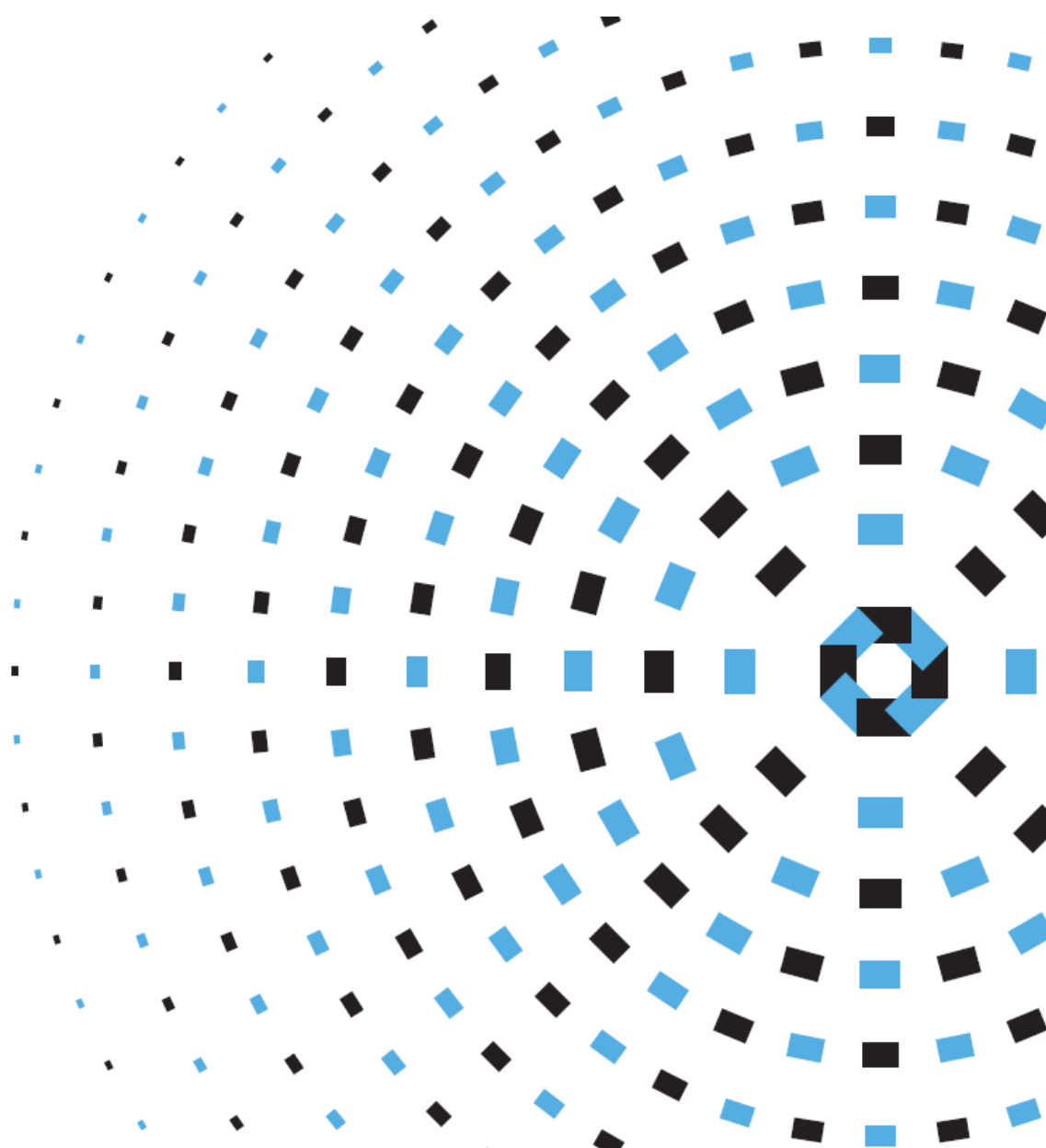


# Průvodce ke kampani do Evropského parlamentu 2019

ZÁKLADNÍ MANUÁL PRO OBČANY, KANDIDUJÍCÍ SUBJEKTY  
A SAMOSPRÁVY



# OBSAH

Úvodní slovo.....	1
Povinnosti kandidujících stran vůči úřadu.....	2
Registrace "třetích osob" a povinnosti vůči úřadu.....	9
Náklady na kampaň a její limity.....	11
Volební propagační materiály a jejich náležitosti.....	16
Kandidující strany a kandidáti.....	18
Dary a crowdfunding.....	20
Sympatizanti a dobrovolníci versus vedení negativní kampaně.....	22
Role obcí a krajů v kampani.....	24

