10. 7. 2015

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

Konec marketingových soutěží?

Dne 11. května 2006 vydalo Ministerstvo financí za spolupráce několika asociací působících v oblasti loterií a sázkových her prohlášení, jehož obsahem byl popis herních konceptů spotřebitelských soutěží, které nelze považovat za loterie nebo jiné podobné hry či spotřebitelské loterie ve smyslu zákona o loteriích a jiných podobných hrách. Tyto soutěže pak nebylo nutné oznamovat finančním úřadům, ani zde nebyl vyhlašovatel vázán přísnými finančními limity pro hodnoty nabízených cen. Přesným stanovením povolených herních konceptů tak došlo ke snížení rizika postihu provozovatelů marketingových soutěží organizovaných za účelem podpory prodeje a rozšíření zákaznické základny a ke zvýšení jejich právní jistoty.

dvořák || hager & partners
advokátní kancelář

Nemilým překvapením tak bylo zjištění, že jedinou památkou po tomto společném prohlášení je v současné době pouze tisková zpráva na webových stránkách Ministerstva financí. Samotné prohlášení bylo bez náhrady a bez vysvětlení, proč se tak stalo, ze stránek staženo. Důvodem je dle informace Ministerstva financí skutečnost, že předmětné prohlášení již bylo překonáno. Ministerstvo financí po poměrně dlouhé době konstantního výkladu příslušných ustanovení loterijního zákona přehodnotilo svůj přístup k marketingovým soutěžím a tím významně zasáhlo do zavedené praxe. Specializovaný finanční úřad, v jehož působnosti je dozor nad loteriemi a jinými podobnými hrami, tyto soutěže nyní posuzuje daleko striktnějším způsobem. Hlavním kritériem, na které se zaměřuje, je prvek náhody. Ten je ovšem dle Ministerstva financí přítomen vždy, když je určení výherce v jakémkoli aspektu nepředvídatelné a soutěžícím neovlivnitelné. Nepřípustným je především herní koncept „každý x-tý vyhrává“, kdy soutěžící neovlivní výsledné pořadí, a koncept „každý vyhrává“, pokud jsou výhry různé a soutěžící předem neví, o jakou konkrétní výhru soutěží. Prvek náhody je spatřován i u vědomostních soutěží typu „vyhrává nejbližší objektivně správná odpověď“ a dále v případě, že výhru získá pouze předem stanovený počet soutěžících, kteří odpovědí správně.

Provozovatelé marketingových soutěží se tak dostávají do obtížné situace, jelikož si lze za současného stavu jen velmi obtížně představit herní koncept v praxi nejčastěji provozovaných marketingových soutěží, který by splňoval podmínky povolené spotřebitelské soutěže, a tím nespadal pod regulaci loterijního zákona.

Více světla do této problematiky prozatím nevnáší ani nově připravovaný zákon o hazardních hrách, dle jehož aktuálního návrhu jsou spotřebitelské soutěže vyňaty z působnosti tohoto zákona a nově mají spadat pod regulaci zákona o ochraně spotřebitele. Novela zákona o ochraně spotřebitele, kterou bude přesun úpravy spotřebitelských soutěží uskutečněn, nebyla totiž ještě zveřejněna.

Za této situace je tedy nutné přistupovat k marketingovým soutěžím s maximální opatrností a předem konzultovat jejich koncepci s finančním úřadem. Zároveň budeme také vyčkávat, jaké změny nám přinese očekávaná úprava spotřebitelských soutěží v zákoně o ochraně spotřebitele.

Mgr. Martina Šumavská

Dvořák Hager & Partners, advokátní kancelář, s.r.o.

Oasis Florenc
Pobřežní 394/12
186 00 Praha 8

Tel.: +420 255 706 500
Fax: +420 255 706 550
e-mail: praha@dhplegal.com

© EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc duben 2026
- Zaměstnanecké benefity dle ustanovení § 6 odst. 9 písm. d) zákona o daních z příjmů v roce 2026
- Flotilová novela: Kdo a kdy musí nově získat licenci k distribuci pojištění?
- Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc březen 2026
- Převodní ceny v judikatuře a sporech se správcem daně
- Nový daňový režim ESOP v České republice od roku 2026. Posun k ekonomické realitě a mezinárodním standardům?
- Preventivně-sankční funkce náhrady nemajetkové újmy za porušení osobnostních práv pohledem Ústavního soudu
- SCHEJBAL& PARTNERS stáli u získání jedné z prvních licencí dle MiCA v ČR
- Mezinárodní dožádání a lhůta pro stanovení daně: kritéria účelnosti, věcnosti a včasnosti v judikatuře
- Prověřování zahraničních investic a kybernetická regulace: řízená služba jako nová transakční proměnná
- Nová úprava kvalifikovaných zaměstnaneckých opcí