



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Številka: 06121-26/2017/4

Datum: 5. 7. 2017

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. 87/11, z vsemi nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami; v nadaljevanju: ZAvMS) v postopku inšpekcijskega nadzora televizijskega programa VAŠ KANAL, izdajateljici družbi TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o., Podbevškova ulica 12, 8000 Novo mesto, ki jo zastopa direktorica Irena Vide, po uradni dolžnosti, izdaja naslednjo

ODLOČBO

1. Družba TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o., Podbevškova ulica 12, 8000 Novo mesto, izdajateljica televizijskega programa VAŠ KANAL, mora v roku **treh (3) dni** od vročitve te odločbe zagotoviti, da v televizijskem programu VAŠ KANAL:
 - ne bodo predvajana avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstveno dejavnost, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti
in
 - skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje ne bo presegel dvanajst minut v okviru vsake posamezne ure.
2. Družba TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o., Podbevškova ulica 12, 8000 Novo mesto, mora najkasneje do izteka roka iz prve točke te odločbe obvestiti Agencijo o odpravljenih nepravilnostih in sprejetih ukrepih v zvezi z izpolnitvijo obveznosti iz prve točke te odločbe.
3. Posebni stroški postopka niso nastali.

Obrazložitev:

Agencija, ki je na podlagi prvega odstavka 39. člena ZAvMS pristojna za izvajanje inšpekcijskega nadzora nad izvrševanjem določb ZAvMS, je zoper družbo TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o., Podbevškova ulica 12, 8000 Novo mesto (v nadaljevanju: izdajatelj), izdajateljico televizijskega programa VAŠ KANAL, po uradni dolžnosti, začela postopek inšpekcijskega nadzora zaradi domnevnega nespoštovanja določb drugega odstavka 22. člena ZAvMS in prvega odstavka 32. člena ZAvMS, dne 16. 5. 2017, med 18. in 19. uro, ko je bilo v zadevnem televizijskem programu predvajano avdiovizualno komercialno sporočilo za zobozdravstveno kliniko Ustna medicina, od 18:18:00 do 18:30:47, in presežen dovoljeni 12-minutni obseg oglaševanja v okviru posamezne ure.

Drugi odstavek 22. člena ZAvMS določa, da so avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstveno dejavnost, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti prepovedana.

Prvi odstavek 32. člena ZAvMS določa, da skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu ne sme preseči dvanajst minut v okviru vsake posamezne ure.

(1)

Agencija je na podlagi lastnih posnetkov televizijskega programa VAŠ KANAL ugotovila, da se je dne 16. 5. 2017, v času med ločiloma »Nas poznate?/oglas« (ob 18:17:53) in »Oglas« (ob 18:30:48), od 18:18:00 do 18:30:47, v skupnem trajanju 12 minut in 47 sekund, predvajalo avdiovizualno komercialno sporočilo za zobozdravstveno kliniko Ustna medicina. Posledično je skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v zadevnem časovnem intervalu, tj. dne 16. 5. 2017, od 18. do 19. ure, znašal 1163 sekund (19 minut in 23 sekund). V nadaljevanju bodo pojasnjene okoliščine in predloženi dokazi k storjenima dejanjema krivega predvajanja avdiovizualnega komercialnega sporočila za zdravstveno dejavnost oziroma storitev, ki predstavlja kršitev drugega odstavka 22. člena ZAVMS in krive prekoračitve dovoljenega obsega televizijskega oglaševanja znotraj posamezne ure, ki predstavlja kršitev prvega odstavka 32. člena ZAVMS.

Agencija je zaradi popolne ugotovitve dejstev in okoliščin izdajatelja z dopisom št. 06121-26/2017/2, z dne 7. 6. 2017, seznanila z vsemi ugotovljenimi dejstvi in okoliščinami ter predložila dokaze k domnevno storjenima kršitvama. Izdajatelj je bil pozvan k podaji pisne izjave v zvezi s predmetom nadzora.