# Jak pracovat s průvodcem

Průvodce, kterého jste si stáhli do svého počítače slouží k základní orientaci v problematice volebních kampaní z hlediska financování a obsahových regulací předvolební agitace. Má za cíl zodpovědět základní otázky, se kterými se v průběhu volební kampaně setká občan, kandidující subjekt či samospráva.

# Kompletní zdroje k prostudování

Pro detailní informace doporučujeme aktérům kampaně další zdroje, kterými jsou:

Metodická stanoviska Úřadu k volbám do Evropského parlamentu

Dotazy a odpovědi

Zákon o politických stranách

Zákon volbách do Evropského parlamentu

Webová stránka Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí

# Povinnosti kandidujících stran vůči úřadu

## Termín zřízení a oznámení volebního účtu

Každý kandidující subjekt, který hodlá kandidovat do Evropského parlamentu, musí zřídit a oznámit Úřadu svůj volební účet. Volební zákony stanovují jako začátek volební kampaně den vyhlášení voleb ve Sbírce zákonů. To bylo 17. ledna 2019. Do 5 dní od takto definovaného začátku kampaně je kandidující subjekt povinen zřídit si volební účet.

Kandidující subjekt je poté povinen oznámit Úřadu zřízení volebního účtu a adresu internetových stránek, na kterých je účet přístupný. Legislativa explicitně nestanovuje lhůtu pro oznámení volebního účtu. Předpokládá se tedy neprodlené oznámení.

## Termín zřízení a oznámení volebního účtu v již běžící kampani

Pokud kandidující subjekt nebo s jeho vědomím jiná osoba začala svým jednáním naplňovat znaky volební kampaně až po uplynutí pěti dní od vyhlášení voleb, je dnem zahájení volební kampaně kandidujícího subjektu den, v němž svým jednáním poprvé naplnil znaky volební kampaně.

Nejzazším termínem, jehož uplynutím již kandidující subjekt z pohledu Úřadu zahájil volební kampaň (bez ohledu na to, zda její znaky svým jednáním naplňuje), je poslední den lhůty pro doručení registrace kandidátní listiny Ministerstvu vnitra. To je v tomto případě 19. března 2019. Úřad zastává stanovisko, že kandidující subjekty v den zahájení své volební kampaně již mají mít zřízený volební účet a tento mají povinnost Úřadu neprodleně oznámit.



**Každé volby se řídí pravidlem „nové volby, nový účet“. Zřízený účet nelze opakovaně použít v dalších volbách, a to ani ve volbách stejného typu.**



## Náležitosti transparentního účtu

*Transparentní volební účet musí splňovat konkrétní náležitosti, které si můžete detailně prostudovat kliknutím [zde](#).*

## Formát transparentního účtu a dohledatelnost na webu

Kandidující subjekt nebo třetí osoba oznamuje Úřadu pouze jeden internetový odkaz, po jehož rozkliknutí se uživateli ihned zobrazí náhled transparentního volebního účtu. Typicky se jedná o náhled na webu příslušné banky.

Nejde tedy o obecný odkaz na doménu či internetovou stránku politické strany, na které je odkaz na transparentní účet uveden. Rovněž se nejedná např. o obecný odkaz na seznam všech transparentních účtů vedených konkrétní bankou.

Je důležité, aby kandidující subjekty i třetí osoby prováděly průběžnou kontrolu dostupnosti oznámených odkazů na volební účty. Pokud tyto odkazy nejsou funkční, musí zajistit jejich aktuální formát a tento bez zbytečného odkladu zaslat Úřadu. Za dostupnost transparentního účtu pod odkazem, který je u Úřadu evidován, nese odpovědnost oznamovatel účtu.

## K čemu ne/slouží volební účet

Volební účet neslouží k zaslání darů. Podporovatelé nemohou dary posílat přímo na volební účet kandidující strany. Své příspěvky musejí posílat na tzv. zvláštní účet.

