

Doporučený postup provozovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání v souvislosti s aplikací nové právní úpravy umístění produktu

V souladu s ustanovením § 10 zákona č. 132/2010 Sb. jsou pro provozovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání stanoveny následující povinnosti týkající se umístění produktu (tzv. product placement):

Umístění produktu v pořadech je přípustné pouze:

- a) v kinematografických dílech, ve filmech a seriálech vytvořených pro audiovizuální mediální služby na vyžádání nebo pro televizní vysílání, ve sportovních a zábavných pořadech, a to za podmínky, že se nejedná o pořady pro děti, nebo*
- b) v případech, kdy se neprovádí žádná platba, ale pouze se bezplatně poskytuje určité zboží nebo služby, zejména rekvizity nebo ceny pro soutěžící s cílem jejich využití v pořadu.*

Pořady obsahující umístění produktu musejí splňovat tyto požadavky:

- a) jejich obsah nesmí být ovlivněn tak, aby tím byla dotčena redakční odpovědnost a nezávislost poskytovatele audiovizuální mediální služby na vyžádání,*
- b) nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním tohoto zboží nebo služeb za účelem jejich propagace, a*
- c) nesmějí nepatříčně zdůrazňovat umístěný produkt.*

Pořady obsahující umístění produktu musejí být na začátku, na konci a v případě přerušeni reklamou rovněž po tomto přerušeni zřetelně označeny jako pořady obsahující umístění produktu, aby diváci nemohli být žádným způsobem uvedeni v omyl o povaze těchto pořadů. Povinnost podle věty první se nevztahuje na pořady, které nevyrobil nebo jejichž výrobu nezadal sám poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání nebo osoba, která je ve vztahu k poskytovateli audiovizuální mediální služby na vyžádání v postavení osoby ovládající nebo ovládané podle jiného právního předpisu.

Pořady nesmějí obsahovat umístění produktu, pokud se jedná o

- a) cigarety nebo jiné tabákové výrobky, nebo umístění produktu osob, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret nebo jiných tabákových výrobků, nebo*
- b) léčivé přípravky nebo léčebné postupy, které jsou v České republice dostupné pouze na lékařský předpis.*

SPIR jako samoregulační orgán pro oblast audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání (dále jen „AV služby“) doporučuje provozovatelům AV služeb dodržovat následující pravidla při označování pořadů obsahujících umístění produktu:

1. Každý pořad obsahující umístění produktu, by měl být označen alespoň piktogramem, sestávajícím z písmenné zkratky PP, a to v provedení bílých písmen na tmavém podkladu. Zkratka PP vychází z anglického výrazu „product placement“. Zvolena byla na základě doporučení Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.
2. Je přípustné uvést i označení zadavatele umístění produktu či bližší označení umístěného výrobku či služby.

3. Piktogram PP bude v okně přehrávače při každém svém uvedení umístěn po dobu minimálně 5 sekund alespoň u pravého dolního rohu okna. Piktogram musí být pro diváka dostatečně zřetelný.
4. Aby označování pořadů s umístěním produktu bylo pro diváky srozumitelné, je doporučeno pro dobu prvních tří měsíců od uvedení prvního pořadu s umístěním produktu v rámci dané AV služby doplňovat piktogram edukativním textem tohoto znění: „*Tento pořad obsahuje umístění produktu*“
5. Za případy „kdy se neprovádí žádná platba, ale pouze se bezplatně poskytuje určité zboží nebo služby“ lze považovat i obvyklé barterové obchody, tzn. nákup produktu za účelem umístění tohoto produktu v pořadu, kdy kupní cena je hrazená zápočtem s pohledávkou za umístění daného produktu.

Při umístění produktu je dále doporučeno dodržovat tato pravidla:

1. Neopodstatněně nezmiňovat produkt nad rámec dějového kontextu s cílem na produkt upozornit a vzbudit divákův zájem o produkt.
2. Nevyzdvihovat kvality produktu.
3. Nekumulovat v pořadu nad obvyklou míru výskyt jediného produktu.
4. Uvádět kontakt (adresu, www stránku, telefonní kontakt) na prodejce produktu či poskytovatele služby, ledaže by se jednalo o zobrazení těchto prvků v rámci běžného zobrazení výrobku/provozovny.
5. Nezdůrazňovat nad míru přiměřenou produkt obrazovými prostředky bez zjevného dramaturgicko-režijního opodstatnění.

Výše uvedená pravidla budou případně upravena v návaznosti na zkušenosti praxe a na výsledky konzultací s příslušnými regulačními orgány.

Příklad označování umístění produktu v pořadech naleznete [zde](#). Toto označení je pro členy SPIR volně použitelné v rámci jejich služeb.

Komise samoregulátora

Pro další informace se obračejte na:

Kateřina Hruběšová

Výkonná ředitelka SPIR

Tel: 224 251 250, 777 306 151

e-mail: katerina.hrubesova@spir.cz