(2)

Agencija je v roku, dne 15. 6. 2017, s strani izdajatelja prejela pisno izjasnitev, ki jo vodi pod opravilno št. 06121-26/2017/3. V njej izdajatelj v zvezi s predvajanjem nedovoljenega avdiovizualnega komercialnega sporočila za zdravstveno dejavnost izjavi, da je do kršitve prišlo nenamerno, ker da naj bi mislil, da gre za »prispevek z informativno, svetovalno vsebino«, ki ni bil predvajan proti plačilu. Poučna vsebina naj bi bila tako namenjena seznanitvi gledalca z novim, kredibilnim in strokovnim ponudnikom zobozdravstvene dejavnosti na lokalnem nivoju. Prispevek naj ne bi imel elementov direktne prodaje in ni direktno vabil k naročanju na določeno storitev. Omemba podjetja pa naj bi sama po sebi predstavljala skupino, ki ljudem podaja verodostojne in zaupanja vredne informacije. Izdajatelj navede tudi že sprejetje posameznih ukrepov, med njimi izstopa predvsem tisti o začasni prekinitvi predvajanja zadevne programske vsebine, do zaključka inšpekcijskega postopka tu. V zvezi z drugo očitano kršitvijo, tj. prekoračitvijo dovoljenega obsega oglasnih sporočil znotraj posamezne ure, pa izdajatelj izjavi, da je do prekoračitve prišlo zaradi prej opisanega prepričanja, da gre v primeru tu obravnavane programske vsebine za informativni in svetovalni pas in ne za oglaševanje. Izdajatelj zagotovi, da sicer dosledno spoštuje zakonsko predpisane oglaševalske kvote.

(3)

Agencija je izdajateljevo izjasnitev preučila in ugotovila, da je izdajatelj obe krivi dejanji storil v očitni zmoti. Kot izhaja iz njegove izjasnitve, je namreč sporno avdiovizualno komercialno sporočilo brez plačila predvajal kot informativno oziroma svetovalno vsebino in posledično torej storil še drugo očitano kršitev prekoračitve oglaševalskega deleža. Preden Agencija v nadaljevanju poda opis dejanskega stanja in se opredeli do posameznih relevantnih izdajateljevih navedb, ki jih je upoštevala kot dokazni material k izdajateljevi izjavi o nenamerni zmoti pri dejanju storitve kršitve (ob tem gre upoštevati tudi dejstvo, da izdajatelj za tovrstno dejanje pri organu, ki vodi zadevni postopek, še ni bil obravnavan), naj bo na tem mestu navedeno le, da sicer neizpodbitno velja, da bi se moral



izdajatelj, ki opravlja dejavnost ponujanja avdiovizualne medijske storitve kot nosilec uredniške in pravne odgovornosti zavedati vseh dolžnosti in pravic, ki izhajajo s področja njegovega delovanja. Ob tem Agencija na tem mestu še dodaja, da si lahko izdajatelj v razjasnitev posameznih pojmov, na katere se sklicuje v izjasnitvi, v pregled vzame tudi posamezne končne akte Agencije, ki so javno objavljeni na njeni spletni strani in vsebujejo interpretacije relevantnih materialnih podlag.