Volební účet tedy slouží pouze pro účely hrazení nákladů volební kampaně. Zákon nerozlišuje, zda se jedná o dary míněné jako příspěvek na volební kampaň nebo o dary na běžnou činnost. Všechny dary, tedy i ty, které budou použity na volby, musejí být poukázány na zvláštní, nikoliv volební účet. Na volební účet si kandidující strany mohou darované prostředky přeposílat ze zvláštního účtu podle potřeby, aby mohly krýt výdaje na kampaň. Finance z darů je možné přeposílat jednou částkou jako hromadný převod ze zvláštního účtu. K tomu je však třeba paralelně vést zvláštní evidenci darů, které byly na kampaň využity.

## Náležitosti webu s informacemi o financování kampaně

*Volební účet nemůže poskytnout všechny informace o finanční hodnotě kampaně. Proto zákon ukládá kandidujícím subjektům a registrovaným třetím osobám zřídit vedle volebního účtu také internetovou stránku, kde budou zobrazovány další informace o financování kampaně. Adresu této stránky jsou kandidující subjekty a registrované třetí osoby povinny oznámit úřadu, který ji zveřejní na svém webu. Občané by tak měli mít možnost se ze stránek úřadu proklikat k informacím o kampani všech účastníků voleb.*

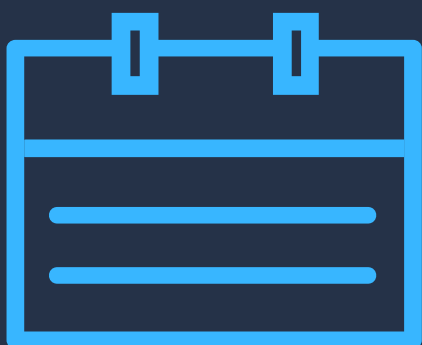
Stránka musí být přístupná všem uživatelům internetu ze všech obvyklých internetových prohlížečů, přičemž nevyžaduje přihlášení a nevybízí k registraci.

Informace o kampani musí být hlavním sdělením stránky, nesmí tedy být uvedeny jako dodatečná informace (například v zápatí stránky) a nesmí nad ní převážet jiný obsah.

Upozorňujeme kandidující subjekty, že zejména sociální síť Facebook není z výše uvedených důvodů vhodným prostředím pro uvádění požadovaných informací, protože i veřejná facebooková stránka vybízí návštěvníky, kteří sami nemají na této sociální síti profil, k registraci. To se děje nepřetržitě a v krátkých intervalech. Pokud navíc kandidující subjekt nebo registrovaná třetí osoba neoznámí úřadu odkaz na konkrétní příspěvek, v němž informace uvedl(a), ale pouze odkaz na facebookový profil jako takový, příspěvek s informacemi o financování volební kampaně se postupně odsouvá na pozdější body „časové osy“ a nemusí být snadno dohledatelný.

Doporučujeme tedy účastníkům kampaně, aby pro publikování informací o financování kampaně využívali buď vlastních domén a hostingu. Využít lze také některé z veřejných služeb, jež obvykle nabízejí možnost publikování stránek zdarma (například sites.google.com, webnode.cz, estranky.cz, cs.wix.com a mnoho dalších).

# Rozsah informací o financování volební kampaně na webu



**Webová stránka kandidujícího subjektu nebo registrované třetí osoby musí obsahovat následující údaje:**

- do 3 dnů před volbami je třeba průběžně doplňovat informace o všech dárcích, jejichž příspěvky (ať už finanční či nefinanční) byly nebo mají být uplatněny ve volební kampani. Údaje o těchto plněních se dle zákona evidují s uvedením jména, příjmení, data narození a obce, v níž má fyzická osoba trvalý pobyt. Jde-li o právnickou osobu, musí být uvedena její obchodní firma nebo název, sídlo a identifikační číslo osoby, bylo-li přiděleno (týká se kandidujících subjektů)
- do 90 dnů od vyhlášení celkových výsledků voleb musí kandidující subjekty na tomto webu zveřejnit zprávu o financování volební kampaně
- do 10 dnů od vyhlášení celkových výsledků voleb musí registrované třetí osoby na svém webu zveřejnit evidenci prostředků na kampaň. Tato evidence musí zahrnovat a) výdaje na předvolební výzkumy, b) výdaje na úhradu inzerce v tisku, c) výdaje na úhradu venkovní reklamy, d) jiné výdaje



