

3. 4. 2015

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

Regulace reklamy na loterie - chystaná novela

Zákon o regulaci reklamy směřuje k další novelizaci, související se změnami zákona o č. [202/1990](#) Sb., o loteriích, konkrétně s chystaným návrhem zákona o hazardních hrách a návrhem zákona o dani z hazardních her.

Podstatnou změnou, plynoucí z novelizace, je změna terminologie. Dosavadní zákon o loteriích a jiných podobných hrách, ve znění pozdějších předpisů, používá pro označení her pojem „loterie a jiné podobné hry“, který je nově nahrazen termínem „hazardní hry“.

Cílem změn je, ve smyslu regulační politiky Evropské komise, nejen zajištění objektivních, konzistentních, nediskriminačních a předem známých regulačních podmínek pro oblast hazardních her, ale také nastavení optimálních podmínek mimo jiné i v oblastech souvisejících s ochranou spotřebitelů před negativními dopady a důsledky spojenými s provozováním hazardních her, zejména zajištění dostatku informací spotřebitelům, aby chápali rizika spojená s hazardními hrami. Zvláště důležité je zajištění ochrany nezletilých osob, včetně zavedení pravidel, která minimalizují jejich kontakt s hazardními hrami, a to i prostřednictvím reklamy nebo propagace hazardních her v médiích.

V rámci zákona o regulaci reklamy se tak nově navrhuje doplnění § 5j, kde mají být blíže a podrobněji specifikovány podmínky a omezení, na jejichž základě lze reklamu či sponzorské vzkazy a teleshopping využívat.

Jedním z cílů celé úpravy je posílení ochrany spotřebitele a nastavení pravidel odpovědné reklamy. Reklama a sponzoring zaměřené, dle nové terminologie, na hazardní hry, by měly být pro spotřebitele transparentnější a měla by být plně eliminována nepodložená tvrzení o naději na výhru, vnučování hraní hazardních her nebo naznačování, že tyto hry představují řešení sociálních, pracovních, osobních či finančních problémů. Nově je tak v § 5j odst. 1 stanovena povinnost, dle které *„Reklama nebo sponzorování hazardních her podněcující k účasti na hazardní hře nesmí obsahovat nepravdivá nebo zavádějící sdělení, zejména pokud jde o informace o možnosti výhry a sdělení, z něhož by mohl účastník hazardní hry nabyt dojmu, že účast na hazardní hře může být zdrojem snadno získaných finančních prostředků obdobných příjmům ze závislé činnosti podle zákona upravujícího daně z příjmů, příjmům ze samostatné činnosti podle zákona upravujícího daně z příjmů nebo příjmům z jakékoli jiné obdobné činnosti.“*

Novela zákona má rovněž docílit i ochranu osob mladších 18 let, kdy je stanovena povinnost zákazu zaměření reklamy nebo sponzorování hazardní hry na osoby mladší 18 let, a to zejména ve formě zobrazení těchto osob nebo užitím prvků, prostředků nebo akcí, které takové osoby převážně oslovují. (§ 5j odst. 2). Dále pak je stanovena obligatorní povinnost uveřejnění sdělení o zákazu účasti osob mladších 18 let na hazardní hře a varování, že účast na hazardní hře může být škodlivá, a to v rozsahu nejméně 25 % reklamního sdělení (§ 5j odst. 3)

V rámci novely je pak rovněž upraven zákaz nevyžádané adresné reklamy na tuto kategorii produktů (§ 5j odst. 4). Dále je pak zakázáno v případě reklamy umístěné na internetu uvádět přímý odkaz na

internetové stránky, kde je hazardní hra provozována.

Výše uvedená opatření by pak v důsledku měla mít žádoucí vliv na prevenci a eliminaci návykového hraní hazardních her nebo závislosti na hazardních hrách.

Další změny směřují k prosazení nastolených pravidel. Odpovědnost za šíření reklamy, propagaci nebo podporu hazardní hry provozované bez platného povolení nebo řádného ohlášení, resp. hazardní hry, jejíž provozování je zakázáno, má být nově explicitně vyjádřena v § 6b odst. 2. Šířitel dle stávající úpravy odpovídá za způsob šíření reklamy.

Orgánem dozoru nad reklamou nad hazardními hrami je nově ustanoven celní úřad, čímž dochází k rozšíření orgánů dozoru nad reklamou vymezených v § 7, který je nově doplněn o písmeno g). Na celní orgán je přenesena věcná působnost pro oblast reklamy, propagace nebo podpory zakázaných hazardních her, s výjimkou působnosti náležící Radě pro rozhlasové a televizní vysílání pro reklamu šířenou v rozhlasovém a televizním vysílání a v audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a pro sponzorování v rozhlasovém a televizním vysílání a v audiovizuálních mediálních službách na vyžádání. Celní úřady jako navrhovaný orgán dozoru budou vykonávat dozor nad reklamou šířenou ostatními formami reklamy (tisk, internet, billboardy).

V případě dozoru nad reklamou šířenou Internetem má být aplikován § 10 odst. 1 zákona o Celní správě ČR, dle kterého platí, že „*Nelze-li určit místní příslušnost celního úřadu podle jiného zákona, je místně příslušný Celní úřad pro hlavní město Prahu.*“. V praxi to však bude probíhat tak, že se záležitostí bude zabývat a podněty shromažďovat referát internetové kriminality v Hradci Králové, odbor Analýzy GRČ, který však bude věc předávat orgánu příslušnému podle zákona.

V souvislosti s věcnou změnou provedenou začleněním § 5j dochází k doplnění ustanovení § 8 odst. 1, upravujícího delikty spáchané fyzickou osobou jako šířitelem reklamy, neboť k vymahatelnosti zákonné povinnosti je nutné mít nadefinovanou i skutkovou podstatu správního deliktu a s tím spojenou sankci. Obdobně pak zákon stanoví odpovědnost fyzických a právnických osob jako zadavatelů a zpracovatelů reklamy na hazardní hry.

Mgr. Jiří Hadaš, MBA

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [DEAL MONITOR](#)
- [Tři dekády v advokacii a otevřený pohled na to, co profesi i justici nejvíc škodí](#)
- [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