

# Návrh zákona, kterým se mění zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy - omezení tabákové reklamy

Cílem navrhované úpravy je zpřesnění a zpřísnění regulace reklamy a prodeje tabákových výrobků. Kouření je velmi závažný jev, který má negativní dopad na kvalitu života jednotlivce i celé společnosti. Závažnost kouření je tak obrovská, že je třeba čelit vzniku nových závislostí zejména u mládeže i legislativní formou. Návrh novely se nachází v PS ve 2. čtení - obecná rozprava a je navržen na pořad 10. schůze.

PARLAMENT ČESKÉ REPUBLIKY

Poslanecká sněmovna

2002

IV. volební období

8

Návrh

poslanců Josefa Janečka a Viléma Holáně

na vydání

zákona, kterým se mění zákon [40/1995 Sb.](#), o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona [468/1991 Sb.](#), o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů

# ZÁKON

ze dne .....2002,

kterým se mění zákon [40/1995](#) Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona [468/1991](#) Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů

Parlament se usnesl na tomto zákoně České republiky:

## Čl. I

Zákon [40/1995](#) Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona [468/1991](#) Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění zákona [258/2000](#) Sb., zákona [231/2001](#) Sb., zákona [256/2001](#) Sb., zákona [138/2002](#) Sb. a zákona č. /2002 Sb., se mění takto:

1. § 3 včetně nadpisu zní:

"§ 3

Tabákové výrobky

(1) Reklama na tabákové výrobky<sup>10</sup>) a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na tabákové výrobky, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak.

(2) Za reklamu na tabákové výrobky se pro účely tohoto zákona považuje také

a) distribuce tabákových výrobků zdarma, jejímž účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je propagace tabákového výrobku,

b) reklama, která se nezmiňuje přímo o tabákovém výrobku, ale využívá ochranné známky,<sup>1)</sup>

emblému nebo jiného charakteristického rysu tabákového výrobku, pokud dále není stanoveno jinak.

(3) Za reklamu na tabákové výrobky se nepovažuje užití ochranné známky<sup>1)</sup> tabákového výrobku registrované nebo užívané pro tabákové nebo jiné výrobky nebo služby před účinností tohoto zákona na reklamu jiných než tabákových výrobků nebo služeb. Přitom způsob, jakým je informace o výrobku nebo službě šířena, musí být zřetelně odlišen od způsobu šíření informace o tabákovém výrobku.

(4) Zákaz reklamy podle odstavce 1 se nevztahuje na

a) oznámení určená výlučně profesionálům v oblasti obchodu s tabákovými výrobky,

b) reklamu na tabákové výrobky ve specializovaných prodejnách tabákových výrobků nebo ve výkladní skříni a na přiměřené označení těchto prodejen,

c) reklamu na tabákové výrobky v provozovnách, ve kterých se prodává nebo poskytuje široký sortiment zboží nebo služeb, jedná-li se o reklamu umístěnou v té části provozovny, která je určena k prodeji tabákových výrobků,

d) prodej publikací obsahujících reklamu na tabákové výrobky, které jsou publikované a tištěné v třetích zemích, pokud nejsou především určeny pro trh v České republice.

(5) Reklama na tabákové výrobky podle odstavce 4 písm. a) až c) musí obsahovat zřetelné varování tohoto znění: "Ministerstvo zdravotnictví varuje: kouření způsobuje rakovinu", a to v rozsahu

nejméně 20 % reklamního sdělení. U písemné reklamy musí být text varování uveden na bílém podkladu uspořádaném podél spodního okraje reklamní plochy v rozsahu nejméně 20 % této plochy. Text musí být vytištěn černým velkým tučným písmem tak, aby dosáhl celkovou výšku nejméně 80 % výšky bílého podkladu. Reklama šířená audiovizuálním způsobem musí obsahovat titulky s varováním podle vět první a druhé.

(6) Reklama na tabákové výrobky podle odstavce 4 písm. a) až c) nesmí

a) být zaměřena na osoby mladší 18 let, zejména zobrazením těchto osob nebo užitím prvků, prostředků nebo akcí, které takové osoby převážně oslovují,

b) nabádat ke kouření slovy nebo například tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret nebo scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby.

(7) V reklamě podle odstavce 4 se zakazuje bezplatné dodávání vzorků tabákových výrobků široké veřejnosti, mající za cíl propagaci tabákového výrobku."

2. Poznámka pod čarou č. 11) se zrušuje.

Čl. II

Účinnost

Tento zákon nabývá účinnosti dne 1. července 2004.