## Závěrečná zpráva o financování proběhlé volební kampaně

*Všechny kandidující subjekty musí v souladu s volebním zákonem vyhotovit zprávu o financování volební kampaně. Zprávu zveřejňují na svých internetových stránkách a zasílají úřadu do 90 dní od vyhlášení konečných výsledků voleb ve Sbírce zákonů.*

## Uvádění vrácených darů a bezúplatných plnění do závěrečné zprávy

Pokud strana obdrží dar v rozporu se zákonem (například od nepřípustného nebo nedostatečně identifikovaného dárce, nad povolený limit nebo nepodložený darovací smlouvou), případně pokud se rozhodne vrátit dar z jiného důvodu, rozhodují o nutnosti vykázat dar a jeho vratku ve výroční finanční zprávě či zprávě o financování kampaně dvě věci.

Za prvé, dar a jeho vratku je nutné vykázat v případě, že strana dar již využila. Tím se myslí skutečnost, že dar převedla ze zvláštního účtu na některý z výdajových účtů bez ohledu na to, zda převedené prostředky reálně utratila.

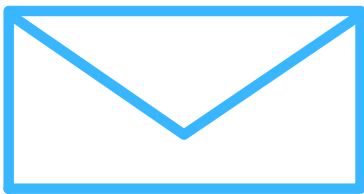
Za druhé, dar je nutné vykázat, pokud jej strana měla k dispozici na konci účetního období, tedy k poslednímu dni kalendářního roku.

Jinými slovy, strana nemusí dar ve výroční zprávě nebo zprávě z kampaně vykazovat, pokud jej nepřevedla ze zvláštního účtu na jiné své konto a současně jej vrátila poskytovateli (nebo odvedla do státního rozpočtu) do konce kalendářního roku. Pokud strana darované prostředky již převedla ze zvláštního účtu na jiný účet, doporučujeme, aby je vrátila opět prostřednictvím zvláštního účtu, tak aby transakce byla transparentní a přístupná veřejnosti. Vrácené dary se v obou typech zpráv uvádějí jako samostatné položky daru, u nichž je však uvedena záporná hodnota.



# Vrácení darů přijatých v rozporu se zákonem a jejich uvádění ve zprávě o financování kampaně

Darem přijatým v rozporu se zákonem se myslí například dar od nepřípustného nebo nedostatečně identifikovaného dárce, dar nad povolený limit, nebo dar nepodložený darovací smlouvou. Takový dar jsou strany povinny vrátit nejpozději do 1. dubna roku následujícího po roce, ve kterém jej získaly, a to včetně jeho úrokového zhodnocení ve výši diskontní sazby České národní banky platné ke dni vrácení. Není-li vrácení možné, odvedou v téže lhůtě částku do státního rozpočtu. Jedná-li se o bezúplatné plnění, vracejí strany dárce (případně odvádějí do státního rozpočtu) sumu odpovídající hodnotě bezúplatného plnění.



**Jak a s jakými náležitostmi doručit zprávu o financování kampaně se dočtete [zde](#).**

## Uvádění peněžitých dluhů, ke kterým se strana v souvislosti s kampaní zavázala

Součástí zprávy o financování volební kampaně je také přehled peněžitých dluhů, k jejichž splnění se kandidující politická strana v souvislosti s financováním volební kampaně zavázala, s uvedením plnění, které bylo věřitelem poskytnuto nebo k jehož poskytnutí se věřitel zavázal. Rozhodné datum pro uvedení výše těchto závazků je datum, k němuž byla zpráva o financování kampaně vypracována.

# Předložení účetnictví volební kampaně

Volební zákon ukládá kandidujícím stranám, hnutím a koalicím povinnost zaslat našemu úřadu mimo jiné veškeré účetnictví týkající se volební kampaně, a to do 90 dní ode dne vyhlášení celkových výsledků voleb.

