



AKOS

AGENCIJA ZA KOMUNIKACIJSKA
OMREŽJA IN STORITVE
REPUBLIKE SLOVENIJE

Številka: 06121-13/2016/7

Datum: 21. 2. 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 Planet TV, izdajateljici družbi Antenna TV SL d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana, ki jo skupno zastopajo direktorji Tina Česen, Petra Šušteršič, Samo Jošt in Vladan Anđelković, po uradni dolžnosti, izdaja naslednjo

ODLOČBO

1. Družba Antenna TV SL d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana, izdajateljica televizijskega programa Planet TV, mora v roku **petih (5) dni** od vročitve te odločbe v svetovalni oddaji izobraževalne programske zvrsti *Zdravnik svetuje* prenehati s promocijskim umeščanjem zdravstvenih storitev ter izvajalcev zdravstvene dejavnosti in z vsakim promocijskim umeščanjem drugih izdelkov oziroma storitev.
2. Družba Antenna TV SL d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana, mora najkasneje do izteka roka iz prve in druge 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 Antenna TV SL d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: izdajatelj), izdajateljico televizijskega programa Planet TV, po prejeti prijavi domnevne kršitve 22. člena ZAvMS, začela postopek inšpekcijskega nadzora ter pri tem ugotovila domnevno nespoštovanje določb prve alineje tretjega odstavka 26. člena ZAvMS in drugega odstavka 22. člena ZAvMS v povezavi s sedmim odstavkom 26. člena ZAvMS, v oddaji *Zdravnik svetuje*, ki je bila predvajana dne 6. 5. 2016, od 14:46:58 do 15:38:29, na programu Planet TV.

Prva alineja tretjega odstavka 26. člena ZAvMS določa, da je promocijsko umeščanje izdelkov dovoljeno v kinematografskih delih, filmih, igrano-dokumentarnih filmih, nanizankah in nadaljevankah, narejenih za avdiovizualne medijske storitve, športnih in zabavnih programskih vsebinah.

Drugi odstavek 22. člena ZAvMS določa, da so avdiovizualna komercialna sporočila za zdravstveno dejavnost, zdravstvene storitve ali za izvajalce zdravstvene dejavnosti prepovedana. Nadalje pa sedmi odstavek 26. člena ZAvMS med drugim določa, da je prepovedano promocijsko umeščanje

izdelkov, za katere velja prepoved oglaševanja oziroma avdiovizualnih komercialnih sporočil po tem ali drugih zakonih. Promocijsko umeščanje izdelkov v skladu s sedemnajsto točko 3. člena ZAvMS pomeni kakršnokoli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočanja, ki vključuje izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko ali sklicevanje nanje, tako da se jih pokaže v programski vsebini, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo.

(1)

Agencija je na podlagi lastnih posnetkov televizijskega programa Planet TV ugotovila, da se je dne 6. 5. 2016, od 14:46:58 do 15:38:29, v skladu z Metodologijo nadzorstva avdiovizualnih medijskih storitev in radijskih programov (Uradni list RS, št. 31/12; v nadaljevanju: Metodologija) predvajala svetovalna oddaja izobraževalne programske zvrsti z naslovom Zdravnik svetuje, ki je nastala v produkciji izdajatelja in kjer promocijsko umeščanje v skladu s prvo alinejo tretjega odstavka 26. člena ZAvMS sploh ni dovoljeno. Tako kot sploh ni dovoljeno promocijsko umeščanje zdravstvenih storitev ter zdravstvene dejavnosti in njenih izvajalcev, kot to določa drugi odstavek 22. člena ZAvMS v povezavi s sedmim odstavkom 26. člena ZAvMS. Da gre v obravnavani programski vsebini (tudi) za promocijsko umeščanje nezanemarljive vrednosti, tj. zdravstvenih storitev (Sanus Statera, zasebno alternativni medicinski center), je Agencija ugotovila na podlagi izdajateljeve označitve z vizualnim simbolom »P« na začetku, po prekinitev in na koncu oddaje.

