



# Pořádání marketingových soutěží

Mgr. Marie Šebelová, advokátka

6. září 2018



# Cíl semináře

- Orientace v problematice pořádání akcí na podporu prodeje
- Legální mechaniky akcí na podporu prodeje
- Daňové minimum akcí na podporu prodeje
- Situace na Slovensku
- Osobní údaje v souvislosti se akcemi na podporu prodeje

# Legislativní základ

- zákon č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách – **ZRUŠEN**
- zákon č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách – **NOVÝ, účinnost od 1.1.2017**
- Zákon č. 634/1992., o ochraně spotřebitele
- zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, GDPR
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

# Zákon o loteriích

X

## Zákon o hazardních hrách

- Zákon o hazardních hrách zrušil:
  - Zákon č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách
  - Vyhlášku č. 315/1999 Sb., o způsobu oznamování soutěží, anket a jiných akcí o ceny, které nejsou spotřebitelskou loterií
- **Od 1.1.2017 neplatí pro marketingové akce žádné limity v mechanikách (náhoda, nenáhoda), hodnotách a druzích výher (peníze, zboží), akce se nikam neoznamují**

# Zákon o hazardních hrách

- Zákon o hazardních hrách
  - vůbec nehovoří o spotřebitelských soutěžích
  - důvodová zpráva - z ohlašovacího režimu jsou vyjmuty hazardní hry v podobě spotřebitelských soutěží – nově jsou chápány jako obchodní praktiky vůči spotřebiteli (směrnice 2005/29/ES – čl. 2 písm. d) – definice obchodní praktiky)

# Zákon o ochraně spotřebitele

- Definice obchodní praktiky (směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách)
  - Způsob chování prodávajícího spočívající v konání, opomenutí, prohlášení, obchodním sdělení včetně reklamy a uvedení na trh související s propagací, prodejem nebo dodáním výrobku nebo služby spotřebiteli
- Definice spotřebitelské soutěže – **NOVĚ V ZÁKONĚ**
  - Akce o ceny pořádaná pro spotřebitele v přímé souvislosti s propagací, nabídkou nebo prodejem výrobku či služby prodávajícího, při níž se prodávající či jím pověřená osoba zavazuje vyplatit účastníkům určeným náhodným výběrem peněžité či nepeněžité ceny a při kterých je podmínkou účasti zakoupení určitého výrobku či služby nebo uzavření smluvního vztahu s prodávajícím výrobku nebo služby či účast na reklamní akci

# Zákon o ochraně spotřebitele

- Spotřebitelská soutěže
  - akce o ceny - peněžité či nepeněžité
  - pořádaná pro spotřebitele v přímé souvislosti s propagací, nabídkou nebo prodejem výrobku či služby prodávajícího
  - pořádané prodávajícím či jím pověřenou osobou
  - výherci jsou určeni náhodným výběrem – I NENÁHODNÝM
  - podmínkou účasti zakoupení určitého výrobku či služby nebo uzavření smluvního vztahu s prodávajícím výrobku nebo služby či účast na reklamní akci

# Judikát 8 As 136/2015

- Nejvyšší správní soud dne 24.8.2016 ve věci čj. 8 As 136/2015 uvedl:
  - spotřebitelské loterie dle § 1 odst. 5 zákona o loteriích jsou obchodní praktikou ve smyslu čl. 2 písm. d) směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách
  - obecný zákaz provozování spotřebitelských loterií uvedený v § 1 odst. 5 zákona o loteriích, který neumožňuje posoudit, zda konkrétní loterie má „nekalý“ charakter je v rozporu s uvedenou směrnicí. Za porušení předmětného zákazu nelze uložit sankci.