Je tedy třeba, aby kandidující subjekty uplatnily ve svém účetnictví takové postupy a nástroje, které jim dovolí jednoznačně určit veškeré účetní operace související s volbami. Nástroje, které jsou k tomu v rámci účetnictví k dispozici, jsou například vedení samostatných analytických účtů, vedení účetního deníku a podobně.

V případě nesplnění některé z povinností souvisejících se zveřejněním údajů o financování kampaně nebo jejich zasláním Úřadu, může Úřad dle zákona udělit pokutu v rozmezí 10.000,- Kč až 100.000,-Kč.



**Detailní náležitosti zasílaného  
účetnictví kampaně si lze prostudovat  
zde.**

# Registrace „třetích osob“ a jejich povinnosti vůči úřadu

## Kdo je "třetí osoba"?

*Povinnost registrovat se jako třetí osoba u úřadu má každá fyzická nebo právnická osoba, která hodlá vést kampaň bez vědomí kandidující politické strany. To se týká jak situace, kdy chce stranu podpořit, tak i situace, kdy hodlá agitovat v její neprospěch. Způsob povinné registrace a další povinnosti spojené s vedením volebního účtu, účetnictví a webových stránek si můžete přečíst zde.*

Kandidáti by proto by neměli v kampani vystupovat jako registrované třetí osoby. Úřad má ale povinnost registrovat každého žadatele, jehož žádost je formálně v pořádku.

Úřad navíc nemá žádný nástroj, kterým by se dalo ověřit, zda osoba, která o registraci žádá, není kandidátem strany v daných volbách. Úřad tedy nepřezkoumává, zda je žadatel také kandidátem.

## Může být registrovanou třetí osobou politická strana, která nekandiduje ve volbách?

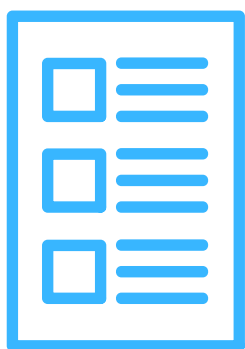
Zákon o volbách do Evropského parlamentu nebrání tomu, aby politická strana, která se voleb neúčastní, působila jako registrovaná třetí osoba. Platí ale jistá omezení. Taková strana například nemůže na svůj účet a na svou odpovědnost zajišťovat obsah, vydání a veřejné šíření periodického tisku. Registrovanou třetí osobou také nemůže být politický institut takové strany.

## Může být kandidát strany současně registrovanou třetí osobou pro téže volby?

Povinnost registrovat se jako třetí osoba má pouze ten, kdo hodlá vést kampaň bez vědomí kandidující strany. Kandidát strany svým vystupováním v kampani reprezentuje subjekt, který jej na svoji listinu umístil.

Pokud při následné kontrole financování kampaně vyjde najevo, že osoba uvedená v registru třetích osob pro dané volby byla kandidátem strany, budou náklady na volební kampaň takové třetí osoby připočteny k volebním nákladům příslušného subjektu.

Doporučujeme proto stranám průběžně sledovat, zda v registru třetích osob na webu úřadu nefiguruje i některý z jejich kandidátů.



**Třetí osoby jsou povinny do 10 dnů od vyhlášení výsledků voleb zveřejnit na svých internetových stránkách přehled všech svých výdajů spojených se zapojením se do kampaně.**

## **Kdy může registrovaná třetí osoba zrušit volební účet**

Volební zákony nestanoví konkrétní dobu, po kterou by registrované třetí osoby byly povinny ponechat zřízený a dálkově přístupný volební účet. Platí však, že jsou povinny do 10 dnů od skončení volební kampaně (tedy od publikace celkových výsledků voleb ve Sbírce zákonů) zveřejnit na svých internetových stránkách přehled všech výdajů. Tyto výdaje lze hradit pouze z volebního účtu.

Volební účet tedy registrované třetí osoby nemohou zrušit předtím, než z něj uhradí všechny výdaje kampaně. Poté, co jsou všechny výdaje uhrazeny již zákon neukládá registrovaným třetím osobám, aby volebním účtem dále disponovali a udržovali jej dálkově přístupný. Registrovaná třetí osoba je však povinna uchovat si výpisy ze svého volebního účtu po dobu 5 let a předložit tyto výpisy úřadu na požádání.

