

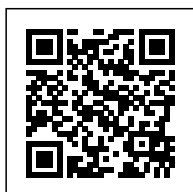


PARLAMENT ČESKÉ REPUBLIKY
POSLANECKÁ SNĚMOVNA

VIII. volební období

193/0

**Návrh poslanců Marka Výborného, Pavla Bělobrádka, Jana Bartoška,
Jiřího Miholy a dalších na vydání zákona, 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**



Zástupce předkladatele: Výborný M. a další
Doručeno poslancům: 5. června 2018 v 14:06

N á v r h

ZÁKON

ze dne 2018,

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,

Parlament se usnesl na tomto zákoně České republiky:

Čl. 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., zákona č. 256/2001 Sb., zákona č. 138/2002 Sb., zákona č. 320/2002 Sb., zákona č. 132/2003 Sb., zákona č. 217/2004 Sb., zákona č. 326/2004 Sb., zákona č. 480/2004 Sb., zákona č. 384/2005 Sb., zákona č. 444/2005 Sb., zákona č. 25/2006 Sb., zákona č. 109/2007 Sb., zákona č. 160/2007 Sb., zákona č. 36/2008 Sb., zákona č. 296/2008 Sb., zákona č. 281/2009 Sb., zákona č. 132/2010 Sb., zákona č. 28/2011 Sb., zákona č. 245/2011 Sb., zákona č. 375/2011 Sb., zákona č. 275/2012 Sb., zákona č. 279/2013 Sb., zákona č. 303/2013 Sb., zákona č. 202/2015 Sb., zákona č. 180/2016 Sb., zákona č. 188/2016 Sb., zákona č. 26/2017 Sb., zákona č. 66/2017 Sb., zákona č. 183/2017 Sb. a zákona č. 299/2017 Sb. se mění takto:

1. § 6b zní:

§ 6b

Spotřebitelské úvěry

(1) Reklama na spotřebitelské úvěry a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na spotřebitelské úvěry, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak.

(2) Reklamou na spotřebitelské úvěry se rozumí též jakákoliv forma obchodního sdělení, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je propagace spotřebitelského úvěru.

(3) Zakaz reklamy podle odstavce 1 se nevztahuje na

a) reklamu na spotřebitelský úvěr na bydlení

- b) reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru
- c) reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru nebo v jejich výkladních skříních,
- d) reklamu na spotřebitelské úvěry 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 sjednávání spotřebitelských úvěrů,
- e) sponzorování veřejně prospěšných aktivit a sponzorskou komunikaci v místě jejich konání.

