

## Implementace Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka a navazujících rezolucí v české legislativě a možnosti metodické podpory k vymáhání této legislativy

### Zápis z odborného kulatého stolu konaného dne 25. února 2022

Místo a čas konání: on-line na platformě Zoom, od 9:30 do 12:30 hod.

#### Zúčastnili se:

1.	Čermáková Marie	Rada vlády pro rovnost žen a mužů, předsedkyně Pracovní skupiny k porodnictví
2.	Hlišáková Denisa	Úřad Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, analytička obchodních sdělení
3.	Hradecká Lucie	Úřad vlády ČR, tajemnice Pracovní skupiny k porodnictví
4.	Lhotská Lída	Expertka s rozsáhlou mezinárodní zkušeností s regulací marketingu náhrad mateřského mléka (mj. i jako Senior Advisor v ústředí UNICEF)
5.	Majerčíková Aneta	Pracovní skupina k porodnictví, spolek SpoKojení – členská organizace International Baby Food Action Network
6.	Orlová Marie	Ministerstvo průmyslu a obchodu, Odbor živností a spotřebitelské legislativy
7.	Slavíková Silvie	Ministerstvo zdravotnictví ČR, Odbor ochrany veřejného zdraví
8.	Strakoš Jan	Ministerstvo průmyslu a obchodu, ředitel Odboru živností a spotřebitelské legislativy
9.	Šmídová Diana	Úřad vlády ČR, tajemnice Výboru pro práva dítěte

#### Program:

1. Úvod	L. Hradecká
2. Úvodní představovací kolečko a stanoviska Ministerstva zdravotnictví a Ministerstva průmyslu a obchodu	účastnice a účastníci odborného kulatého stolu
3. Shrnutí obsahu a závěrů nové zprávy WHO a UNICEF	L. Hradecká
4. Prezentace členské organizace sítě IBFAN (International Baby Food Action Network) a zástupkyně Pracovní skupiny k porodnictví	A. Majerčíková
5. Facilitovaná diskuze	účastnice a účastníci odborného kulatého stolu
6. Závěr	L. Hradecká

## 1. Úvod

L. Hradecká přivítala přítomné a uvedla, že uspořádáním odborného kulatého stolu „Implementace Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka a navazujících rezolucí v české legislativě a možnosti metodické podpory k vymáhání této legislativy“ (dále jen „kulatý stůl“) pověřila Odbor rovnosti žen a mužů Úřadu vlády ČR (dále jen „ÚV ČR“) Rada vlády pro rovnost žen a mužů (dále jen „Rada“) usnesením ze dne 5. listopadu 2021 č. 18/2021.<sup>1</sup> Usnesení Rada přijala na základě *Podnětu Pracovní skupiny k porodnictví ke 40. výročí přijetí Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka* (dále jen *Podnět ke Kodexu*),<sup>2</sup> jenž byl přijat usnesením Pracovní skupiny k porodnictví ze dne 4. října 2021 č. 04/2021 a jenž byl také výchozím podkladem pro kulatý stůl. Zdůraznila, že kulatý stůl byl záměrně koncipován jako uzavřený, určený odborníci a odborníkům, kteří jsou s danou problematikou, resp. s Mezinárodním kodexem marketingu náhrad mateřského mléka (dále jen „Kodex“) obeznámeni a jsou schopni k tématu vést kvalifikovanou diskuzi. V souladu s Kodexem a doporučeními WHO k jeho implementaci<sup>3</sup> byli z účasti na kulatém stole vyloučeni zástupci a zástupkyně subjektů, kteří na dané věci mají prokazatelný komerční zájem, byť o účast na kulatém stole požádali.

Kulatý stůl dále navazuje na opatření stanovená *Strategií rovnosti žen a mužů na léta 2021 – 2030* (dále jen „Strategie 2021+“),<sup>4</sup> schválené usnesením vlády ze dne 8. března 2021 č. 269, která si klade za cíl zlepšení implementace a vynucování Kodexu včetně navazujících rezolucí tak, aby došlo k eliminaci nevhodných komerčních vlivů zasahujících do rozhodování rodičů o výživě jejich dětí. Odbor organizací kulatého stolu rovněž přispívá k naplňování opatření 4.6.7 „*Věcně vymezit potřebné legislativní změny (zejm. v zákoně o regulaci reklamy) k zajištění implementace Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka WHO a UNICEF a návazných rezolucí Světového zdravotnického shromáždění*“, jehož je spolugestorem.

Byť se Podnět ke Kodexu zabývá zejména nedostatečnou implementací Kodexu v české a evropské legislativě a nedostatečným vymáháním existující legislativy, neznamená to, že by Pracovní skupina k porodnictví řešila pouze otázku sankcí. Pracovní skupina k porodnictví se s obdobnou mírou detailu věnovala i otázce prevence. Konkrétně přijala Podnět k důsledné implementaci Baby-friendly Hospital Initiative 2018 (dále jen „Podnět k BfHI 2018“),<sup>5</sup> který následně schválila Rada, a poté i vláda ČR (usnesením ze dne 23. srpna 2021 č. 731)

---

<sup>1</sup> Blíže viz [http://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/cinnost\\_rady/Zapis\\_Rada\\_5\\_11\\_2021\\_FINAL.pdf](http://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/cinnost_rady/Zapis_Rada_5_11_2021_FINAL.pdf).

<sup>2</sup> Blíže viz <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/aktuality/pracovni-skupina-k-porodnictvi-chce-zamezit-nevhodne-propagaci-nahrad-materskeho-mleka-a-lahvi--191106/>. K článku je připojen Podnět ke Kodexu včetně všech svých šesti příloh.

<sup>3</sup> Blíže viz <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/352003/WHO-EURO-2022-4885-44648-63367-eng.pdf>.

<sup>4</sup> Konkrétně se jedná o opatření z kapitoly Zdraví, a sice 4.6.7 *Věcně vymezit potřebné legislativní změny k zajištění implementace Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka WHO a UNICEF a návazných rezolucí Světového zdravotnického shromáždění*, 4.6.8. *Předložit návrh novely zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy za účelem zajištění implementace Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka WHO a UNICEF a návazných rezolucí Světového zdravotnického shromáždění* a 4.6.9. *Omezit nevhodnou propagaci náhrad mateřského mléka, láhvi a šidítek na veřejnosti, mezi zdravotníky a zdravotnicemi*.

<sup>5</sup> Text podnětu je dostupný na <http://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/Podnet-k-dusledne-implementaci-BfHI-2018---schvalena-verze.pdf>.

rozhodla, že nejpozději do června 2023 má Ministerstvo zdravotnictví (dále jen „MZd“) vytvořit strategii k důsledné implementaci aktuální verze tohoto programu v České republice.<sup>6</sup>

Zdůraznila, že Kodex představuje vysoce relevantní, komplexní a zároveň aktuální dokument (od doby vzniku je s ohledem na společenský vývoj aktualizován navazujícími rezolucemi Světového zdravotnického shromáždění (dále jen „WHA“). Doplnila, že WHO a UNICEF nabízí státům technickou pomoc, kterou mohou při implementaci Kodexu využít (blíže viz bod č. 4).

Kulatý stůl je koncipován na pracovní úrovni s tím, že informace o jeho průběhu a závěrech na pracovní úrovni budou předloženy Radě v souvislosti s dalším projednáváním Podnětu ke Kodexu.

## **2. Úvodní představovací kolečko a stanoviska Ministerstva zdravotnictví a Ministerstva průmyslu a obchodu**

Následně L. Hradecká vyzvala přítomné ke krátkému představení s tím, že zástupci a zástupkyně MZd a Ministerstva průmyslu a obchodu (dále jen „MPO“) byl dán avizovaný přednostní prostor, aby mohli na úvod shrnout svá vstupní pracovní stanoviska a případné kroky, které stran implementace Kodexu jejich ministerstva podnikla od posledního jednání Pracovní skupiny k porodnictví dne 4. října 2021.

