

21. 10. 2005

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

Připravovaná novela zákona o regulaci reklamy

V takzvaném druhém čtení je nyní v poslanecké sněmovně zákon, který by měl novelizovat stávající zákon o regulaci reklamy. Podtrhnout ale musím skutečnost, že návrh novely je skutečně jen návrhem, který možná projde, možná projde s mnoha změnami a možná také bude smeten ze stolu.

Věci, které se týkají reklamy, jsou totiž poslanci často doplňovány a měněny, protože jde o věc, kterou každý zná z televize. Zákon přináší množství drobných změn, nejedná se v něm tedy o nějaké převratné zákazy, ale spíše o doladění existujících problémů.

V návrhu novely (který lze jako celek získat na www.psp.cz, číslo tisku 957) se objevují tyto základní návrhy změn stávajícího stavu:

Zákon především nově rozděluje, co je implementovaná direktiva EU a co domácí legislativa. Do EU patří předpisy Evropských společenství v oblasti regulace reklamy klamavé, srovnávací, na tabákové výrobky, na humánní léčivé přípravky, na veterinární léčivé přípravky, na potraviny a na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu; tuzemská je regulace reklamy uvádějící zvláštní nabídku, jakož i reklamy na alkoholické nápoje, na přípravky na ochranu rostlin, na střelné zbraně a střelivo a na činnosti v pohřebnictví.

Malé přesunutí závorky může mít velký dopad ! Zatímco nyní platí, že srovnávací reklamu lze cílit jen „na osoby oprávněné léčivé přípravky nebo zdravotnické prostředky předepisovat nebo vydávat anebo zdravotní péči poskytovat (dále jen "odborníci")", po novele by to mělo znít „osoby oprávněné tyto léčivé přípravky předepisovat nebo vydávat (dále jen „odborníci“) anebo tuto zdravotní péči poskytovat“. Našli jste rozdíl ? Ano, spočívá v tom, že „osoby poskytující péči“ už nebudou v kategorii odborníků. A dopady ? Například nemocnice budou moci přijímat dary v souvislosti s reklamou a na sestry nebude moci mířit reklama léků na předpis....

V reakci na vánoční aféru s výprodeji zákon nově zakazuje reklamu uvádějící zvláštní nabídku v případech, kdy prodávajícímu nebo zadavateli je známo, nebo může předpokládat, že není nebo nebude schopen zajistit nabízené zboží v množství, které odpovídá očekávané poptávce. Této povinnosti se ovšem zproští, pokud v reklamě uvede, jaké množství zboží bude v rámci zvláštní nabídky v jednotlivých provozovnách nabízeno k prodeji. Současně by měla přestat platit dosud univerzální větička „ platí do vyčerpání zásob“ a zvláštní nabídky by proto vždy měly nést údaj, od kdy do kdy platí.

V oblasti tabákových výrobků bude dopad rozšířen i na obchodní sdělení, jejichž nepřímým účinkem je propagace tabáku. Dosavadní definiční znak reklamy, kterým je cíl či úmysl určitého sdělení, je tak rozšířen i o nepřímý účinek, a to je velmi důležitá změna. Zákaz tabákové reklamy by tak najednou mohl dopadat třeba i na reklamu fernetu, ve které pán pokouje doutník anebo na reklamu pořadatele autozávodů, kde jsou vidět brandovaná auta. Zato dříve povolená „oznámení pro tabákové profesionály“ by měla být novelou rozšířena na reklamu (ano, reklamu, už ne oznámení), a to dokonce výslovně v periodickém tisku, neperiodických publikacích, na letáčích, plakátech nebo jiných tiskovinách nebo v elektronických prostředcích. Už vidím po mnoha letech opět televizní reklamu na cigarety, pravda, uvedenou slovy „Vážení trafikanti...“.

Novelizovaný zákon by měl podle textu nabýt účinnosti 31. července 2005, což, myslím, není už reálné. Znovu však musím připomenout, že není skutečně možné odhadovat, které z výše popsaných návrhů parlament schválí, které ne a zda vůbec bude novela schválena.

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

Další články:

- [Pokuta 32 mil. EUR pro Dacia/Renault - evropské soutěžní úřady tvrdě došlapují na no-poaching. Měla by Vaše společnost být na pozoru?](#)
- [Právo společníka na informace v s. r. o.: silný nástroj kontroly, ale ne bez hranic](#)
- [Kupní smlouva k nemovité věci bez určení kupní ceny: Nejvyšší soud koriguje katastrální praxi](#)
- [Společnost s podíly 50:50 - právní rizika patových situací a jejich smluvní řešení](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 34: Jednání za společnost - prokura](#)
- [Jak nastavit smlouvy s dodavateli podle nové právní úpravy kybernetické bezpečnosti?](#)
- [Jak soutěžní právo reaguje na pohlcování startupů technologickými giganty aneb fenomén vražedných akvizic](#)
- [Žaloba na fair exit vůči společníkům s. r. o. jednajícím ve shodě](#)
- [Reklamace vad stavby](#)
- [Hodnotící dotazníky jako obchodní sdělení v kontrolním plánu ÚOOÚ pro rok 2026](#)
- [Konec „severních ateliérů“? Nový stavební zákon otevírá dveře k rekolaudaci ubytovacích jednotek na plnohodnotné byty](#)