2. Dosavadní § 6b se označuje jako § 6c

3. V § 8a odst. 1 písm. a) se slovo „§ 6b“ nahrazuje slovy „§ 6c“

4. V § 8 odst. 1 se v písm. o) se na konci tečka nahrazuje čárkou

5. V § 8 odst. 1 se doplňuje písm. p), které zní:

„p) šíří reklamu spotřebitelské úvěry v rozporu s § 6b“

6. V § 8 odst. 2 písm. a) se za slova „nebo § 3 odst. 1“ vkládají slova „nebo § 6b“

7. V § 8 odst. 3 písm. a) se za slova „nebo § 3 odst. 1“ doplňují slova „nebo § 6b“

8. V § 8a odst. 1 písm. a) se slovo „§ 6b“ nahrazuje slovy „§ 6c“

9. V § 8a odst. 1 se v písm. r) se na konci tečka nahrazuje čárkou

10. V § 8a odst. 1 se doplňuje písm. s), které zní:

„s) šíří reklamu spotřebitelské úvěry v rozporu s § 6b.“

11. V § 8a odst. 2 písm. a) se za slova „nebo § 3 odst. 1“ vkládají slova „nebo § 6b“

12. V § 8a odst. 3 písm. a) se za slova „nebo § 3 odst. 1“ doplňují slova „nebo § 6b“

13. V § 8a odst. 4 písm. d) se za slova „nebo § 3a.“ vkládají slova „nebo § 6a“

Důvodová zpráva

Obecná část

Zhodnocení platného právního stavu, včetně zhodnocení současného stavu

Spotřebitelské úvěry, včetně reklamy na ně, jsou upraveny v obecné rovině zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, a zákonem č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZoSÚ“), a v příslušných prováděcích předpisech. Dílčí úpravu spotřebitelských úvěrů pak lze najít ve speciálních zákonech, a to zejména ve vztahu ke spotřebitelskému úvěru na bydlení (např. zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 190/2004 Sb., o dluhopisech, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 96/1993 Sb., o stavebním spoření a státní podpoře stavebního spoření a o doplnění zákona České národní rady č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění zákona České národní rady č. 35/1993 Sb., ve znění pozdějších předpisů, a v příslušných prováděcích předpisech).

Spotřebitelským úvěrem se rozumí finanční služba (vč. odložené platby, peněžité zápůjčky, úvěru) poskytovaná či zprostředkovaná spotřebiteli. Zvláštní kategorii spotřebitelského úvěru představuje spotřebitelský úvěr na bydlení, který z definice musí být zajištěn nemovitou věcí nebo věcným právem k nemovité věci, je účelově určený a je poskytován stavební spořitelnou podle zákona upravujícího stavební spoření, svou podstatou se tak od standardních spotřebitelských úvěrů odlišuje.

Obecně je spotřebitelský úvěr možné chápat jako moderní nástroj umožňující jednotlivcům rychlou cestu k materiálním výhodám. V posledních letech lze pozorovat výrazné rozšíření trendu „života na dluh“, který je vyvolán společenským tlakem, plynoucím mimo jiné i z reklam nabízejících rychlé a snadné řešení pro situace objektivně více či méně urgentní (často se jedná o rozhodnutí impulsivní). Finančně méně gramotné osoby mnohdy podléhají tomuto tlaku tak, že upadají do tzv. dluhové spirály neboli dluhové pasti. To označuje situaci, kdy díky postupnému zadlužování nejsou tyto osoby schopny splácet své závazky.

Tuzemský právní řád problematiku reklamy na spotřebitelský úvěr či jeho zprostředkování řeší, ovšem nedostatečně. ZoSÚ pouze reguluje tzv. informační povinnost vůči spotřebiteli, jestliže

je nabízen spotřebitelský úvěr nebo jeho zprostředkování reklamou. Poskytnutí informací, ani tzv. reprezentativního příkladu, jak předpokládá ZoSÚ v § 91, však nemírní tlak, který je na osoby méně finančně gramotné vyvíjen reklamou. Tyto osoby vidí pouze rychlou a bezstarostnou cestu k propagovanému cíli a nestarají se o způsob jeho dosažení. V této souvislosti je nutné rovněž uvést, že informační povinnost vůči spotřebitelům podle ZoSÚ není vždy řádně plněna, a tedy neplní účel, pro který byla zavedena.

Navrhovaná úprava není v rozporu se zákazem diskriminace.

Odůvodnění hlavních principů navrhované právní úpravy, včetně dopadů navrhovaného řešení ve vztahu k zákazu diskriminace, a vysvětlení nezbytnosti navrhované úpravy v jejím celku

Navrhuje se zákaz reklamy na spotřebitelský úvěr či jeho zprostředkování tam, kde zákon nestanoví jinak. Cílem navržené úpravy je tak poskytnout ochranu před společensky nežádoucí reklamou.

Předpokládá se, že zákaz reklamy, a tedy i snížení společenského tlaku na méně finančně gramotné jednotlivce, povede sekundárně i ke snížení počtu exekucí či oddlužení.

Má se za to, že je vhodnější situaci potencionální dluhové pasti jednotlivců řešit spíše prostředky preventivními (zákaz reklamy) než tehdy, kdy již je pozdě a jednotlivci se v dluhové pasti nacházejí. V této souvislosti je nutné rovněž uvést, že informační povinnost vůči spotřebitelům podle ZoSÚ není vždy řádně plněna, a tedy neplní účel, pro který byla zavedena.

Navrhovaná úprava není v rozporu se zákazem diskriminace.