S ključnim dejstvom, na katerega se izdajatelj opira v izjasnitvi, da naj bi šlo v primeru predvajanega avdiovizualnega komercialnega sporočila za zdravstveno dejavnost po njegovem za informativno oziroma svetovalno vsebino, se Agencija ne more strinjati, saj zadevna programska vsebina vsebuje vse prvine avdiovizualnega komercialnega sporočila. Zanj namreč velja, da gre za objavljane slikovnih podob z ali brez zvoka, ki so namenjene neposredni ali posredni promociji oziroma pospeševanju pravnega prometa blaga in storitev ter ustvarjanju dobrega imena pravne osebe (čemur, z nasprotnim predznakom, zadostijo ravno temeljni pojmi izdajateljeve izjave, kot npr.: da gre za »informiranje« gledalca o »novosti«, namen omembe podjetja ipd.). Žanrsko Agencija zadevno programsko vsebino prepozna kot informativno oglaševanje, to pomeni *odplačno* predvajanje programskih vsebin, ki prek obravnave splošno zanimivih tem (npr.: krovna tema o poklicu zobozdravnika, strah pred zobozdravnikom, kako izbrati zobozdravnika ipd.) posredno oglašujejo določeno podjetje, storitve ali izdelke (npr.: »Kako v Ustni medicini zgradite zdrave temelje s pacientom?«; »Zato je zelo pomembno, da si vzamemo čas, in to si pač na kliniki Ustna medicina vedno vzamemo čas za naše paciente ...«; »Katere so tiste osebne lastnosti dobrega zobozdravnika, posebnosti vašega zobozdravnika v Ustni medicini?«). Če izdajatelj vsebine, kot izjavljeno, ni predvajal proti plačilu (ob tem se Agencija, brez vpogleda v izdajateljeve pogodbe o poslovanju, nasloni na zakonsko dikcijo, ki promocijski namen komercialnih sporočil razlaga tudi kot njihovo predvajanje proti *drugemu podobnemu nadomestilu*, in na tem mestu izpelje presumpcijo, ki temelji na zaznavi, da je bilo logotip oglaševalca v času trajanja zadevnega postopka moč najti tudi na izdajateljevi spletni strani <http://www.vaskanal.com/>) in je bil njegov namen izključno informativno-svetovalne narave, torej ponuditi gledalcu »verodostojno in zaupanja vredno informacijo«, potem bi se moral izogniti objavi konkretnega imena ponudnika, še več, na zaslону ne bi smel direktno prikazovati kontaktnih podatkov izvajalca zdravstvene dejavnosti (naslov, spletna stran, telefonska številka, vse ob 18:30:40). Takšnega promocijskega navajanja ne gre razumeti drugače kot akt »direktne prodaje« in »direktnega povabila k naročanju na določeno storitev«, kar je za Agencijo, v nasprotju z zanikanjem izdajatelja, nesporni dokaz o obstoju promocijskega namena. O svetovalni programski vsebini namreč govorimo izključno takrat, ko tovrstne oddaje s področja vsakdanjega življenja in dela nikakor niso povezane s predstavljanjem *določenih* izdelkov oziroma storitev. V tu obravnavanem primeru gre namreč za zavajanje gledalca, saj je ta prek podaje splošno zanimivih tem v resnici nagovarjan kot potrošnik – izve izključno za storitve *enega* ponudnika zdravstvene dejavnosti in še to v obliki »novinarskega prispevka«, napram kateremu tudi sicer goji višjo stopnjo zaupanja. Zanimariti pa ne gre niti dejstva, da je bila voditeljica intervjuja v oglasnem sporočilu v preteklosti del izdajateljeve kadrovske ekipe, zadolžene za oglaševanje, zdaj, kot v svoji izjavi pojasni izdajatelj, sicer sodeluje le še kot zunanja sodelavka.

Da pa gre tudi po vsebini za prepovedano predvajanje avdiovizualnega komercialnega sporočila za samo zdravstveno dejavnost, Agencija izpelje že v svojem pozivu k izjasnitvi. Kot določa Zakon o zdravstveni dejavnosti (Uradni list RS, št. 23/05-UPB, z vsemi nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami; v nadaljevanju: ZZDej), zdravstvena dejavnost obsega ukrepe in aktivnosti, ki jih po

medicinski doktrini in ob uporabi medicinske tehnologije opravljajo zdravstveni delavci oziroma delavke in zdravstveni sodelavci oziroma sodelavke pri varovanju zdravja, preprečevanju, odkrivanju in zdravljenju bolnikov in poškodovancev. V zadevnem primeru se oglašuje točno določenega izvajalca zdravstvenih storitev (kot npr.: »Ustna medicina je klinika za celostno zobozdravstvo iz Ljubljane [...] oktobra 2015 je Ustna medicina razširila svoje delovanje tudi na področje Dolenjske ...«), tj. njegovih aktivnosti, ki jih po medicinski doktrini in ob uporabi medicinske tehnologije (večkrat slikovno podprto s kadri izvajalcev zdravstvene dejavnosti) z namenom varovanja zdravja opravljajo zdravstveni delavci v skladu s sprejeto zdravstveno doktrino in kodeksom medicinske deontologije (kot npr. poimenska navedba dr. Sebastjan Perko, dr. Matej Pirtovšek, dr. Simon Bele in neposredni nagovor gledalca: »Mi smo celo pripravili devet vprašanj za zobozdravnika, katerega lahko gledalci in gledalke pogledajo na naši spletni strani.«, grafično podprto z izpisom spletne strani www.ustna-medicina.com). Na podlagi vseh zgoraj obravnavanih znakov krivega dejanja Agencija ugotavlja, da je izdajatelj kršil drugi odstavek 22. člena ZAvMS.