# Hazardní hra

- Hazardní hra je hra, sázka nebo los, do nichž sázející vloží sázku, jejíž návratnost se nezaručuje, a v nichž o výhře nebo prohře rozhoduje zcela nebo zčásti náhoda nebo neznámá okolnost
- Hazardní hra je tedy hra, sázka nebo los s těmito znaky:
  - sázka, jejíž návratnost se nezaručuje
  - a
  - o výhře nebo prohře rozhoduje zcela nebo zčásti náhoda nebo neznámá okolnost

# Hazardní hra

- Znaky hazardních her

- Sázka

- Náhoda

- Vklad x sázka

Vklad – jakékoliv plnění opravňující k účasti na hazardní hře, celková výše plnění, které účastník do hazardní hry vloží, tzn. nejen přímý vklad, tj. sázku, ale i veškeré poplatky (např. manipulační poplatek) nebo investice do hry související se zvýšenými režijními náklady provozovatele

Sázka – přímý vklad do hry

# Hazardní hra

- Sázka
  - sázejícím dobrovolně určené nevratné plnění, které bude porovnáváno s výsledkem hazardní hry, včetně
    - rozdílu mezi nabízenou cenou zboží nebo služby a jejich cenou obvyklou; za cenu obvyklou se považuje cena stanovená podle zákona upravujícího oceňování majetku
  - a
    - částky převyšující cenu za volání nebo odeslání SMS nebo MMS vyplývající ze smlouvy mezi účastníkem operátorem

# Hazardní hra

## Sázka není

- Obvyklá cena zboží nebo služby x „rozdíl mezi nabízenou cenou a cenou obvyklou“
- Cena za volání, SMS či MMS dle smlouvy s operátorem – standardní ceníková cena x „částka převyšující cenu za volání, SMS či MMS“
  - Sázka = cena nebo její část, kterou zákazník smluvně nesjednal s operátorem. Pokud je cena za SMS, MMS nebo volání sjednána v ceníku, pak NEJDE O SÁZKU. Nejde o žádnou nadhodnotu, ale pouze o ceníkovou cenu.
  - SMS v soutěžích není službou mezi běžnými koncovými uživateli neboť ke komunikaci dochází mezi uživateli a „strojem“, a proto nejde o základní (regulovanou) službou. Služba je poskytována na speciálních číslech (short codes).

# Legální marketingové akce od 1.1.2017

- veškeré akce na podporu prodeje bez vkladu sázky
- akce, postavené na jakákoliv mechanice – nenáhodné i náhodné
- akce, které nejsou v rozporu se zákonem o ochraně spotřebitele – nesmí být nekalou obchodní praktikou (klamavá nebo agresivní obchodní praktika)

# Nekalé obchodní praktiky

- Nekalou obchodní praktikou je klamavé konání, klamavé opomenutí a agresivní obchodní praktiky
  - klamavé konání – obsahující věcně nesprávnou informaci, nepravdivou, pravdivou, ale zavádějící
  - klamavé opomenutí – opomenuté uvedení podstatné informace
  - agresivní obchodní praktika – zhoršuje svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě
- Příloha č. 1 z. o ochraně spotřebitele uvádí klamavé obchodní praktiky
- Příloha č. 2 uvádí agresivní obchodní praktiky

# Marketingové soutěže

Legální mechaniky marketingových soutěží od 1.1.2017

- jakékoliv, pokud budou bez vkladu sázky

Mechaniky nenáhodné – všechny, jako doposud

Mechaniky náhodné

# Marketingové soutěže

- **Zákon o loteriích byl zrušen**
- **Neplatí** stanovisko MFČR z roku 2006, ani žádná další vyjádření MFČR, která se vztahovala k zákonu č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách
- **Neexistují** žádné finanční limity na ceny...(20.000,-Kč, 200.000,-Kč)
- **Marketingové soutěže se nikam neoznamují**
- **Doporučení: Soutěže postavit na bezvadných pravidlech**



# Marketingové soutěže

Legální mechaniky soutěží

- Výkonnostní
- Znalostní
- Kreativní
- Náhodné

# Marketingové soutěže

## Výkonnostní soutěže

- Kdo bude nejrychlejší
- Prvních x-nejrychlejších
- Každá x-tá SMS

## Praxe

- Nejrychlejší, první.....SMS, ne pošta
- Každá x-tá – technický správce

# Marketingové soutěže

## Znalostní soutěže

- Vědomostní otázky – nejvyšší hora České republiky
- Tipovací otázky, bez jakéhokoliv omezení

