

5. 12. 2002

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

Podoby omezení reklamy alkoholu

Pokud jde o vlastní obsah uvedených restrikcí, je myslím dobře, že zde vzniká určitý tlak na obsahovou stránku alkoholových reklam, a je myslím také dobře, že u nás zatím není v této oblasti žádný striktní zákaz, jako v mnoha jiných zemích, například Loi Evin v neblaze tím proslulé Francii. Reklama na alkohol (i na tvrdý alkohol) tak může být vysílána i přes den a nezdá se, že by to vzbuzovalo nějakou společenskou nevoli.

Pokud jde o reklamu alkoholu, novela zákona o regulaci reklamy, která je účinná od 1. června 2002, zachovává dosavadní jistou stručnost a stanoví, že reklama na alkoholické nápoje:

- § nesmí nabádat k nestrádmému užívání alkoholických nápojů;
- § nesmí záporně či ironicky hodnotit abstinenci nebo zdrženlivost;
- § nesmí být zaměřena na osoby mladší 18 let, zejména nesmí tyto osoby ani osoby, které jako mladší 18 let vyhlížejí, zobrazovat při spotřebě alkoholických nápojů nebo nesmí využívat prvky, prostředky nebo akce, které osoby mladší 18 let oslovují;
- § nesmí spojovat spotřebu alkoholu se zvýšenými výkony;
- § nebo být užita v souvislosti s řízením vozidla;
- § nesmí vytvářet dojem, že spotřeba alkoholu přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu;
- § nesmí tvrdit, že alkohol v nápoji má léčebné vlastnosti nebo povzbuzující nebo uklidňující účinek anebo že je prostředkem řešení osobních problémů;
- § nesmí zdůrazňovat obsah alkoholu jako kladnou vlastnost nápoje.

Výše uvedená omezení se vztahují na každou reklamu, od letáků, přes billboardy a tisk až po rozhlas a televizi. Vedle nich ovšem existují ještě právní omezení, která se vztahují pouze na televizní a rozhlasové vysílání. Mediální zákon v § 52 totiž přináší (velmi nesystémově vložená) „zvláštní ustanovení o reklamě a teleshoppingu na alkoholické nápoje“, podle kterých reklama a teleshopping na alkoholické nápoje v rozhlasovém a televizním vysílání:

- § nesmějí být zaměřeny speciálně na mladistvé nebo zobrazovat mladistvé konzumující alkoholické nápoje,
- § spojovat spotřebu alkoholických nápojů se zvýšenými tělesnými výkony nebo řízením vozidla,
- § vytvářet dojem, že spotřeba alkoholických nápojů přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu,
- § tvrdit, že alkoholické nápoje mají léčebné, stimulační nebo uklidňující účinky nebo že jsou prostředkem řešení osobních konfliktů,
- § podporovat nestrádmou spotřebu alkoholických nápojů nebo ukazovat abstinenci nebo umírněnost v požívání alkoholických nápojů v nepříznivém světle,
- § zdůrazňovat vysoký obsah alkoholu jako pozitivní kvalitu alkoholického nápoje.

Jak je zjevné, jde v obou případech o totéž, jen řečeno jinými slovy. Důvod je prostý: obojí je přeložený text direktivy Televize bez hranic, přičemž text připravila dvě různá ministerstva. Takto tedy vypadá překlad téhož textu, pořízený dvěma překladateli. Z této jisté rozdílnosti úprav nejspíše nevzniknou právní problémy, avšak doklad o tom, že účinný lobbying se dnes má provádět přímo u překladatelů, je to nesporný.

Pokud jde o vlastní obsah uvedených restrikcí, je myslím dobře, že zde vzniká určitý tlak na obsahovou stránku alkoholových reklam, a je myslím také dobře, že u nás zatím není v této oblasti

žádný striktní zákaz, jako v mnoha jiných zemích, například Loi Evin v neblaze tím proslulé Francii. Reklama na alkohol (i na tvrdý alkohol) tak může být vysílána i přes den a nezdá se, že by to vzbuzovalo nějakou společenskou nevoli. A pivo je natolik akceptováno jako běžný nápoj, že ani jeho umístění před večerníček nezpůsobí rozčilení spotřebitelských organizací, jako by tomu bylo jinde ve světě.

Filip Winter
AK Winter & spol.

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

Další články:

- [Letiště a letecké stavby](#)
- [Nejvyšší správní soud vymezuje nové hranice zneužití práva u běžných nákladů na reklamu](#)
- [Limity dohledu nad výkonem znalecké činnosti](#)
- [Stavebníci získávají od roku 2026 silnější pozici v soudních sporech o povolení stavby](#)
- [Novela zákona o spotřebitelském úvěru: zásadní regulatorní přelom, který změní finanční trh i praxi poskytovatelů spotřebitelských úvěrů](#)
- [Regulace cen taxislužby v roce 2026: co se mění a jaké mají obce možnosti?](#)
- [Jaké klíčové změny přináší návrh novely stavebního zákona?](#)
- [Nový zákon o zbraních a střelivu](#)
- [Novela zákona o pyrotechnice: likvidace profesionálů namísto zmírnění negativních vlivů](#)
- [Nový zákon o zbraních - hlavní a vedlejší držitelé a změny v posuzování zdravotní způsobilosti](#)
- [Klientská zóna Jenda - právní účinky činění podání a doručování písemností](#)