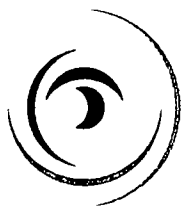
Agencija je zaradi ugotovitve dejstev in okoliščin izdajatelja z dopisom št. 06121-13/2016/5, z dne 5. 1. 2017, seznanila z vsemi ugotovljenimi dejstvi in okoliščinami ter predložila dokaze k obema domnevno storjenima kršitvama z zakonsko urejenega področja avdiovizualnega komercialnega sporočanja in znotraj tega promocijskega umeščanja izdelkov – tako s stališča **medija umestitve (tj. žanra programske vsebine)**, kot s stališča **predmeta umestitve (tj. zdravstvene dejavnosti oziroma zdravstvene storitve)**. Izdajatelj je bil pozvan k podaji pisne izjave v zvezi s predmetom nadzora.

(2)

Agencija je v roku, dne 13. 1. 2017, s strani izdajatelja prejela pisno izjasnitev, ki jo vodi pod opravilno št. 06121-13/2016/6, in v kateri se izdajatelj strinja z ugotovitvijo Agencije, da gre za svetovalno oddajo ter pri tem zmotno zapiše »kontaktno oddajo«, katere del so tudi prispevki s terena in vprašanja gledalcev, ki pokličejo v studio. Izdajatelj k očitnemu prispevku domnevne kršitve (predvajan ob 14:48:32) še navede, da strokovnega gosta, zdravnika podrobneje predstavijo, zaradi njegove kredibilnosti pa tudi povejo, od kod prihaja. K drugemu očitnemu prispevku (predvajan ob 14:55:30) pa izdajatelj navede, da strokovni gost v njem predstavi možnosti preiskav, ki jih imajo na voljo nosečnice, s predstavitev pa nadaljuje tudi v kasneje predvajanem prispevku (ki ni predmet postopka tu). Izdajatelj v splošnem še povzame, da so zaradi zagotavljanja strokovnosti in avtentičnosti oddaje na ta način predstavljeni primeri iz dejanske prakse in zanika, da bi bil namen »navedene ustanove« v njeni »samo promociji« oziroma »oglaševanju«.

(3)

Agencija je izdajateljevo izjasnitev temeljito preučila in ugotavlja, da izdajatelj na načelni ravni oporeka samo namenu (promocijske) umestitve zdravstvene dejavnosti, ki naj ne bi bila v promociji



te dejavnosti, ampak izključno v zagotavljanju strokovnosti in avtentičnosti strokovnega gosta in s tem celotne oddaje. Pri tem pa izdajatelj zanemari oziroma se ne opredeli do ključnih ugotovitev Agencije, ki so mu bile poslane v izjasnitev. Preden Agencija v nadaljevanju ponovno poda ključne ugotovitve glede očitanih kršitev promocijskega umeščanja izdelkov oziroma storitev v programsko vsebino, kjer to ni dovoljeno in samega predmeta, tj. zdravstvene storitve, umestitve, katere vsaka promocija je prepovedana, na tem mestu zavrača izdajateljeve poskuse presojanja promocijskega namena umestitve, ker Agencija na podlagi ugotovljenih dejstev zadevne programske vsebine ne more presojati s stališča dovoljenega promocijskega umeščanja izdelkov. S tem, ko izdajatelj akt promocijskega umeščanja v programski vsebini sam označi in njegov obstoj v izjavi ne zanika, Agencija to razume kot nesporen dokaz njegovega obstoja v programski vsebini, kjer ta oglaševalska praksa sploh ni dovoljena. Ravno tako velja tudi za samo umeščeno zdravstveno dejavnost, katere promocijski namen nikakor ni vprašljiv, saj bi bila kredibilnost oddaje, ki naj bi ji sledil izdajatelj, dosežena tudi z navedbo ustanove, od koder gost prihaja, tj. brez podkrepitve promocijskih prispevkov, ki v posameznih segmentih, sploh niso neposredno strokovno povezani s profesijo gosta, in torej ne sodijo v kontekst vsebine in so s tem neutemeljeni. Vse zgoraj omenjene navedbe bodo podrobneje, skupaj z dokazi, pojasnjene v nadaljevanju.

