

ZBIERKA ZÁKONOV SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Ročník 1996

Vyhlásené: 23.07.1996 Časová verzia predpisu účinná od: 01.06.1998 do: 03.10.2000

Obsah tohto dokumentu má informatívny charakter.

220

ZÁKON

NÁRODNEJ RADY SLOVENSKEJ REPUBLIKY

z 2. júla 1996

o reklame

Národná rada Slovenskej republiky sa uzniesla na tomto zákone:

§ 1

Účel zákona

Účelom tohto zákona je ustanoviť

- a) všeobecné požiadavky na reklamu,
- b) vzťahy medzi združeniami založenými na ochranu etiky reklamy a orgánmi dozoru.

§ 2

Vymedzenie základných pojmov

(1) Na účely tohto zákona sa rozumie

- a) reklamou verejná informácia uskutočňovaná prostredníctvom nosičov informácií, ktorej účelom je informovať spotrebiteľa o produktoch, presvedčať a získať ho na ich užívanie alebo inak ovplyvňovať jeho rozhodovanie pri výbere produktov,
- b) nosičom informácií prostriedok, ktorým sa šíri reklama,
- c) produktom výrobok, tovar, služba, výkon a iné hodnoty hmotnej a nehmotnej povahy, ktoré sú predmetom reklamy,
- d) skrytou reklamou reklama, ktorá nie je ako reklama označená, ale je rozoznateľná od ostatného obsahu šírenej informácie,
- e) podprahovým vnímaním zmyslové vnímanie, ktoré ovplyvňuje pamäť človeka bez toho, aby si to uvedomil.

(2) Reklamou podľa tohto zákona nie je

- a) označenie sídla, trvalého pobytu, prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnických osôb alebo fyzických osôb obchodným menom, ako aj označenie budov, pozemkov, iných nehnuteľných vecí alebo hnutelných vecí vo vlastníctve alebo v nájme týchto osôb,
- b) označenie listov a obálok obchodným menom alebo ochrannou známkou,
- c) označenie produktov obchodným označením, ochrannou známkou alebo iným označením,
- d) uverejnenie výročnej správy o hospodárskom výsledku,

e) agentúrne spravodajstvo a iné spravodajské a publicistické informácie v hromadných informačných prostriedkoch.

§ 3

Všeobecné požiadavky na reklamu

(1) Šíriť reklamu môže len právnická osoba alebo fyzická osoba, ktorá má oprávnenie na vykonávanie tejto činnosti podľa všeobecných predpisov o podnikaní¹⁾ alebo podľa osobitných predpisov.²⁾

(2) Reklama musí byť v súlade s pravidlami hospodárskej súťaže.³⁾

(3) Reklama nesmie

- a) obsahovať informácie, vyjadrenia, slová a zobrazenia, ktoré sú v rozpore s dobrými mravmi,
- b) zneužívať dôveru spotrebiteľa, nedostatok jeho skúseností a vedomostí alebo jeho dôverčivosť,
- c) obsahovať údaje o produkte, ktoré nemožno preukázať.

(4) Reklama nesmie byť klamlivá⁴⁾ alebo skrytá.

(5) Reklama ďalej nesmie

- a) propagovať produkty, ktorých výroba, predaj, poskytovanie alebo používanie sú zakázané,
- b) obsahovať čokoľvek, čo znevažuje ľudskú dôstojnosť, uráža národnostné alebo náboženské ctenie,
- c) propagovať násilie, vandalizmus a vulgárnosť a nesmie svojím obsahom navádzať na protiprávnu činnosť alebo vyjadrovať súhlas s takouto činnosťou,
- d) propagovať sexualitu zobrazením sexuálnych stimulov, nahoty alebo čiastočnej nahoty ľudského tela neslušným spôsobom,
- e) propagovať produkty poškodzujúce životné prostredie a produkty škodlivé životu alebo zdraviu ľudí, zvierat alebo rastlín bez toho, aby sa na túto škodlivosť výslovne a zreteľne v reklame upozornilo,
- f) propagovať produkty ako prospešné zdraviu ľudí, zvierat alebo rastlín, ak to nie je odborne preukázané,
- g) využívať podprahové vnímanie človeka.

(6) Odsek 5 sa nevzťahuje na produkty, výrobky a služby, ktoré chránia zdravie občanov.

§ 4

Ochrana osobnosti a vlastníckych práv

(1) Reklama nesmie obsahovať osobné údaje, údaje o majetku alebo iné údaje týkajúce sa právnickej osoby alebo fyzickej osoby bez jej preukázateľného súhlasu.

(2) Reklama sa nesmie šíriť telefonicky, telefaxom alebo prostredníctvom počítačovej siete.

(3) Šírením reklamy sa nesmie zasahovať do vlastníckych práv bez súhlasu vlastníka.