# Náklady na kampaň a její limity

## Způsob rozdělení limitů nákladů na kampaň u strany kandidující „s podporou“ jiné strany

Kandidatura „s podporou“ není upravena legislativou. Jedná se o neformální vyjádření spolupráce dvou či více stran, z nichž pouze jedna registruje svým jménem kandidátní listinu. Na listině jsou vedle nominantů kandidující strany umístěni také zástupci podporujících subjektů.

Na rozdíl od volební koalice, která vstupuje do kampaně oznámením společného volebního účtu koalice našemu úřadu a bývá obvykle založena koaliční dohodou, je třeba na strany, které pouze deklarují vzájemnou podporu, nahlížet jako na samostatné subjekty. Straně, která vyjadřuje zájem podpořit kandidaturu jiného subjektu nelze znemožnit založení vlastního volebního účtu a vedení samostatné kampaně. Každá z takových stran tedy disponuje limitem nákladů na kampaň ve výši 50 mil. Kč.

Situace se mění, pokud podporující strana nepodá v zákonem stanoveném termínu registraci vlastní kandidátní listiny v žádném volebním kraji a současně umístí své zástupce na listinu jiného subjektu. V tom případě připočte úřad volební výdaje podporující strany k nákladům na kampaň subjektu, který takovou společnou kandidátní listinu registroval. Jinými slovy: při kandidatuře „s podporou“ bude náš úřad sčítat náklady na kampaň všech subjektů, které se podílely na volební kampani a následně umístily své zástupce na společnou kandidátní listinu. Nesmí přitom být překročen kumulovaný limit nákladů ve výši 50 mil. Kč.

## Rozdělení výdajů u zaniklé volební koalice

Pokud koaliční smlouva obsahuje ujednání o poměru, v jakém se jednotlivé strany koalice budou podílet na celkových nákladech kampaně, platí, že při vypovězení koaliční smlouvy se dosud vynaložené náklady na kampaň koalice započtou v daném poměru do limitu nákladů na kampaň jednotlivých „nástupnických“ stran. V případě, že koaliční smlouva takové ujednání neobsahuje, započtou se při rozpadu koalice dosud vynaložené náklady na kampaň koalice rovným dílem mezi jednotlivé subjekty.

# Co je a není bezúplatné plnění a způsob započítání do nákladů kampaně

## Promítnutí práce dobrovolníků do nákladů kampaně

Dobrovolníci se na kampaních stran podílejí bez nároku na odměnu, avšak svoji práci mohou kandidujícímu subjektu poskytnout bezúplatné plnění. Zohlednění v nákladech kampaně je tedy odvislé od „ceny obvyklé“ takové práce.

To, zda a jak se jejich práce započítává do nákladů kampaně, závisí na tom, v jakém vztahu je dobrovolník ke straně, které s kampaní pomáhá, a k jejím kandidátům.



Člen strany - pro stranu bezúplatné plnění s nulovou hodnotou



Kandidát (nemusí jít nutně o členy strany) - pro stranu bezúplatné plnění s nulovou hodnotou



Kandidátův rodinný příslušník - pro stranu bezúplatné plnění s nulovou hodnotou

Tato bezúplatná plnění s nulovou hodnotou je potřeba uvést ve zprávě o financování kampaně.



Ostatní dobrovolníci jsou považováni za svého druhu brigádníky a byť za svoji práci nedostanou odměnu, kandidující subjekty mají jejich práci evidovat jako bezúplatné plnění s nenulovou hodnotou s tím, že se vykáže obvyklá cena dané práce.

V případě nošení drobných propagačních materiálů sympatizanty strany se nejedná o bezúplatné plnění. Není třeba ho započíst do nákladů kampaně.

Prezentace drobných propagačních předmětů na vlastním těle či oděvu není formou sdělení, za které se obvykle poskytuje úplata. Není tedy třeba ani registrace jako třetí osoby, ani dohody s příslušnou kandidující stranou kvůli započtení hodnoty této prezentace do limitu nákladů.

Drobnými propagačními předměty se myslí např.:

- odznáčky, „placky“
- potištěné pokrývky hlavy
- šály, šátky
- trička
- propisky, klíčenky
- polep vlastního vozu sympatizanta v případě, že polep zabere jen drobnou plochu odpovídající formátu max. A4 (cca 620 cm<sup>2</sup>)

Pro úplnost dodáváme, že zcela odlišnou situací je komerční nošení propagačních převleků (kostýmů) na veřejných prostranstvích (obvykle spojené například s rozdáváním letáků). Na ty se již vztahuje započítání do limitu nákladů na kampaň.

