

15. 5. 2026

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

# Hodnotící dotazníky jako obchodní sdělení v kontrolním plánu ÚOOÚ pro rok 2026

Zasílání hodnotících dotazníků zákazníkům je dnes běžnou součástí zákaznické zkušenosti i interního zlepšování služeb. Řada společností však stále vychází z předpokladu, že jde o čistě „neutrální“ komunikaci, která nespadá do regulace obchodních sdělení. Tento přístup však dlouhodobě neodpovídá výkladu dozorového úřadu. Ten konzistentně zastává názor, že hodnotící dotazníky mohou představovat obchodní sdělení, a tedy podléhají pravidlům dle zákona č. [480/2004](#) Sb., o některých službách informační společnosti, ve znění pozdějších předpisů. Téma navíc nabývá na významu i z praktického hlediska; zasílání hodnotících dotazníků bylo totiž zařazeno do kontrolního plánu dozorového úřadu pro rok 2026[1]. Lze proto očekávat zvýšenou kontrolní aktivitu právě v této oblasti.

## Hodnotící dotazník jako obchodní sdělení

Dozorový úřad vychází z širokého výkladu pojmu obchodního sdělení. Nejde pouze o přímou reklamu či nabídku produktů, ale o jakékoli sdělení směřující (byť nepřímou) k podpoře podnikatelské činnosti.

Do této kategorie spadají i tzv. hodnotící dotazníky, jejichž primárním účelem je získání zpětné vazby od zákazníků, například ohledně kvality výrobků, úrovně poskytovaných služeb nebo spokojenosti se zákaznickým servisem.

Úřad ve své výroční zprávě výslovně uvádí, že již samotným zasláním dotazníku dochází přinejmenším k nepřímé podpoře podnikání. Z tohoto důvodu je nutné taková sdělení považovat za obchodní sdělení ve smyslu právní úpravy.

## Zákaznická výjimka aneb kdy není potřeba souhlas

Dobrou zprávou pro praxi je, že ve většině případů nebude nutné získávat samostatný souhlas se zasíláním hodnotících dotazníků.

Pokud totiž podnikatel získá od zákazníka kontaktní údaje pro elektronickou komunikaci v souvislosti s prodejem výrobku nebo služby, může zákazníkovi zaslat obchodní sdělení bez předchozího souhlasu zákazníka za splnění následujících podmínek: (i) sdělení se týká vlastních obdobných výrobků nebo služeb, (ii) zákazník měl předem možnost odmítnout zasílání obchodních sdělení, (iii) zákazník má možnost jednoduše a zdarma odmítnout souhlas s takovým využitím svých kontaktních údajů při zasílání každé jednotlivé zprávy.

Poslední dvě podmínky však v praxi často představují problém.

## Klíčové povinnosti, na které se zapomíná

Jedním z nejčastějších pochybení je nesplnění požadavku, aby měl zákazník možnost odmítnout zasílání obchodních sdělení již při získávání svého elektronického kontaktu (např. e-mailu nebo telefonního čísla). V praxi to znamená, že při objednávce, registraci nebo jiném sběru kontaktu by

měl být zákazník informován o možnosti zasílání obchodních sdělení a současně musí mít jednoduchou možnost toto zasílání odmítnout (typicky checkbox).

Další často opomíjenou povinností je umožnit odmítnutí zasílání i v každém jednotlivém sdělení. U hodnotících dotazníků zasílaných formou e-mailu to znamená, že e-mail s dotazníkem musí obsahovat jasnou a funkční možnost odhlášení; odhlášení musí být jednoduché, bez zbytečných překážek a zdarma. Pouhé obecné sdělení v obchodních podmínkách nebo zásadách zpracování osobních údajů není dostačující.

Transparentnost a správné označení představují další oblast, která bývá v praxi podceňována. Hodnotící dotazníky by měly být jasně identifikovatelné jako obchodní sdělení, měly by obsahovat uvedení totožnosti odesílatele a současně být formulovány transparentně, tedy bez zavádějících či nejasných prvků.

V praxi to znamená, že příjemce by měl být schopen bez obtíží rozpoznat, kdo mu sdělení zasílá a jaký je jeho účel. Snaha prezentovat hodnotící dotazník jako neutrální či čistě technickou komunikaci, která nesouvisí s obchodní činností, může být z pohledu dozorového úřadu problematická.

