10. 4. 2008

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Product Placement

Nedávno proběhla tiskem zpráva o povolení product placementu. Jak už to bývá, realita je daleko složitější než novinový titulek a - upřímně řečeno - zpráva by stejně tak mohla být zprávou o zákazu této marketingové metody.

Je pravdou, že novela direktivy televize bez hranic, která po celé Evropské Unii stanoví právní minimum televizního vysílání (a která se nově jmenuje „Audiovizuální mediální služby bez hranic“), konstatuje jako východisko k problému product placementu: „Umístění produktu je již skutečností ve filmových dílech a v audiovizuálních dílech vytvořených pro televizi, ale členské státy tuto praktiku regulují různě. Pro zajištění rovných podmínek, a tím pádem i zvýšení konkurenceschopnosti evropského mediálního odvětví, je zapotřebí přijmout pravidla pro umístění produktu. Je užitečné mít pozitivní seznam, který povoluje umístění produktu v těch druzích obsahu, kde ovlivňování názoru nemá prvořadou funkci, a v případech, kdy není poskytována žádná (nebo jen zanedbatelná) úplata. Definice umístění produktu pokrývá jakoukoli podobu audiovizuálního obchodního sdělení, jež je tvořeno začleněním výrobku, služby, příslušné ochranné známky či zmínky o nich do pořadu, obvykle za úplatu nebo jinou protihodnotu. Je předmětem stejných kvalitativních pravidel a omezení jako reklama. Dále by mělo splňovat určité požadavky. Nesmí být ohrožena redakční odpovědnost a nezávislost poskytovatele mediálních služeb. Zejména nesmí způsob, jakým je výrobek zařazen do pořadu, vyvolávat dojem, že pořad nebo účinkující výrobek podporují. Kromě toho nesmí být výrobku poskytnuto „přílišné zvýraznění“. To znamená zvýraznění, které není odůvodněno redakčními požadavky pořadů nebo potřebou dodat pravděpodobnost. Rozhodujícím kritériem pro rozlišení mezi sponzorstvím a umístěním produktu je skutečnost, že při umístění produktu je zmínka o produktu začleněna do děje pořadu. Zmínky o sponzorech mohou být oproti tomu odvysílány během pořadu, avšak nejsou součástí děje.“

Tuto úvodní proklamaci či vysvětlení pak nový text konkretizuje tak, že umístění produktu se obecně zakazuje. To je základ a podstata. Jako výjimka z obecného zákazu je umístění produktu přípustné, pokud členské státy nerozhodnou jinak (!), ve filmových dílech, filmech a seriálech vyrobených pro audiovizuální mediální služby, v zábavných pořadech lehčího žánru a sportovních přenosech (ne však v pořadech pro děti), anebo v případech, kdy se neprovádí žádná platba, nýbrž se pouze bezplatně poskytují určité produkty nebo služby.

Pořady, které umístění produktu obsahují, musí splňovat přinejmenším všechny tyto požadavky:

- jejich obsah a v případě televizního vysílání jejich doba zařazení nejsou v žádném případě ovlivněny tak, aby tím byla dotčena odpovědnost a redakční nezávislost poskytovatele mediálních služeb;
- audiovizuální mediální služby nepodporují přímo nákup nebo pronájem produktů nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním těchto produktů nebo služeb za účelem jejich propagace;
- nepatřičně nezdůrazňují dotyčný produkt;
- diváci jsou jasně informováni o existujícím umístění produktu. Pořady obsahující umístění produktu jsou řádně označeny na začátku, na konci, a když určitý pořad pokračuje po reklamním přerušení, aby divák nemohl být žádným způsobem uveden v omyl. To státy nemusejí vyžadovat, když poskytovatel mediálních služeb neobdržel platbu nebo podobnou odměnu za umístění produktu.

Pořady nesmí v žádném případě obsahovat umístění tabákových výrobků nebo cigaret nebo umístění produktu podniků, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret a jiných

tabákových výrobků a též konkrétních léčivých přípravků nebo léčebných postupů, které jsou v členském státě, do jehož pravomoci spadá poskytovatel mediálních služeb, dostupné pouze na lékařský předpis.

Je zjevné, že tentokrát mají členské země a s nimi Česká republika velkou míru samostatnosti: mohou zakázat product placement anebo jej povolit v mantinelech směrnice. Je tedy na čase zahájit domácí debatu o tomto tématu !

JUDr. Filip Winter, advokát
110 00 Praha 1, Na Příkopě 25
www.akwinter.cz

© EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- Lze sjednat kupní smlouvu s „utajenou“ kupní cenou?
- Novela stavebního zákona: přehled změn a dopadů do praxe po dokončení legislativního procesu
- Energetická náročnost budovy jako cenotvorný faktor
- Přechodná ustanovení novely stavebního zákona – co s vydaným závazným stanoviskem a JES?
- Koncentrace řízení v aktuální judikatuře Nejvyššího soudu
- Aktuální závěry ÚS a ESLP k právům biologického otce (První část – judikatura Ústavního soudu ČR)
- Podílové spoluvlastnictví manželů po rozsudku SDEU ve věci C-300/25 Duftošek
- Předkupní právo jako možná past
- Sleva z kupní ceny vadné nemovitosti podle aktuální judikatury Nejvyššího soudu
- Povinnosti transparentnosti podle AI Actu
- Když rodič nepředá dítě - náhradní péče a úhrada nákladů podle novely rodinného práva