

**Zákon č. 40/1995 Sb.**  
**Parlamentu České republiky**  
**o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb.,**  
**o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění**

**Schváleno (Vydáno): 09.02.1995**

**Účinnost od: 01.04.1995**

**Uveřejněno v č. 8/1995 Sbírky zákonů na straně 467**

*Znění § 1 a 2 před novelou provedenou zákonem č. 138/2002 Sb.*

**ČI.I**

**OBECNÁ USTANOVENÍ**

**§ 1**

(1) Reklamou se pro účely tohoto zákona rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo jiných výkonů či hodnot prostřednictvím komunikačních médií.

(2) Komunikačními médii se pro účely tohoto zákona rozumí televize, rozhlas, nosiče audiovizuálních děl, periodický tisk<sup>1)</sup> a neperiodické publikace,<sup>2)</sup> dopravní prostředky, plakáty a letáky, jakož i další komunikační prostředky umožňující přenos informací.

-----  
1) Zákon č. 81/1966 Sb., o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích, ve znění pozdějších předpisů.

2) § 1 zákona ČNR č. 106/1991 Sb., o neperiodických publikacích.

**§ 2**

(1) Reklama zboží nebo služeb nebo jiných výkonů či hodnot, jejichž prodej nebo poskytování nebo šíření není dovoleno, je zakázána.

(2) Reklama nesmí obsahovat nepravdivé údaje, prvky, které by byly v rozporu s dobrými mravy, zejména prvky urážející národnostní nebo náboženské cítění, ohrožující obecně nepřijatelným způsobem mravnost nebo propagující násilí, prvky snižující lidskou důstojnost nebo využívající motiv strachu.

(3) Reklamy určené osobám do 15 let, nebo v nichž vystupují osoby mladší 15 let, pokud podporují chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj, se zakazují.

(4) Zakazuje se:

- a) reklama založená na podprahovém vnímání člověka,
- b) reklama skrytá.

---

*Znění po novele provedené zákonem č. 138/2002 Sb. (účinnost od 1.6.2002)*

**ČI.I**

**OBECNÁ USTANOVENÍ**

**§ 1**

(1) Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky,<sup>1)</sup> pokud není dále stanoveno jinak.

(2) Komunikačními médii, kterými je reklama šířena, se rozumí prostředky umožňující přenášení reklamy, zejména periodický tisk<sup>2)</sup> a neperiodické publikace,<sup>3)</sup> rozhlasové a televizní vysílání, audiovizuální produkce,<sup>4)</sup> počítačové sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a letáky.

(3) Sponzorováním se rozumí příspěvek poskytnutý s cílem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Sponzorem se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která takový příspěvek k tomuto účelu poskytne.

(4) Zadavatelem reklamy (dále jen "zadavatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.

(5) Zpracovatelem reklamy (dále jen "zpracovatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.

(6) Šířitelem reklamy (dále jen "šířitel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která reklamu veřejně šíří.

(7) Ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak.

-----  
1) § 1 zákona č. 137/1995 Sb., o ochranných známkách.

2) § 3 písm. a) zákona č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

3) § 1 zákona č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích.

4) § 1 odst. 1 písm. c) zákona č. 273/1993 Sb., o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů.

## § 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,<sup>5)</sup>

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 reklama<sup>6)</sup> je přípustná za podmínek stanovených tímto zákonem a zvláštním právním předpisem.<sup>7)</sup>

(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 cítění, 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.