J. Strakoš poděkoval za organizaci kulatého stolu a související podklady,<sup>7</sup> zejména návrh modelového implementačního zákona.<sup>8</sup> Zdůraznil, že MPO v souladu se závěry zprávy WHO a UNICEF souhlasí s tím, že intruzivní reklama v oblasti výživy dětí je nepřijatelná, zároveň ovšem vyjádřil přesvědčení, že předmětný problém bude mít patrně mnohem hlubší rozměr v případě rozvojových zemí než zemí EU (s ohledem na kvalitu tamějších právních předpisů i docela jinou mentalitu spotřebitelů). Vysoce ocenil přílohu č. 1 Podnětu o Kodexu,<sup>9</sup> která obsahuje detailní porovnání míry způsobu, jakým je, nebo naopak není Kodex vč. navazujících rezolucí implementován do evropské a české legislativy, a tedy i porovnání povinností vyplývajících z Kodexu a navazujících rezolucí s jednotlivými ustanoveními zákona o regulaci reklamy. Uvedl, že vnímá mezery v platné právní úpravě (české i evropské), nicméně MPO je toho názoru, že implementace Kodexu by se měla komplexně řešit v působnosti MZd, neboť kodex se netýká pouze reklamy. Dále zdůraznil, že pokud chceme zefektivnit aplikaci a vymahatelnost práva, resp. právní ochranu v této oblasti, je nezbytné diskutovat o tom, kým by předmětná oblast měla být dozorována. ČR je v tomto ohledu naprostou anomálií, neboť dozorová role nad předmětnými ustanoveními zákona o regulaci reklamy náleží zejména krajským živnostenským úřadům (dále jen KŽÚ), které dozorují obrovský úsek reklamy a nedisponují zdravotnickou expertízou. Dozor nad oblastí, jež pokrývá Kodex, by si podle MPO zasloužil speciálnější a odbornější dohled. S dozorem z oblasti zdravotnických orgánů ostatně počítá i návrh modelového implementačního zákona.<sup>10</sup>

Za předpokladu, že nedojde ke změně dozorového orgánu, je MPO připraveno poskytnout součinnost v metodickém vedení KŽÚ). V návaznosti na Podnět ke Kodexu si MPO nicméně od října 2021 provedlo rešerši právní úpravy předmětné oblasti v některých dalších

<sup>6</sup> Blíže viz <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/aktuality/tz-vlada-zkvalitni-poporodni-peci-ve-vsech-porodnicich-190329/>.

<sup>7</sup> Viz přílohy zápisu z kulatého stolu.

<sup>8</sup> Blíže viz <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/352003/WHO-EURO-2022-4885-44648-63367-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

<sup>9</sup> Blíže viz <https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/Priloha-1-k-podnetu-o-Kodexu.pdf>.

<sup>10</sup> Tamtéž.

evropských zemích. Dozorem v této oblasti (kojenecká výživa) se v těchto zemích zabývají úřady v gesci ministerstva zdravotnictví, případně zemědělství:

- *Rakousko* - omezení reklamy na dětskou výživu řeší nařízení spolkového ministra zdravotnictví,
- *Německo* - problematiku vč. omezení reklamy řeší vyhláška o dietetických potravinách federálního ministerstva výživy a zemědělství,
- *Polsko* - problematiku vč. omezení reklamy řeší zákon o bezpečnosti potravin, dozor vykonává Zemský hygienický úřad,
- *Slovensko* - problematiku řeší zákon o reklamě, dozor má Úřad veřejného zdravotnictví Slovenské republiky a regionální úřady veřejného zdravotnictví,
- *Švýcarsko* - dodržování reklamních omezení na dětskou výživu je sledováno kantonálními úřady (obvykle kantonálními chemiky a chemičkami).

Dalším důvodem pro svěřeni problematiky do působnosti MZd je skutečnost, že se jedná o velmi specializovanou problematiku, reklama je jen dílčím úsekem komplexní úpravy Kodexu – Kodex se týká povinností distributorů a výrobců, marketingového personálu, zdravotnických pracovníků a pracovníc, zdravotnických zařízení, odborných zástupců a zástupkyň a odborných sester (personál placený distributory a výrobci), rozdávaní darů a poskytování slev, informací o výrobcích, povinného označování výrobků (obaly a etikety), kvality výrobků aj. MPO je rezortně příslušné v obecné rovině pouze pro regulaci reklamy, nicméně i v zákoně o regulaci reklamy platí, že orgánem dozoru pro speciální komodity jsou zásadně specializované orgány – kromě Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „RRTV“) je to např. Státní ústav pro kontrolu léčiv pro reklamu na humánní léčivé přípravky, Státní zemědělská a potravinářská inspekce (dále jen „SZPI“) pro většinu reklamy na potraviny, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský pro reklamu na přípravky na ochranu rostlin, Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv pro reklamu na veterinární léčivé přípravky atd.

Dále uvedl, že modelový implementační zákon obsahuje zajímavé návrhy sankcí, avšak některé z nich jako např. trest odnětí svobody se v rámci tuzemské právní úpravy správního práva jeví jako nepřijatelné. Principiálně se zahrnutí nových pokut nebo správních trestů ve smyslu českého trestního práva nebrání. Pouze navrhl k případné diskuzi o této formě sankcí přizvat k diskuzi také Ministerstvo vnitra (dále jen „MV“) jakožto gestora oblasti správního trestání.

Za MPO uvítal, že MZd projevilo zájem se k tématu implementace Kodexu sejít na náměstkovské úrovni prostřednictvím schůzky hlavní hygieničky ČR MUDr. Pavly Svrčinové, Ph.D. a náměstkyně Sekce hospodářské politiky a podnikání Ing. Silvany Jirotkové.

S. Slavíková uvedla, že přístup MZd je v souladu s přístupem MPO. Hlavní hygienička ČR je však aktuálně velice zaneprázdněna, tudíž schůzka na úrovni náměstkyň patrně proběhne až na jaře. Zdůraznila, že implementace Kodexu se týká nejen počáteční, ale i pokračovací výživy, tedy jde o rozsáhlejší agendu, u jejíhož řešení je MZd nyní personálně limitováno, neboť této agendě se na MZd aktuálně věnuje pouze ona sama. Zdůraznila, že diskuze o případné změně dozorového orgánu by měla proběhnout na úrovni náměstkyň. Vzhledem k plánovanému omezení počtu zaměstnanců a zaměstnankyň krajských hygienických stanic však hlavní hygienička ČR spatřuje v případné změně dozorového orgánu, resp. v převedení této kompetence z KŽÚ na krajské hygienické stanice potíže.

### 3. Shrnutí obsahu a závěrů nové zprávy WHO a UNICEF

L. Hradecká informovala, že ke zveřejnění nové zprávy WHO a UNICEF s názvem „*How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding*“ (dále jen „Zpráva“)<sup>11</sup> došlo celosvětově 23. února 2022. WHO a UNICEF spolu s partnerskými organizacemi uspořádaly k představení Zprávy dva doprovodné webináře.<sup>12</sup> WHO u příležitosti představení Zprávy zveřejnilo otevřený dopis k ukončení predátorského marketingu náhrad mateřského mléka.<sup>13</sup> Dopis je adresován nejen výrobcům, distributorům a investorům, ale i vládám, zdravotníkům a zdravotnicím a je možné se k jeho podpisu připojit i jménem konkrétní organizace či ministerstva.

Zpráva vychází ze systematického meziregionálního výzkumu zadaného WHO a UNICEF. Jedná se o dosud největší studii svého druhu, která byla provedena v součinnosti s výzkumným oddělením agentury, která disponuje expertízou na komunikaci, marketing a změny chování (jak marketingové praktiky určují spotřebitelské chování). Zpráva analyzuje zkušenosti více než 8 500 žen a 300 zdravotníků a zdravotnic z 8 zemí, přičemž za evropský region je ve studii zastoupena Velká Británie. Zpráva prokazuje, že marketing náhrad mateřského mléka je i nadále nepřijatelně rozšířený, zavádějící a agresivní. Ze Zprávy dále vyplývá, že nepravdivá a zavádějící sdělení o náhradách mateřského mléka představují podstatnou překážku pro kojení.

Zpráva, resp. studie, na které je založena, odkrývá enormní rozsah a rafinovanost marketingových technik, které zneužívají strachu a zranitelnosti rodičů. WHO a UNICEF na tento vliv poukázaly mj. i prostřednictvím demonstrativního minutového videospotu „You See, They See: Formula milk marketing and infant feeding“,<sup>14</sup> jenž byl zveřejněn spolu s představením Zprávy. Marketingové techniky zahrnují „*neregulované a invazivní zaměření na cílové skupiny v on-line prostředí, sponzorované poradenské sítě a linky pomoci, propagační akce, dárky a praktiky, které ovlivňují odbornou přípravu zdravotnických pracovníků a doporučení, kterých se jim dostává. Sdělení, která rodiče a zdravotničtí pracovníci dostávají, jsou často zavádějící a vědecky nepodložená.*“<sup>15</sup>

Jedním z neúčinnějších způsobů marketingu je tlumočit marketingová sdělení přímo prostřednictvím zdravotnického personálu. Zdravotníci a zdravotnice jsou ve všech zemích hlavním zdrojem edukace o výživě a krmení dětí. „*Zpráva uvádí alarmující skutečnost, že velké množství zdravotnických pracovníků ve všech zemích bylo osloveno výrobci náhrad mateřského mléka. Ti následně ovlivnili, co budou tito pracovníci doporučovat novopečeným matkám. Výrobci upevňovali svůj vliv prostřednictvím darovaných reklamních předmětů, bezplatných vzorků, financováním výzkumů, placených setkání, událostí a konferencí, a dokonce i provizí z prodeje, což přímo ovlivňuje rozhodování rodičů o způsobu výživy. Více než třetina dotázaných žen uvedla, že jim zdravotnický pracovník doporučil konkrétní značku náhrady mateřského mléka.*“<sup>16</sup>

<sup>11</sup> Zpráva je dostupná z odkazu <https://www.who.int/publications/i/item/9789240044609>.

<sup>12</sup> Záznam z obou webinářů s doprovodnými prezentacemi a diskuzemi je dostupný z <https://www.who.int/news-room/events/detail/2022/02/23/default-calendar/marketing-the-USD-55-billion-formula-milk-industry>.

<sup>13</sup> Blíže viz <https://www.who.int/teams/maternal-newborn-child-adolescent-health-and-ageing/formula-milk-industry/endexploitativemarketing-of-formula-milk-products?fbclid=IwAR3eO3m7gD-Jnd47IECdDAKxb2BxUD2wMpH2X9EyEzoqSMIDYewNCfMKXL4>.

<sup>14</sup> Blíže viz <https://www.youtube.com/watch?v=qkCxAM-ooPl>.

<sup>15</sup> Cit. dle českého překladu související tiskové zprávy dostupné z odkazu [https://www.unicef.cz/vice-nez-polovina-rodicu-je-vystavena-agresivnimu-marketingu-nahrad-materskeho-mléka/?fbclid=IwAR1rK23uO4iZ\\_w3BR7k2bLM2uVDZnhtiXP7xHKh-Ax9GB1c\\_Y3COz48j5fk](https://www.unicef.cz/vice-nez-polovina-rodicu-je-vystavena-agresivnimu-marketingu-nahrad-materskeho-mléka/?fbclid=IwAR1rK23uO4iZ_w3BR7k2bLM2uVDZnhtiXP7xHKh-Ax9GB1c_Y3COz48j5fk).

<sup>16</sup> Tamtéž.

Zpráva rovněž upozorňuje na extenzivní využívání digitálních platform za účelem marketingu náhrad mateřského mléka. Součástí těchto marketingových technik je využívání algoritmů k přesnému zacílení na individuální profil dané osoby, zneužívání jejího strachu, přání a aspirací. Ty jsou podkladem pro další personalizaci marketingového sdělení. Výkonná rada WHO rozhodnutím EB150(7)<sup>17</sup> ze dne 28. ledna 2022 doporučila WHA, aby se na svém 75. zasedání oblasti digitálního marketingu náhrad mateřského mléka rovněž věnovalo a požadovalo její adekvátní regulaci. Rozhodnutí Výkonné rady WHO vychází z reportu „*Maternal, infant and young child nutrition Comprehensive implementation plan on maternal, infant and young child nutrition: biennial report*“,<sup>18</sup> který se mj. opírá právě o představovou studii (jež byla podkladem pro Zprávu). Přílohou reportu je shrnutí nejdůležitějších poznatků o rozsahu a dopadu digitálního marketingu náhrad mateřského mléka a potřebě jeho regulace v souladu s Kodexem. Odbor zajistil český překlad shrnutí (viz příloha č. 2) a jeho zveřejnění na vládním webu.<sup>19</sup>

Ve všech zemích, které byly zapojeny do studie zapojeny, ženy vyjádřily silné přání výlučně kojit. Trvalý tok zavádějících marketingových sdělení však posiluje mýty o kojení a mateřském mléku a podkopává důvěru žen v jejich schopnost úspěšně kojit.

Zpráva na základě výše uvedených zjištění proto formuluje šest základních doporučení:

- Uznat rozsah a naléhavost problému (má dopad na veřejné zdraví)
- Přijmout, sledovat a prosazovat právní předpisy v souladu s Kodexem
- Stavět na ověřených vědeckých a medicínských poznacích a zabránit jejich zkreslování pro komerční účely
- Zregulovat digitální marketing, aby neovlivňoval rozhodování rodičů o výživě dětí, a potažmo neohrožoval zdraví dětí
- Investovat do politik a programů na podporu kojení
- Vytvářet širší koalice, které se budou aktivně stavět proti neetickým marketingovým praktikám a požadovat zodpovědnost výrobců

Prezentace L. Hradecké viz příloha č. 7.

#### **4. Prezentace členské organizace sítě IBFAN (International Baby Food Action Network) a zástupkyně Pracovní skupiny k porodnictví**

A. Majerčíková na úvod své prezentace (viz příloha č. 8) zdůraznila, že problémem je agresivní marketing, nikoli substance, která sama o sobě, pokud není nadužívaná, má své místo ve výživě dětí. Je to právě marketing, který vede spotřebitele a spotřebitelky k nadměrnému užívání umělé výživy i v případech, kdy ji nepotřebují, a odrazuje od kojení. Uvedla, že na rozdíl od marketingu běžných věcí typu šampón jsou dopady marketingu náhrad mateřského mléka do oblasti života a zdraví dětí a žen velmi dramatické. Zároveň je celosvětově prokázáno, že autoregulace nefunguje. Jako příklad nefunkční autoregulace z českého prostředí uvedla pokus o dohodu z roku 2020, o kterou se pokoušel doc. MUDr. Jiří Dort, Ph.D., tehdejší předseda výboru České neonatologické společnosti a člen Národní komise pro kojení, s výrobcí náhrad mateřského mléka, týkající se dodržování základních pravidel Kodexu, jako je např. neposkytování darů na neonatologická oddělení. Jak vyplývá z přílohy

<sup>17</sup> Blíže viz [https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf\\_files/EB150/B150\(7\)-en.pdf](https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB150/B150(7)-en.pdf).

<sup>18</sup> Blíže viz [https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf\\_files/EB150/B150\\_23-en.pdf](https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB150/B150_23-en.pdf).

<sup>19</sup> Blíže viz [https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/2\\_Preklad-annexu---Rozsah-a-dopad-digitalniho-marketingu-nahrad-materskeho-mleka.pdf](https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/2_Preklad-annexu---Rozsah-a-dopad-digitalniho-marketingu-nahrad-materskeho-mleka.pdf).

č. 3 Podnětu ke Kodexu, dohoda nebyla dodržena.<sup>20</sup> Pro ochranu zdraví dětí a žen, ochranu lidských práv (rozhodnutí o typu výživy dětí na základě práva na nestranné a pravdivé informace) je nezbytné důsledně implementovat Kodex a navazující rezoluce.

Informovala, že spolek SpoKojení jakožto český zástupce sítě International Baby Food Action Network (dále jen „IBFAN“) připravuje český překlad (na Kodex) navazujících rezolucí, který následně uveřejní na svém webu a dá jej k dispozici MZd, MPO i ÚV ČR. Kromě primárních zdrojů (tedy Kodexu a navazujících rezolucí) mohou rezortům k implementaci Kodexu napomoci další podpůrné a metodické materiály. Patří mezi ně:

- Podnět ke Kodexu a srovnávací tabulka, jež tvoří přílohu č. 2 Podnětu ke Kodexu.
- V předchozím bodu představená Zpráva.
- Zprávy WHO/UNICEF/IBFAN o stavu implementace Kodexu v národních právních rádech.<sup>21</sup>
- Čtyřdílná série *Code Series*, kterou od IBFAN odebíralo i WHO/UNICEF a další relevantní organizace.
- Protokoly NetCode.<sup>22</sup>
- Implementační manuál WHO<sup>23</sup> k Pokynům k ukončení nevhodné propagace výživy pro kojence a malé děti, které jsou přílohou rezoluce WHA 69.9.
- Policy brief WHO Europe o efektivním rámci implementace Kodexu, jehož součástí je návrh modelového implementačního zákona.<sup>24</sup>

A. Majerčíková doplnila, že první díl *Code Series* obsahuje anotovaný Kodex, druhý díl se detailně zabývá tím, jak by se měl Kodex implementovat, třetí díl se týká zodpovědnosti zdravotníků a zdravotnic a čtvrtý díl se sestává z příručky pro regulátory. Výtisky *Code Series* předal spolek SpoKojení již také například do Národní lékařské knihovny a knihovny ÚV ČR. IBFAN rovněž vytvořil metodologii monitoringu Kodexu, který byl použit jako inspirace pro protokoly NetCode.

Užitečný je implementační manuál WHO<sup>25</sup> k Pokynům k ukončení nevhodné propagace výživy pro kojence a malé děti, které jsou přílohou rezoluce WHA 69.9.<sup>26</sup> Součástí manuálu jsou i informace, jakým způsobem se připravit na případnou opozici při přijímání striktnější regulace.

Inspirativní je i návrh modelového implementačního zákona, který je součástí nově zveřejněného policy brief od WHO Europe o efektivním rámci implementace Kodexu. Upozornila, že autoři modelového zákona mají zakotvení v anglosaském právním řádu, je tudíž obecnější a pro potřeby ČR by jej bylo vhodné rozpracovat. Inspirativní je modelový zákon zejména v oblasti sankcí, kde za porušení Kodexu navrhuje např. pozastavení nebo odnětí výkonu oprávnění k činnosti jak u zdravotnického personálu, tak u komerčních společností. Byť jsou sankce navrhované v modelovém zákonu razantní, považuje za vhodné je ve světle zjištění vyplývajících ze Zprávy zvážit. Policy brief nedoporučuje zapojení výrobců

<sup>20</sup> Blíže viz [https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/Priloha-3-k-podnetu-o-Kodexu\\_seznam-smluv.pdf](https://www.vlada.cz/assets/ppov/rovne-prilezitosti-zen-a-muzu/Aktuality/Priloha-3-k-podnetu-o-Kodexu_seznam-smluv.pdf).

<sup>21</sup> Blíže viz <https://www.who.int/publications/i/item/9789240006010>.

<sup>22</sup> Blíže viz <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259695/9789241513494-eng.pdf?sequence=1> a <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259441/9789241513180-eng.pdf?sequence=1>.

<sup>23</sup> Blíže viz <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/260137/9789241513470-eng.pdf>.

<sup>24</sup> Blíže viz <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/352003/WHO-EURO-2022-4885-44648-63367-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

<sup>25</sup> Blíže viz <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/260137/9789241513470-eng.pdf>.

<sup>26</sup> Blíže viz [https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf\\_files/WHA69/A69\\_R9-en.pdf](https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA69/A69_R9-en.pdf).

a distributorů do fáze přípravy legislativy, neboť se nacházejí v nezrušitelném a neakceptovatelném střetu zájmu. Měli by však mít možnost dostat připomínkovat návrh zákona či jeho novely posléze, a to písemně, aby o tom existoval veřejně dostupný záznam a bylo možné transparentně sledovat, jak na jejich případné připomínky reagovala státní správa.

A. Majerčíková dále připomenula, že MZd a MPO může při implementaci Kodexu využít technické podpory ze strany WHO a UNICEF a nabídla možnost propojení i s autorem diskutovaného policy brief.<sup>27</sup>

Ohledně monitoringu odkázala na podrobné protokoly NetCode. První z nich<sup>28</sup> poskytuje návod, jakým způsobem jednorázově a poté v intervalech 3-5 let sledovat situaci v terénu v daném státě, zjišťovat, kolik rodičů se dostane do kontaktu s marketingem, v jakých prostředích, jaké kanály jsou nejpoužívanější apod. Jedná se o protokol, podle kterého postupovalo v letech 2018-2019 např. Polsko.<sup>29</sup> Druhý z protokolů<sup>30</sup> poskytuje návod, jak nastavit systém monitoringu kontinuálním způsobem prostřednictvím pracovní skupiny (zpravidla pod MZd), která situaci kontinuálně monitoruje a zjištěná porušení nahlašuje dozorovým orgánům, pokud sama není dozorovým orgánem.

Dozorové orgány by měly být proaktivní ve vyhledávání porušení Kodexu a ne být závislé na tom, jestli jim porušení někdo nahlásí. Zdůraznila, že stát by měl aktivně a důsledně sledovat porušování Kodexu právě prostřednictvím dozorových orgánů.

Materiály WHO a UNICEF opakovaně zdůrazňují, že sankce pro porušovatele Kodexu by měly být odstrašující. V této souvislosti upozornila, že sankce v řádu tisíců korun nehrají pro velké nadnárodní firmy, které Kodex poruší, žádnou roli (např. Nestlé Česko s.r.o. v minulém roce v ČR vykázalo zisk ve výši přibližně 11 miliard Kč). KŽÚ od roku 2018 vedly pouze tři řízení a udělily pouze symbolické pokuty. Ocenila, že RRTV, která v letech 2009-2017 vedla čtyři řízení (viz příloha č. 3), v jednom z případů udělila pokutu ve výši 450 tis. Kč. Od udělení pokuty k jejím případnému uhrazení však uběhne ještě dlouhá doba, což nabourává odstrašující efekt. Důvodem je dlouhotrvající přezkum rozhodnutí u správních soudů, které mohou pokutu i zrušit. Je tudíž nezbytné se zaměřit i na délku a kvalitu přezkumu.

V závěru své prezentace A. Majerčíková upozornila na problémy při aplikaci stávající legislativy. Nežádá se stává, že reklama odkazuje na pokračující výživu, avšak vizuální stránka obsahuje zobrazení dítěte ve věku pod 6 měsíců (viz příloha č. 8, slide č. 9). Běžný spotřebitel, jenž nezná rozlišení na počáteční a pokračující výživu, takovou reklamu interpretuje jako reklamu na počáteční výživu, která je v našem právním řádu zakázaná. Dále je zapotřebí ujasnit hranici mezi bezelstným sdělením názorů matek (bez jakéhokoliv napojení na komerční subjekty) a reklamou prostřednictvím influencerek. Rovněž by bylo vhodné metodicky ošetřit využívání slev jako propagační taktiky.

Jelikož případná změna dozorového orgánu může trvat roky, bylo by důležité, aby KŽÚ jakožto stávající dozorové orgány pochopily, proč regulace náhrad mateřského mléka existuje, co jejím obsahem, jaké jsou možnosti vymáhání stávající legislativy, a zároveň aby byly vedeny k proaktivnímu přístupu. Dále považuje za nezbytné vyjasnit, zda mohou KŽÚ zakročit

---

<sup>27</sup> Kontakty na relevantní zástupce a zástupkyně WHO i UNICEF byly MZd a MPO předány bezprostředně po kulatém stole prostřednictvím ÚV ČR.

<sup>28</sup> Blíže viz <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259695/9789241513494-eng.pdf?sequence=1>.

<sup>29</sup> Blíže viz [http://bankmleka.pl/userfiles/files/Raport\\_net\\_code\\_BMK\\_ENG\\_27\\_12\\_19net.pdf](http://bankmleka.pl/userfiles/files/Raport_net_code_BMK_ENG_27_12_19net.pdf).

<sup>30</sup> Blíže viz <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259441/9789241513180-eng.pdf?sequence=1>.



v případě porušení legislativy Evropské unie, které je zatím bez sankce (tj. alespoň tím, že by u příslušných případů dávaly najevo, že se jedná porušení evropské legislativy). KŽÚ by mělo být rovněž zdůrazněno, že výše pokuty má být odstrašující a že KŽÚ mohou udělovat pokutu až do výše 2 mil. Kč.

## **5. Facilitovaná diskuze**

L. Hradecká navrhla, aby závěrečná diskuze byla rámována zejm. následujícími pěti okruhy:

- Potřebné legislativní změny, zejm. včlenění sankcí za porušování pravidel zakotvených evropskými nařízeními do zákona o regulaci reklamy
- Příprava metodického pokynu pro KŽÚ
- Příprava metodického pokynu pro poskytovatele zdravotních služeb
- Využívání protokolů NetCode v ČR
- Zajištění překladů relevantních dokumentů do češtiny (a potažmo jejich dostupnosti pro osoby, které se budou na regulaci podílet)

J. Strakoš uvedl, že pokud by Kodex měl být do české legislativy implementován jako celek, pak by bylo vhodnější mít k tomu nový samostatný zákon, než jít cestou „tříštění“ různých institutů z Kodexu do různých zákonů. Kodex podle něj rozhodně nelze implementovat pouze do zákona o regulaci reklamy, neboť reklama je ve smyslu Kodexu pouze jednou z forem marketingu. Je tudíž logické, že ani KŽÚ (pokud zůstanou dozorovým orgánem) nemohou kontrolovat celou oblast Kodexu, nýbrž pouze závadnou reklamu, pokud splňuje definici reklamy ve smyslu českého zákona o regulaci reklamy. Kontrola dalších aspektů Kodexu a souvisejících nekalých praktik by spíše spadala pod zákon o ochraně spotřebitele, potažmo by se týkala i zákona o ochraně veřejného zdraví. Doplnil, že v Poslanecké sněmovně bude projednávána novela zákona o ochraně spotřebitele včetně novely občanského zákoníku v návaznosti na evropskou úpravu týkající se právě digitálního marketingu. Klíčová je také mentalita spotřebitelů a prevence, nikoli pouze sankce. Stran sankcí dále z pohledu českého správního řádu upozornil na možnou nevymahatelnost pokut u zahraničních subjektů, které na území ČR nemají žádný postížitelný majetek. Zejména v oblasti digitálního marketingu může často jít o zadavatele ze zahraničí. Tzv. digitální šmejdi tak z pohledu českého správního orgánu mohou být nepostížitelní.

A. Majerčíková uvedla, že většina diskutovaných společností má v ČR své dceřiné společnosti, takže pokud by byla vůle a iniciativa, jejich postih by možný byl.

J. Strakoš uvedl, že zahájení řízení o přestupku předchází kontrolní činnost, která je ovládána poněkud jinými principy (kontrolním řádem). Správní proces je poměrně komplikovaný a mechanismy českého správního práva trestního se v praxi těžko prosazují, zvláště u subjektů ze zahraničí, kteří působí na území ČR pouze virtuálně. Ke koncepční diskuzi o změně těchto mechanismů by bylo vhodné přizvat Ministerstvo vnitra jakožto gestora správního trestání, popř. řešit přijetí mezinárodních smluv, které nám zde zcela absentují, a které by mohly proces zefektivnit. V každém případě, pokud se vůbec podaří proti podezřelému subjektu zahájit řízení o přestupku a tento subjekt nebude mít na území ČR žádný majetek, český daňový řád neumožňuje provádět exekuci do zahraničí.

L. Lhotská zdůraznila, že je nezbytné rozlišit to, co je bezprostředně možné řešit s nástroji, které máme, tedy zejména existující zákon o regulaci reklamy a jeho eventuální novelizaci, a to, co se bude muset řešit poté a bude vyžadovat hlubší systémové změny.

J. Strakoš opět zdůraznil, že z povahy věci není možné celý Kodex implementovat do zákona o regulaci reklamy, který řeší pouze reklamu. V reakci na L. Lhotskou uvedl, že primárně je nutné upřít pozornost na to, co je podle Kodexu reklamou a zda to je, nebo není kompatibilní

s českou, potažmo evropskou právní úpravou. V tomto ohledu by bylo na místě promítnutí některých požadavků ze srovnávací tabulky (příloha č. 1 Podnětu o Kodexu) do existujících ustanovení zákona o regulaci reklamy, a to z hlediska regulace reklamy, nikoli marketingu jako takového. Opět podtrhl, že pokud chceme zajistit lepší dozor, měl by jej zajišťovat specializovanější úřad, nejlépe orgány, které spadají pod MZd.

S. Slavíková připomenula, že vzhledem k probíhající debatě o snižování stavů zaměstnankyň a zaměstnanců krajských hygienických stanic se hlavní hygienička ke změně dozorového orgánu nestaví pozitivně. J. Strakoš poznamenal, že plánované snižování zaměstnaneckých stavů a s ním spojené riziko nedostatečných personálních kapacit pro zajištění dozoru se týká i MPO, proto nejde o žádný argument, pokud opravdu chceme zlepšit právní úpravu i dozor, který by měl být prováděn odborníky, nikoliv „nezdravotníky“.

A. Majerčíková v reakci na L. Lhotskou uvedla, že dokud jsou dozorovým orgánem KŽÚ, je zapotřebí je metodicky vést a vytvořit pro ně metodický pokyn, který jim problematiku osvětlí a na který se budou moci odvolávat při své rozhodovací činnosti. Součástí minima, které by mělo být co nejdříve zajištěno, je za ni i zjednání nápravy aktuální situace, kdy do českého právního řádu stále nejsou promítnuty sankce za porušení některých pravidel, které vyplývají z evropské legislativy. S ohledem na omezené kapacity MPO a MZd nabídla pomoc s přípravou školení pro KŽÚ i s přípravou podkladových materiálů pro metodický pokyn pro KŽÚ, tak metodický pokyn pro zdravotníky a zdravotnice.

J. Strakoš uvedl, že KŽÚ jsou dlouhodobě metodicky vedeny ze strany MPO a že právní úpravu znají a podle platné a účinné právní úpravy také postupují. V tomto směru ale dodal, že na tomto kulatém stole je řeč teprve o něčem, co možná bude, za předpokladu, že KŽÚ zůstanou dozorovým orgánem. Nicméně poděkoval za nabídku zaslání podkladových materiálů a zajištění školení pro KŽÚ a nabídl A. Majerčíkové a L. Hradecké rovnou možnost účasti na březnovém školení pro živnostenské úřady, kde budou zastoupeny i KŽÚ. Uvedl, že pokud KŽÚ zůstanou nadále dozorovým orgánem, MPO je bude školit a metodicky vést, nicméně sankce je možno ukládat jen tam, kde je zákonem stanovena nějaká povinnost, která byla porušena.

D. Hlišáková doplnila, že z pohledu Úřadu RRTV nejsou největším problémem sankce, ale délka a podoba soudních řízení, které na udělené pokuty navazují. Soudní řízení trvají léta a mají stran pokut odkladný účinek. Pro ilustraci uvedla nedávné rozhodnutí Nejvyššího správního soudu (dále jen „NSS“),<sup>31</sup> kterým byla v plném znění zamítnuta kasační stížnost týkající se pokuty ve výši 50.000 Kč, kterou RRTV původně udělila v roce 2017 za odvysílání reklamy na Sunar.<sup>32</sup> V reklamě zaznělo, že *„vitamín A přispívá ke správné funkci imunitního systému. Kyselina alfa-linolenová přispívá k rozvoji mozku. Železo přispívá k rozvoji poznávacích funkcí u dětí. Tyto vlastnosti jsou pak v rámci obchodního sdělení vyzdvihovány a deklarovány jako specifická vlastnost potraviny Sunar tvrzením: ‚Bystrý mozek, imunita, poznávací funkce a mlsný jazýček. Po kom to má? Po Sunaru.‘ Spotřebitel je tak přesvědčován, že uvedené složení produktu, zajišťující konkrétní potřeby zdravého vývoje, je právě a pouze předností Sunaru, přestože jde o látky, jejichž obsah je u tohoto sortimentu – pokračovací výživy povinný ze zákona. Reklama uvedeným zpracováním uvádí spotřebitele v omyl o povaze výrobku a jeho domnělých přednostech.*<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Blíže viz

[https://www.nssoud.cz/files/SOUDNI\\_VYKON/2020/0344\\_1As\\_2000038S\\_20220217151015.pdf](https://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2020/0344_1As_2000038S_20220217151015.pdf).

<sup>32</sup> Blíže viz <https://www.rrtv.cz/files/Pokuty/1a508aa6-4b76-4454-80f9-194dfb29150d.pdf>. (Stručné shrnutí předmětného rozhodnutí RRTV je také přílohou č. 3 tohoto zápisu).

<sup>33</sup> Cit. dle rozsudku NSS.

Společnost HERO CZECH s.r.o. (zadavatel reklamy) se proti udělení pokuty bránila u Městského soudu v Praze, jenž napadené rozhodnutí zrušil a v odůvodnění rozsudku mj. uvedl, „že informace o složkách, které jsou obsaženy v daném produktu, tedy o vitamínu A, kyselině alfa-linolenové a železu, se v reklamě objevuje pouze krátce a tak malým písmem, že i zvýšeně pozorný spotřebitel, kterým jistě může být rodič, jenž hledá pro své malé dítě vhodnou pokračovací kojeneckou výživu, není schopen tuto informaci přečíst, natož dostatečně zaregistrovat a vytvořit si příslušnou myšlenkovou konstrukci.“<sup>34</sup>

D. Hlišáková uvedla, že RRTV se s tímto posouzením nemůže ztotožnit, neboť reklamy na tohoto typu – jak ostatně ukazuje i Zpráva představená v třetím bodu kulatého stolu – jsou masivně rozšířené a lze předpokládat, že spotřebitel, zejm. zranitelná skupina rodičů malých dětí, kteří se svým dětem snaží poskytnout to nejlepší, se s tímto typem reklamy setkává mnohokrát a opakovaně. I průměrný spotřebitel je tudíž schopen bezpečně identifikovat potenciálně nebezpečná sdělení, jež jsou součástí daného obchodního sdělení. V kasační stížnosti tudíž RRTV mj. argumentovala tím, že závěr soudu považuje za nejasný a vnitřně rozporný a současně zdůraznila negativní dopad napadeného rozsudku na svoji budoucí rozhodovací praxi, „která byla tímto rozhodnutím výrazně posunuta a omezena ve vztahu k zákonným povinnostem spojeným s ochranou spotřebitele“.<sup>35</sup>

A. Majerčíková navrhla zvážit proškolení soudců a soudkyň a za tímto účelem doporučuje konzultovat Ministerstvo spravedlnosti. D. Hlišáková uvedla, že by tuto možnost uvítala a bude o ní informovat dozorový orgán i Úřad RRTV. L. Hradecká doplnila, že zahrnutí Ministerstva spravedlnosti, resp. proškolení soudců a soudkyň je možné Radě doporučit právě i jako jeden z výstupů tohoto kulatého stolu.

J. Strakoš zdůraznil, že evropská nařízení jsou přímo použitelná a závazná. Zajištění sankcí za jejich porušování by v principu bylo pouze otázkou drobné úpravy sankčních ustanovení v zákoně o regulaci reklamy. Deklaroval ochotu se ze strany MPO podílet na překladech relevantních metodických dokumentů (představených v předchozím bodě) do češtiny. Zdůraznil však omezené finanční zdroje MPO, kterým by musel být případný rozsah překladu uzpůsoben. Dále upozornil, že i metodika pro KŽÚ má vždy pouze doporučující charakter, neboť závazný výklad zákona dává pouze soud. V návaznosti na příspěvek D. Hlišákové uvedl, že mechanismy českého správního práva trestního jsou těžkopádné. Když se už KŽÚ doberou ke zdárnému konci a postihu subjektu, tak do toho zpravidla vstoupí správní soud, jenž může navíc dospět k závěru, který může být z pohledu MPO do té doby neakceptovatelný. Příkladem takové situace, jež má zásadní dopad na rozhodovací praxi KŽÚ, je rozhodnutí NSS týkající se reklamy na elektronické cigarety.<sup>36</sup>

L. Hradecká doporučila při přípravě metodického pokynu využít součinnosti ze strany Pracovní skupiny k porodnictví, resp. Rady, a to zejm. prostřednictvím A. Majerčíkové, a připomenula obdobnou spolupráci MPO a Rady z minulosti týkající se metodického pokynu k rozeznávání sexismu v reklamě.<sup>37</sup> L. Hradecká nabídla, že rovněž ověří možnost Odboru, resp. ÚV ČR zajistit finanční prostředky na část českého překladu diskutovaných dokumentů tak, aby byly dostupné i pro osoby, které se budou na regulaci podílet.

<sup>34</sup> Blíže viz <https://www.rrtv.cz/cz/files/judikaty/0210ac32-bda4-4ad4-b8cf-eb46ee4e7e38.pdf>.

<sup>35</sup> Cit. dle rozsudku NSS.

<sup>36</sup> Blíže viz <https://sbirka.nssoud.cz/cz/regulace-reklamy-reklama-na-elektronicke-cigarety.p4008.html?q=>.

<sup>37</sup> Blíže viz

<https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/55757/63940/656321/priloha001.pdf?fbclid=IwAR0SZkeTT67b3fnj0t4sEMqeJtsl-tqYqidYakXo1jaO19kctmyegcVkc2E>.

A. Majerčíková zdůraznila, že povinnosti vyplývající z evropských nařízení, jako je zákaz výživových a zdravotních tvrzení, jsou zásadní. K jejich porušování dochází i v ČR, tudíž by bylo žádoucí jasně stanovit, komu tato porušení nahlásit. Avšak bez zajištění sankcí bude vymáhání naplňování těchto povinností pořád bezzubé.

S. Slavíková doplnila, že dostupnost relevantních dokumentů v češtině považuje za důležitou. Případný podíl MZd na financování českého překladu diskutovaných materiálů by musela nejprve zkontaktovat s Odborem mezinárodních věcí a Evropské unie. Dále vyjádřila obavu, že metodický pokyn pro poskytovatele zdravotních služeb bude mít stejný účinek jako v předchozích bodech zmiňovaná nefunkční autoregulace, a sice žádný. Pokud se povinnosti pro zdravotníky a zdravotnice vyplývající z Kodexu nebudou legislativně ukotveny, nejlépe prostřednictvím zákona o zdravotních službách, nebude možné je efektivně vymáhat. Uvedla, že s protokoly NetCode neměla možnost se dostatečně seznámit a nedokáže nyní do diskuze přispět s tím, co by jejich využívání personálně a finančně pro MZd obnášelo.

J. Strakoš se A. Majerčíkové dotázal na čl. 5.1 Kodexu, resp. jak je míněna přesně věta: „*Neměla by existovat žádná reklama nebo forma propagace výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu pro veřejnost.*“

A. Majerčíková odpověděla, že obsahově čl. 5.1 zdůrazňuje, že žádná reklama na výrobky v působnosti Kodexu není přípustná. Podmiňovací způsob byl v článku použit z důvodu, že Kodex by původně v roce 1981 přijímán formou doporučení. Status Kodexu se nicméně v mezinárodním právu změnil. Povinnost států implementovat a vynucovat Kodex a navazující rezoluce a povinnost soukromých společností dodržovat Kodex a návazné rezoluce zmiňují ve svých obecných komentářích smluvní orgány OSN<sup>38</sup>. Tyto povinnosti tak lze nyní označit za součást mezinárodního práva lidských práv.<sup>39</sup>

Na dotaz, jaký zákon by byl nevhodnější platformou pro důslednou implementaci Kodexu A. Majerčíková uvedla, že si dokáže představit několik variant a netrvá nezbytně na vzniku jednoho speciálního zákona. Základ spatřuje v novele zákona o regulaci reklamy. Za vhodnou by považovala související novelizaci zákona o ochraně veřejného zdraví a stran ukotvení povinností zdravotníků a zdravotnic i novelu zákona o zdravotních službách. J. Strakoš vyjádřil souhlas, že implementaci Kodexu by bylo vhodné zapracovat rovněž do zákona o ochraně veřejného zdraví. V každém případě by se podle něj mělo jednat primárně o zákon (či zákony) v gesci MZd. S. Slavíková by za vhodné považovala nejprve úpravu zákona o regulaci reklamy, a to zapracováním sankcí za porušování povinnosti z evropských nařízení. Teprve poté by usilovala o zapracování zbývajících povinností z Kodexu do dalších zákonů. J. Strakoš doplnil, že zákaz výživových a zdravotních tvrzení je záležitostí potravinářského práva a spadá přednostně do gesce Ministerstva zemědělství, resp. SZPI. Dále zdůraznil, že v případě zavádění nových správních trestů a povinností je obecným územ MV jakožto gestora správního trestání požadovat, aby se nová úprava netříštila do množství právních předpisů

<sup>38</sup> Viz obecné komentáře Výboru OSN pro práva dítěte a Výboru OSN pro hospodářská, sociální a kulturní práva

(<http://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2FPPRiCAqhKb7yhsqlkirKQZLK2M58RF%2F5F0vHCIs1B9k1r3x0aA7FYrehINUfw4dHmIOxmFtmhaiMOKH80ywS3uq6Q3bqZ3A3yQ0%2B4u6214CSatnrBIZT8nZmj>,  
[https://tbinternet.ohchr.org/\\_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC%2fC%2fG C%2f16&Lang=en](https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC%2fC%2fG C%2f16&Lang=en),  
<http://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=4slQ6QSmIBEDzFEovLCuW1a0Szab0oXTdlmnsJZZVQclMOuuG4TpS9jwlhCJcXiuZ1yrkMD%2FSj8YF%2BSXo4mYx7Y%2F3L3zvM2zSUBw6ujlnCawQrJx3hlK8Odk6DUwG3Y>).

<sup>39</sup> Viz [rozsudek](https://www.icj-cij.org/public/files/case-related/103/103-20101130-JUD-01-00-EN.pdf) Mezinárodního soudního dvora ve věci Ahmadou Sadio Diallo z roku 2010 (<https://www.icj-cij.org/public/files/case-related/103/103-20101130-JUD-01-00-EN.pdf>).

a byla pro správní orgány přehledná. Touto optikou by bylo vhodné včlenění Kodexu do jednoho existujícího právního předpisu, nebo vytvoření nového samostatného zákona v gesci MZd. D. Hlíňáková uvedla, že s ohledem na snadnější rozhodovací praxi správních úřadů by rovněž uvítala, aby Kodex byl nejlépe včleněn do jednoho předpisu.

L. Lhotská zareagovala, že během své praxe zažila tuto debatu již mnohokrát. Jednání na téma jednoho zákona vždy trvala neúměrně dlouho a málokdy vedla k jeho vzniku. Gesci nad takovým zákonem si mezi sebou jednotliví aktéři neustále přehazovali a dohadovali se, u koho by měla skončit. Co naopak většinou pomohlo, bylo postupovat po menších částech – tj. hledat, kam by do již existující legislativy bylo možné jednotlivá ustanovení Kodexu včlenit. Na základě své zkušenosti považuje za legitimní a důležitou i snahu bez odkladu přistupovat k dílčím úpravám, které jsou v danou dobu možné a snadno proveditelné. I tímto způsobem v ostatních zemích docházelo k posunu a k lepší informovanosti zainteresovaných aktérů a akterek, která v některých případech nakonec vyústila i ve vznik samostatného zákona. Otázku by tedy doporučila nestavět „buď, anebo“, nýbrž vydat se cestou toho, co je možné a snadno proveditelné v současné době, a teprve poté zhodnotit, zda zvolit cestu samostatného plnohodnotného zákona.

J. Strakoš uvedl, že přehlednost je důležitá nejen pro dozorové orgány. Zásadní je přehlednost a právní jistota i pro adresáty těchto norem, aby věděli, kde a jaká povinnost je zakotvena.

L. Lhotská odpověděla, že nadnárodní firmy disponují obrovským aparátem právníků a právníček a jsou o stavu regulace velice dobře informovány. Ve své praxi zažila, že volání po přehlednosti bylo i zneužíváno jako výmluva či zástupný důvod, jak oddálit, zmírnit či znemožnit regulaci.

MPO a MZd byla v této souvislosti dotázána, jak plánují zamezit střetu zájmů, resp. jak zajistí, že další práce na implementaci Kodexu bude na rezortech probíhat bez komerčních vlivů. S. Slavíková odpověděla, že vyloučení střetu zájmu je součástí interních předpisů. Firmy mají možnost své připomínky vznést až v rámci mezirezortního, nikoli vnitřního připomínkového řízení. Uvedla, že si není vědoma, že by připomínky externích subjektů byly ze strany MZd zveřejňovány. J. Strakoš doplnil, že nestrannost je zajištěna prostřednictvím zákona o státní službě a že MPO se při přípravě návrhů zákonů řídí Legislativními pravidly vlády. M. Orlová uvedla, že si není vědoma možnosti, jak by do fáze, kdy se na ministerstvu zpracovává zákon na pracovní úrovni, kdokoliv externí zasahoval.

