

VK&t

NEWSLETTER 1/2017

Pořádání spotřebitelských reklamních soutěží od roku 2017

Nový zákon o hazardních hrách – zjednodušení pravidel pro pořádání spotřebitelských reklamních soutěží

- **Zákon č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách** (dále jen „**Zákon**“) vstoupil v platnost v polovině roku 2016; většina ustanovení vstupuje v účinnost od 1. 1. 2017.
- Zákon v plném rozsahu nahrazuje dosud účinný zákon č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách a ovlivní tak prakticky všechny subjekty na trhu, které podporují prodej svých výrobků a služeb prostřednictvím reklamních soutěží a akcí.
- **Od 1. 1. 2017 bude regulace spotřebitelských soutěží, anket a jiných akcí o ceny vyňata z právní úpravy hazardních her a nadále bude posuzována jako obchodní praktika.**
- **Obchodní praktiky** budou posuzovány **dle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele**. Nadále se na ně samozřejmě bude vztahovat úprava zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.
- **Dodržování Zákona** v oblasti reklamních akcí a soutěží bude spadat do pravomoci **České obchodní inspekce** a nebude již podléhat dozoru ministerstva financí. Pořádání soutěží již nebude oznamováno Specializovanému finančnímu úřadu.

- I nadále bude třeba **věnovat pozornost pravidlům** (co do srozumitelnosti a jednoznačnosti) a **komunikaci soutěže vůči spotřebitelům**. **Stranou pozornosti nesmí zůstat ani použití prvku náhody** při výběru výherců, pokud má být do soutěže vložen vklad či sázka.
- **Základní znaky hazardní hry** dle § 3 odst. 1 Zákona:
 - (i) sázka vložená sázejícím, jejíž návratnost se nezaručuje, a současně
 - (ii) náhoda nebo neznámá okolnost, která zcela nebo z části rozhoduje o výhře nebo prohře.
- **Sázka:** definována v § 4 odst. 1 písm. d) Zákona jako sázejícím dobrovolně určené nevratné plnění, které bude porovnáváno s výsledkem hazardní hry, včetně
 - 1. rozdílu mezi nabízenou cenou zboží nebo služby a jejich cenou obvyklou;** za cenu obvyklou se považuje cena stanovená podle zákona upravujícího oceňování majetku, a
 - 2. částky převyšující cenu za volání nebo odeslání textové nebo multimediální zprávy vyplývající ze smlouvy mezi účastníkem hazardní hry a poskytovatelem služeb elektronických komunikací.**
- **Sázkou nebude:**
 - (i) koupě zboží za cenu obvyklou,
 - (ii) zapojení do soutěže prostřednictvím použití sítě internet přístupné účastníkovi hry/soutěže na základě obvyklé smlouvy s poskytovatelem připojení, připojení v internetové kavárně,

knihovně, apod. ani účast prostřednictvím SMS zprávy odeslané za standardní cenu dle ceníku mobilního operátora, s nímž má účastník uzavřenou smlouvu o poskytování služeb.

- **Sázkou bude:**
 - (i) **rozdíl mezi nabízenou cenou** zboží/služby **a cenou obvyklou** nebo
 - (ii) **částka převyšující cenu** za internetové **připojení** či **odeslání SMS zprávy** vyplývající ze smlouvy mezi účastníkem a poskytovatelem služeb
- Pokud pořadatel reklamní soutěže zvolí jako součást herního konceptu **vložení sázky, bude muset** při určování výherců soutěže **vyloučit náhodu nebo neznámou okolnost**, aby vyloučil posouzení reklamní soutěže jako hazardní hry.
- **Náhoda nemusí být** v hazardní hře **zastoupena ve většinovém podílu**, ale podíl musí mít určitou váhu a musí ovlivňovat výsledek hry.
- Náhoda musí být vnímána z pohledu hráče/sázejícího.
- **Hazardní hrou** je i hra založená na **kombinaci náhodného a znalostního či dovednostního principu**.

- **Bez rizika:** reklamní **soutěže, ve kterých bude zcela vyloučena náhoda**, tzn. u soutěží, kde bude rozhodovat znalost, tvořivost, rychlost soutěžících apod.
- **Snížení max. výše pokut:** Nově maximální výše pokut za reklamní soutěž, anketu či akce o ceny, které budou posouzeny jako nekalé obchodní praktiky (zejména klamavé konání, klamavé opomenutí, agresivní obchodní praktiky, klamavé obchodní praktiky) **max. 5 mil. Kč. (§ 24 odst. 14 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele).**

Věříme, že výše uvedené shrnutí usnadní Vaši orientaci v nové právní úpravě. V případě potřeby jsme Vám plně k dispozici pro poskytnutí doplňujících informací.

Autor: Mgr. Brigita Winterlingová, LL.M., advokát, e-mail: winterlingova@akvk.cz

Hlavním cílem Newsletterů je poskytnout základní informace k danému tématu a nelze je považovat za vyčerpávající odborný návod. Obsah této publikace slouží pouze k základní orientaci a nevychází ze specifických okolností jednotlivého případu či individuálních potřeb klienta. Před každým právním jednáním v konkrétním případě doporučujeme si vyžádat odbornou právní pomoc, kterou Vám rádi na základě Vaší žádosti poskytneme.