## Praxe

- Správná jedna odpověď
- U tipovacích otázek - určit správný výsledek

# Marketingové soutěže

## **Kreativní soutěže**

- nejoriginálnější slogan, fotka, brand

## Praxe

- určit, kdo rozhodne o výherci – porota, soutěžící, někdo další
- licenční ujednání v pravidlech

# Marketingové soutěže

**Náhodné soutěže** – losování či jiný náhodný výběr, bez SÁZKY

- výhry v balení
- Kolo štěstí (každý vyhraje nějakou výhru)
- Losování ze soutěžících, kteří splní podmínky akce
- Každá x-tá SMS (denně, v rámci celé akce)
- Tipy na předem neznámé okolnosti
- Šťastné chvílky

Praxe

????

# Subjekty marketingových soutěží

- provozovatel, organizátor, technický správce, partneři
- provozovatel = ten, v jehož prospěch se akce provozuje
- organizátor = ten, který pro provozovatele organizuje akci, smlouva o organizaci soutěže...
- technický správce – ATS, ComGate, NetKit....
- partner = ten, který jakýmkoliv způsobem podporuje soutěž, např. dodává výhry
  
- smlouvy mezi jednotlivými subjekty – smlouva o pořádání soutěže (práva a povinnosti smluvních stran, odpovědnost)

# Pravidla marketingové soutěže

- Pravidla úplná – webová stránka
- Pravidla zkrácená – nejdůležitější ustanovení očima soutěžících, zejména:
  - zapojení se do soutěže
  - termín soutěže
  - výhry
  - **odkaz na www....**

# Pravidla marketingové soutěže

- Pravidla úplná
  - provozovatel, organizátor, technický správce
  - termín soutěže (přesně!!!)
  - účastník/osoby mladší 18 let
  - zapojení se do soutěže/kreativní soutěž/licence atd.
  - jak mohu vyhrát
  - výhry – hodnoty, záruky
  - osobní údaje, obchodní sdělení
  - bezpečnostní klauzule
  - .....



# Text pravidel soutěže

- Provozovatel, organizátor
- Termín soutěže
- Soutěžící, osoby, které jsou ze soutěže vyloučeny
- Jak se zapojit do soutěže – soutěžní výrobky, soutěžní nákup atd.
- Jak v soutěži vyhrát
- Výhry a jejich předání

# Text pravidel soutěže

- Zveřejnění výherců, zveřejnění soutěžních příspěvků
- Osobní údaje
- Odpovědnost/neodpovědnost provozovatele, organizátora
- Změna pravidel, ukončení soutěže
- Zveřejnění úplných pravidel soutěže

# Odpovědnost za legálnost soutěží

- § 6b zákona o regulaci reklamy – za soulad reklamy se zákonem odpovídá zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně
- smluvní úprava odpovědnosti – klient x komunikační agentura
- povinnost zadavatele - povinen uchovávat kopii každé reklamy 5 let

# Kontrolní orgány

- Dozor nad dodržováním zákona o regulaci reklamy
  - Krajské živnostenské úřady a Česká obchodní inspekce
  - RRTV – TV a rozhlas
  - SÚKL - humánní léčivé výrobky
  - SZPI – doplňky stravy
  - ÚOOÚ – osobní údaje
- Pokuty za zadání a zpracování reklamy, která je nekalou obchodní praktikou - do 5 000.000,-Kč

# Marketingové soutěže a daně

- otázka pro daňového poradce či účetního – NUTNÁ KONZULTACE KONKRÉTNÍCH AKCÍ
- rozhodující je kritérium, zda v soutěži vyhrává fyzická osoba či osoba právnická

Výhercem je fyzická osoba

- výhra je do 10.000,- Kč včetně od daně osvobozena (§4 odst. 1 písm. d) zákona o daních z příjmů), výhra vyšší hodnoty se musí zdanit – daň ve výši 15 % (z hodnoty celé výhry včetně DPH) = srážková daň

Za sražení a odvedení daně odpovídá PROVOZOVATEL, výherci nevznikají žádné daňové povinnosti.

