

13. 1. 2022

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

Změny v oblasti telemarketingu

S počátkem roku 2022 se zásadně změnila pravidla pro provozování telemarketingu. Dosavadní principy se totiž značně zpřísnily. V následujícím článku se mohou zejména provozovatelé call center informovat, na co se bude třeba připravit.

Úvod

Často se stávalo, že jedinci zazvonil telefon a na druhé straně se ozval pracovník call centra s nějakou výjimečnou nabídkou zboží či služeb. Tzv. „cold calls“ často užívalo mnoho podnikatelů od telefonních operátorů, dodavatelů energií, finančních institucí, až po e-shopy a jiné obchodníky. Cílili jimi přitom nejen na spotřebitele, ale i na podnikatele. Ti tyto často nevyžádané a relativně časté telefonní hovory vnímali převážně negativně. I proto se přistoupilo k daleko tvrdší regulaci telemarketingu.

Předchozí právní úprava

Zákonodárce se soustředil zejména na úpravu tzv. veřejných seznamů účastníků. Jedná se o telefonní seznamy, do nichž se může nechat kdokoli zapsat. Ty byly ovládány tzv. zásadou „opt-out“. To znamená, že měl díky tomu každý subjekt zapsaný do takového veřejného telefonního seznamu možnost žádat, že si nepřeje být kontaktován za marketingovými účely. V seznamu pak byla k jeho kontaktním údajům uvedena odpovídající poznámka. Telemarketéři potom museli preference těchto subjektů respektovat.

Nová právní úprava

Od 1. ledna 2022 se však dosavadní praxe změnila. V právní úpravě se vlivem evropské legislativy a kvůli související změně zákona o elektronických komunikacích nově projevila opačný princip, konkrétně „opt-in“. Jedná se přitom o zcela opačnou zásadu, než je předchozí „opt-out“. Jinými slovy, od Nového roku má každý možnost žádat, aby u jeho kontaktních údajů bylo uvedeno, že jej lze za marketingovými účely kontaktovat.

V daném ohledu se jedná o naprosto zásadní změnu, neboť je možné se s nabídkou zboží a služeb spojit už jen s těmi osobami, které o to výslovně stojí. Není přitom podstatné, zda se jedná o fyzické či právnické osoby. Novela stejnou měrou dopadá jak na ochranu spotřebitelů, tak i na podnikatele.

Seznamem účastníků se navíc rozumí jakýkoli seznam telefonních čísel. Nově do něho proto spadá i náhodné vygenerování telefonních čísel. Jeho držitele nelze kontaktovat ani v případě, že bylo telefonní číslo sestaveno zcela náhodně. V daném případě totiž není možné, aby taková osoba dala předem souhlas s jejím kontaktováním.

Výkladová rizika

V praxi se již dříve občas řešila otázka, zda je vůbec možné kontaktovat vlastní zákazníky, pokud nějaký podnikatel vede jejich seznam. Zejména v případech, kdy k takovému postupu zákazníci neudělili svůj předchozí souhlas. V daném případě se však lze domnívat, že vyžadování takového souhlasu v odůvodněných případech nebude nezbytné. Nařízení GDPR totiž umožňuje využít osobní údaj z důvodu oprávněného zájmu správce údajů.

Otázkou také je, jestli bude možné kontaktovat zákazníky prostřednictvím e-mailu, který by měli podnikatelé ve svých seznamech. K tomu však lze uvést, že pokud podnikatel získal e-mail od svého

zákazníka v souvislosti s prodejem zboží či služeb, pak tuto elektronickou adresu pro účely zasílání obchodních sdělení s dalšími nabídkami využít lze. Podmínkou však bude, aby měl adresát možnost zasílání obchodních sdělení jednoduše odmítnout.

Poměrně velkým nedostatkem však bude vymahatelnost nových pravidel v případech, kdy budou marketingové hovory vedeny ze zahraničí. Český telekomunikační úřad, který přestupky v této oblasti řeší, totiž postihuje především tuzemské subjekty. Postihování cizozemských telemarketérů bude záležet na jeho uvážení. Konkrétnější postupy tak nejspíše ukáže až pozdější praxe.

Závěr

Již nyní část právních profesionálů považuje text novely v některých ohledech za ne zcela jednoznačný. Mnohé výkladové problémy tak patrně vyřeší až pozdější rozhodovací praxe Českého telekomunikačního úřadu. Je však zřejmé, že příslušná změna zásadně promění předchozí reklamní postupy, v jejichž důsledku bude velmi pravděpodobně telemarketing na ústupu. Podnikatelé proto budou muset patrně volit nové strategie.



JUDr. Vladimír Lajsek, Ph.D.



Z/C/H Legal v.o.s., advokátní kancelář

Národní 973/41
110 00 Praha 1

Tel.: +420 225 020 500

Fax: +420 225 020 555

e-mail: office@zchlegal.cz

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

Další články:

- [AI omnibus](#)
- [Když model počítá správně, ale závěr je zavádějící: limity AI při oceňování podniků](#)
- [Vyčlenění rodinných nemovitostí \(i v podobě podílu v bytovém družstvu\) do svěřenského fondu](#)
- [Sport versus EU - aktuální sportovní kauzy rozhodované Soudním dvorem EU](#)
- [Dokazování negativních skutečností ve sporném řízení](#)
- [Neoprávněný odběr elektřiny - překvapení vlastníka?](#)
- [Rodič u dítěte v nemocnici: právo na přítomnost neznamena bez dalšího právo na přespání na jip/jirp](#)

- [Pokuta za švarcsystém kurýrů Rohlíku potvrzena Ústavním soudem](#)
- [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?](#)