

21. 1. 2005

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

## Prodej tabákových výrobků

Předpisy z oblasti živnostenského práva nestanoví nijak výslovně obsah pojmu „specializovaná prodejna tabákových výrobků“. Prodej tabákových výrobků není podroben žádné zvláštní licenci a jejich zařazení do sortimentu, stejně jako přesná skladba tohoto sortimentu a určení toho, co se v které části provozovny bude prodávat.

Zákon o regulaci reklamy stanoví výjimku ze zákazu reklamy tabákových výrobků tak, že zákaz reklamy se nevztahuje na reklamu na tabákové výrobky ve specializovaných prodejnách tabákových výrobků nebo ve výkladní skříni a na přiměřené označení těchto prodejen, na 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.

Klíčové pojmy tohoto ustanovení, totiž „specializovaná prodejna tabákových výrobků“ a „část provozovny určená k prodeji tabákových výrobků“ působí skutečně v praxi značné interpretační problémy.

Předpisy z oblasti živnostenského práva totiž nestanoví nijak výslovně obsah pojmu „specializovaná prodejna tabákových výrobků“; prodej tabákových výrobků není podroben žádné zvláštní licenci a jejich zařazení do sortimentu, stejně jako přesná skladba tohoto sortimentu a určení toho, co se v které části provozovny bude prodávat, k čemu bude ta či ona část provozovny určena, záleží jen na rozhodnutí podnikatele.

Text výše uvedeného ustanovení je přitom převzat ze směrnice č. 98/43/EC – ano to je ta tabáková směrnice, která byla posléze anulována Evropským soudním dvorem, avšak text zákona jí i tak fakticky implementuje. Směrnice uvedené obchody definuje tak, že zákaz neplatí pro „propagaci zaměřenou na kupující v prodejních místech s tabákem“, přičemž za prodejní místo tabáku směrnice považuje „jakékoli místo, kde se nabízejí tabákové výrobky k prodeji“. Z toho pak vyplývá v normativní části směrnice, že zákaz neplatí pro reklamu zaměřenou na kupující v zařízeních specializujících se na prodej tabákových výrobků a na jejich čelních fasádách nebo v případě zařízení prodávajících celou řadu zboží nebo služeb, na místech vyhrazených pro prodej tabákových výrobků (a také – pro ilustraci složitosti evropské harmonizace „na prodejní místa, která v Řecku podléhají zvláštnímu systému, podle kterého se udělují oprávnění ze sociálních důvodů, tzv. periptera“).

Ani důvodová zpráva k zákonu číslo 132/2003 Sb., kterým byly sporné pojmy do zákona vneseny, mnoho světla do sporných pojmů nevnáší, když uvádí, že „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“.

Je zjevné, že výše uvedené prameny nedávají jasnou odpověď k tomu, jak správně pojmy „specializovaná prodejna tabákových výrobků“ a „část provozovny určená k prodeji tabákových výrobků“ interpretovat. Právo závazně interpretovat zákony mají však jen soudy a ty dosud žádné rozhodnutí v této věci nevydaly. V příštím pokračování proto přineseme výklad uvedených pojmů, založený na vlastní interpretaci zákona.

## Další články:

- [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](#)
- [SCHEJBAL& PARTNERS stáli u získání jedné z prvních licencí dle MiCA v ČR](#)
- [Proč dnes více než polovina M&A transakcí ve střední Evropě nekončí podpisem](#)
- [Přehnaná, nebo důvodná prevence? Zajištění a utvrzení závazků v praxi](#)
- [Návrh nového zákona o digitální ekonomice](#)