

ZÁKON O REGULACI REKLAMY - LEGISLATIVNÍ PLÁNY

30 let samoregulace v ČR

Ing. Mgr. Jan Strakoš, LL.M.
ředitel odboru živností a spotřebitelské legislativy



Způsoby regulace - obecně

➤ veřejnoprávní (zákon č. 40/1995 Sb.)

- stát stanovuje formou zákona reklamě určitá pravidla, na jejichž dodržování je **obecný zájem**
- ochrana zdraví, majetku, zájmů nezletilých osob, dobrých mravů
- založena na zákonném zákazu nebo omezení určitých jevů v reklamě
- vztahuje se na všechny - nedodržení pravidel sankcionuje stát z moci úřední a k zásahu ze strany státu dojde i v případě, že není prokázána škoda
- **nařízení obce** - vydané v přenesené působnosti k regulaci šíření reklamy na veřejně přístupných místech na lokálním území v souladu s § 2 odst. 1 písm. d) zákona (limity § 2 odst. 5)

➤ soukromoprávní

- možnost podat žalobu, domáhat se ochrany práv u soudu
- stát garantuje ochranu práv jen v případě, že byla žaloba podána
- není-li podána žaloba, stát ochranu neposkytuje, byť je prokázáno, že k zásahu do práv konkrétní osoby došlo



Reklama v rozporu s dobrými mravy

- často zmiňovaná metodika MPO (NSS i Kanceláři VOP)
- viz např. rozsudek NSS 4 As 233/2020-41
- **sexistická reklama na motorkářské oblečení**



Způsoby regulace - obecně

➤ samoregulace

- spočívá v dobrovolné dohodě různých subjektů o tom, že budou v reklamě dodržovat určitá omezující pravidla
- zpravidla jde nad rámec regulace zákonné
- jedná se o tzv. etickou regulaci, její pravidla bývají shrnuta v „etických kodexech“
- dodržování pravidel není právně vynutitelné
- **účelem samoregulace je předcházet regulaci veřejnoprávní !!!!**

(Rada pro reklamu, Asociace komunikačních agentur, Česká asociace venkovní reklamy, etc.)



Zákon o regulaci reklamy

- zákon je účinný od 1. 4. 1995
- většina novel vyvolána nutností sladit právní úpravu s právem EU



Široký předmět
úpravy

Zároveň jde
o obecnou úpravu

Množství
dozorových orgánů

(výčet není
taxativní)

expertní komise



Legislativní plány – aktuální dění

▪ technická novela zákona

- úkol vyplývající z usnesení vlády č. 719 z 27. 9. 2023 ve spojení s usnesením vlády č. 44 z 17. 1. 2024
 - ministru průmyslu a obchodu uloženo, ve spolupráci s ministrem zdravotnictví předložit vládě do 1. 1. 2025
 - reflexe především Doporučení Rady vlády pro rovnost žen a mužů ke 40. výročí přijetí Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka
 - po projednání s Ministerstvem zdravotnictví, které je gestorem předpisů EU v oblasti požadavků na potraviny pro zvláštní lékařské účely a požadavků na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu - pátek **19. 4. 2024** vloženo do eKlepu (květen konec MPŘ)
 - zpřesnění adaptace na evropské předpisy – úprava přestupků a sankcí – dozorového orgánu = přesun z KŽÚ na SZPI
 - dále odstranění nadbytečné regulace - vypouští se zákaz reklamy na zdravotnický prostředek nebo diagnostický zdravotnický prostředek in vitro, který může být vydán pouze na poukaz nebo žádanku vystavené lékařem podle jiných právních předpisů



Legislativní plány – další témata – samostatná cesta

- sjednocení dozoru u reklamy na hazard
- zpřesnění terminologie a konstrukce zákona (úvahy o nové úpravě)
- reflexe judikatury (tabák, elektronické cigarety, problém vábivé reklamy)
- odstranění „politické (volební) reklamy“ ze zákona č. 40/1995 Sb.
- nová témata – influenceři X energetické nápoje
- větší ochrana spotřebitelů a podnikatelů
 - aktuálně např. rozhodnutí NSS ze dne 2. 4. 2024, č. j. 5 As 40/2023-42 – **k reklamě na ojetiny vozidel**



2024 _____ 25. dubna

DĚKUJI ZA POZORNOST



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU