

NESEHNUTÍ z.s.

Mgr. Lucie Čechovská, jednatelka spolku

Křížová 463/15

603 00 Brno

(odesláno e-mailem na zenskaprava@nesehnuti.cz)

ČÍSLO JEDNACÍ
KULK 97164/2019
SO/OKŽÚ/594/2019

OPRÁVNĚNÁ ÚŘEDNÍ OSOBA/LINKA/E-MAIL
Jaroslav Horáček/641
jaroslav.horacek@kraj-lbc.cz

LIBEREC
30. 12. 2019

Vyrozumění účastníka řízení

Krajský úřad Libereckého kraje, správní odbor, oddělení krajský živnostenský úřad, podle § 42 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů,

o z n a m u j e:

podle § 76 odst. 3 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, ve znění pozdějších předpisů, vás vyzumíváme

o o d l o ž e n í věci - přestupku,

který měl být spáchán podezřelou právnickou osobou **PIVOVAR SVIJANY a.s., IČO 25035207**, sídlo Svijany 25, 463 46 Svijany v reklamě uvedené dne 08.04.2018 na facebookové stránce „@Svijany“ při nabídce prodeje piva Svijany v pivních plechovkách o objemu 2 litry ve speciální edici „nejen pro chlapy“, s využitím prvku sexismu v zobrazení mladých žen ve spodním prádle, tedy principu „sex sells“ bez zjevné přímé souvislosti s prodávaným produktem. V porovnání s uvedenou reklamou byla šetřena i reklama uvedená dne 04.02.2018 na téže facebookové stránce zobrazující muže-sportovce.

Krajský úřad Libereckého kraje, správní odbor, oddělení krajský živnostenský úřad jako orgán dozoru podle § 7 písm. i) zákona o regulaci reklamy, po zahájení kontrole a provedeném šetření věci shledal, že došlý podnět neodůvodňuje zahájení řízení o přestupku, neboť obě šetřené reklamy

a) byly podrobeny testu diskriminace z důvodu pohlaví nebo z důvodu obtěžování s negativním výsledkem. Šetřením bylo prokázáno nepřímé zobrazení ženského těla v aktivní pozici v souvislosti s nabízeným produktem, respektive je zobrazeno v prostředí, které s výrobou piva souvisí. Forma sexismu nepůsobí zásadně negativně na osoby s běžným cítěním, reklama nemá potenciál negativně dopadnout na dané pohlaví. Reklama se nijak nepodílí na vytváření nepříznivého prostředí vůči danému pohlaví. Zásah reklam do osobnostních práv zúčastněných osob nedosahuje takové intenzity, která by zásadně ovlivnila jejich postavení ve společnosti. Rovněž působení uvedených reklam navenek bylo ve větší míře prokázáno pouze na sociální síti facebook a nedosahuje rozsahu, který by odůvodňoval uplatnění zákonného zásahu proti nim.

b) byly podrobeny testu snižování lidské důstojnosti v reklamě s negativním výsledkem. Šetřené reklamy neobsahují prvky pornografie (neboť neuráží cit pro sexuální slušnost, nezpůsobují morální pohoršení osobě s běžným cítěním) a nesnižují obecně nepřijatelným způsobem mravnost (neboť

nejsou vnímány zásadně negativně většinou částí společnosti). Lze uzavřít, že sexismus použitý zpracovatelem reklamy v obou facebookových příspěvcích, nedosahuje takové intenzity, aby došlo ke snižování lidské důstojnosti jak osob zúčastněných na reklamě, tak širšího okruhu osob, které jsou adresáty uvedených příspěvků.

Provedeným šetřením nebylo zjištěno nic, co by umožnilo orgánu dozoru potvrdit podezření na porušení § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, které stanoví, že reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy. Orgán dozoru, aniž by ve věci zahájil řízení o přestupku, vydal dne 30.12.2019 usnesení o odložení věci a věc odložil.

Děkujeme za podání podnětu.

JUDr. Jiří Němec
vedoucí správního odboru