

30. 1. 2013

VeźmĚte, prosĚme, na vĚdomĚ, Źe text ělĚnku odpovĚdĚ platnĚ prĚvnĚ ťpravĚ ke dni publikace.

# Online reklama - zasĚlĚnĚ obchodnĚch sdĚlenĚnĚ

ZasĚlĚnĚ reklamy (obchodnĚch sdĚlenĚnĚ) prostřednictvĚm e-mailť, tzv. emailing, je oblĚbenou formou online marketingu. Dťvodem jsou prakticky nulovĚ nĚklady, mimořĚdnĚ vysokĚ vĚtĚŹnost a konverze a snadnĚ a pĚsnĚ mĚrenĚ ťspĚšnosti tohoto typu reklamy. NeoprávnĚnĚ rozesĚlĚnĚ obchodnĚch sdĚlenĚnĚ je pak oznaĉovĚno jako spam.



Problematiku zasĚlĚnĚ (ne)vyŹĚdanĚch obchodnĚch sdĚlenĚnĚ reguluje zĚkon ě. [480/2004](#) Sb., o nĚkterĚch sluŹbĚch informaĉnĚ společnosti („ZĚkon o informaĉnĚ společnosti“).

ObchodnĚ sdĚlenĚnĚ lze šířĚt elektronickĚmi prostředky (tj. typicky e-mailem nebo prostřednictvĚm sms) jen za podmĚnek stanovenĚch tĚmto zĚkonem.

## Co je to obchodnĚ sdĚlenĚnĚ

ObchodnĚm sdĚlenĚm jsou vĚchny formy sdĚlenĚnĚ, vĚetnĚ reklamy a vybĚzenĚ k nĚvĚstĚvĚ internetovĚch strĚnek, urĉenĚho k pĚrnĚ nebo nepĚrnĚ podpoĚe zboŹĚ ěi sluŹeb nebo image podniku osoby, kterĚ je podnikatelem nebo vykonĚvĚ regulovanou ěinnost.

Za obchodnĚ sdĚlenĚnĚ jsou povaŹovĚny takĚ pouhĚ odkazy, kterĚ vybĚzejĚ k nĚvĚstĚvĚ internetovĚch strĚnek.

StejnĚ tak nejrťznĚjĚĚ newslettery, tipy, aktuality a zpravodaje jsou obchodnĚm sdĚlenĚm, protoŹe slouŹĚ k podpoĚe image podnikatele.

Z aktuĚlnĚ tĚmatiky nelze nezmĚnit takĚ rťznĚ prĚnĚ k VĚnocťm nebo do novĚho roku - i v tĚchto pĚpĚdech jde o sdĚlenĚnĚ k podpoĚe image podnikatele, a tedy o obchodnĚ sdĚlenĚnĚ.

## Co musĚ splŹnovat kaŹdĚ obchodnĚ sdĚlenĚnĚ

KaŹdĚ obchodnĚ sdĚlenĚnĚ musĚ bĚt zřetelnĚ a jasnĚ oznaĉeno jako obchodnĚ sdĚlenĚnĚ. To platĚ i pro nejrťznĚjĚĚ newslettery nebo aktuality, u nichŹ tato povinnost bĚvĚ nejĉastĚji opomĚjena.

U kaŹdĚho obchodnĚho sdĚlenĚnĚ musĚ bĚt uvedena totoŹnost odesĚlatele, jehoŹ jmĚnem se komunikace uskuteĉňuje.

KaŹdĚ obchodnĚ sdĚlenĚnĚ pak musĚ bĚt zaslĚno s platnou adresou, na kterou mťŹe adresĚt pĚrnĚ a ťĉinnĚ zaslĚt informaci o tom, Źe si nepĚje, aby mu byly obchodnĚ informace odesĚlatelem nadĚle zasĚlĚny.

## **Komu mohu zasílat obchodní sdělení**

Obchodní sdělení lze šířit pouze ve vztahu k uživatelům, kteří k tomu dali předchozí souhlas (tzv. opt-in).

Výjimkou je situace, kdy osoba získá od svého zákazníka podrobnosti jeho elektronického kontaktu v souvislosti s prodejem výrobku nebo služby. Pak může tato osoba využít tyto podrobnosti elektronického kontaktu pro potřeby šíření obchodních sdělení týkajících se jejich vlastních obdobných výrobků nebo služeb za předpokladu, že zákazník má jasnou a zřetelnou možnost jednoduchým způsobem, zdarma nebo na účet této osoby odmítnout souhlas s takovýmto využitím svého elektronického kontaktu i při zasílání každé jednotlivé zprávy, pokud původně toto využití neodmítl (tzv. opt-out).