Zhodnocení souladu navrhované právní úpravy s ústavním pořádkem České republiky a mezinárodními smlouvami podle čl. 10 Ústavy

Návrh je v souladu s ústavním pořádkem České republiky. Ústavní pořádek České republiky neobsahuje specifické právní normy ústavněprávní síly dopadající na oblast úvěrů pro spotřebitele. Ústavní soud se ve své rozhodovací praxi oblastí reklamy na spotřebitelské úvěry

a jejich zprostředkování dosud specificky rovněž nezabýval. Návrh je v souladu s mezinárodními smlouvami podle č. 10 Ústavy.

Předpokládaný hospodářský a finanční dosah navrhované právní úpravy na státní rozpočet, ostatní veřejné rozpočty, na podnikatelské prostředí České republiky, dále sociální dopady, včetně dopadů na specifické skupiny obyvatel, zejména osoby sociálně slabé, osoby se zdravotním postižením a národnostní menšiny, a dopady na životní prostředí

Návrh nepředpokládá hospodářský a finanční dopad na státní rozpočet, ani na ostatní veřejné rozpočty, zejména rozpočty krajů a obcí.

Návrh předpokládá pozitivní dopad na podnikatelské prostředí České republiky, jakož i pozitivní dopad na ochranu spotřebitele, a to v oblasti poskytování a zprostředkovávání spotřebitelských úvěrů. Z hlediska podnikatelského prostředí povede návrh k uzavírání spotřebitelských úvěrových smluv s větším rozmyslem a nikoli na základě impulzivních podnětů. Takto se zajistí vyšší dobytost pohledávek podnikatelů, kteří spotřebitelský úvěr nabízejí či zprostředkovávají. Z hlediska spotřebitele povede návrh ke snížení společenského tlaku vyvolaného reklamou na tzv. impulzivní rozhodnutí, a ve svém důsledku se tak předpokládá snížení počtu výskytů tzv. dluhové pasti u těchto jednotlivců.

Zhodnocení dopadů navrhovaného řešení k ochraně soukromí a osobních údajů

Návrh nově neovlivňuje ochranu soukromí a osobních údajů.

Zhodnocení korupčních rizik

Návrh nepřináší korupční rizika. Naopak, zákazem reklamy se eliminuje vliv dozorových orgánů na posouzení, zda reklama odpovídá či neodpovídá podmínkám ZoSÚ.

Zvláštní část

K bodu 1.

Navrhuje se systematicky vložit ustanovení zakazující reklamu včetně uvedených výjimek za současný výčet regulací reklam v jiných oblastech.

K bodu 2.

Vzhledem k vložení regulace reklamy pod § 6b, dosavadní paragraf 6b byl nově označen jako § 6c.

K bodům 3. až 13.

Body 1. a 2. se odráží v textaci následujících ustanovení.

V Praze dne 1. června 2018

Marek Výborný, v.r.

Pavel Bělobrádek, v.r.

Jan Bartošek, v.r.

Vít Kaňkovský, v.r.

Pavla Golasowská, v.r.

Stanislav Juránek, v.r.

Jan Čížinský, v.r.

Jiří Mihola, v.r.

Platné znění částí novelizovaných zákonů s vyznačením navrhovaných změn

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

§ 6b

~~(1) Zpracovatel odpovídá za obsah reklamy v plném rozsahu, byla-li zpracována pro jeho vlastní potřebu. Pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby, odpovídají za její soulad se zákonem zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně, není-li dále stanoveno jinak. V případě reklamy na humánní léčivé přípravky, doplňky stravy, potraviny pro zvláštní výživu, počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, odpovídají za její soulad se zákonem zadavatel a šířitel společně a nerozdílně.~~

~~(2) Šířitel odpovídá za způsob šíření reklamy podle tohoto zákona a za šíření reklamy na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry. Šířitel je povinen oznámit osobě, která prokáže oprávněný zájem, kdo je zadavatelem a zpracovatelem reklamy.~~

~~(3) Zadavatel se zproští odpovědnosti za obsah šířené reklamy, který je v rozporu se zákonem, prokáže-li, že zpracovatel nedodržel při jejím zpracování jeho pokyny, a v důsledku toho je obsah této reklamy v rozporu se zákonem. Zpracovatel se nemůže zprostit odpovědnosti za obsah šířené reklamy poukazem na její zadání zadavatelem, ledaže by se jednalo o údaje, jejichž pravdivost není schopen posoudit ani s vynaložením veškerého úsilí.~~

~~(4) Příjemce příspěvku podle § 1 odst. 4 odpovídá za jeho využití v souladu s tímto zákonem.~~

§6b

Spotřebitelské úvěry

(1) Reklama na spotřebitelské úvěry a rovněž sponzorování, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je reklama na spotřebitelské úvěry, jsou zakázány, pokud není dále stanoveno jinak. To platí též pro sponzorování akcí nebo činností, které se týkají několika členských států Evropské unie nebo jiných států tvořících Evropský hospodářský prostor nebo se konají v několika členských státech Evropské unie nebo v jiných státech tvořících Evropský hospodářský prostor nebo dosahují přeshraničních účinků jiným způsobem.

(2) Reklamou na spotřebitelské úvěry se rozumí též jakákoliv forma obchodního sdělení, jehož účelem nebo přímým či nepřímým účinkem je propagace spotřebitelského úvěru.

(3) Zákaz reklamy podle odstavce 1 se nevztahuje na

a) reklamu na spotřebitelský úvěr na bydlení

b) reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru

c) reklamu v provozovnách poskytovatele spotřebitelského úvěru nebo v jejich výkladních skříních,

d) reklamu na spotřebitelské úvěry 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 sjednávání spotřebitelských úvěrů,

e) sponzorování veřejně prospěšných aktivit a sponzorskou komunikaci v místě jejich konání.

§ 6c

(1) Zpracovatel odpovídá za obsah reklamy v plném rozsahu, byla-li zpracována pro jeho vlastní potřebu. Pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby, odpovídají za její soulad se zákonem zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně, není-li dále stanoveno jinak. V případě reklamy na humánní léčivé přípravky, doplňky stravy, potraviny pro zvláštní výživu, počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, odpovídají za její soulad se zákonem zadavatel a šířitel společně a nerozdílně.

(2) Šířitel odpovídá za způsob šíření reklamy podle tohoto zákona a za šíření reklamy na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry. Šířitel je povinen oznámit osobě, která prokáže oprávněný zájem, kdo je zadavatelem a zpracovatelem reklamy.

3) Zadavatel se zproští odpovědnosti za obsah šířené reklamy, který je v rozporu se zákonem, prokáže-li, že zpracovatel nedodržel při jejím zpracování jeho pokyny, a v důsledku toho je obsah této reklamy v rozporu se zákonem. Zpracovatel se nemůže zprostit odpovědnosti za obsah šířené reklamy poukazem na její zadání zadavatelem, ledaže by se jednalo o údaje, jejichž pravdivost není schopen posoudit ani s vynaložením veškerého úsilí.

(4) Příjemce příspěvku podle § 1 odst. 4 odpovídá za jeho využití v souladu s tímto zákonem.

§ 8

(1) Fyzická osoba se jako šířitel dopustí přestupku tím, že

a) neoznámí osobě, která prokáže oprávněný zájem podle ~~§ 6b~~ § 6c odst. 2, kdo je zadavatelem nebo zpracovatelem,

b) šíří reklamu nebo anonymní oznámení týkající se voleb, které jsou podle § 2 odst. 1 písm.