§ 5

Ochrana osôb vo veku do 18 rokov

Reklama nesmie zneužívať dôveru osôb vo veku do 18 rokov, najmä nesmie

- a) podnecovať na správanie, ktoré môže ohroziť zdravie, psychický alebo morálny vývin osôb vo veku do 18 rokov,
- b) zobrazovať osoby vo veku do 18 rokov v nebezpečných situáciách alebo v situáciách v ohrození života alebo zdravia,
- c) nabádať osoby vo veku do 18 rokov na nákup nevhodných produktov,
- d) nabádať osoby vo veku do 18 rokov na pobyt v nevhodnom prostredí, na rozhovor s neznámymi ľuďmi, na chodenie na neznáme miesta.

§ 6

Zákaz reklamy niektorých produktov

Zakazuje sa reklama

- a) tabakových výrobkov, alkoholických nápojov okrem piva v televíznom a rozhlasovom vysielaní, pri výrobe a pri uvádzaní audiovizuálnych diel, na veľkoplošných nosičoch a v periodickej tlači,
- b) iných návykových látok,⁵⁾

§ 7

Šírenie reklamy

Podmienky šírenia reklamy upravujú osobitné predpisy,⁶⁾ ak tento zákon neustanovuje inak.

§ 8

Dozor

(1) Dozor nad dodržiavaním ustanovení upravujúcich reklamu v osobitných predpisoch⁷⁾ v znení tohto zákona vykonávajú

- a) Rada Slovenskej republiky pre rozhlasové a televízne vysielanie,⁸⁾
- b) Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky a ním poverení zamestnanci,⁹⁾
- c) Ministerstvo zdravotníctva Slovenskej republiky a ním riadené orgány na ochranu zdravia,¹⁰⁾
- d) Poľnohospodárska a potravinárska inšpekcia,¹¹⁾
- e) Slovenská obchodná inšpekcia,¹²⁾ ktorá vykonáva aj dozor nad ustanoveniami tohto zákona, nad ktorými podľa vecnej príslušnosti nevykonávajú dozor orgány uvedené v písmenách a) až d),
- f) okresné úrady podľa osobitných predpisov.

(2) Orgány dozoru uvedené v odseku 1 postupujú pri výkone dozoru vrátane ukladania sankcií podľa osobitných predpisov.¹³⁾

§ 8a

Vymedzenie reklamy

(1) Reklamou liekov nie je

- a) poskytovanie informácie pre odbornú verejnosť, aj keď ide o lieky, ktorých výdaj je viazaný na lekársky predpis, alebo o lieky obsahujúce omamné látky alebo psychotropné látky,
- b) označenie obalu lieku, priložená písomná informácia pre používateľov a súhrn charakteristických vlastností lieku,
- c) dokumentácia, ktorá je určená na registráciu lieku,
- d) informácia súvisiaca so zdravotným stavom, ak v nej nie je zmienka o konkrétnom lieku.

(2) Reklama liekov, ktorých výdaj je viazaný na lekársky predpis a veterinárny lekársky predpis, a reklama liekov obsahujúcich omamné látky a psychotropné látky je zakázaná. Zakázaná je aj reklama

- a) liekov, ktorých výdaj nie je viazaný na lekársky predpis a ktoré sa uhrádzajú na základe zdravotného poistenia podľa osobitného predpisu,^{13a)}
- b) liekov neregistrovaných v Slovenskej republike.

§ 8b

Osoby oprávnené objednať reklamu

Objednať reklamu liekov môže len držiteľ rozhodnutia o registrácii lieku (ďalej len „objednávateľ“).

§ 8c

Požiadavky na obsah reklamy

(1) Reklama musí obsahovať

- a) názov lieku a názov liečiv, ktoré obsahuje,
- b) nevyhnutné informácie o správnom používaní,
- c) výslovnú a zrozumiteľnú výzvu na pozorné prečítanie poučenia obsiahnutého v písomnej informácii pre používateľov.

(2) Reklama nesmie byť klamlivá. Za klamlivú sa považuje taká reklama, ktorá navádza na to, že lekárske vyšetrenie je zbytočné, že liek je účinnejší alebo rovnako účinný v porovnaní s iným liekom.

(3) Reklama ďalej nesmie

- a) oslovovať osoby do veku 18 rokov,
- b) prirovnávať liek k potravinám alebo ku kozmetickým výrobkom,
- c) uvádzať, že bezpečnosť alebo účinnosť lieku je viazaná na skutočnosť, že ide o prírodnú látku,
- d) ponúkať zistenie diagnózy alebo určenie liečby bez lekárskeho vyšetrenia s odporúčaním na použitie určitého lieku,
- e) propagovať účinky lieku prostredníctvom odkazov na účinky dosiahnuté u konkrétnych osôb,
- f) obsahovať údaje o registrácii lieku,
- g) obsahovať odporúčanie vedcov, lekárov alebo známych osobností, ktorých popularitu by mohla využiť na nabádanie používať lieky.

