

## Pozměňovací návrh poslance Martina Novotného

### *k návrhu novely zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony, sněmovní tisk č. 687*

V části třetí, bod 1., se doplňuje odstavec (3), který zní:

"Zákaz reklamy podle odstavce 1 se nevztahuje na:

- a) reklamu v periodickém tisku, neperiodických publikacích, na letáčích, plakátech nebo v jiných tiskovinách určených výlučně profesionálům v oblasti obchodu s elektronickým cigaretami,
- b) reklamu na elektronické cigarety ve specializovaných prodejnách elektronických cigaret nebo ve výkladní skříni a na přiměřené označení těchto prodejen,
- c) reklamu na elektronické cigarety 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 prodeji elektronických cigaret"

#### **Odůvodnění:**

Směrnice 2014/40/EU, kterou novela do českého právního řádu transponuje, upravuje povinnosti členských států i v oboru reklamy na elektronické cigarety. Nicméně navržená úprava jde vysoce nad rámec uvedené směrnice. Zákaz reklamy je plošný, univerzální a bez jakékoliv výjimky.

Zákon konkrétně zakazuje reklamu, jejímž cílem je propagace elektronických cigaret a náhradních náplní do nich, šířená prostřednictvím služeb informační společnosti, v periodickém tisku, neperiodických publikacích, na letáčích, plakátech nebo jiných tiskovinách, s výjimkou publikací, které jsou určeny výlučně profesionálům v obchodě s elektronickými cigaretami. Směrnice přitom nařizuje pouze zákaz reklamy v elektronických médiích a v tisku. Texty obou dokumentů jsou v příloze.

Důsledkem tohoto navrženého ustanovení by byla situace, kdy není možné řádně označit prodejnu elektronických cigaret či v ní jakkoliv umístit materiály výrobců jednotlivých produktů. To by v praxi znemožnilo faktický prodej elektronických cigaret.

U prodeje klasických tabákových výrobků existuje možnost reklamy v místě prodeje, ani nová směrnice v této věci nepředkládá zásadní změny. Z hlediska přiměřenosti a proporcionality navržené regulace je nepřijatelné, aby elektronické cigarety měly omezení daleko vyšší, než mají tabákové výrobky.

Předložený pozměňovací návrh aplikuje pro e-cigarety dosavadní ustanovení regulující propagaci tabákových výrobků, která ji umožňuje právě v místě prodeje. Je zcela v souladu se směrnicí 2014/40/EU i s dalšími národními právními předpisy.

## **Příloha:**

### **Text novely zákona 110/1997 Sb.**

Část třetí, bod 1, odstavec 1:

Zakazuje se reklama, jejímž cílem nebo přímým nebo nepřímým účinkem je propagace elektronických cigaret<sup>41)</sup> a náhradních náplní do nich, šířená prostřednictvím služeb informační společnosti<sup>10a)</sup> nebo v periodickém tisku<sup>2)</sup>, neperiodických publikacích<sup>3)</sup>, na letácích, plakátech nebo jiných tiskovinách, s výjimkou publikací, které jsou určeny výlučně profesionálům v obchodě s elektronickými cigaretami a náhradními náplněmi, a publikací, které jsou tištěny a zveřejněny ve třetích zemích, pokud tyto publikace nejsou primárně určeny pro vnitřní trh Evropské unie.

### **Text směrnice 2014/40/EU**

Čl. 20, bod 5:

5. Členské státy zajistí, aby:

a) byla zakázána obchodní sdělení v rámci služeb informační společnosti v tisku a jiných tištěných publikacích, jejichž cílem či přímým nebo nepřímým účinkem je propagace elektronických cigaret a náhradních náplní, s výjimkou publikací, které jsou určeny výlučně profesionálům v obchodě s elektronickými cigaretami a náhradními náplněmi, a publikací, které jsou tištěny a zveřejněny ve třetích zemích, pokud tyto publikace nejsou primárně určeny pro trh Unie;

b) byla zakázána obchodní sdělení v rozhlasu, jejichž cílem či přímým nebo nepřímým účinkem je propagace elektronických cigaret a náhradních náplní

c) byla zakázána jakákoli forma veřejného nebo soukromého příspěvku na rozhlasové programy, jejichž cílem či přímým nebo nepřímým účinkem je propagace elektronických cigaret a náhradních náplní;

d) byla zakázána jakákoli forma veřejného nebo soukromého příspěvku na jakoukoli akci nebo činnost či ve prospěch jednotlivce s cílem či přímým nebo nepřímým účinkem propagovat elektronické cigarety a náhradní náplně, jež se týkají více členských států nebo jež se konají na území více členských států nebo jež mají jiným způsobem přeshraniční účinky;

e) byla pro elektronické cigarety a náhradní náplně zakázána audiovizuální obchodní sdělení, na něž se vztahuje směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ( 1 ).