a), b), d) nebo e) zakázány,

- c) poruší povinnost odlišit způsob šíření informace o výrobku nebo službě od způsobu šíření informace o tabákovém výrobku podle § 3 odst. 3 nebo šíří reklamu na tabákové výrobky jinak, než je uvedeno v § 3 odst. 4,
- d) poruší zákaz bezplatného dodávání vzorků široké veřejnosti u tabákových výrobků podle § 3 odst. 7 nebo u humánních léčivých přípravků podle § 5a odst. 4,
- e) šíří vůči veřejnosti reklamu na veterinární léčivé přípravky, která je v rozporu s § 5h,
- f) šíří reklamu na střelné zbraně a střelivo v rozporu s § 6,
- g) šíří reklamu činností v pohřebnictví v rozporu s § 6a,
- h) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. c) šíří nevyžádanou reklamu v listinné podobě,
- i) v rozporu s § 5b odst. 1 šíří prostřednictvím komunikačních prostředků reklamu na humánní léčivé přípravky, která je zaměřena na odborníky, aniž by tyto prostředky byly určeny jen pro odborníky, jichž se reklama na humánní léčivé přípravky týká,
- j) poruší zákaz nabízet, slibovat nebo poskytovat dary nebo jiný prospěch podle § 5b odst. 4,
- k) poruší povinnost stanovenou pro šíření reklamy na počáteční kojeneckou výživu podle § 5e odst. 1,
- l) šíří reklamu na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry,
- m) nesdělí na výzvu orgánu dozoru a ve lhůtě jím stanovené údaje o osobě zadavatele nebo zpracovatele reklamy nebo o osobě, která u něj šíření reklamy objednala, podle § 7a odst. 4, nebo
- n) v rozporu s § 3a odst. 1 šíří reklamu na elektronické cigarety nebo na náplně do nich,
- o) šíří reklamu na léčiva, humánní léčivé přípravky, doplňky stravy, potraviny pro zvláštní výživu, počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, jejíž obsah je v rozporu s § 5, 5a, 5b, 5d, 5e, 5f, nebo v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím údaje týkající se potravin z hlediska jejich nutriční hodnoty a vlivu na zdraví^{21a}),
- p) šíří reklamu na spotřebitelské úvěry v rozporu s § 6b.**

(2) Fyzická osoba jako zadavatel reklamy se dopustí přestupku tím, že

- a) zadá reklamu, která je podle § 2 odst. 1 písm. a) nebo f) nebo § 3 odst. 1 **nebo § 6b** zakázána nebo je v rozporu s § 3 odst. 5,
- b) poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy v § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5c odst. 1 nebo 2, § 5d, § 5e odst. 1, § 5f, § 5g, § 5h, § 5i nebo § 5j,

- c) poruší podmínky stanovené pro srovnávací reklamu uvedené v § 2 odst. 2 nebo § 2a, nebo
- d) neučlová ukázkou (kopii) každé reklamy podle § 7a odst. 1 nebo bezplatně nezapůjčí kopii reklamy orgánům dozoru na dobu nezbytně nutnou nebo nesplní povinnost podle § 7a odst. 2.

(3) Fyzická osoba se jako zpracovatel dopustí přestupku tím, že

- a) zpracuje reklamu, která je zakázána podle § 2 odst. 1 písm. a) nebo f) nebo § 3 odst. 1 **nebo § 6b,**
- b) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) zpracuje reklamu, která je nekalou obchodní praktikou,
- c) poruší podmínky stanovené pro srovnávací reklamu podle § 2 odst. 2 nebo § 2a,
- d) poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5c odst. 1 nebo 2, § 5d, § 5e odst. 1, § 5f, 5g, 5h nebo 5i,
- e) neuvede v reklamě na tabákový výrobek varování podle § 3 odst. 5, nebo
- f) v rozporu s § 7a odst. 3 nesdělí na výzvu orgánu dozoru a ve lhůtě jím stanovené údaje o zadavateli reklamy a šířiteli reklamy.

(4) Odborník se dopustí přestupku tím, že vyžaduje nebo přijímá výhody, které jsou podle § 5b odst. 4 zakázané nebo které jsou v rozporu s § 5b odst. 5.

(5) Za přestupek lze uložit pokutu

- a) do 100000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. j) nebo podle odstavce 4,
- b) do 500000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. a), m) nebo o), odstavce 2 písm. d) nebo podle odstavce 3 písm. f),
- c) do 2000000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. b), c), d), e), f), g), h), i), k), l) nebo n), podle odstavce 2 písm. a), b) nebo c) nebo podle odstavce 3 písm. a), b), c), d) nebo e).

