

Zákon
č. 138/2002 Sb.
Parlamentu České republiky,
kterým se mění zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o
provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 79/1997 Sb., o
léčivech a o změnách a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů

Schváleno (Vydáno): 15.03.2002 Účinnost od: 01.06.2002
Uveřejněno v č. 57/2002 Sbírky zákonů na straně 3225

ČI.I

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění zákona č.258/2000 Sb., zákona č. 231/2001 Sb. a zákona č. 256/2001 Sb., se mění takto:

2. § 2 včetně poznámek pod čarou č. 5) až 7) zní:

"§ 2

(1) Zakazuje se

- a) reklama zboží, služeb nebo jiných výkonů či hodnot, jejichž prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy,
- b) reklama založená na podprahovém vnímání. Takovou reklamou se pro účely tohoto zákona rozumí reklama, která by měla vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by ji tato osoba vědomě vnímala,
- c) reklama klamavá,⁵⁾
- d) reklama skrytá. Takovou reklamou se pro účely tohoto zákona rozumí reklama, u níž je obtížné rozlišit, že se jedná o reklamu, zejména proto, že není jako reklama označena,
- e) šíření nevyžádané reklamy, pokud vede k výdajům adresáta nebo pokud adresáta obtěžuje.

(2) Srovnávací reklama⁶⁾ je přípustná za podmínek stanovených tímto zákonem a zvláštním právním předpisem.⁷⁾

(3) Reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní citění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.

(4) Reklama nesmí podporovat chování poškozující zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí.

(5) Reklama šířená společně s jiným sdělením musí být zřetelně rozlišitelná a vhodným způsobem oddělena od ostatního sdělení.

5) § 45 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

6) § 50a odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., ve znění zákona č. 370/2000 Sb.

7) § 50a odst. 2 a 3 zákona č. 513/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů."