



## **SMERNICE ZA IZVAJANJE ZAKONA O OMEJEVANJU UPORABE TOBAČNIH IN POVEZANIH IZDELKOV -**

### **prepoved prodaje osebam, mlajšim od 18 let ter prepoved oglaševanja in prikazovanja**

Priprava Smernic za izvajanje Zakona o omejevanju uporabe tobačnih in povezanih izdelkov – prepoved prodaje osebam, mlajšim od 18 let ter prepoved oglaševanja in prikazovanja (v nadaljevanju: smernice) je nastala na pobudo članov Trgovinske zbornice Slovenije, ki je reprezentativno, prostovoljno, interesno in nepridobitno združenje pravnih in fizičnih oseb, ki na trgu samostojno opravljajo trgovinsko in s trgovino povezane dejavnosti. Smernice sta odobrila Ministrstvo za zdravje in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo.

Smernice predstavljajo osnovne usmeritve in pomoč za ustrezno izvajanje zahtev Zakona o preprečevanju uporabe tobačnih in povezanih izdelkov (Ur. l. RS, št. 9/2017).

#### **Trgovinska zbornica Slovenije**

**Republika Slovenija**  
**Ministrstvo za zdravje**

**Republika Slovenija**  
**Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo**

Smernice so pripravile:

- Nataša Blažko, univ. dipl. soc., Ministrstvo za zdravje
- Barbara Krivic, univ. dipl. prav., Trgovinska zbornica Slovenije
- Špela Struna, univ. dipl. prav., Ministrstvo za zdravje

Ljubljana, maj 2017



## 1. PRAVNA PODLAGA

**Zakon o omejevanju uporabe tobačnih in povezanih izdelkov (Ur. l. RS, št. 9/2017), ki je stopil v veljavo 11. marca 2017**

**Povzetek določb:**

### 29. člen (oglaševanje)

(1) Prepovedano je vsako doniranje ali sponzoriranje dogodka, dejavnosti ali posameznika ter kakršno koli posredno in neposredno oglaševanje in promocija tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov, tudi prek storitev informacijske družbe.

(2) Za neposredno oglaševanje tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov se šteje razstavljanje posameznih izdelkov na prodajnih mestih. Prodajalci morajo vse te izdelke shranjevati tako, da javnosti niso niti vidni niti dostopni. Na vsakem prodajnem mestu je lahko na vidnem mestu, v velikosti največ A4 formata (210 x 297 mm), objavljeno največ eno obvestilo, da se na tem mestu prodajajo izdelki iz prejšnjega odstavka. Prepovedana so promocijska darila, darilni boni, znamkice in kuponi za popust ali kakršne koli druge podobne ponudbe v povezavi z nakupom tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov. Prepovedano je spodbujanje prodaje tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov.

(3) Za posredno oglaševanje tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov se šteje prikazovanje znamk in drugih znakov za označevanje teh izdelkov na predmetih, ki po tem zakonu niso tobak, tobačni izdelki ali povezani izdelki. Za posredno oglaševanje se šteje tudi brezplačno ponujanje tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov na javnih mestih in v javnih prostorih.

(4) Za posredno oglaševanje šteje, kadar se znamka, znak, logotip, trgovska oznaka ali katera koli druga posebnost, vključno s posebnimi barvnimi kombinacijami tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov povezuje z drugim izdelkom ali storitvijo tako, da se utegne ta izdelek ali storitev povezati s tobakom, tobačnimi izdelki in povezanimi izdelki.

(5) Za posredno oglaševanje šteje tudi, kadar se znamka, znak, logotip, trgovska oznaka ali katera koli druga posebnost, vključno s posebnimi barvnimi kombinacijami drugega izdelka ali storitve povezuje s tobakom, tobačnim izdelkom ali povezanim izdelkom ter družbo, ki te izdelke proizvaja.

(6) Prepovedano je oglaševanje izdelkov, ki bi s svojim videzom in namenom uporabe lahko spodbujali k potrošnji tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov.

(7) Prepovedano je prikazovanje ali uporaba tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov v okviru televizijskih vsebin in javnih nastopov, ki so namenjeni osebam, mlajšim od 18. let, razen v filmih, nadaljevankah in nanizankah.