Důvodová zpráva

Obecná část

Cílem navrhované úpravy je zpřesnění a zpřísnění regulace reklamy a prodeje tabákových výrobků. Kouření je velmi závažný jev, který má negativní dopad na kvalitu života jednotlivce i celé společnosti. Závažnost kouření je tak obrovská, že je třeba čelit vzniku nových závislostí zejména u mládeže i legislativní formou.

Kouření je na prvních příčkách mezi příčinami úmrtí v lidské populaci. Studie zabývající se závislostí mezi kouřením a úmrtností obyvatelstva dokumentují, že kouření je příčinou úmrtí zhruba u poloviny pravidelných kuřáků. Ve věkové kategorii 35-70 let je kouření příčinou úmrtí u 30 % našich občanů. Kouření však ohrožuje život nejenom kuřáků, ale i nekuřáků. Pouhý pobyt v zakouřených prostorách zvyšuje riziko onemocnění rakovinou nebo chronickými problémy dýchacího ústrojí u dospělých asi o 25 % a u dětí o celých 50 %. To jsou velmi alarmující údaje, které by nás neměly nechat klidnými. Co se týče podílu na nádorových onemocněních v naší populaci, kouření je příčinou 30% z nich a způsobuje 90 % nádorů plic. Kouření je také odpovědné za 20% všech potratů a mrtvě narozených dětí.

Je proto třeba odpovědně hledat odpověď na otázku, proč u nás na následky kouření denně umírá více než 60 lidí. Na počátku řetězce příčin se nacházejí tabákové koncerny, které nabízejí své produkty s pomocí velmi rafinované a účinné reklamy. S ohledem na tyto skutečnosti považujeme za neúnosné a rozporné se zájmy společnosti ponechat tak široké a neomezené pole pro reklamu na tabákové výrobky, jaké existuje nyní. Nepříjemná je především téměř neomezená možnost reklamy zaměřené na mladistvé, kteří jí vzhledem ke svému věku a vyspělosti podléhají mnohem snáze než

dospělý člověk. Drtivá většina kuřáků začíná s kouřením v mladistvém věku či v mladé dospělosti. V zemích, kde byla reklama zakázána, došlo k poklesu spotřeby cigaret až o několik desítek procent. U nás je vliv reklamy při získávání nových kuřáků velmi účinný, což lze doložit skutečností, že začínající kuřáci, tedy děti ve školním věku, kouří právě drahé značky výrazně podporované reklamou.

Kouření v průběhu 20. století dosáhlo takového rozměru, že se stalo jedním ze sebezničujících faktorů v lidské populaci. Jediný způsob jak tento trend zvrátit, je poznání a pravdivý přístup. Takový, který cigaretu označí jako prostředek k vážnému ohrožení zdraví. Aby každý, zejména mladý člověk věděl, že cigareta není symbolem štěstí a pohody, ale symbolem smrti.

Výskyt řady chorob lze do značné míry přiřadit kouření. Tuto skutečnost nepopírají ani producenti tabákových výrobků. Následující tabulka je převzata z materiálů zpracovaných na objednávku Philip Morris. Ukazuje kolik procent z vyjmenovaných onemocnění je způsobeno kouřením.

Muži Ženy  
% %

Novotvary

rtu, ústní dutiny, hltanu

91

52

jícnu

72

69

pankreatu

30

23

hrtanu

79

80

trachey, plic, bronchů

89

72

močového měchýře

43

27

ledvin a močového traktu

44

9

Kardiovaskulární choroby

Hypertense

26

14

ICHS

42

32

Ostatní srdeční onemocnění

26

14

Cerebrovaskulární choroby ve věku 35-64 let

52

47

Ateroskleróza

55

32

Dětské choroby do jednoho roku věku

Zkrácena doba těhotenství a nízká porodní váha

16

16

Respirační problémy novorozenců

16

16

Vzhledem k tomu, že Světová zdravotnická organizace i Světová banka doporučují zákaz reklamy na tabákové výrobky, je současný právní stav v rozporu se směřováním EU.

Je v rozporu i s duchem Listiny, která ve svém článku č. 32 zaručuje zvláštní ochranu dětí a mladistvých. Současný právní stav je dokonce v rozporu i s nově přijatým zákonem o reklamě, kde se v § 2 odst. 4 zakazuje reklama, která podporuje chování poškozující zdraví. Náš současný právní stav evidentně preferuje zájmy tabákového průmyslu před zájmem dětí a mladistvých. Tabákový průmysl musí každý rok získat minimálně 22 000 nových kuřáků, kteří by nahradili oněch 22 000 kuřáků, kteří v ČR v důsledku kouření každý rok předčasně zemřou. Díky masivní reklamě se mu to daří zejména mezi dětmi a mladistvými. Přibližně 90 % kuřáků začíná kouřit před osmnáctým rokem svého života, z čehož je zřejmé, že tzv. opatření na ochranu mládeže jsou často spíše opatřením na zmatení dospělé veřejnosti. Dokladem takového falešného opatření je skutečnost, že náš zákon zakazuje reklamu na cigarety ve vzdálenosti 300 m od škol, ale pouze v tom případě, že reklama je větší než 10 m čtverečných. Reklama menších rozměrů může být přímo na dveřích škol.