## **Mohu odesílat obchodní sdělení třetích stran?**

Uživatelům, kteří dali k zasílání obchodních sdělení předchozí souhlas (tzv. opt-in), mohu zasílat jak svá obchodní sdělení, tak obchodní sdělení propagující třetí strany a jejich služby či výrobky.

Pokud však získám od svého zákazníka podrobnosti jeho elektronického kontaktu v souvislosti s prodejem výrobku nebo služby, mohu tento elektronický kontakt využít pouze pro potřeby šíření obchodních sdělení týkajících se vlastních obdobných výrobků nebo služeb.

## **Mohu získat souhlas s šířením obchodních sdělení elektronickou poštou?**

Často je možné se v praxi setkat s případy, kdy podnikatelé aktivně e-mailem oslovují potenciální zákazníky s dotazem, zda jim mohou zaslat či zasílat obchodní sdělení o svých výrobcích či službách.

Samotné takové žádosti však obsahově odpovídají výše uvedené definici obchodního sdělení, neboť směřují k podpoře služeb, výrobků a podnikatelské činnosti odesílatele. Tímto způsobem tedy podnikatel šíří povědomí o své značce a svých službách.

Zasílání obdobných žádostí je tedy klasickým obchodním sdělením a musí splňovat veškeré požadavky kladené na obchodní sdělení. Takové žádosti by tedy neměly být zasílány bez předchozího souhlasu adresáta.

## **Mohu zakoupit databázi e-mailů pro online marketing?**

V praxi je možné se setkat s prodejem rozsáhlých databází elektronických kontaktů nejrůznějších subjektů. Jaká je však jejich využitelnost pro účely šíření obchodních sdělení? Při respektování pravidel pro šíření obchodních sdělení prakticky nulová.

Souhlas se zasíláním obchodních sdělení je třeba získat předem a ve vztahu ke konkrétnímu odesílateli. V okamžiku, kdy subjekt uděluje souhlas se zasíláním obchodních sdělení, uděluje jej vždy ve vztahu ke konkrétnímu odesílateli nebo konkrétním odesílatelům, není možné jej udělit paušálně pro předem neurčený nebo neomezený okruh osob.

Aby tedy kupující databáze subjektů mohl těmto subjektům odesílat obchodní sdělení, musely by tyto subjekty udělit souhlas přímo kupujícímu databáze subjektů jako odesílateli.

Na druhou stranu odesílatel, který má řádný souhlas subjektu, může tomuto subjektu odesílat jak svá obchodní sdělení, tak obchodní sdělení třetích stran (více viz Mohu odesílat obchodní sdělení třetích stran?).

## **A co ochrana osobních údajů**

Při práci s databázemi subjektů, obchodních kontaktů a jejich elektronickými adresami je v případě fyzických osob potřeba pamatovat také na ochranu jejich osobních údajů.

Osobním údajem je jakákoliv informace týkající se určeného nebo určitelného subjektu údajů. Subjekt údajů se považuje za určený nebo určitelný, jestliže lze subjekt údajů přímo či nepřímo identifikovat například na základě čísla, kódu nebo jednoho či více prvků.

Typickými osobními údaji jsou jméno a příjmení osoby a bydliště nebo datum narození. I samotná e-mailová adresa bez jakýchkoli dalších údajů však může být osobním údajem. Do této kategorie spadají například e-mailové adresy přidělené zaměstnavatelem, které obsahují jméno a příjmení zaměstnance a název domény zaměstnavatele, například `jmeno.prijmeni@akds.cz`. Naopak e-mailová adresa typu `jmeno.prijmeni@gmail.com` osobním údajem zpravidla nebude.

Pokud tedy odesílatel zpracovává databáze takovýchto e-mailů, dopadají na něj povinnosti podle zákona o ochraně osobních údajů – primárně tedy povinnost registrovat se jako správce osobních údajů u Úřadu pro ochranu osobních údajů (dále jen „ÚOOÚ“), zpracovávat údaje v souladu se zákonem, informovat subjekt údajů, zajistit ochranu osobních údajů atd.

### **Dozor nad šířením obchodních sdělení**

Dozor nad šířením obchodních sdělení vykonává ÚOOÚ.

