



ORIENTAČNÍ PŘEHLED POVINNOSTÍ VYDAVATELE POLITICKÉ REKLAMY

Povinnosti vydavatelů politické reklamy jsou stanoveny v [nařízení Evropského parlamentu a Rady \(EU\) 2024/900](#) a jejich porušení je sankcionováno v [českém zákoně č. 234/2025 Sb.](#), konkrétně v § 28, který definuje přestupky vydavatelů.

Tyto povinnosti platí bez ohledu na to, zda jsou nebo nejsou vyhlášené volby.

V zásadě jde o dvě hlavní povinnosti: zajistit, aby každý inzerát, plakát, plachta apod. (který je politickou reklamou) byl řádně označen. Součástí tohoto označení musí být i odkaz (může být formou QR kódu) na tzv. oznámení o transparentnosti, v němž budou uvedeny podrobnější informace o reklamě (viz níže).

Vydavatel by si měl **smluvně ošetřit, aby mu zadavatel nebo poskytovatel služby jednající jménem zadavatele sdělil všechny potřebné informace.**

PRO RYCHLOU ORIENTACI

Vzor označení plakátů, billboardů a další tiskové reklamy najdete [zde](#) na str. 6.

Vzor oznámení o transparentnosti najdete [zde](#) na str. 7.

Definici najdete v [Nařízení](#) v čl. 3 odst. 2 na str. 24.

Výčet politických aktérů najdete v [Nařízení](#) v čl. 3 odst. 4 na str. 24.

Přehled přestupků najdete v [zákoně, část pátá, hlava II.](#)

JAK IDENTIFIKOVAT POLITICKOU REKLAMU

Formální závaznou definici najdete v [samotném nařízení](#) v čl. 3, níže uvádíme základní vodítka:

ROZHODUJE:

- **Povaha sdělení:** Čistě soukromé nebo čistě komerční sdělení není politickou reklamou.
- **Kdo je zadavatelem a jaký je účel:**
 - **bud'** jde o sdělení politického aktéra,
 - **nebo** (pokud pochází od jiného subjektu) musí současně:



- směřovat k ovlivnění voleb, referenda nebo regulačního procesu,
- a mít schopnost tyto procesy ovlivnit (včetně úrovně obcí a měst).

- **Úplatnost (resp. obvyklá úplatnost):**

Příprava, umístění, propagace, zveřejnění, doručení nebo šíření sdělení je:

- buď skutečně placené,
- nebo jde o činnost, za kterou se **obvykle platí**.

NEROZHODUJE:

- **Vyhlášení voleb** (Nařízení se použije celoročně bez ohledu na volby; vztahuje se i na regulační procesy, jako je příprava a schvalování zákonů a vyhlášek včetně těch místních, tvorba prováděcích předpisů atd.)
- **Přímá podpora konkrétních subjektů** (sdělení nemusí propagovat konkrétní stranu, kandidáta či jiného adresáta, postačí nepřímé ovlivnění např. prostřednictvím hodnot, témat nebo navrhovaných řešení).

Pozor, **definice politických aktérů je poměrně široká!** Viz [čl. 3 odst. 4 Nařízení](#).

Politickým aktérem jsou tedy např. i sdružení kandidátů bez právní subjektivity, politickou reklamou mohou za splnění výše uvedených podmínek být i sdělení zapsaných spolků snažících se ovlivnit územní plán apod.

Pokud ale obec běžně zdarma umožňuje vyvěšování plakátů na svých plochách nebo zveřejňování pozvánek ve svém zpravodaji, není splněna podmínka obvyklé úplatnosti a obec nemusí danou reklamu označit podle Nařízení. Ale pozor, pokud jde o volební propagaci, nelze ji zdarma zveřejnit v době vyhlášené volební kampaně.

Pokud si nejste jisti, zda dané sdělení naplňuje znaky politické reklamy, doporučujeme zvolit cestu transparentnosti. Označením reklamy jako politické a poskytnutím informací o jejím financování posílíte důvěru veřejnosti a vyhnete se případným problémům.

