

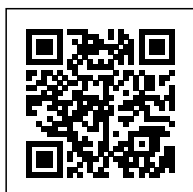


PARLAMENT ČESKÉ REPUBLIKY
POSLANECKÁ SNĚMOVNA

VIII. volební období

128/0

**Návrh poslanců Jana Čížinského, Pavla Bělobrádka, Mariana Jurečky,
Marka Výborného, Víta Kaňkovského, Jana Bartoška, Stanislava
Juránka, Pavly Golasowské a Jiřího Miholy 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: Čížinský J. a další
Doručeno poslancům: 20. března 2018 v 16:51

ZÁKON

ze dne

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:

ČÁST PRVNÍ

Změna zákona o regulaci reklamy

Čl. I.

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, 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. 217/2004 Sb., zákona č. 326/2004 Sb., zákona č. 132/2003 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. 132/2010 Sb., zákona č. 28/2011 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. V § 6a se na konci textu písmene a) doplňují slova „a na přístupových cestách k němu až do vzdálenosti 500 metrů od vchodu do areálu“.

ČÁST DRUHÁ

Účinnost

Čl. II

Tento zákon nabývá účinnosti dnem vyhlášení.

DŮVODOVÁ ZPRÁVA

A. Obecná část

1. Zhodnocení platného právního stavu, hlavní principy navrhované právní úpravy a nezbytnost navrhované právní úpravy

Pohřebnictví je specifickým druhem podnikatelské činnosti. Reklamu na činnosti v pohřebnictví je třeba regulovat s přihlédnutím ke specifickým této činnosti a měla by být omezena s ohledem na zachování etických zásad a piety.

Propagace činností v pohřebnictví byla v České republice poprvé regulována zákonem č. 256/2001 Sb., o pohřebnictví a o změně některých zákonů. Ten doplnil zákon č. 40/1995 Sb., o reklamě, vložení nového § 6a, který mimo jiné ve svém druhém odstavci stanovil, že reklama činností v pohřebnictví nesmí být užitá v prostorách zdravotnického zařízení a ústavu sociální péče. Dle zvláštní části důvodové zprávy návrhu zákona o pohřebnictví bylo smyslem tohoto opatření omezit eticky nevhodný rozsah a způsob propagování činností v pohřebnictví, přičemž navrhovaná úprava vycházela z obdobných principů a omezení uplatňovaných v zahraničí.

Původní prostorové vymezení zákazu reklamy činností v pohřebnictví bylo novelizací provedenou zákonem č. 202/2015 Sb. změněno na aktuálně platnou formulaci, která stanoví, že reklama na činnosti v pohřebnictví nesmí být šířena „v areálu zdravotnického zařízení a zařízení sociálních služeb“.

Pokud jde o současný stav, je nutno konstatovat, že reklamy na činnosti v pohřebnictví, vytěsňené zákonem z areálů zdravotnických zařízení, v mnoha případech bují v jejich bezprostřední blízkosti a jsou často tím prvním, co pacienti a další návštěvníci nemocnice přivítají. Navrhovatelé zákona považují tento stav za nežádoucí a přítomnost reklam pohřebních služeb na přístupových cestách k nemocnicím za stejně eticky nevhodnou, jako je již zakázaná přítomnost takových reklam přímo v nemocničních areálech, a proto mají za nezbytné rozšíření zákazu.

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

Zákon je v souladu ústavním pořádkem a neodporuje žádným mezinárodním smlouvám.

3. Předpokládaný hospodářský a finanční dosah navrhované právní úpravy na státní rozpočet, na rozpočty krajů a obcí

Státní rozpočet, ani rozpočty krajů a obcí nebudou zasaženy žádnými dalšími výdaji.

4. Soulad s právem Evropské unie

Navrhovaná změna není v rozporu s právem Evropské unie.

5. Předpokládané sociální dopady, dopady na rovnost mužů a žen a dopady na životní prostředí

Návrh zákona nepředpokládá sociální dopady ani dopady na rovné postavení mužů a žen a rovněž nepředpokládá žádné dopady na životní prostředí.

B. Zvláštní část

K části první – Změna zákona o regulaci reklamy

Čl. I

K bodu 1.: Na konec platného textu se doplňují slova „a na přístupových cestách k němu až do vzdálenosti 500 metrů od vchodu do areálu“. Tím je vymezeno ochranné pásmo, v němž se na přístupových cestách k areálům zdravotnických zařízení a zařízení sociálních služeb nesmějí objevovat reklamy na činnosti v pohřebnictví.

K části druhé – Účinnost

Čl. II

S ohledem na bezprostřední přínos navrhované úpravy je účinnost stanovena dnem vyhlášení ve sbírce zákonů.

V Praze dne 20. března 2018

Předkladatelé:

Jan Čížinský v. r.

Pavel Bělobrádek v. r.

Marian Jurečka v. r.

Marek Výborný v. r.

Vít Kaňkovský v. r.

Jan Bartošek v. r.

Stanislav Juránek v. r.

Pavla Golasowská v. r.

Jiří Mihola v. r.

Platné znění zákona č. 40/1995 Sb. s vyznačením změn

§ 6a
Činnosti v pohřebnictví

Reklama na provozování pohřební služby, na provozování krematoria nebo na provádění balzamace a konzervace nesmí být šířena

- a. v areálu zdravotnického zařízení a zařízení sociálních služeb **a na přístupových cestách k němu až do vzdálenosti 500 metrů od vchodu do areálu,**
- b. adresnou formou, zejména prostřednictvím dopisů, letáků nebo elektronickou poštou, nebo
- c. v souvislosti s informováním o smrti.