# Započítání služeb poradců, marketérů a expertů na PR a sociální sítě

Z pohledu úřadu není rozdíl mezi využíváním služeb externích poradců a využitím stálých zaměstnanců či osob v obdobném postavení, jejichž pracovní náplň zahrnuje i nevolební agendu v průběhu volební kampaně. V případě, že jde o služby, které strana pořizuje externě, jsou tyto služby nákladem kampaně jako každá jiná nakoupená služba či zboží. Nehraje přitom roli, zda strana tuto zakázku zadala před zahájením kampaně, po zahájení kampaně či zda jde dokonce o trvalou spolupráci. Strana takovému zhotoviteli zadává (byť periodicky) zakázku na činnosti spojené s její propagací a zhotovitel straně za tyto konkrétní služby vystavuje faktury (případně inkasuje odměnu ze smluvního vztahu). Tyto výdaje musí strana zaúčtovat na vrub nákladů kampaně a hradit je z volebního účtu.

V případě souběhu více kampaní musí být služby zhotovitele fakturovány a evidovány odděleně pro každou z běžících kampaní, aby nedocházelo ke zkreslení nákladů na některou kampaň.



**Služby poradců, marketérů, expertů na PR a sociální sítě atp., tvoří nedílnou součást volební kampaně. Proto náklady na jejich odměny musí být započítány do nákladů stran na kampaň.**

Pokud strana trvale zaměstnává pracovníka, jehož pracovní náplní je výhradně zajišťování politického marketingu, působení na sociálních sítích a podobně, nahlíží se na mzdové náklady tohoto zaměstnance stejně jako u externího nákupu služeb, tzn. v době volební kampaně jsou výdaje spojené s tímto zaměstnancem nákladem kampaně.

Pokud jsou k práci na kampani využiti stálí zaměstnanci strany či osoby v obdobném postavení, jejichž pracovní náplň zahrnuje i jinou agendu než propagaci strany (spadají sem typicky i tiskoví mluvčí), považujeme za náklad kampaně situaci, kdy tomuto zaměstnanci budou za práci na kampani nad rámec obvyklé pracovní náplně vypláceny odměny, nebo dojde z důvodu vyššího pracovního nasazení ke zvýšení pracovního úvazku spojeného se zvýšením mzdy. Rozdíl oproti běžné mzdě takového zaměstnance je považován za náklad kampaně a měl by být zaúčtován obdobně, jako jsme uvedli výše.

V případě, že zaměstnanec strany se na kampani podílí nad rámec svých běžných pracovních povinností bez nároku na odměnu, nahlíží se na něj jako na dobrovolníka.





## Povinný příspěvek na volební náklady

*Volební zákon podmiňuje registraci kandidátní listiny uhrazením příspěvku ve výši 19 000 Kč. Příspěvek na uhrazení volebních nákladů se do limitů nákladů na volební kampaň nezapočítává. Jde o administrativní poplatek a nikoliv o náklad související s kampaní.*

## Zahrnutí nevyužitých propagačních materiálů do nákladů na kampaň

Jedná se o modelovou situaci, kdy kandidující politická strana v průběhu kampaně zjistí, že část vynaložených nákladů nijak nevyužije. Například se rozhodne předělat již zpracované vizuály, prostředky kampaně atp.

Rozhodujícím vodítkem pro započítání do limitů kampaně je datum plnění, typicky v rámci smluvního vztahu se zhotovitelem kampaně. Pokud proběhlo v době po oficiálním startu kampaně, tzn. po vyhlášení voleb ve Sbírce zákonů, musí se započítat do nákladů kampaně bez ohledu na to, že se předmět tohoto plnění v kampani nijak nevyužije. Plnění, která proběhla před oficiálním startem kampaně a kandidující strana se rozhodla je v kampani nijak nepoužít, není třeba do limitu nákladů počítat.

