v celoti in samostojno odgovoren za celotno programsko vsebino, to je v konkretnem primeru oddajo, oziroma celoten program, ki ga predvaja. Izdajatelj televizijskega programa je namreč skladno z 9. členom Zakona o medijih (Uradni list RS, št. 110/2006-UPB1, 36/2008-ZPOMK-1, 77/2010-ZSFCJA, 87/2011-ZAVMS in 47/2012; v nadaljevanju: ZMed) pravna ali fizična oseba, ki v skladu z ZMed izvaja dejavnost razširjanja programskih vsebin, samostojno oblikuje programsko zasnovo medija in nosi temeljno odgovornost za njeno izvajanje. Enako je navedeno v 5. točki 3. člena ZAVMS, ki določa, da je ponudnik avdiovizualne medijske storitve pravna ali fizična oseba, ki opravlja dejavnost ponujanja avdiovizualnih medijskih storitev ter je nosilec uredniške in pravne odgovornosti. Uredniška odgovornost pa pomeni na podlagi 4. točke istega člena zakona izvrševanje nadzora nad izborom, organizacijo in časovno umestitvijo programskih vsebin v sporedu televizijskega programa. Izdajatelj tako nosi odgovornost za vse vsebine, ki jih predvaja v svojem programu, tako za tiste, ki so nastale v njegovi lastni produkciji, kot tudi za tiste, ki niso nastale v njegovi lastni produkciji. V tem konkretnem primeru je šlo za oddajo, ki je celo nastala v njegovi lastni produkciji. Iz impresuma posnetka oddaje »Moto GP – dirka za VN Francije«, predvajane v programu KANAL A, dne 17. 5. 2015, ob 15:03:57, je jasno razvidno, da je bila zadevna oddaja s strani izdajatelja naročena za izdelavo podjetju PRODUKCIJA PLUS storitveno podjetje d.o.o. Ljubljana (v nadaljevanju: PRODUKCIJA PLUS d.o.o.). Skladno s 14. členom Pravilnika o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Uradni list RS, št. 77/2002) naročena produkcija s strani izdajatelja šteje za njegovo lastno produkcijo. Izdajatelj je torej predvaja takšno vsebino, kot jo je naročil od PRODUKCIJE PLUS d.o.o. za izvirno predvajanje v svojem programu. Še več, vpogled dne 30. 7. 2015 v razvid medijev pri Ministrstvu za kulturo RS in v bazo Agencije za javno pravne evidence Republike Slovenije (AJPES) pokaže, da ima PRODUKCIJA PLUS d.o.o. v 100-odstotni lasti Kanal A d.o.o.

Vsa omenjena dejstva dokazujejo, da je navedeno prikrito oglaševanje blagovnih znamk v oddaji izdajatelju dejansko služilo za oglaševanje. V zadevni vsebini v obliki našitkov prezentirane blagovne znamke na oblačilih novinarjev izdajatelja programa Kanal A namreč niso v nikakršni povezavi z blagovnimi znamkami oblačil, ki bi jih morebiti na obleke našil proizvajalec oblačil, saj so to blagovne znamke slovenskih proizvajalcev blaga oziroma trgovcev (npr. Akrapovič – slovenski proizvajalec izpušnih sistemov, Inotherm - slovenski proizvajalec vhodnih vrat, Laba – slovenski trgovec z motoristično opremo), ki so bile našite na kombinezone, majice, jakne in kape novinarjev izdajatelja, s povsem jasnim namenom oglaševanja omenjenih blagovnih znamk. Nobenega dvoma ni, da so bili to novinarji izdajatelja programa Kanal A, kar dokazujejo tudi kadri omenjenih novinarjev, ki izvajajo intervjuje z mikrofoni z jasno vidnimi logotipi programa KANAL A.

Prav tako pisna izjava izdajatelja, da za objavo ni prejel nobenega plačila, koristi ali druge odmere po oceni Agencije ne predstavlja dokaza, da v konkretnem primeru ni šlo za prikrito avdiovizualno komercialno sporočanje, saj zakonsko določilo 13. točke 3. člena ZAVMS določa, da gre za prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo objavljeno z namenom oglaševanja zlasti takrat, kadar je bilo objavljeno za plačilo ali podobno nadomestilo, kar pomeni, da nikakor plačilo oziroma podobno nadomestilo nista pogoja za prikrito avdiovizualno komercialno sporočilo.

Agencija ob koncu ponovno poudarja, da morajo biti skladno z določbo prvega odstavka 19. člena ZAvMS vsa avdiovizualna komercialna sporočila v televizijskih programih jasno prepoznavna kot taka. To pomeni, da nobeno slikovno predstavljanje blagovnih znamk (to je oglaševanje blagovnih znamk) v programskih vsebinah ni dovoljeno, če jih njihovi gledalci ne morejo jasno prepoznati kot oglasnih sporočil oziroma avdiovizualnih komercialnih sporočil. Če jih gledalci ne morejo jasno prepoznati kot avdiovizualnih komercialnih sporočil, potem se jih zavaja glede narave predvajane vsebine, saj ne vedo, da spremljajo avdiovizualna komercialna sporočila (npr. oglas, informativno oglaševanje, promocijsko umeščanje izdelkov in podobno), zato gre v teh primerih za prakso prikritega avdiovizualnega komercialnega sporočanja, ki je skladno z drugim odstavkom 19. člena ZAvMS prepovedana.

Agencija ima na podlagi drugega 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 težo ugotovljene nepravilnosti, izdajateljeve navedbe v izjasnitvi in zahtevnost odprave ugotovljenih kršitev.

Obveznost obveščanja Agencije o sprejetih ukrepih za odpravo nepravilnosti iz druge točke te odločbe izhaja iz petega odstavka 29. člena Zakona o inšpekcijskem nadzoru (Uradni list RS, št.: 26/2007, 43/2007-UPB1, z nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami) in je s tem tudi utemeljena.

Agencija je v postopku ugotovila, da stroški postopka niso nastali, niti jih ni uveljavljal izdajatelj sam, zato je na podlagi petega odstavka 213. člena Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS, št. 24/2006-UPB2, z nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami) odločila tako, kot izhaja iz tretje točke izreka te odločbe.

V skladu s tretjim odstavkom 191. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 109/2012, z nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami; v nadaljevanju: ZEKom-1) je ta odločba dokončna.

Pravni pouk:

Zoper to odločbo je v skladu s 192. členom ZEKom-1 mogoče sprožiti upravni spor v roku tridesetih (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:

Tomaž Gorjanc

Pooblaščenca uradna oseba Agencije



Vročiti: Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, po 91. členu ZUP