

21. 8. 2008

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

## Reklama na cigarety konečně v televizi !

Již mnohokrát bylo řečeno, že reklama se nepozná podle toho, že je barevná, že nabízí zboží či že trochu přehání. Reklama, se správně pozná pouze podle cíle, který sleduje. Jakákoliv prezentace, jejímž cílem či úmyslem je podpora prodeje, je z hlediska zákona reklamou; pokud by cílem třeba úplně shodné prezentace bylo něco jiného než podpora prodeje, nepůjde o reklamu. Tato zdánlivě teoretická hranice mezi reklamou a „nereklamou“ je v praxi nesmírně důležitá a často potřebná. Skutečná reklama je totiž zákonem silně omezena, zejména při vysílání v televizi, zatímco „nereklama“ vlastně vůbec žádná právní omezení nezná !

Podívejme se dnes na příklad velmi praktického uplatnění tohoto pravidla v praxi. Nová televizní stanice hodlá vysílat pořad o reklamě a marketingu. Bude v něm, předpokládám, kriticky hodnotit jak reklamy právě vysílané, tak třeba reklamy starší i třeba reklamy zahraniční. V pořadu, řekněme hodinovém, tak uvidíme řadu reklamních spotů. Přirozená otázka televizního tvůrce je: nebude to skrytá reklama ? A nepřekročíme zákonný limit pro maximální rozsah reklamy ve vysílání ? K němu se logicky přidává televizní účetní: a není to zdanitelný dar zadavatelům ? Nemáme raději odvést DPH z běžné ceny za vysílání těch spotů ?

Správná odpověď na tyto otázky je jediná: to, co uvidíte v plánovaném pořadu, nebude reklamou. Ano, zní to podivně, když půjde o reklamní spoty, ale je to tak: není-li cílem vysílání reklamních spotů podpora prodeje, nejde o reklamu. V tomto případě bude cílem vysílání reklamních spotů v novém pořadu zábava, poučení či kritika - a to je důvod, proč reklamní spot nebude v tomto případě „reklamou“ ve smyslu zákona. Tentýž spot, vysílaný za drané peníze v reklamním bloku o hodinu dříve, bude reklamou proto, že smyslem jeho vysílání je podpora prodeje, avšak při jeho vysílání v pořadu s jiným cílem již o reklamu nepůjde.

Z tohoto závěru pak vyplývá i odpověď na všechny související otázky. Spoty vysílané v takovém pořadu, se nepočítají do časových omezení reklamy a ani žádná jiná pravidla, jinak svazující reklamu ve vysílání, pro ně neplatí. V pořadu, který kriticky či pro zábavu ukazuje reklamní spoty, může být samozřejmě předveden i reklamní spot na cigarety (nejde o reklamu, takže zákaz reklamy tabákových výrobků zde neplatí), může tam být zařazen i reklamní spot na léky na předpis či třeba reklamní spot prohlášený za neetický.

Nelze vyloučit, že Rada pro rozhlasové a televizní vysílání bude tento právní přístup akceptovat jen nerada a nová stanice mu bude muset cestičku prošlapat, ale z hlediska právního je správný a soud by mu podle mého přesvědčení musel dát za pravdu. Samozřejmě, nesmí vyjít najevo, že ten či onen spot byl do pořadu zařazen z jiných důvodů než čistě redakčních, třeba za peníze zadavatele - v tu chvíli by se spot již stal reklamou se vším všudy.

A autorská práva ? Zde je to velmi jednoduché, neboť autorský zákon pro tento druh citací obsahuje výslovnou výjimku. Podle § 31, odst. 1 totiž platí, že do práva autorského nezasahuje ten, kdo užije výňatky z díla nebo drobná celá díla pro účely kritiky nebo recenze vztahující se k takovému dílu, vědecké či odborné tvorby a takové užití bude v souladu s poctivými zvyklostmi a v rozsahu vyžadovaném konkrétním účelem. Vždy je však nutno uvést, je-li to možné, jméno autora, název díla a pramen.

JUDr. Filip Winter, advokát

110 00 Praha 1, Na Příkopě 25

[www.akwinter.cz](http://www.akwinter.cz)

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Platformová práce](#)
- [Posouzení shody dle AI Act - zkušenosti z praxe](#)
- [Začínají soudy zohledňovat náklady podnikatelů při plnění právních povinností v oblasti e-commerce?](#)
- [Systémová podjatost ve správním řízení aneb požadavek na překročení nadkritické míry rizika systémové podjatosti](#)
- [Daňová ztráta a její vliv na lhůtu pro stanovení daně](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 35: Ručení za dluhy z podnikání u OSVČ a s.r.o.](#)
- [Holdingové struktury a odpovědnost mateřské společnosti](#)
- [Několik poznámek z pera Nejvyššího soudu k nemocem z povolání a důkazní nouzi](#)
- [Zkreslené vzpomínky v trestním řízení vedeném pro pohlavní zneužívání](#)
- [Bezpilotní systémy vlastní konstrukce v kategorii Specific: regulatorní požadavky a praktické aspekty](#)
- [Pacht závodu a zákaz přenechání věci třetí osobě](#)