(4)

V zvezi z drugo storjeno kršitvijo, ki je predmet tukajšnjega postopka, je Agencija že predhodno ugotovila, da gre za posledico zgornjega predvajanja avdiovizualnega komercialnega sporočila za zdravstveno dejavnost (v trajanju 12 minut in 47 sekund), ko je skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje dne 16. 5. 2017, od 18. do 19. ure, znašal 19 minut in 23 sekund, kar pomeni prekoračitev za 7 minut in 23 sekund. Agencija na tem mestu sledi izjavi izdajatelja v delu, ko ta prekoračitev opravičuje z nenamerno zmoto pri opredelitvi programske vsebine iz 3. točke te odločbe, zaradi česar je posledično tudi prišlo do prekoračitve oglaševalskega deleža. Kot relevantno pa upošteva tudi navedbo, da izdajatelj sicer z vso potrebno skrbnostjo načrtuje trajanje oglasnih blokov, kar nenazadnje izkazuje tudi že zgoraj ugotovljeno dejstvo, da izdajatelj pred tukajšnjim inšpekcijskim organom v zvezi s tem še ni bil obravnavan. Agencija tako nima nobenega razloga, da temu ne bi verjela, saj dejstva, da izdajatelj za tovrstno kršitev še ni bil obravnavan, kot samega izpričanega dejstva nenamerne zmote in okoliščin kršitve izkazujejo, da je do prekoračitve prišlo izključno kot posledica predvajanja avdiovizualnega komercialnega sporočila za zdravstveno dejavnost. Njegova dolžina (na tem mestu v celoti zanemarjeno dejstvo absolutne prepovedi predvajanja tovrstnih oglasnih sporočil – kot obrazloženo zgoraj, absolutna prepoved oglaševanja zdravstvene dejavnosti in promocijskega namena »svetovalnih« oddaj) namreč po časovnem obsegu že sama po sebi presega zakonsko dovoljenih dvanajst minut oglaševalskega deleža znotraj posamezne ure in tako že sama po sebi predstavlja kršitev zakonske omejitve. Sledeč zgoraj navedenemu stališču Agencije, je možno izpeljati zaključek, da bi ob nevrševanju dolžine spornega avdiovizualnega komercialnega sporočila, oglaševalski delež znotraj zadevne ure znašal 396 sekund, torej bistveno manj kot je še dovoljena zgornja meja oglaševanja znotraj posamezne ure. Zgoraj izčrpno razdelano dejstvo, da izdajatelj ni namenoma prekoračil obsega dovoljenega oglaševanja, pa sicer v ničemer ne spremeni prvotno ugotovljenega dejanskega stanja, ki mu tudi sam izdajatelj v ničemer ne oporeka, in sicer da je bil v zgoraj navedenem časovnem intervalu kršen prvi odstavek 32. člena ZAvMS.

Agencija tako na podlagi vsega navedenega v obrazložitvi te odločbe ugotavlja, da je izdajatelj dne 16. 5. 2017, od 18:18:00 do 18:30:47, ko je predvajal avdiovizualno komercialno sporočilo za zobozdravstveno kliniko Ustna medicina, kršil drugi odstavek 22. člena ZAvMS, ki določa absolutno

prepoved oglaševanja zdravstvenih storitev ter zdravstvene dejavnosti in njenih izvajalcev. Posledično je skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v zadevnem časovnem intervalu, tj. dne 16. 5. 2017, od 18. do 19. ure, znašal 1163 sekund (19 minut in 23 sekund), s čimer je izdajatelj kršil tudi prvi odstavek 32. člena ZAvMS, ki določa, da skupni obseg televizijskega oglaševanja in televizijske prodaje v televizijskem programu ne sme preseči dvanajst minut v okviru vsake posamezne ure.

(5)

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, njegove že sprejete ukrepe in zahtevnost odprave ugotovljenih kršitev. Ker gre za storitev enkratnega krivega dejanja, ki ga za nazaj ni moč odpraviti, je pa možno njegovo ponovitev v prihodnje v celoti preprečiti, tako da izdajatelj ne predvaja avdiovizualnih komercialnih sporočil za zdravstveno dejavnost oziroma storitev, Agencija ocenjuje, da je takšne potencialne kršitve mogoče odpraviti oziroma preprečiti v roku, ki je naveden v prvi točki izreka te odločbe.

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.: 43/07-UPB1, z nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami) in je s tem tudi utemeljena.

Agencija je v postopku ugotovila, da posebni stroški postopka niso nastali niti jih ni uveljavljal sam izdajatelj, zato je na podlagi 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, z vsemi 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. 109/12, z vsemi nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami; v nadaljevanju: ZEKom-1) je ta odločba dokončna.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU: 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.



Petra Zupančič
Odgovorna oseba:
Petra Zupančič

pooblaščenca uradna oseba Agencije

Vročiti: TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o., Podbevska ulica 12, 8000 Novo mesto – osebna vročitev po 87. členu v povezavi z 91. členom ZUP.