PŘEHLED HLAVNÍCH POVINNOSTÍ VYDAVATELE¹

¹ Vydavatel je poskytovatel politické reklamní služby, který zajišťuje zveřejnění nebo šíření politické reklamy v jakémkoli médiu. Klíčovým znakem je přímá kontrola nad obsahem sdělení, včetně možnosti jeho odmítnutí. Naopak za vydavatele se nepovažují subjekty, které poskytují pouze technické či realizační služby, jako je tisk letáků nebo jejich vylepování, pokud zároveň neprovozují reklamní plochy.



1. Označování reklamy

Vydavatel musí zajistit, aby každá politická reklama byla jasně rozpoznatelná a obsahovala povinné informace.

• **Povinnost označení:** Každé politické reklamní sdělení musí obsahovat prohlášení, že jde o politickou reklamu, identitu zadavatele (případně ovládající osoby), odkaz na volby či referendum a informaci o případném cílení reklamy. Tato povinnost vyplývá z **článku 11, odstavce 1 nařízení**.

Každý inzerát tedy musí obsahovat textové údaje podle vzoru uvedeného v **příloze II, bodu 1 prováděcího nařízení** (str. 6).

2. Oznámení o transparentnosti

Vydavatel odpovídá za to, že u každé politické reklamy bude dostupné podrobné oznámení o transparentnosti. Toto oznámení bude typicky umístěno na webové stránce vydavatele² a odkaz na něj (např. formou QR kódu) bude součástí označení politické reklamy.

Vzor označení najdete v prováděcím nařízení v **příloze II prováděcího nařízení** (str. 7-9).

3. Aktualizace a přesnost

Informace musí být úplné a přesné. Pokud se vydavatel dozví, že informace jsou neúplné nebo nepřesné, musí vynaložit úsilí na jejich opravu. Pokud to nelze provést bezodkladně, nesmí reklamu zpřístupnit nebo musí její šíření ukončit. Tato povinnost je v **článku 12, odstavci 2 nařízení**.

• **Uchovávání dat:** Vydavatelé musí uchovávat oznámení o transparentnosti po dobu **7 let** od posledního zveřejnění reklamy, jak nařizuje **článek 12, odstavec 4 nařízení**.

4. Mechanismus pro oznamování stížností

Vydavatel musí umožnit veřejnosti nahlásit reklamu, která porušuje pravidla.

• **Zřízení mechanismu:** Vydavatel musí mít bezplatný a uživatelsky přívětivý mechanismus pro hlášení problematické reklamy, jak vyžaduje **článek 15, odstavec 1 nařízení**.

• **Lhůty pro vyřízení:**

◦ Běžně musí vydavatel potvrdit přijetí a řešit oznámení s náležitou péčí.

◦ V posledním měsíci před volbami musí vydavatelé (pokud nejsou mikropodniky, malé či střední podniky) zpracovat oznámení do **48 hodin**. Toto pravidlo zavádí **článek 15, odstavec 7 nařízení**.

V praxi lze toto vyřešit např. tak, že v oznámení o transparentnosti bude uvedena emailová adresa, na niž lze porušení pravidel nahlašovat.

² Umístění oznámení o transparentnosti není stanoveno a může tedy být např. i na webu zadavatele. Vydavatel ovšem i v takovém případě odpovídá za to, že oznámení o transparentnosti bude veřejně dostupné v požadované podobě po celou dobu zveřejňování či šíření dané reklamy.



5. Výroční zprávy

• Někteří vydavatelé musí do své výroční zprávy o vedení podniku zahrnout souhrnné informace o částkách a výhodách přijatých za služby politické reklamy a informace o cílení. Toto ukládá **článek 14, odstavec 1 nařízení**, který se vztahuje na subjekty, které mají povinnost vypracovat zprávu o vedení podniku ve smyslu článku 19 směrnice 2013/34/EU.

Upozornění:

Vychází-li zpravodaj i v online formě nebo zveřejňuje-li obec politickou reklamu za úplatu na svých webových stránkách či sociálních sítích, bude do budoucna platit i povinnost zpřístupnit v Evropském archivu nejpozději **72 hodin** po prvním zveřejnění. Tuto lhůtu určuje **článek 13, odstavec 4 nařízení**. Tato povinnost ovšem bude platit až po zřízení příslušného archivu.

Případné dotazy můžete zasílat na podatelna@udhpsh.cz, případně se můžete obrátit přímo na členku úřadu Mgr. Anetu Pinkovou Ph.D., aneta.pinkova@udhpsh.cz, tel. +420 731 770 848.