Po ugotovitvah Agencije, ki jim izdajatelj ne nasprotuje, gre torej v zadevni oddaji za **žanr svetovalne oddaje izobraževalne programske zvrsti, kjer (kakršnokoli) promocijsko umeščanje** v skladu s prvo alinejo tretjega odstavka 26. člena ZAVMS **ni dovoljeno**. Da gre v obravnavani programski vsebini (tudi) za promocijsko umeščanje izdelkov nezanemarljive vrednosti, je Agencija ugotovila na podlagi izdajateljeve označitve z vizualnim simbolom »P« na začetku, po prekinitvah in na koncu oddaje. V skladu s sedemnajsto točko 3. člena ZAVMS pomeni promocijsko umeščanje izdelkov kakršnokoli obliko avdiovizualnega komercialnega sporočanja, ki vključuje izdelek, storitev ali njuno blagovno znamko ali sklicovanje nanje, tako da se jih pokaže v programski vsebini, v zameno za plačilo ali podobno nadomestilo. Agencija je torej, tako kot izdajatelj, ugotovila, da je obravnavana oddaja namenjena izobraževanju gledalca na tematskem področju materinstva, nosečnosti in poroda. V ta namen voditelj v studiu gosti dva gosta, s katerima, tako z zornega kota stroke (zdravnik) kot z zornega kota osebe z izkušnjami (mamica) obravnava vprašanja, ki se dotikajo teme omizja. Interaktivnost oddaje je zagotovljena z nagradno igro (ali gre za brezplačno pridobitev nagrade zanemarljive vrednosti, Agencija na tem mestu, tj. brez vpogleda v pogodbo med izdajateljem in dobaviteljem, ki je prvi v izjavi ni predložil, ne more ugotoviti; zato presumpcija, da gre za promocijsko umestitev izdelka v vsebino, ki je, kot ugotovljeno, ustrezno označena z vizualnim simbolom »P«) in možnostjo klica v studio, preko katerega lahko gledalci neposredno zaprosijo za nasvet v zvezi s svojo izkušnjo oziroma težavo. Tovrstne oddaje *a priori* ne smejo biti povezane s predstavljanjem kakršnihkoli izdelkov oziroma storitev, kot je to v primeru analizirane oddaje, katere del sta tudi dva promocijska prispevka medicinsko alternativnega centra Sanus Statera, ob 14:48:32 in ob 14:55:30, ki pomenita neposredno promocijo oziroma pospeševanje prometa zadevne zdravstvene storitve. Agencija namreč zavrača izdajateljeve navedbe, da naj bi šlo v primeru prvega prispevka za zagotavljanje kredibilnosti oddaje, saj bi bil ta namen lahko dosežen tudi brez navajanja promocijskih referenc zdravstvene dejavnosti (npr. navajanje kontaktnih in *prodajnih* podatkov ali pa referenc, ki pomenijo neposredno spodbujanje nakupa: »Torej, v našem medicinskem centru Sanus Statera ponujamo nosečnicam ...«, podrobneje gl. sp.), ki neposredno nimajo nobene teže pri zagotavljanju kredibilnosti strokovnega gosta, kot to navaja izdajatelj. Agencija v zvezi s prispevkom, ki je bil predvajan ob 15:04:48, in na katerega se v izjavi še sklicuje izdajatelj, pojasnjuje, da navedeni



prispevek ni predmet zadevnega postopka, ker pri njem ni bil ugotovljen sum storitve kršitve. Prepovedano promocijsko referenco pa ravno tako predstavlja tudi voditeljeva pozitivna afirmacija zdravstvene storitve v napovedniku enega izmed promocijskih prispevkov, kot npr.: »Za začetek pa si pogledjmo, kje lahko to zadevo opravite varno, dobro, strokovno in seveda v prijaznem okolju.« (ob 14:48:22). Poleg vsega navedenega pa je v oddaji mogoče zaslediti tudi promocijsko umestitev logotipa ponudnika zdravstvenih storitev Sanus Statera na ekranu za hrbtnom govorcev, npr. ob 15:36:09.

Promocijsko umeščanje izdelkov oziroma storitev v analizirano programsko vsebino, prepoznano kot žanr svetovalne oddaje izobraževalne programske zvrsti, pomeni kršitev prve alineje tretjega odstavka 26. člena ZAvMS.