# Marketingové soutěže na Slovensku

## Zákon o hazardných hrách

Zákon uvádí: za hazardní hry se nepovažují propagační soutěže, které nejsou samostatnou podnikatelskou činností a slouží jen na podporu prodeje zboží a služeb a při kterých není podmínkou účasti zaplacení vkladu.

# Marketingové soutěže na Slovensku

Podmínky propagačních soutěží:

- nesmí být podmínkou účasti v soutěži zaplacení vkladu
- výherci mohou být určováni i náhodným způsobem
- podmínkou účasti je zakoupení výrobku nebo účast na reklamní akci

# Marketingové soutěže na Slovensku - daně

- výhry v soutěžích si daní soutěžící
- od daně osvobozeny výhry do výše 350 EUR - § 8 ods. 1 zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z příjmov



# Soutěže a osobní údaje

- Nařízení (EU) 2016/679, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů (obecné nařízení o ochraně osobních údajů)
- GDPR = General Data Protection Regulation (Obecné nařízení o ochraně osobních důvodů)
- Nařízení je platné od 24.5.2016
- Od 25. května 2018 je použitelné (účinné) – bez dalšího je závazné a použitelné
- Ještě bude ePrivacy nebo-li Nařízení o respektování soukromého života a ochrany osobních údajů v elektronických komunikacích

# GDPR, právní rámec

- Zákon o zpracování osobních údajů – návrh schválila dne 21.3.2018 vláda ČR, nyní v PSPČR
- Co přinese:
  - **Věk dítěte pro souhlas se zpracováním OÚ – 15 let**
  - Výčet veřejných subjektů
  - Akreditační autorita - Český institut pro akreditaci, o.p.s.
  - ÚOOÚ – definování činnosti ve vztahu k GDPR

# Pojmy

## **Zpracování osobních údajů**

- jakákoliv operace s osobními údaji, např. shromáždění, zaznamenání, uspořádání, strukturování, uložení, pozměnění, vyhledávání, nahlédnutí, použití, šíření, seřazení, výmaz, zničení

## **Osobní údaj**

- jakákoliv informace, která se týká identifikované nebo identifikovatelné fyzické osoby nebo fyzické osoby podnikající, např. jméno, datum narození, bydliště, telefon, e-mail, IP adresa, uživatelské jméno, lokační údaje, síťový identifikátor

# Pojmy

## **Správce**

- Osoba, která určuje účel a prostředky zpracování
- Správce je 100% odpovědný za vše!

## **Zpracovatel**

- Osoba, která zpracovává osobní údaje pro správce na základě jeho pokynů, zpracování se řídí smlouvou (povinné náležitosti čl. 28 GDPR)

Správce může být zároveň i zpracovatelem.

# Právní tituly zpracování osobních údajů dle GDPR

- Souhlas
- Plnění smlouvy
- Plnění právní povinnosti
- Ochrana životně důležitých zájmů
- Veřejný zájem nebo výkon veřejné moci
- Oprávněný zájem

# Právní titul - souhlas

- Svobodný, konkrétní, informovaný a jednoznačný projev vůle. Subjekt údajů souhlas poskytuje prohlášením nebo jiným zjevným potvrzením (tzv. aktivní souhlas). Souhlas nemusí být písmený, ale správce ho musí prokázat po celou dobu zpracování.
- Souhlas:
  1. Svobodný a konkrétní souhlas – uzavření smlouvy nesmí být podmíněno udělením souhlasu, souhlas obsahuje informace o správci, případně příjemcům, době zpracování, účelu zpracování, možnosti odvolání
  2. Jednoznačný – jasný pozitivní postup – zaškrtnutí políčka
  3. Informovaný – SÚ musí být před udělením souhlasu informovaný o všech skutečnostech zpracování dle čl. 13-14 a o svých právech čl. 15-22
- Odlišitelnost souhlasu – souhlas musí být oddělený od smlouvy, VOP či jiného textu
- Odvolatelnost souhlasu – subjekt údajů může souhlas kdykoliv odvolat, a to stejně snadně, jako ho udělil

# Právní titul - souhlas

Pro marketing – SOUHLAS

Možnosti získání souhlasu:

- Prostřednictvím online formuláře
- Fyzicky v písemné formě na papíře
- Ústně prostřednictvím telefonu

Souhlas je třeba po celou dobu zpracování prokázat.