§ 8a

(1) Právnícká nebo podnikající fyzická osoba se dopustí přestupku tím, že jako šířitel

- a) neoznámí osobě, která prokáže oprávněný zájem podle ~~§ 6b~~ § 6c odst. 2, kdo je zadavatelem nebo zpracovatelem,

- b) šíří reklamu nebo anonymní oznámení týkající se voleb, které jsou podle § 2 odst. 1 písm. a), d) nebo e) zakázány,
- c) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. c) šíří nevyžádanou reklamu v listinné podobě,
- d) poruší povinnost odlišit způsob šíření informace o výrobku nebo službě od způsobu šíření informace o tabákovém výrobku podle § 3 odst. 3 nebo šíří reklamu na tabákové výrobky jinak, než je uvedeno v § 3 odst. 4,
- e) poruší zákaz bezplatného dodávání vzorků široké veřejnosti u tabákových výrobků podle § 3 odst. 7 nebo u humánních léčivých přípravků podle § 5a odst. 4,
- f) šíří reklamu na humánní léčivé přípravky zaměřenou na odborníky komunikačními prostředky, které nejsou určeny převážně pro tyto odborníky,
- g) poruší povinnosti obchodního zástupce podle § 5b odst. 3,
- h) poruší zákaz nabízet, slibovat nebo poskytovat dary nebo jiný prospěch podle § 5b odst. 4,
- i) poskytne vzorky humánních léčivých přípravků v rozporu s § 5b odst. 7,
- j) poruší povinnost stanovenou pro šíření reklamy na počáteční kojeneckou výživu podle § 5e,
- k) šíří reklamu na střelné zbraně a střelivo v rozporu s § 6,
- l) šíří reklamu činností v pohřebnictví v rozporu s § 6a,
- m) šíří vůči veřejnosti reklamu na veterinární léčivé přípravky, která je v rozporu s § 5h,
- n) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) šíří reklamu, která je nekalou obchodní praktikou,
- o) šíří reklamu na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry,
- p) nesdělí na výzvu orgánu dozoru a ve lhůtě jím stanovené údaje o osobě zadavatele nebo zpracovatele reklamy nebo o osobě, která u něj šíření reklamy objednala, podle § 7a odst. 4, nebo
- q) v rozporu s § 3a odst. 1 šíří reklamu na elektronické cigarety nebo na náhradní náplně do nich,
- r) šíří reklamu na léčiva, humánní léčivé přípravky, doplňky stravy, potraviny pro zvláštní výživu, počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, jejíž obsah je v rozporu s § 5, 5a, 5b, 5d, 5e, 5f, nebo v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím údaje týkající se potravin z hlediska jejich nutriční hodnoty a vlivu na zdraví,
- s) šíří reklamu na spotřebitelské úvěry v rozporu s § 6b.**

(2) Právnícká nebo podnikající fyzická osoba se jako zadavatel dopustí přestupku tím, že

- a) zadá reklamu, která je zakázána podle § 2 odst. 1 písm. a) nebo § 3 odst. 1 **nebo § 6b**,
- b) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) zadá reklamu, která je nekalou obchodní praktikou,
- c) poruší podmínky stanovené pro srovnávací reklamu podle § 2 odst. 2 nebo § 2a,
- d) poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5c odst. 1 nebo 2, § 5d odst. 3 nebo 4, § 5e odst. 1, § 5f, 5h, § 5i nebo § 5j,
- e) neuvede v reklamě na tabákový výrobek varování podle § 3 odst. 5,
- f) v rozporu s § 7a odst. 1 neučlová ukázkou (kopii) každé reklamy nebo bezplatně nezapůjčí kopii reklamy orgánům dozoru na dobu nezbytně nutnou,
- g) nesplní povinnost podle § 7a odst. 2,
- h) zadá reklamu na přípravky na ochranu rostlin v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím uvádění přípravků na ochranu rostlin na trh^{27a}),
- i) zadá reklamu na potraviny, ve které jsou uvedena výživová nebo zdravotní tvrzení v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím údaje týkající se potravin z hlediska jejich nutriční hodnoty a vlivu na zdraví^{21a}),
- j) zadá reklamu na potraviny, která nesplňuje požadavky stanovené zákonem o potravinách a tabákových výrobcích⁴¹), zejména pokud jde o uvedení informace naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, požadavky stanovené přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím poskytování informací o potravinách spotřebitelům³⁹) nebo přímo použitelným předpisem Evropské unie, který stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení nebo tradičních výrazů⁴⁰), nebo
- k) zadá reklamu na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry.

