

17. 3. 2016

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

Novelizace zákona o regulaci reklamy ve vztahu k ustanovení § 5d odst. 2

Dne 17. 8. 2015 vstoupila v účinnost novela zákona o regulaci reklamy. Prvotním impulsem změn bylo formální upozornění na základě čl. 258 Smlouvy o fungování Evropské unie v řízení pro porušení povinnosti č. 2013/2004. Evropská komise upozornila na nedostatečnou implementaci směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Komise České republiky vytkla zejména právní úpravu, která reguluje nad rámec Směrnice, či je duplicitní. Současně s tímto upozorněním Komise bylo nutno zákon o regulaci reklamy adaptovat na změny v oblasti „Food law“.

Dnem 13. prosince 2014 se stalo na území Evropské unie přímo použitelným Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a č. 1925/2006 (ES) a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES o sblížování právních předpisů členských států týkajících se označování potravin, jejich obchodní úpravy a související reklamy, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004 (dále v textu jen „Nařízení č. 1169/2011“).

Nařízení č. 1169/2011 zrušilo směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, přičemž bylo nutno v tomto kontextu provést změny, které se dotkly i zákona o regulaci reklamy. Konkrétně došlo ke změně ustanovení § 5d odst. 2, které je transpozicí právě zrušené směrnice 2000/13/ES.

V § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy bylo do účinnosti novely zakázáno, aby reklama na potraviny uváděla v omyl, a příkladným výčtem bylo uvedeno, čím lze v omyl uvádět (tím, že se potravině přisuzují vlastnosti, které potravina nevykazuje nebo tím, že se jí přisuzují vlastnosti prevence, ošetření či léčby lidských onemocnění nebo že takové vlastnosti pouze naznačuje).

Nové znění ustanovení § 5d odst. 2 je tak adaptačním ustanovením Nařízení č. 1169/2011. Nové znění tohoto ustanovení zní *„Reklama na potraviny[1] musí splňovat požadavky stanovené přímo použitelným předpisem Evropské unie o poskytování informací o potravinách spotřebitelům[2] a přímo použitelnými předpisy Evropské unie, které stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů[3]“*.

Nyní je tedy pouze konstatováno, že reklama na potraviny musí splňovat požadavky dané přímo použitelným předpisem EU týkajícím se poskytování informací o potravinách spotřebitelů. Toto neexplicitní vyjádření povinnosti není příliš komfortní, oproti předchozímu znění tohoto ustanovení, kdy byly povinnosti jasně vymezeny.

Jaké jsou však povinnosti vyplývající z tohoto neexplicitně vyjádřeného ustanovení. V recitálu šest Nařízení č. 1169/2011 je uvedeno, že pravidla Unie týkající se označování potravin platná pro všechny potraviny jsou stanovena ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES ze dne 20. března 2000 o sblížování právních předpisů členských států týkajících se označování potravin, jejich obchodní úpravy a související reklamy. Většina ustanovení uvedené směrnice pochází z roku 1978, a měla by být proto aktualizována.

Na šestý recitál obsahem pak navazuje dvacátý, který uvádí, že právní předpisy o poskytování informací o potravinách by měly zakázat používání informací, které by uváděly spotřebitele v omyl, zejména pokud jde o charakteristiky potravin, jejich účinky nebo vlastnosti, nebo které potravinám připisují léčebné vlastnosti. Má-li tento zákaz být účinný, měl by se vztahovat také na obchodní úpravu potravin a na související reklamu.

Jak tedy vyplývá z úvodu Nařízení č. 1169/2011, byla shledána nutnost novelizace potravinového práva ve vztahu ke spotřebiteli, přičemž je nutnost ochrany spotřebitele před uváděním v omyl, co se týče charakteristiky potravin a jejich vlastností mimo jiné ve vztahu k léčebným vlastnostem, jak při jejich uvádění na trh, tak v případě jejich propagace.

Jaká je tedy stávající úprava povinností vůči spotřebiteli v reklamě na potraviny? Tyto povinnosti upravuje článek sedm Nařízení č. 1169/2011, který stanoví v odstavci jedna, že informace o potravinách nesmějí být zavádějící, zejména pokud jde o charakteristiky potravin a zvláště o její povahu, totožnost, vlastnosti, složení, množství, trvanlivost, zemi původu nebo místo provenience, způsob výroby nebo získání. Dále je zakázáno připisováním účinků nebo vlastností, které dotčená potravin nemá. Další z povinností spočívá v zákazu vyvoláváním dojmu, že dotčená potravin má zvláštní charakteristiky, pokud všechny podobné potraviny mají ve skutečnosti stejné charakteristiky, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin.