V České republice pravidelně kouří 10% dětí ve věku 13-14 let

20% dětí ve věku 15-16 let

90% kuřáků začíná kouřit před dovršením

18. roku věku.

Tyto děti přitom kouří z 80 % cigarety doporučené masivní reklamou.

Návrh zákona je v souladu s ústavním pořádkem ČR a normami evropského práva. Neklade nároky na státní rozpočet. Při přijetí návrhu zákona se dají očekávat výrazné úspory v oblasti výdajů na zdravotnictví a dávek státní sociální podpory. Není pravda, že je pro stát výhodné, když jeho občané dříve umírají, jak někdy cynicky argumentují ti, kteří chtějí zachovat současný rozsah reklamy na tabákové výrobky.

Vzhledem k jednoduchosti úpravy navrhovatelé žádají projednání návrhu podle § 90 odst. 2 zákona č. 90/ 1995 Sb., o jednacím řádu PSP ČR.

Zvláštní část

K bodu 1

Dosavadní úprava reklamu na tabákové výrobky obecně povolovala s tím, že ji na určitých místech a za určitých okolností omezovala.

V odstavci 1 se reklama na tabákové výrobky zakazuje, přičemž tento zákaz se nevztahuje na oznámení určená výlučně profesionálům v oblasti obchodu s tabákovými výrobky (s výjimkou reklamy v oblasti rozhlasového a televizního vysílání), na reklamu ve specializovaných prodejnách tabákových výrobků a na reklamu v provozovnách, ve kterých se poskytuje široký sortiment zboží nebo služeb s určitým omezením možnosti umístit reklamu. Dále se zákaz nevztahuje na prodej publikací obsahujících reklamu, pokud byly publikovány a tištěny v třetích zemích a nejsou určeny především pro trh ČR. Jako specifická forma reklamy se zakazuje i sponzorování, jehož přímým či nepřímým účinkem je propagace tabákových výrobků.

Odstavec 2 doplňuje obecnou definici na tabákové výrobky.

Odstavec 4 je negativním vymezením reklamy na tabákové výrobky.

V odstavci 5 se zachovává stávající úprava.

V odstavci 6 se upřesňují podmínky pro obsah reklamy.

V odstavci 7 se zakazuje bezplatné dodávání vzorků široké veřejnosti. Cigarety obsahují návykovou látku nikotin a několik set dalších příměsí. Při kouření vznikají karcinogenní látky způsobující závažná onemocnění, proto se stanoví zákaz bezplatného dodávání vzorků cigaret veřejnosti jako součást propagace tabákových výrobků.

K bodu 2

V souvislosti s novým zněním § 3, který již neřeší problematiku umístování velkoplošných plakátů v určité vzdálenosti od škol, je třeba vypustit text poznámky pod čarou č. 11) s odkazem na školský zákon a zákon o státní správě a samosprávě ve školství.

Čl. II Návrh stanoví účinnost zákona ke dni 1.7. 2004. Takto odložená účinnost umožňuje, aby již uzavřené smlouvy nemusely být měněny.

Josef Janeček v.r. Vilém Holář v.r.  
Současný platný právní stav je vyznačen kurzívou.  
Návrh nového znění je vyznačen tučně.

### § 3 Tabákové výrobky

(1) Reklama na tabákové výrobky<sup>10)</sup> nesmí

- a) být zaměřena na osoby mladší 18 let zejména užitím prvků, motivů, prostředků nebo akcí, které jsou takovým osobám převážně určené anebo volnou distribucí předmětů spojených s užíváním tabákových výrobků, které by byly přitažlivé pro osoby mladší 18 let,
- b) znázorňovat osoby mladší 18 let; v reklamě na tyto výrobky mohou být znázorněny pouze osoby, které jsou nebo se zdají být starší 25 let,
- c) být umístěna v tiskových médiích určených osobám mladším 18 let,
- d) být umístěna na velkoplošných plakátech ve vzdálenosti menší než 300 m od škol,<sup>11)</sup> dětských hřišť a podobných zařízení, která jsou určena především nezletilým; velkoplošnými plakáty se pro účely tohoto zákona rozumějí plakáty, jejichž plocha je větší než 10 m<sup>2</sup>,
- e) nabádat ke kouření slovy v imperativním tvaru nebo tím, že zobrazuje scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby.