(8) Objavljanje podatkov o kakovosti in drugih lastnostih tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov v strokovnih knjigah ter revijah in publikacijah, ki so namenjene izključno obveščanju proizvajalcev in prodajalcev teh izdelkov in je njihovo razširjanje omejeno na te osebe ali podjetja, se ne šteje za oglaševanje po določbah tega člena.



### 30. člen (prepoved prodaje)

- (1) Prepovedana je prodaja tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov osebam, mlajšim od 18 let. Teh izdelkov ne smejo prodajati osebe, mlajše od 18 let.
- (2) Prepoved prodaje izdelkov iz prejšnjega odstavka osebam, mlajšim od 18 let, je na prodajnih mestih teh izdelkov objavljena na vidnem mestu.
- (3) Prepovedana je prodaja tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov iz avtomatskih naprav. Prepovedana je prodaja tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov, ki omogoča neposredno dostopnost teh izdelkov. Prepovedana je prodaja tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov s prodajnih mest, ki se lahko premikajo, pri čemer kioski, postavljeni v skladu z določbami predpisov lokalnih skupnosti, ne štejejo za premična prodajna mesta po tem zakonu.
- (4) Prepovedana je prodaja posameznih cigaret, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov zunaj izvorne embalaže proizvajalca.
- (5) Prepovedano je dajanje na trg tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov prek interneta, telekomunikacij ali katere koli druge razvijajoče se tehnologije ali čezmejna prodaja na daljavo.
- (6) Prepovedana je proizvodnja, dajanje na trg ali čezmejna prodaja na daljavo sladkarij, prigrizkov, igráč ali drugih predmetov v obliki tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov, namenjenih otrokom in mladostnikom.

### 31. člen (starostna omejitev)

Prodajalec lahko od vsake osebe, ki kupuje tobak, tobačne izdelke in povezane izdelke zahteva, da izkaže svojo starost z javno listino. Če oseba to odkloni, ji tobačnega ali povezanega izdelka ne sme prodati.

## 2. OPREDELITEV POJMOV

- **Dajanje na trg** je dajanje izdelkov, ne glede na kraj njihove proizvodnje, na voljo potrošnikom odplačno ali neodplačno, vključno s čezmejno prodajo na daljavo; pri čezmejni prodaji na daljavo se šteje, da je izdelek dan na trg v državi članici EU, v kateri je potrošnik.
- **Doniranje ali sponzoriranje** dogodka, dejavnosti ali posameznika je vsaka posredna ali neposredna oblika prispevka za dogodek, dejavnost ali posameznika s ciljem, učinkom ali mogočim učinkom promocije tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov ali njihove uporabe.
- **Izdelek** je skupen izraz za tobak, tobačne izdelke in povezane izdelke.



- **Oglaševanje in promocija** tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov je vsako posredno ali neposredno sporočilo, priporočilo, dejanje ali druga vrsta komunikacije, ki ima cilj, učinek ali mogoči učinek promocije tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov ali njihove uporabe.
- **Novi tobačni izdelek** je tobačni izdelek, ki:
  - ne spada v nobeno od naslednjih kategorij: cigarete, tobak za zvijanje, tobak za pipo, tobak za vodno pipo, cigare, cigarilosi, tobak za žvečenje, tobak za njuhanje ali tobak za oralno uporabo in
  - in je bil dan na trg po 19. maju 2014.
- **Poslovni prostor** je zaokrožen prostor, v katerem se stalno, občasno ali začasno izdajajo računi za dobave tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov. Za poslovni prostor se ne šteje samo mesto prodaje, kot je na primer posamezna blagajna. Poslovni prostor je zaokrožena celota v samostojnem objektu ali znotraj objekta, in ima lahko enega ali več prodajnih mest (več blagajn). Znotraj posameznega objekta ima lahko poslovni subjekt več poslovnih prostorov.
- **Potrošnik** je vsaka fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja blago (izdelke) ali storitve za namen izven svoje trgovske, poslovne, obrtne ali poklicne dejavnosti.
- **Povezani izdelki** so elektronske cigarete in elektronske cigarete brez nikotina, zeliščni izdelki za kajenje in novi tobačni izdelki.
- **Prodajno mesto** je mesto prodaje, vključno s fizičnimi osebami, kjer se tobačni izdelki dajejo na trg.
- **Prodajalec** je vsaka fizična oseba, ki prodaja tobak, tobačne in povezane izdelke potrošnikom, ne glede na to, v okviru katere dejavnosti se ta prodaja izvaja (npr. trgovina, gostinstvo).
- **Tobačni izdelki** so izdelki, ki se lahko uporabijo in so izdelani, čeprav samo delno, iz tobaka, ki je gensko spremenjen ali ne. Tobačni izdelki so: cigara, cigareta, cigarilos, tobak za zvijanje, tobak za pipo, tobak za žvečenje, tobak za njuhanje, tobak za oralno uporabo, tobak za vodno pipo.
- **Tobak** so tobačni listi in drugi naravno predelani ali nepredelani deli rastline tobaka, vključno z ekspandiranim in rekonstituiranim tobakom.
- **Znamka** pomeni znamko, kot jo določa Zakon o industrijski lastnini (Ur. l. RS, št. 51/06 – UPB in 100/13 – ZIL-1). Skladno z 42. členom ZIL-1 se kot znamka sme registrirati kakršen koli znak ali kakršna koli kombinacija znakov, ki omogočajo razlikovanje blaga ali storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega podjetja in jih je mogoče grafično prikazati, kot so zlasti besede, vključno z osebnimi imeni, črke, številke, figurativni elementi, tridimenzionalne podobe, vključno z obliko blaga ali njihove embalaže, in kombinacije barv kot tudi kakršna koli kombinacija takih znakov.

Izrazi zapisani v moški slovnični obliki, so uporabljeni kot nevtralni za ženski in moški spol.



### 3. PREPOVED PRODAJE OSEBAM, MLAJŠIM OD 18 LET

Zakon določa da je prepovedana prodaja tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov osebam, mlajšim od 18 let. Teh izdelkov ne smejo prodajati osebe, mlajše od 18 let.

Prodajalec lahko, v skladu z novim zakonom, od vsake osebe, ki kupuje tobak, tobačne izdelke in povezane izdelke, zahteva, da izkaže svojo starost z javno listino. Če oseba to odkloni, ji tobačnega ali povezanega izdelka ne sme prodati. Pomembna razlika v primerjavi s prejšnjo zakonsko ureditvijo je v tem, da je prodajalec lahko zahteval le, da oseba izkaže svojo starost z osebnim dokumentom, če je domneval, da je oseba mlajša od 18 let, kar pa je dejansko v praksi težko oceniti. Sprememba predstavlja večjo varnost za prodajalce, ki so bili velikokrat izpostavljeni pritiskom in grožnjam strank, ki svoje starosti niso želele izkazati, saj so trdile, da so polnoletne, po drugi strani pa tudi večjo pravno varnost za poslovne subjekte, ki te izdelke prodajajo. To je še toliko pomembnejše, ker lahko sedaj tržni inšpektorji pri opravljanju nadzora nad prepovedjo prodaje mladoletnikom, sodelujejo z osebo, mlajšo od 18 let.

Prepoved prodaje tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov osebam, mlajšim od 18 let, mora biti na prodajnih mestih teh izdelkov objavljena na vidnem mestu.

V kolikor je poleg tega obvestila na vidnem mestu objavljeno tudi obvestilo, da bo prodajalec od vsakega kupca izdelka zahteval, da se pred nakupom izkaže z osebnim dokumentom, takšno obvestilo ne pomeni oglaševanja teh izdelkov.

### 4. PREPOVED OGLAŠEVANJA IN PRIKAZOVANJA IZDELKOV

#### 4.1. PREPOVED POSREDNEGA OGLAŠEVANJA ZNOTRAJ IN ZUNAJ POSLOVNIH PROSTOROV IN NA DRUGIH IZDELKIH

Znamke in drugi znaki za označevanje izdelkov ne smejo biti prikazani na predmetih, ki niso tobak, tobačni izdelki in povezani izdelki (npr. vžigalniki, pepelniki, majice, pripomočki za kajenje kot so papirčki za zvijanje, tube ipd.).

Za oglaševanje izdelkov se ne šteje:

- objava prodajalca po zvočniku, da je na prodajnem mestu zmanjkalo določenega izdelka in ga je potrebno dostaviti;
- podajanje informacij o izdelku oziroma o različnih izdelkih na prodajnem mestu, za katere potrošnik, ki na prodajnem mestu izrazi voljo po nakupu, izrecno zaprosi;
- za oglaševanje se ne šteje dovoljena vidnost izdelkov skladno s točko 4.5.

#### Od 11. junija 2017 dalje:

Na zunanjih in notranjih izveskih poslovnih prostorov ne smejo biti prikazane znamke in drugi znaki za označevanje izdelkov.



## 4.2. PREPOVED UGODNOSTI

V povezavi z nakupom izdelkov je:

- prepovedano dajanje promocijskih daril (npr. vžigalnikov, pepelnikov...);
- prepovedano dajanje darilnih bonov;
- prepovedano dajanje znamkic – navedeno pomeni, da se mora ob hkratnem nakupu tudi drugega blaga od vrednosti celotnega nakupa, na podlagi katerega se izda določeno število znamkic, odšteti vrednost nakupa izdelkov;
- prepovedano dajanje kuponov za popust - navedeno pomeni, da se mora ob hkratnem nakupu tudi drugega blaga od vrednosti nakupa, na podlagi katerega se izda določen kupon za določeno višino popusta, odšteti vrednost nakupa izdelkov;
- prepovedana kakršna koli druga podobna ponudba v povezavi z nakupom izdelkov: nižja cena, brezplačen izdelek, nagrada, večje pakiranje, dva izdelka za enega, vključitev v shemo zvestobe.

## 4.3. CENIK IZDELKOV

Skladno s 26. členom Zakonom o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 20/1998 s spremembami in dopolnitvami – v nadaljevanju ZVPot) mora podjetje za blago, ki ga ponuja, vidno označiti ceno, ki vključuje davek na dodano vrednost (DDV) v primeru, da je podjetje zavezanec za DDV.

Pravilnik o načinu označevanja cen blaga in storitev (Ur. l. RS, št. 63/1999 s spremembami in dopolnitvami) v 6., 7. in 8. členu določa način označevanja cen blaga.

Cena izdelkov mora biti označena na izdelku - opomba: ta način se od 11. marca 2018 ne more uporabiti, saj izdelek potrošniku ni viden.

Cena se lahko označi tudi na enega od naslednjih načinov, vendar tako, da ne obstoja možnost zamenjave s ceno drugega blaga:

- na polici, kjer je izdelek nameščen - opomba: ta način se po 11. marcu 2018 ne more uporabiti, saj izdelek potrošniku ni viden;
- na izvorni embalaži izdelka - opomba: ta način se po 11. marcu 2018 ne more uporabiti, saj izdelek potrošniku ni viden;
- v obliki cenika - opomba: možen način označevanja;
- v katalogu - opomba: možen način označevanja;
- na nek drug ustrezen način.

Označitev cen mora biti nedvoumna, lahko prepoznavna, čitljiva in za potrošnika na vidnem in dosegljivem mestu. Cena je nedvoumno označena, če je ni možno zamenjati s ceno drugega blaga, ki se nahaja v neposredni soseščini.

Pri označevanju cen v katalogu je prodajna cena označena čitljivo, če je velikost številok najmanj 3 mm.



Pri označevanju cen v obliki cenika je prodajna cena označena čitljivo, če je velikost številčk najmanj 5 mm.

Na ceniku ali v katalogu se v enaki pisavi za vse izdelke navede samo blagovna znamka – ime izdelka in cena izdelka z vključenim DDV.

Cenik mora biti za potrošnika viden. Cenik je lahko eden za cel poslovni prostor, lahko pa je v poslovnem prostoru več cenikov, in sicer na vsakem prodajnem mestu ali na elementu, v katerih so shranjeni izdelki.

Cenika se ne sme prikazovati na elektronskem zaslonu.

Katalog mora biti za potrošnika viden in dostopen. Katalog je lahko eden za cel poslovni prostor, lahko pa je v poslovnem prostoru več katalogov, in sicer na vsakem prodajnem mestu eden (npr. katalog je lahko pritrjen na prodajni pult, položen na prodajnem pultu, potrošniku ga izroči prodajalec...)

Cenik in katalog z zgoraj navedenimi podatki ne pomenita oglaševanja izdelkov.

#### **4.4. PRIPOMOČKI ZA UPORABO IZDELKOV**

Pripomočki za uporabo izdelkov (npr. tube, papirčki,...) spadajo med izdelke, ki s svojim videzom in namenom uporabe lahko spodbujajo k potrošnji tobaka, tobačnih izdelkov in povezanih izdelkov.

Tovrstne izdelke je zato potrebno na prodajnih mestih razstavljati na način, ki ne predstavlja oglaševanja, kot ga definira zakon in ne spodbuja uporabe tobačnih in povezanih izdelkov.

Pripomočki za uporabo izdelkov, so lahko razstavljeni v bližini tobačnih in povezanih izdelkov in na način, da niso neposredno dostopni potrošnikom oziroma razstavljeni skupaj z izdelki, ki so namenjeni mladoletnim. Takšen način razstavljanja pripomočkov ne pomeni oglaševanja ali prikazovanja.

Skladno z določbami zakona se za posredno oglaševanje, ki je prepovedano, šteje prikazovanje znamk in drugih znakov za označevanje tobaka, tobačnih in povezanih izdelkov na predmetih, ki po tem zakonu niso tobak, tobačni ali povezani izdelki. Prodaja pripomočkov za uporabo tobačnih in povezanih izdelkov, ki so označeni s tovrstnimi elementi, zato pomeni kršitev tretjega odstavka 29. člena zakona. Veljavni zakon namreč ne določa več izjeme, ki je bila zapisana v 11. členu Zakona o omejevanju uporabe tobačnih izdelkov (Uradni list RS, št. 93/07 – uradno prečiščeno besedilo), ki je dovoljeval oglaševanje tobaka in tobačnih izdelkov v obliki in podobi zaščitene blagovne znamke na priboru za kajenje.

Vžigalniki, ki niso označeni z blagovno znamko oziroma drugim znakom za označevanje izdelkov, se ne štejejo za pripomoček za uporabo izdelkov.



#### **4.5. PRODAJNI IN DELOVNI PROCES**

Prodajni proces je obdobje od trenutka, ko potrošnik izrazi voljo po nakupu, do zaključka prodajnega procesa (izvedbe plačila). Ko prodajalec začne obravnavati naslednjega potrošnika, morajo biti izdelki zakriti, oziroma ne smejo biti vidni.

Delovni proces zajema vse aktivnosti, ki so potrebne za izvajanje nemotene prodaje (polnjenje in/ali vzdrževanje elementov, v katerih so shranjeni izdelki, inventura ipd.).

#### **4.6. VIDNOST IZDELKOV (od 11. marca 2018 dalje)**

Izdelki morajo biti shranjeni tako, da javnosti niso vidni.

Izdelki so lahko vidni v času izvajanja prodajnega ali delovnega procesa, v preostalem času morajo biti elementi v/na katerih so shranjeni izdelki (police, prostor nad blagajno, predali, druge oblike elementov) zaprti oziroma zakriti.

Vžigalniki in vžigalice, ki niso označeni z blagovno znamko oziroma drugim znakom za označevanje tobaka, tobačnega izdelka ali poveznega izdelka, so lahko vidni.

#### **4.7. DOSTOPNOST IZDELKOV (od 11. marca 2018 dalje)**

Potrošnik brez prisotnosti prodajalca ne sme imeti dostopa do izdelkov.

Tekom prodajnega procesa, glede na način prodaje v posameznem poslovnem prostoru, na željo potrošnika prodajalec lahko odpre omaro/prostor, v kateri/-em so izdelki. Potrošnik si lahko izdelke ogleda in prodajalcu pokaže, katere želi kupiti. Potrošnik ne sme sam vzeti izdelkov, izročiti mu jih mora prodajalec.

#### **4.8. OBVESTILO O TEM, DA SE NA PRODAJNEM MESTU PRODAJAJO IZDELKI**

Na vsakem prodajnem mestu je lahko na vidnem mestu, v velikosti največ A4 formata (210 x 297 mm), objavljeno največ eno obvestilo, da se na tem mestu prodajajo izdelki.

Če je v poslovnem prostoru več prodajnih mest, je lahko obvestilo objavljeno na vsakem prodajnem mestu.

Obvestila iz 3. točke in te točke se lahko združijo v eno obvestilo.