Taktéž není možno vyvoláváním dojmu na základě vzhledu, popisu nebo vyobrazení, že je přítomna určitá potravin nebo složka, ačkoli ve skutečnosti byla určitá přirozeně se vyskytující součást nebo běžně používaná složka v této potravině nahrazena odlišnou součástí nebo složkou.

Dle odstavce dva sedmého článku musejí být informace o potravině být přesné, jasné a spotřebitelům snadno srozumitelné.

Odstavec tři pak vymezuje zákaz přisuzování léčebných účinků s výhradou odchylek stanovených v právních předpisech Unie, které se vztahují na přírodní minerální vody a na potraviny určené pro zvláštní výživu. Dle tohoto odstavce nesmějí informace o potravině připisovat jakékoli potravině vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat.

Odstavec čtyři tohoto článku explicitně vymezuje aplikaci předpisů ve vztahu jak k reklamě, tak na obchodní úpravu potravin, jejich tvar, vzhled nebo balení, použité obalové materiály, způsob jejich úpravy a místo vystavení.

Jak vyplynulo z textu výše, v novelizovaném § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy jsou nově stanovena i pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1151/2012, ze dne 21. listopadu 2012 o režimech jakosti zemědělských produktů a potravin; Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) 110/2008 ze dne 15. ledna 2008 o definici, popisu, obchodní úpravě, označování a ochraně zeměpisných označení lihovin a o zrušení nařízení Rady (EHS) č. 1576/89 a Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1308/2013 ze dne 28. ledna 2013, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin

Dle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1151/2012 článku 13 jsou zapsané názvy v rámci reklamy chráněny proti jakémukoli přímému či nepřímému obchodnímu použití zapsaného názvu pro produkty, na které se zápis nevztahuje za předpokladu, že pokud jsou tyto produkty

srovnatelné s produkty zapsanými pod tímto názvem nebo pokud je při používání tohoto názvu využívána pověst chráněného názvu, včetně případů, kdy jsou tyto produkty používány jako přísada. Další podmínka zamezuje jakémukoli zneužití, napodobení nebo připomenutí, a to i tehdy, je-li uveden skutečný původ produktů nebo služeb nebo je-li chráněný název přeložen nebo doprovázen výrazy jako "druh", "typ", "způsob", "jak se vyrábí v", "napodobenina" nebo podobnými výrazy, včetně případů, kdy jsou tyto produkty používány jako přísada. Nařízení pak zapovídá jakémukoli jinému nepravdivému nebo zavádějícímu údaji o provenienci, původu, povaze nebo základních vlastnostech produktu, který je použit na vnitřním nebo vnějším obalu, na reklamních materiálech nebo na dokladech týkajících se daného produktu, jakož i proti použití obalů, které by mohly vyvolat mylný dojem, pokud jde o původ produktu. Závěrem pak nařízení zabranuje všem ostatním praktikám, které by mohly spotřebitele uvést v omyl, pokud jde o skutečný původ produktu.

Dalším z nařízení, na které je odkázáno v rámci úpravy týkající se pravidel pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů je Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1308/2013. V článku 103 je vymezena ochrana ve vztahu k vínu.

Za porušení uvedeného ustanovení § 5 odst. 2 zákona o regulaci reklamy je možno zadavateli, dle tohoto zákona, uložit v souladu s ustanoveními § 8a odst. 2 písm. j) a § 8a odst. 6 písm. b); zpracovateli ustanoveními § 8a odst. 3 písm. i) a § 8a odst. 7 písm. b) pak pokutu až do výše 2 000 000 Kč podle závažnosti porušení povinností, a to i opakovaně.

Mgr. Jiří Hadaš, MBA

[1] Dle Čl. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin, v platném znění.

[2] Nařízení Evropského parlamentu a Rady 1169/2011/EU.

[3] Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 1151/2012. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) 110/2008. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 1308/2013.

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

Další články:

- [Nová „tlačítková“ povinnost pro e-shopy](#)
- [Digital Omnibus: Revoluce v datech, nebo jen nová zátěž pro podnikatele?](#)
- [Právní due diligence nemovitostí: na co se v praxi skutečně zaměřit](#)
- [Hmotněprávní opatrovník obchodní korporace: mezi efektivní ochranou a zásahem do korporační autonomie](#)
- [Zákon Lugového: jak Rusko přepisuje pravidla mezinárodních arbitráží](#)
- [Novelizace nařízení EU o odlesňování \(EUDR\)](#)
- [Prekluze důvodu neplatnosti VH](#)
- [Jak zahájit provoz mezinárodní letecké linky do České republiky \(EU\): právní požadavky pro aerolinky ze třetích zemí](#)
- [TOP 5 judikátů z korporátního práva za rok 2025](#)
- [Odštěpný závod zahraniční společnosti optikou NIS2: Jak správně určit velikost podniku?](#)

- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)