

16. 7. 2004

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

Za spamming bude hrozit pokuta až 10 milionů korun

Poslanecká sněmovna v úterý 29. června schválila ve třetím čtení návrh zákona o některých službách informační společnosti. Tento zákon by měl v souladu s evropskou legislativou nově upravit otázky týkající se zasílání nevyžádaných sdělení (tzv. spamming). Tyto otázky byly doposud řešeny především v zákoně o regulaci reklamy, podle něhož bylo zakázáno šířit nevyžádanou reklamu, pokud tato vede k výdajům adresáta nebo jej obtěžuje.

Poslanecká sněmovna v úterý 29. června schválila ve třetím čtení návrh zákona o některých službách informační společnosti. Tento zákon by měl v souladu s evropskou legislativou nově upravit otázky týkající se zasílání nevyžádaných sdělení (tzv. spamming). Tyto otázky byly doposud řešeny především v zákoně o regulaci reklamy, podle něhož bylo zakázáno šířit nevyžádanou reklamu, pokud tato vede k výdajům adresáta nebo jej obtěžuje.

Návrh zákona se vztahuje na zasílání sdělení pouze obchodního charakteru. Těmito sděleními se rozumí všechny formy sdělení, která jsou určena k přímé či nepřímé podpoře zboží či služeb nebo image podniku a rovněž i reklama. Ačkoliv by jistě bylo užitečné rozšířit působnost zákona i na sdělení neobchodního charakteru (např. politická či náboženská sdělení), návrh zákona tak nečiní.

Obchodní sdělení, která jsou šířena e-mailem, hlasovou poštou, faxem nebo textovými zprávami (SMS), bude možno zasílat, pouze pokud s tím budou jejich adresáti předem souhlasit (tzv. metoda „Opt-in“). V každém takovém obchodním sdělení musí být adresátovi dána jasná a zřetelná možnost jednoduchým způsobem a zdarma nebo na účet zasílatele vzít zpět souhlas s využitím jeho elektronického kontaktu. Zasílatel bude povinen souhlas adresáta se zasíláním obchodních sdělení těmito prostředky prokázat.

Šířit obchodní sdělení jinými elektronickými prostředky než jsou výše uvedené (např. přímý telemarketing) bude možné také jen s předchozím a prokazatelným souhlasem jejich adresáta.

Návrh zákona obsahuje i nepřímou novelizaci zákona o regulaci reklamy. Existující zákaz nevyžádané reklamy podle zákona o regulaci reklamy by se měl nově vztahovat pouze na reklamu, která není šířena elektronickými prostředky (typicky např. reklamní letáky vhazované do poštovních schránek). Pro reklamu šířenou touto cestou stanoví návrh zákona definici reklamy, která adresáta obtěžuje. Za takovou reklamu se považuje reklama směřující ke konkrétnímu adresátovi za podmínky, že adresát dal předem jasně a srozumitelně najevo, že si nepřeje, aby vůči němu byla nevyžádaná reklama šířena (metoda „Opt-out“). Pokud tedy nechceme, aby se nám ve schránce objevovaly nevyžádané reklamní letáky, mělo by například stačit vyjádřit svůj nesouhlas na poštovní schránce. Tento způsob odmítnutí nevyžádané reklamy je již dnes často aplikován a v zahraničí je zavedenou praxí.

Nad dodržováním pravidel pro šíření obchodních sdělení elektronickými prostředky by měl převzít dozor Úřad pro ochranu osobních údajů. Navržená výše pokuty za porušení pravidel pro šíření obchodních sdělení elektronickými

prostředky činí až 10 milionů Kč, což je nepoměrně více než činí stávající výše pokuty za šíření nevyžádané reklamy podle zákona o regulaci reklamy. Ta dosahuje až 2 milionů Kč.

Vzhledem k tomu, že účinnost této právní úpravy je navržena ke dni vyhlášení ve Sbírce zákonů, mají všichni zasilatelé obchodních sdělení, kteří k jejich šíření používají elektronické prostředky, už jen relativně krátkou dobu k obstarání si souhlasů adresátů s šířením takových sdělení.



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

Další články:

- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení - nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Nová pravidla ICC pro rozhodčí řízení: Přehled klíčových změn účinných od 1. června 2026](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 36.: Doložka o mlčenlivosti](#)
- [Detekce podezřelého obchodu v kontextu hazardních her](#)
- [Když model počítá správně, ale závěr je zavádějící: limity AI při oceňování podniků](#)
- [Nařízení prodeje jednotky jako ultima ratio ochrany práv ostatních vlastníků?](#)