

15. 2. 2017

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

# Nová úprava spotřebitelských soutěží

Spotřebitelské soutěže jsou velmi účinným marketingovým nástrojem, který může významně podpořit prodejnost výrobků či služeb a sloužit jako komunikační kanál vůči spotřebitelům. Do konce roku 2016 nebyly spotřebitelské soutěže zdaleka tak hojně využívány, jako se předpokládá od počátku tohoto roku, protože pro jejich provozovatele přinášely řadu administrativních komplikací a sporů s dozorovými orgány; důvodem byla značně nepřehledná situace kolem spotřebitelských soutěží. Vedle toho také dřívější právní úprava spotřebitelských soutěží vykazovala známky nekompatibility s evropským právem, a to zejména z pohledu evropské judikatury.



S účinností od 1. 1. 2017 došlo k významnému posunu právní úpravy spotřebitelských soutěží a jejich právní regulace se přesunula ze zákona č. [202/1990](#) Sb., o loteriích a jiných podobných hrách („Zákon o loteriích“), který byl nově nahrazen zákonem č. [186/2016](#) Sb., o hazardních hrách („Zákon o hazardních hrách“), do zákona č. [634/1992](#) Sb., o ochraně spotřebitele („Zákon o ochraně spotřebitele“). Zákon o hazardních hrách tak zrušil Zákon o loteriích, který obsahoval velmi rozporuplnou úpravu spotřebitelských soutěží, jež byla intenzivně kritizována právě z důvodu jejího rozporu s evropskou judikaturou. S tímto názorem se ztotožnili i autoři nového Zákona o hazardních hrách, když v důvodové zprávě k této problematice uvádí:

*„Z navrhované úpravy byly nově vyjmuty hazardní hry ve formě spotřebitelských soutěží, anket a jiných akcí o ceny, jejichž úprava obsažená v zákoně č. [202/1990](#) Sb., ve znění pozdějších předpisů, jeví z pohledu evropské judikatury značné známky nekompatibility s právem Evropské unie.“*

Tento krok k nové právní úpravě tak rozvázal ruce provozovatelům spotřebitelských soutěží, kteří již nebudou muset dbát na to, zda neporušují regulaci Zákona o loteriích či nově Zákona o hazardních hrách, ale jimi pořádané spotřebitelské soutěže budou podléhat pouze právní úpravě ochrany spotřebitele a pořadatelé budou tedy pouze povinni zkoumat to, zda jimi provozovaná spotřebitelská soutěž není nekalou obchodní praktikou ve smyslu Zákona o ochraně spotřebitele.

## Ochrana spotřebitele

*„Obchodní praktika je nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.“* Za nekalou obchodní praktiku pak lze považovat např. nedodržování pravidel soutěže ze strany provozovatele spotřebitelské soutěže, neposkytnutí avizovaných výher atd. Dozorujícím orgánem nad provozovateli spotřebitelských soutěží a tedy tím, kdo nově nyní kontroluje, zda nedochází k porušování zákazu nekalých obchodních praktik, je Česká obchodní inspekce, která může za toto porušení, jež je správním deliktem, uložit pokutu až do výše 5 mil. Kč.

Jelikož stávající právní úprava Zákona o ochraně spotřebitele platí již poměrně dlouhou dobu, nebude tato změna pro zkušené provozovatele spotřebitelských soutěží zřejmě působit žádné zásadní komplikace. Ty by mohly přinést pouze spotřebitelské soutěže, jejichž jednotlivé prvky by mohly naplňovat znaky tzv. hazardních her ve smyslu Zákona o hazardních hrách.

## **Pravidla soutěže**

Základním stavebním kamenem spotřebitelských soutěží budou i nadále pravidla soutěže, která by měla co nejdětailněji upravovat zejména podmínky účasti v soutěži, určení pořadí výherců, popis výher, podmínky vyloučení účastníků ze soutěže, ochrany osobních údajů účastníků soutěže a další aspekty, které bude provozovatel chtít upravit. Cílem pravidel spotřebitelské soutěže je tedy poskytnout účastníkům soutěže veškeré potřebné informace a zajistit, aby spotřebitelská soutěž nebyla považována za nekalou obchodní praktiku.