ÚOOÚ je při provádění dozoru a kontroly nadán poměrně širokými pravomocemi. ÚOOÚ je zejména oprávněn požadovat na fyzických i právnických osobách (například zadavatelích reklamy nebo internet providerech) poskytnutí pravdivých a úplných informací o zjišťovaných a souvisejících skutečnostech. Mezi další oprávnění kontrolujících patří právo vstupovat do objektů, požadovat předložení originálních dokladů a písemností, záznamů dat na paměťových médiích a zdrojových kódů programů, nebo pořídit kopie obsahu paměťových médií.

Každý je povinen v souvislosti s výkonem kontroly poskytnout kontrolujícím při výkonu jejich činnosti potřebnou součinnost. Tomu, kdo ÚOOÚ neposkytne potřebnou součinnost, může být uložena pořádková pokuta do výše 25 000 Kč, a to i opakovaně.

### **Sankce za šíření nevyžádaných obchodních sdělení**

Pokud fyzická osoba jako podnikatel (tj. pokud jde o jednání, k němuž dochází při podnikání fyzické osoby nebo v přímé souvislosti s ním) nebo právnická osoba hromadně nebo opakovaně šíří elektronickými prostředky obchodní sdělení

- bez souhlasu adresáta,
- neoznačené jasně a zřetelně jako obchodní sdělení,
- skrývající nebo utajující totožnost odesílatele, jehož jménem se komunikace uskutečnila,
- neobsahující platnou adresu, na niž by adresát mohl odeslat žádost o ukončení takové komunikace, nebo
- bez toho, že by zákazníkovi poskytla možnost jasně, zřetelně, jednoduchým způsobem, zdarma nebo na svůj účet udělit či odmítnout souhlas s využitím jeho elektronického kontaktu při zaslání každé jednotlivé zprávy,

jde o správní delikt ve smyslu § 11 Zákona o informační společnosti. Za tento správní delikt může ÚOOÚ uložit pokutu do 10 000 000 Kč.

Pokud se obdobného jednání dopouští fyzická osoba jako nepodnikatel, může ÚOOÚ uložit pokutu až do 100 000 Kč.

Dle informací zveřejněných za rok 2011 ÚOOÚ obdržel celkem 4556 podnětů na šíření nevyžádaných obchodních sdělení.

Za šíření nevyžádaných obchodních sdělení uložil ÚOOÚ v roce 2011 pokutu přesahující částku 100 000 Kč pouze dvakrát, a to stejnému subjektu. V prvním případě byla uložena pokuta ve výši 170 000 Kč. Při opakovaném porušení pak byla uložena pokuta ve výši 320 000 Kč. Při stanovení výše sankce v tomto druhém případě jako ke skutečnosti zvyšující závažnost jednání účastníka řízení ÚOOÚ přihlédl zejména k tomu, že účastník řízení zaslal nevyžádaná obchodní sdělení většímu počtu adresátů (osmdesát), přičemž některým zaslal tato sdělení i opakovaně. Závažnost jednání účastníka řízení zásadně zvýšila také skutečnost, že za stejný správní delikt mu byla již ÚOOÚ uložena jedna sankce.



**Mgr. Zuzana Stuchlíková**

[DVOŘÁK & SPOL., advokátní kancelář, s.r.o.](#)

Oasis Florenc  
Pobřežní 12  
186 00 Praha 8

Tel.: +420 255 706 500  
Fax: +420 255 706 550  
e-mail: [office@akds.cz](mailto:office@akds.cz)

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

## Další články:

- [Nařízení prodeje jednotky jako ultima ratio ochrany práv ostatních vlastníků?](#)
- [Metropolitní plán schválen. Je Váš projekt v bezpečí?](#)
- [Posouzení shody dle AI Act - zkušenosti z praxe](#)
- [Začínají soudy zohledňovat náklady podnikatelů při plnění právních povinností v oblasti e-commerce?](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 35: Ručení za dluhy z podnikání u OSVČ a s.r.o.](#)
- [Holdingové struktury a odpovědnost mateřské společnosti](#)
- [Pokuta 32 mil. EUR pro Dacia/Renault - evropské soutěžní úřady tvrdě došlapují na no-poaching. Měla by Vaše společnost být na pozoru?](#)
- [Právo společníka na informace v s. r. o.: silný nástroj kontroly, ale ne bez hranic](#)
- [Kupní smlouva k nemovité věci bez určení kupní ceny: Nejvyšší soud koriguje katastrální praxi](#)
- [Společnost s podíly 50:50 - právní rizika patových situací a jejich smluvní řešení](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 34: Jednání za společnost - prokura](#)