(4) Všetky prvky reklamy musia byť v súlade s informáciami obsiahnutými v súhrne charakteristických vlastností lieku.

(5) V reklame sa zakazuje zmienka o účinkoch liekov na liečenie tuberkulózy, prenosných pohlavných chorôb, závažných infekčných chorôb, nádorových chorôb, chronickej nespavosti, chorôb porúch metabolizmu a psychických chorôb.

(6) Z reklamy musí jednoznačne vyplývať, že ide o reklamu na liek, musí upozorňovať na riziká používania a obsahovať odporúčenie poradiť sa o používaní lieku s osobou oprávnenou predpisovať alebo vydávať liek.

§ 8d**Kontrola reklamy**

(1) Kontrolu reklamy liekov vykonáva štátny ústav; kontrolu reklamy veterinárnych liekov vykonáva ústav kontroly veterinárnych liečiv.

(2) Ak orgán vykonávajúci kontrolu reklamy zistí, že pri reklame sa porušili ustanovenia tohto zákona, reklamu zakáže a ministerstvo zdravotníctva alebo ústav kontroly veterinárnych liečiv objednávateľovi reklamy uloží pokutu až do výšky 1 000 000 Sk.

(3) Výnosy z pokút uložených ministerstvom zdravotníctva sú príjmom Štátneho fondu zdravia. Výnosy z pokút uložených ústavom kontroly veterinárnych liečiv sú príjmom Štátneho podporného fondu poľnohospodárskeho a potravinárskeho.

§ 9**Združenia na ochranu etiky reklamy**

(1) Združenia na ochranu etiky reklamy zriadené podľa osobitných predpisov¹⁴⁾ sú oprávnené podávať podnety orgánom vykonávajúcim dozor podľa § 8.

(2) Orgány dozoru spolupracujú so združeniami na ochranu etiky reklamy a využívajú ich návrhy a podnety najmä pri výkone dozoru.

§ 10**Zrušovacie ustanovenie**

Zrušujú sa:

1. § 20 zákona č. 634/1992 Zb. o ochrane spotrebiteľa,
2. § 6 ods. 2 písm. c) zákona č. 468/1991 Zb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania.

§ 11

Tento zákon nadobúda účinnosť 1. septembra 1996.

Michal Kováč v. r.

Ivan Gašparovič v. r.

Vladimír Mečiar v. r.

- 1) § 2 Obchodného zákonníka.
- 2) Zákon č. 468/1991 Zb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania v znení neskorších predpisov. Zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 1/1996 Z. z. o audiovizíii.
- 3) § 44 a nasl. Obchodného zákonníka.
- 4) § 45 Obchodného zákonníka.
- 5) § 4 ods. 1 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 219 /1996 Z. z. o ochrane pred zneužívaním alkoholických nápojov a o zriaďovaní a prevádzke protialkoholických záchytných izieb. Prílohy č. 3 a 4 nariadenia vlády Slovenskej socialistickej republiky č. 206/1988 Zb. o jedoch a niektorých iných látkach škodlivých zdraviu v znení nariadenia vlády Slovenskej republiky č. 232/1990 Zb.
- 6) Napríklad § 6 a 7 zákona č. 468/1991 Zb., § 5 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 1/1996 Z. z.
- 7) Napríklad zákon č. 468/1991 Zb. v znení neskorších predpisov, zákon č. 634/1992 Zb. o ochrane spotrebiteľa, zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 1/1996 Z. z.
- 8) Zákon Slovenskej národnej rady č. 294/1992 Zb. o Rade Slovenskej republiky pre rozhlasové a televízne vysielanie v znení neskorších predpisov.
- 9) § 7 ods. 1 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 1/1996 Z. z.
- 10) § 18 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 272/1994 Z. z. o ochrane zdravia ľudí.
- 11) § 23 ods. 3 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 152/1995 Z. z. o potravinách.
- 12) Zákon Slovenskej národnej rady č. 71/1986 Zb. o Slovenskej obchodnej inšpekcii v znení zákona Slovenskej národnej rady č. 417/1991 Zb. (úplné znenie č. 32/1992 Zb.).
- 13) Napríklad § 20 zákona č. 468/1991 Zb., § 8 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 1/1996 Z. z., § 28 a 29 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 272/1994 Z. z., § 28 zákona Národnej rady Slovenskej republiky č. 152/1995 Z. z., § 23 a 24 zákona č. 634/1992 Zb., zákon Slovenskej národnej rady č. 71/1986 Zb. v znení neskorších predpisov.
- 13a) Zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 98/1995 Z. z. o Liečebnom poriadku v znení neskorších predpisov.
- 14) Napríklad zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov v znení neskorších predpisov, § 20f a nasl. Občianskeho zákonníka.