Pravidla je třeba zveřejnit na webových stránkách provozovatele spotřebitelské soutěže a ponechat je tímto způsobem zveřejněné po celou dobu trvání spotřebitelské soutěže. Pokud by v průběhu trvání soutěže mělo dojít ke změně pravidel, je třeba o tom soutěžící informovat a na tuto změnu je upozornit.

## **Hazardní hry**

Aby spotřebitelská soutěž nebyla označena za hazardní hru ve smyslu Zákona o hazardních hrách, je třeba zajistit, aby spotřebitelská soutěž nenaplňovala tímto zákonem stanovené znaky: (i) sázející vkládá do hazardní hry v podobě hry, sázky nebo losu, sázku, jejíž návratnost se nezaručuje a zároveň (ii) v této hře o výhře a prohře rozhoduje zcela nebo zčásti náhoda nebo neznámá okolnost. Hazardní hrou bude taková spotřebitelská soutěž, která splní obě tyto podmínky kumulativně.

Definici sázky pak najdeme v ust. § 4 odst. 1 písm. d) zákona o hazardních hrách, který stanoví, že sázkou je „*sázejícím dobrovolně určené nevratné plnění, které bude porovnáváno s výsledkem hazardní hry, včetně 1. rozdílu mezi nabízenou cenou zboží nebo služby a jejich cenou obvyklou; za cenu obvyklou se považuje cena stanovená podle zákona upravujícího oceňování majetku, a 2. částky převyšující cenu za volání nebo odeslání textové nebo multimediální zprávy vyplývající ze smlouvy mezi účastníkem hazardní hry a poskytovatelem služeb elektronických komunikací.*“

Za sázku tedy není možné považovat např. podmínku provozovatele spotřebitelské soutěže, že podmínkou účasti v soutěži je nákup čokolády za její běžnou cenu nebo zaslání přihlašovacích SMS do soutěže opět za její standardní cenu podle ceníku mobilního operátora. Pokud by však podmínkou účasti v soutěži byl nákup čokolády za 500 Kč, rozdíl mezi její běžnou cenou a touto částkou by byl považován za vklad. Stejně jako zaslání prémiové SMS, za kterou účtuje mobilní operátor částku např. 40 Kč, tak opět rozdíl mezi cenou běžné SMS a cenou této prémiové SMS, bude považován za vklad.

Aby v takovém případě tedy nebyla ze strany provozovatele spotřebitelské soutěže naplněna definice hazardní hry, bude třeba eliminovat druhý z prvků, který ji specifikuje, a tím je prvek náhody. Tuto otázku nebude třeba řešit u soutěží založených na jiných konceptech, než je výběr výherce na základě náhody, tedy tam, kde je tento prvek náhody vyloučen (např. koncepty soutěží založené na znalostech, kreativité atd.). Riziko výkladového sporu může nastat u soutěžních konceptů, kde vznikne pochybnost o tom, jestli o výhře nebo prohře rozhoduje zcela nebo zčásti náhoda anebo nějaká neznámá okolnost.

## **Závěr**

Nová úprava spotřebitelských soutěží uvolňuje dosavadní regulaci, otevírá dveře novým marketingovým aktivitám, zvyšuje počet herních konceptů a staví provozovatele spotřebitelských soutěží do jistější pozice, kdy již nebude třeba ze strany provozovatelů ošetřovat řadu aspektů, aby soutěž nebyla považována za hazardní hru a provozovatel spotřebitelské soutěže se tak nevystavoval možné správní sankci. Nyní postačí pouze eliminovat úhradu sázky do hry, o jejímž výsledku rozhoduje zcela nebo částečně náhoda.



**JUDr. Karolina Nováková,**  
advokátka

[CHSH Kališ & Partners s.r.o., advokátní kancelář](#)

Týn 639/1  
110 00 Praha 1 - Staré Město

Tel.: +420 221 111 711  
Fax: +420 221 111 725  
e-mail: [office@chsh.cz](mailto:office@chsh.cz)

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

## Další články:

- [DEAL MONITOR](#)
- [Vybrané otázky poskytování zdravotních služeb na dálku](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [„Za každou kauzou je živý příběh“](#)
- [Ombudsman na Maltě - základní parametry a role. A v čem bychom se mohli poučit i my v Česku?](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [Rozhovor s JUDr. Veronikou Janoušek Rudolfovou, samostatnou advokátkou specializující se na sportovní právo](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [DEAL MONITOR](#)