L. Hradecká uvedla, že zájem zástupců výrobců náhrad mateřského mléka<sup>40</sup> o účast na tomto kulatém stole byl ÚV ČR tlumočen prostřednictvím zaměstnankyně Odboru živností a spotřebitelské legislativy MPO. ÚV ČR jejich účast odmítl s tím, že v této fázi není žádoucí zapojení subjektů, které mají na dané věci prokazatelný komerční zájem. Stejně tak je podle doporučení WHO nevhodné, aby do diskuze o regulaci předmětné oblasti zasahovaly subjekty, které se nacházejí ve střetu zájmu, tj. například jsou sponzorované výrobci náhrad mateřského mléka.

A. Majerčíková zdůraznila, že je pravděpodobné, že výrobci budou kontakt sami iniciovat a navrhnout rezortům svá řešení. Tohoto nebezpečí si jsou ostatně vědomy i WHO a UNICEF. Je podle ní tudíž důležité, aby na to rezorty byly připraveny, případné připomínky výrobců a reakce na ně měly písemně zdokumentované a výrobcům daly možnost uplatnit své připomínky nejdříve ve fázi mezirezortního připomínkového řízení.

L. Lhotská a A. Majerčíková v závěru diskuze reagovaly na obavy S. Slavíkové z nefunkčnosti metodického pokynu pro poskytovatele zdravotních služeb. A. Majerčíková zdůraznila, že

---

<sup>40</sup> Konkrétně se jednalo o České sdružení pro značkové výrobky, z.s.

porozumění povinností vyplývajících z Kodexu by napomohlo, kdyby mohly být definované ze strany MZd jakožto autority v oblasti zdraví a zdravotní péče (i když zatím nebudou právně vynutitelné). L. Lhotská uvedla, že metodický pokyn pro poskytovatele zdravotních služeb by mohl zdravotníkům a zdravotnicím napomoci se lépe orientovat v tom, co je správná praxe, co je (či naopak není) v této oblasti profesionální jednání v souladu s principy lékařské etiky. Zároveň by zdravotnickým týmům i externím subjektům napomohl v monitoringu a umožnil lépe upozorňovat na případné – byť nechtěné – přešlapy. Podle zjištění Zprávy představené v třetím bodě kulatého stolu je jedním z nejúčinnějších způsobů marketingu tlumočit marketingová sdělení přímo prostřednictvím zdravotnického personálu, jenž je pro rodiče hlavním zdrojem informací o výživě a krmení dětí. Z této perspektivy má metodický pokyn pro zdravotníky a zdravotnice navzdory svému pouze doporučujícímu charakteru své opodstatnění.

S. Slavíková uvedla, že agendu implementace Kodexu je na MZd vyšetřen pouze její úvazek a z důvodu omezených kapacit by uvítala, kdyby jí A. Majerčíková návrh metodického pokynu napomohla připravit. A. Majerčíková souhlasila, že MZd poskytne potřebnou součinnost.

L. Hradecká poděkovala přítomným za aktivní účast a kulatý stůl ukončila.

## **Přílohy zápisu**

**Příloha č. 1** Podnět ke Kodexu vč. příloh níže, pro účely zápisu označených písm. a) až f)

- Příloha č. 1a Implementace Kodexu a navazujících rezolucí v evropské a české legislativě
- Příloha č. 1b Pravidla týkající se propagace a distribuce počáteční kojenecké výživy, která musí být respektována výrobcí kojenecké výživy z roku 2014
- Příloha č. 1c Seznam smluv uzavřených od roku 2018 mezi nemocnicemi (porodnicemi) v přímé působnosti Ministerstva zdravotnictví a výrobcí náhrad mateřského mléka v hodnotě vyšší než 50 000 Kč
- Příloha č. 1d Vybrané ukázky porušení Kodexu od roku 2018
- Příloha č. 1e Příkaz Odboru živnostenského a občanskosprávního Magistrátu hlavního města Prahy ze dne 8. 11. 2018, č.j. MHMP 1727391/2018
- Příloha č. 1f Rozhodnutí Odboru živnostenského a občanskosprávního Magistrátu hlavního města Prahy ze dne 14. 4. 2020, č.j. MHMP 204180/2020

**Příloha č. 2** Český překlad přílohy „*Rozsah a dopad digitálního marketingu náhrad mateřského mléka*“ z reportu WHO z 29. prosince 2021

**Příloha č. 3** Přehled správních řízení a pokut udělených ze strany RRTV

**Příloha č. 4** Rozhodnutí RRTV, sp. zn. 2016/963/had/HER (reklama na Sunar)

**Příloha č. 5** Zpráva WHO a UNICEF „*How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding*“ („*Jak marketing náhrad mateřského mléka ovlivňuje naše rozhodování výživě kojenců*“)

**Příloha č. 6** *Effective regulatory frameworks for ending inappropriate marketing of breast-milk substitutes and foods for infants and young children in the WHO European Region (2022)*

**Příloha č. 7** Prezentace L. Hradecké ke shrnutí obsahu a závěrů nové zprávy WHO a UNICEF

**Příloha č. 8** Prezentace A. Majerčíkové k implementaci, monitoringu a vymáhání Kodexu a navazujících rezolucí

## **Shrnutí závěrů kulatého stolu pro Radu - účastnice a účastník kulatého stolu:**

- Uznávají narůstající rozsah a naléhavost neetického marketingu náhrad mateřského mléka a jeho zásadní negativní dopady na veřejné zdraví.
- Pro ochranu zdraví dětí a žen, ochranu lidských práv a možnost rozhodnutí o typu výživy dětí na základě práva na nestranné a pravdivé informace považují za nezbytné důsledně implementovat Kodex a navazující rezoluce.
- Oceňují vysokou kvalitu Podnětu ke Kodexu a doporučují MPO a MZd využití přílohy č. 1 Podnětu o Kodexu obsahující přehled implementace Kodexu a navazujících rezolucí v evropské a české legislativě.
- Podporují diskuzi MPO a MZd o změně dozorového orgánu i širší diskuzi o vzniku případného nového speciálního zákona, avšak požadují, aby tyto neblokovaly možnost přednostní realizace prvních kroků směrem k důslednější implementaci Kodexu a navazujících rezolucí, zejména:
  - o včlenění sankcí za porušování pravidel zakotvených evropskými nařízeními do zákona o regulaci reklamy;
  - o zajištění metodického vedení KŽÚ jakožto stávajícího dozorového orgánu prostřednictvím školení a vytvoření souvisejícího metodického pokynu;
  - o vznik metodického pokynu pro poskytovatele zdravotních služeb;
  - o zajištění proškolení soudců a soudkyň správních soudů.
- Vítají možnost využití spolupráce ze strany zástupkyně Pracovní skupiny k porodnictví a sítě IBFAN na přípravě výše uvedených metodických pokynů a školení.
- Upozorňují na nutnost dostatečných personálních a odborných kapacit na MPO a MZd pro implementaci Kodexu a navazujících rezolucí.
- Doporučují zhotovení českého překladu relevantních metodických dokumentů WHO, UNICEF a IBFAN do češtiny, a potažmo zajištění jejich dostupnosti pro osoby, které se budou na regulaci podílet (protokoly NetCode a další).

V Praze dne 6. května 2022

Zapsala: Lucie Hradecká, tajemnice Pracovní skupiny k porodnictví

Schválili: účastnice a účastník kulatého stolu

V Praze dne 13. května 2022