Izdajatelj ravno tako v ničemer ne oporeka ugotovitvam Agencije v delu, da je predmet zgoraj navedenih promocijskih prispevkov **promocijska umestitev** – oglaševalska praksa, ki jo kot tako, kot že ugotovljeno, v analizirani oddaji pravilno, na začetku, po prekinitvah in na koncu, označi sam izdajatelj – **zdravstvene dejavnosti oziroma zdravstvenih storitev in je kot ena izmed oblik avdiovizualnega komercialnega sporočila za tovrstne storitve prepovedana**. Zdravstvena dejavnost na podlagi Zakona o zdravstveni dejavnosti (Uradni list RS, št. 23/05-UPB, z vsemi nadaljnjimi spremembami in dopolnitvami) 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. Agencija v nadaljevanju navaja nekaj konkretnih dokazov, neposrednih promocijskih prvin – tako besednih kot slikovnih – iz spornih prispevkov (kot so: navajanje kontaktnih podatkov, pripisovanje neutemeljenega pomena, tj. navajanje pozitivnih lastnosti in opisi številnih – glede na vsebino oddaje vsebinsko neupravičenih – storitev ponudnika zdravstvene dejavnosti), ki neposredno nimajo nobene zveze s tematiko oddaje, kot tudi ne z zagotavljanjem kredibilnosti in strokovnosti gosta oziroma oddaje, kot to v svoji izjavi trdi izdajatelj, pač pa ravno obratno, se tema oddaje izrablja za prepovedano promocijo zadevne zdravstvene dejavnosti:

- »Smo zasebno alternativni medicinski center na ulici Roberta Kukovca 15, v Mariboru.« (ob 14:48:32);
- »Imamo več dejavnosti: izvajamo medicino dela, prometa in športa, zobozdravstvo, ultrazvočno diagnostiko, ginekologijo, ukvarjamo se tudi z alternativo, kot so masaže z vodenom meditacijo in podobno.« (ob 14:49:09);
- »Torej v našem medicinskem centru Sanus Statera ponujamo nosečnicam oziroma parom že v zgodnji nosečnosti predstavitev vodenja nosečnosti, prehrane v nosečnosti, športnih in fizičnih aktivnosti v nosečnosti ... V nadaljevanju jim ponujamo več ultrazvočnih pregledov kot v osnovnem zdravstvu, kot so nihalna svetlina ...« (ob 14:55:30);
- Slikovne promocijske prvine – celozaslonski kadri logotipa in imena zdravstvene storitve (ob 14:48:32).

Promocijsko umeščanje – kot oblika avdiovizualnega komercialnega sporočila – zdravstvene dejavnosti, zdravstvene storitve ali izvajalcev zdravstvene dejavnosti pomeni kršitev drugega odstavka 22. člena ZAvMS v povezavi s sedmim odstavkom 26. člena ZAvMS.

Agencija tako na podlagi vsega navedenega v obrazložitvi te odločbe ugotavlja, da je izdajatelj v svetovalni oddaji izobraževalne programske zvrsti Zdravnik svetuje, dne 6. 5. 2016, s promocijskim umeščanjem zdravstvenih storitev ter zdravstvene dejavnosti in njenih izvajalcev kršil prvo alinejo

tretjega odstavka 26. člena ZAvMS in drugi odstavek 22. člena ZAvMS v povezavi s sedmim odstavkom 26. člena ZAvMS.

(4)

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. Promocijsko umeščanje zdravstvene dejavnosti v izobraževalno programsko vsebino, ki je po zakonu prepovedano, Agencija ocenjuje kot kršitev hujše vrste, saj se gledalca neposredno nagovarja kot potrošnika na izredno občutljivem področju varovanja zdravja in s tem povezanih pravic. Ker je narava pretežnega dela ugotovljenih kršitev, tj. žanr prispevka, takšna, da ne pomeni neposredne integriranosti v studijski del oddaje, Agencija ocenjuje, da je s tehničnega vidika takšne kršitve mogoče odpraviti 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.



Odgovorna oseba:
Petra Zupančič
Pooblaščená uradna oseba Agencije

Vročiti: Antenna TV SL d.o.o., Stegne 19, 1000 Ljubljana – po 87. čl. ZUP.