(3) Reklama na tabákové výrobky musí obsahovat zřetelné varování tohoto znění: "Ministerstvo zdravotnictví varuje: kouření způsobuje rakovinu". Text varování musí být uveden na bílém podkladu uspořádaném podél spodního okraje reklamní plochy v rozsahu nejméně 20 % plochy. Text musí být vytištěn černým velkým tučným písmem tak, aby dosáhl celkovou výšku nejméně 80 % výšky bílého podkladu. Výška písma zdravotního varování musí být nejméně stejná jako výška písma úvodní věty.

### "§ 3 Tabákové výrobky

(1) Reklama na tabákové výrobky<sup>10)</sup> a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na tabákové výrobky, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak.

(2) Za reklamu na tabákové výrobky se pro účely tohoto zákona považuje také

- a) distribuce tabákových výrobků zdarma, jejímž účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je propagace tabákového výrobku,
- b) reklama, která se nezmiňuje přímo o tabákovém výrobku, ale využívá ochranné známky,<sup>1)</sup> emblému nebo jiného charakteristického rysu tabákového výrobku, pokud dále není stanoveno jinak.

(3) Za reklamu na tabákové výrobky se nepovažuje užití ochranné známky<sup>1)</sup> tabákového výrobku



registrované nebo užívané pro tabákové nebo jiné výrobky nebo služby před účinností tohoto zákona na reklamu jiných než tabákových výrobků nebo služeb. Přitom způsob, jakým je informace o výrobku nebo službě šířena, musí být zřetelně odlišen od způsobu šíření informace o tabákovém výrobku.

(4) Zákaz reklamy podle odstavce 1 se nevztahuje na

- a) oznámení určená výlučně profesionálům v oblasti obchodu s tabákovými výrobky,
- b) reklamu na tabákové výrobky ve specializovaných prodejnách tabákových výrobků nebo ve výkladní skříni a na přiměřené označení těchto prodejen,
- c) reklamu na tabákové výrobky v provozovnách, ve kterých se prodává nebo poskytuje široký sortiment zboží nebo služeb, jedná-li se o reklamu umístěnou v té části provozovny, která je určena k prodeji tabákových výrobků,
- d) prodej publikací obsahujících reklamu na tabákové výrobky, které jsou publikované a tištěné v třetích zemích, pokud nejsou především určeny pro trh v České republice.

(5) Reklama na tabákové výrobky podle odstavce 4 písm. a) až c) musí obsahovat zřetelné varování tohoto znění: "Ministerstvo zdravotnictví varuje: kouření způsobuje rakovinu", a to v rozsahu nejméně 20 % reklamního sdělení. U písemné reklamy musí být text varování uveden na bílém podkladu uspořádaném podél spodního okraje reklamní plochy v rozsahu nejméně 20 % této plochy. Text musí být vytištěn černým velkým tučným písmem tak, aby dosáhl celkovou výšku nejméně 80 % výšky bílého podkladu. Reklama šířená audiovizuálním způsobem musí obsahovat titulky s varováním podle vět první a druhé.

(6) Reklama na tabákové výrobky podle odstavce 4 písm. a) až c) nesmí

- a) být zaměřena na osoby mladší 18 let, zejména zobrazením těchto osob nebo užitím prvků, prostředků nebo akcí, které takové osoby převážně oslovují,
- b) nabádat ke kouření slovy nebo například tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret nebo scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby.

(7) V reklamě podle odstavce 4 se zakazuje bezplatné dodávání vzorků tabákových výrobků široké veřejnosti, mající za cíl propagaci tabákového výrobku.

## Další články:

- [Zákaz změny k horšímu \(reformace in peius\) se neuplatní u nákladových výroků](#)
- [Outsourcing ICT služeb dle nařízení DORA](#)
- [Zápis zániku vozidla bez doložení ekologické likvidace prostřednictvím řízení o přestupku](#)
- [Kombinovaná stavba opěrné zdi a oplocení bez povolení stavebního úřadu](#)
- [Bezdlužnost poskytovatele sociálních služeb po 1. 3. 2025](#)
- [Veřejné právo a obecní zřízení: Výbory zastupitelstva obce a jejich „funkční období“](#)
- [Správní právo: Vznik a zánik mandátu člena zastupitelstva kraje](#)
- [K \(ne\)použitelnosti kamerového záznamu pořízeného policejním orgánem v trestním řízení jako důkazu v řízení správním](#)
- [Pochybení NSS - zásadní precedens v oblasti elektronické komunikace](#)
- [Rozvod manželství a úprava poměrů nezletilého dítěte pro dobu rozvodu](#)
- [Změna podmínek nabývání českého občanství pro ruské občany v souvislosti s Lex Ukrajina VII](#)