Způsoby prokázání:

- Písemný souhlas - uchovat papír s datem a podpisem
- Popsat proces získání souhlasu, evidovat záznam v databázi, včetně datového razítka

**ODPOVĚDNOST SPRÁVCE PROKÁZAT ŽE SOHLAS MÁ PO CELOU DOBU ZPRACOVÁNÍ!!!!**

Povinnost vést záznamy o udělených souhlasech – kdo, kdy, obsah souhlasu, forma souhlasu

# Právní titul - souhlas

- Legální souhlasy dle GDPR
  - Obsahově bezvadné
  - Oddělené od ostatního obsahu
  - Aktivně udělené – zaškrtnutí, poskytnutí mailu x pokračování ve službě



# Právní titul - souhlas

## ➤ Souhlas dítěte

- Děti jsou dle GDPR osoby mladší 16 let x národní zákon – 15 let
- Souhlas za děti – zákonní zástupci

# Právní titul - souhlas

Text souhlasu:

Zaškrtnutím níže uvedeného okénka „poskytuji souhlas“ udělujete souhlas společnosti .....,IČ:..... ke zpracování:

- jména, příjmení.....
- mailové adresy .....
- telefonu .....

k marketingovým účelům, tzn. k nabízení produktů po dobu 3 let. Tento souhlas můžete kdykoliv odvolat na e-mailu..... S ohledem na zpracování osobních údajů máte práva v souladu s čl. 15 – 22 Obecného nařízení o ochraně osobních údajů 2016/679, zejména právo na přístup k osobním údajům, právo na opravu, právo na výmaz, právo na omezení zpracování, právo na přenositelnost údajů, právo na přenositelnost údajů.

Poskytuji souhlas



# Přechod souhlasu

- předpoklad přechodu souhlasu – recitál 171 GDPR
- souhlas byl udělen způsobem a v souladu s GDPR
- souhlas nebyl udělen způsobem a v souladu s GDPR – dodatečné shojení nebo likvidace
- GDPR neumožňuje využívat OÚ, získané pasivním souhlasem, podmíněným souhlasem, souhlasem v rámci VOP nebo nákupem databází x DLE GDPR POUZE AKTIVNÍ SOUHLAS

# Oprávněný zájem

- jeden z nejflexibilnějších právních důvodů – speciál 47 GDPR
- pro využití tohoto právního titulu by měl existovat relevantní a odpovídající vztah mezi subjektem údajů a správcem, např. zákazník správce x nikoliv vztah nadřazenosti – orgány veřejné moci
- zda subjekt údajů může zpracování OÚ důvodně očekávat
- před zpracováním OÚ na základě tohoto důvodu je třeba provést balanční test = zvážit, zda nad zájmem správce nepřeváží zájmy subjektu údajů
- např. zpracování osobních údajů pro účely přímého marketingu, ochrana majetku (kamery)

# Zpracování zveřejněných OÚ, marketingová výjimka

- GDPR neobsahuje ekvivalent právního důvodu, vedeného v § 5 odst. 2 písm. d) Zákona – tzv. marketingová výjimka
- Podle GDPR nebude již možné BEZ PRÁVNÍHO TITULU zpracovávat osobní údaje z veřejných rejstříků X podle Zákona šlo
- Dle GDPR je třeba pro marketing najít jeden z právních titulů

Děkuji za pozornost!

© 2018 Marie Šebelová  
[marie.sebelova@aksn.cz](mailto:marie.sebelova@aksn.cz), tel:777343639  
[www.aksn.cz](http://www.aksn.cz)

Tento seminář pořádá  
Nakladatelství FORUM s.r.o., divize školení a vzdělávání

Střelničná 1861/8a, Praha 8  
tel: +420 251 115 576  
fax: +420 251 512 422  
office@forum-media.cz  
www.forum-media.cz