(3) Právnická nebo podnikající fyzická osoba se jako zpracovatel dopustí přestupku tím, že

- a) zpracuje reklamu, která je zakázána podle § 2 odst. 1 písm. a) nebo § 3 odst. 1 **nebo § 6b** nebo je v rozporu s § 5j,
- b) v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) zpracuje reklamu, která je nekalou obchodní praktikou,
- c) poruší podmínky stanovené pro srovnávací reklamu podle § 2 odst. 2 nebo § 2a,
- d) poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5c odst. 1 nebo 2, § 5d odst. 3 nebo 4, § 5e odst. 1, § 5f, 5h nebo 5i,
- e) neuvede v reklamě na tabákový výrobek varování podle § 3 odst. 5,

f) v rozporu s § 7a odst. 3 nesdělí na výzvu orgánu dozoru a ve lhůtě jím stanovené údaje o zadavateli reklamy nebo o širiteli reklamy,

g) zpracuje reklamu na přípravky na ochranu rostlin v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím uvádění přípravků na ochranu rostlin na trh^{27a}),

h) zpracuje reklamu na potraviny, ve které jsou uvedena výživová nebo zdravotní tvrzení v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím údaje týkající se potravin z hlediska jejich nutriční hodnoty a vlivu na zdraví^{21a}),

i) zpracuje reklamu na potraviny, která nesplňuje požadavky stanovené zákonem o potravinách a tabákových výrobcích⁴¹), zejména pokud jde o uvedení informace naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, požadavky stanovené přímo použitelným předpisem Evropské unie upravujícím poskytování informací o potravinách spotřebitelům³⁹) nebo přímo použitelným předpisem Evropské unie, který stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení nebo tradičních výrazů⁴⁰), nebo

j) zpracuje reklamu na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry.

(4) Právnická nebo podnikající fyzická osoba se dopustí přestupku tím, že

a) poruší zákaz nabízet, slibovat nebo poskytovat dary nebo jiný prospěch podle § 5b odst. 4,

b) poskytuje bezplatně pohoštění a ubytování v rozporu s § 5b odst. 5,

c) vyžaduje nebo přijímá v souvislosti s reklamou humánních léčivých přípravků výhody, které jsou zakázané podle § 5b odst. 4 nebo které jsou v rozporu s § 5b odst. 5, nebo

d) poruší zákaz sponzorování podle § 3 nebo § 3a **nebo § 6a**.

(5) Za přestupek podle odstavce 1 lze uložit pokutu

a) do 500000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. a), p) nebo r)

b) do 2000000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m) nebo q),

c) do 5 000 000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 1 písm. n) nebo o).

(6) Za přestupek podle odstavce 2 lze uložit pokutu

a) do 500 000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 2 písm. f) nebo g),

b) do 2 000 000 Kč, jde-li o přestupek podle odstavce 2 písm. a), c), d), e), h), i) nebo j),

c) do 5 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 2 písm. b) nebo k).

(7) Za přeštupek podle odstavce 3 lze uložit pokutu

a) do 500000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 3 písm. f),

b) do 2 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 3 písm. a), c), d), e), g), h) nebo i),

c) do 5 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 3 písm. b) nebo j).

(8) Za přeštupek podle odstavce 4 lze uložit pokutu

a) do 1 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 4 písm. a) nebo b),

b) do 100 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 4 písm. c),

c) do 2 000 000 Kč, jde-li o přeštupek podle odstavce 4 písm. d).