## **Kontrolní plán 2026: na co se připravit**

Zařazení této oblasti do kontrolního plánu na rok 2026 signalizuje, že dozorový úřad vnímá stávající praxi podnikatelů jako nevyhovující; o tom svědčí i skutečnost, že na tuto praxi Úřad upozorňoval ve své výroční zprávě za rok 2025 [\[2\]](#). Lze proto očekávat, že se kontrolní činnost zaměří právě na správné nastavení procesů souvisejících se zasíláním hodnotících dotazníků.

Kontroly se budou soustředit zejména na to, zda podnikatelé oprávněně využívají tzv. zákaznickou výjimku a zda současně plní všechny podmínky s ní spojené. V praxi půjde především o ověření, zda je zákazníkovi umožněno odmítnout zasílání těchto sdělení již při získávání jeho elektronického kontaktu, a zda má možnost se z jejich zasílání jednoduše odhlásit i v rámci samotného dotazníku.

Kontrolovanými subjekty přitom budou přímo rozesílatelé hodnotících dotazníků, tedy široké spektrum podnikatelů napříč různými odvětvími.

## **Praktická doporučení pro společnosti**

S ohledem na aktuální přístup dozorového úřadu lze podnikatelům doporučit, aby v první řadě zmapovali svou stávající praxi a ověřili, zda a jakým způsobem jsou hodnotící dotazníky zákazníkům zasílány. Následně by měli posoudit nastavení procesu získávání elektronických kontaktů a ověřit, že zákazník má již v této fázi možnost odmítnout zasílání obchodních sdělení. Současně je vhodné zkontrolovat samotné hodnotící dotazníky, zejména zda obsahují jasnou a funkční možnost odhlášení, uvádějí identifikaci odesílatele a zda jsou transparentně označeny jako obchodní sdělení.

V neposlední řadě je důležité nastavit odpovídající interní procesy a zajistit odpovídající dokumentaci, aby byl podnikatel schopen v případě kontroly doložit splnění podmínek tzv. zákaznické výjimky.

## **Závěr**

Hodnotící dotazníky nelze vnímat jako „bezpečnou“ formu komunikace mimo regulaci. Dozorový úřad dlouhodobě zastává jasný názor, že jde o obchodní sdělení, a tento přístup nyní potvrzuje i

zařazením tématu do kontrolního plánu na rok 2026.

Pro podnikatele to znamená nutnost přehodnotit stávající praxi a zaměřit se zejména na správné využití zákaznické výjimky a splnění všech jejích podmínek.

Právě detaily, jako je možnost odmítnutí již při sběru kontaktu nebo odhlašovací odkaz v samotném dotazníku, budou v praxi rozhodující. Ignorování těchto požadavků pak může být ze strany Úřadu sankcionováno.



**Mgr. Valerie Cermanová,**  
advokátka

# AegisLaw

[Aegis Law, advokátní kancelář, s.r.o.](#)

Jungmannova 26/15  
110 00 Praha 1

Tel: +420 777 577 562  
Email: [office@aegislaw.cz](mailto:office@aegislaw.cz)

---

[1] Kontrolní plán ÚOOÚ pro rok 2026, dostupný >>> [zde](#).

[2] Výroční zpráva Úřadu pro ochranu osobních údajů za rok 2025, k dispozici >>> [zde](#).

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Hodnotící dotazníky jako obchodní sdělení v kontrolním plánu ÚOOÚ pro rok 2026](#)
- [Konec „severních ateliérů“? Nový stavební zákon otevírá dveře k rekolaudaci ubytovacích jednotek na plnohodnotné byty](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 33.: Prevence střetu zájmů \(jednatel × společnost\)](#)
- [Jak se vyhnout zákazu a postihu dohod o určování cen pro další prodej?](#)
- [Střet zájmů členů volených orgánů obchodních korporací: pravidla, proces a následky](#)

- [Nová „tlačítková“ povinnost pro e-shopy](#)
- [Digital Omnibus: Revoluce v datech, nebo jen nová zátěž pro podnikatele?](#)
- [Právní due diligence nemovitostí: na co se v praxi skutečně zaměřit](#)
- [Hmotněprávní opatrovník obchodní korporace: mezi efektivní ochranou a zásahem do korporální autonomie](#)
- [Zákon Lugového: jak Rusko přepisuje pravidla mezinárodních arbitráží](#)
- [Novelizace nařízení EU o odlesňování \(EUDR\)](#)