# Volební propagační materiály a jejich náležitosti

## Povinnost uvádět informaci o zadavateli a zpracovateli u volební propagace

Kandidující politické strany a jejich koalice jsou povinny označit využitě prostředky volební kampaně svým názvem nebo zkratkou. Registrované třetí osoby musí prostředky kampaně označit názvem, zkratkou nebo jménem a příjmením, v obou případech také evidenčním číslem přiděleným úřadem.

Z prostředku kampaně musí být zřejmé, kdo je jeho objednatel a kdo zpracovatelem. Nestačí tedy uvést jen například název strany. Je nutné uvést: „Objednatel: (strana XY), Zhotovitel: (společnost XY)“.

Informací o zadavateli a zpracovateli musí být označeny všechny prostředky kampaně, tedy nejen velkoplošná zařízení, ale také komunikační média s výjimkou drobných předmětů, u nichž je možnost implementace tohoto pravidla pochybná.

Zadavatelem je ten, kdo si daný prostředek volební kampaně objednal, typicky tedy kandidující politická strana nebo registrovaná třetí osoba.

Zpracovatel je pak ten, u koho zadavatel prostředek volební kampaně objednal a kdo kampaň vytvořil a její náklady zadavateli vyfakturoval. Typicky se jedná o PR a reklamní agenturu či společnost zajišťující volební poradenství a realizaci kampaně.

Zpracovatelem je tedy autor podoby daného prostředku kampaně (billboardu, webu, plakátu, spotu, letáku a podobně). Za zpracovatele se nepovažuje vlastník nástroje, kterým je prostředek kampaně šířen – zpracovatelem tedy není tiskárna, majitel billboardu či ten, kdo billboard vylepil, a podobně.



### Odpovědnost za správné označení kampaně dle zákona

*Odpovědnost za nesplnění povinného označení prostředků volební kampaně nesou pouze kandidující subjekty a třetí osoby. Povinnost kontrolovat správné označení materiálů nenese ten, kdo pro volební kampaň poskytuje své reklamní plochy nebo zajišťuje distribuci letáků.*

# Označování zadavatele a zpracovatele u příspěvků na sociálních sítích a Youtube

Podstatou sociálních sítí je vedle prezentace toho, komu daný profil patří nebo kdo jej spravuje také možnost sdílení publikovaného obsahu („postů“) dalšími uživateli.

Každý „post“ převzatý jiným uživatelem sítě obsahuje informaci o tom, odkud byl převzat. Je tedy možné se proklikem dostat na profil dané strany, kandidáta či registrované třetí osoby atp. U textových sdělení tedy není třeba, aby ke každému postu byla připojena informace o zadavateli a zpracovateli – je však nutné její uvedení na hlavní stránce profilu daného subjektu provozujícího kampaň.



**Tzv. "posty" na sociálních sítích není třeba doplňovat informací o zadavateli a zpracovateli.**

**Audiovizuální prvky u postů (fotografie, videa, případně audionahrávky) ale informaci o zadavateli a zpracovateli obsahovat mají.**

Poněkud jiná situace je však u obrázků, fotografií, videí a audio nahrávek – ty lze vkládat do jiných internetových stránek či stáhnout a dál šířit jinými způsoby. Proto by všechny grafické a audiovizuální prostředky volební kampaně v sobě měly mít zakomponovanou informaci o zadavateli a zpracovateli. Povinným údajem je také zkratka či název strany, respektive identifikace třetí osoby.

V případě videí nehraje roli, zda jsou zveřejňována na sociální síti nebo prostřednictvím portálu YouTube. Na začátku nebo na konci videa se formou titulku musejí povinné informace uvést. V případě audio nahrávek musí být tyto informace sděleny ústně.

Jsme si vědomi toho, že i textové příspěvky lze zkopírovat a publikovat mimo prostředí sociálních sítí, v tomto případě by však uvádění zadavatele a zpracovatele bylo nadbytečné, neboť není v možnostech kandidujících subjektů či kohokoliv jiného ovlivnit, aby takový šířitel spolu s textem zkopíroval i zákonem požadovanou informaci.

# Kandidující strany a kandidáti

## Start kampaně

*Zákon označuje za počátek regulované kampaně den vyhlášení voleb. V tomto případě 17. 1. 2019. Jde o start kampaně pro všechny kandidující subjekty zároveň.*

## Od kdy hovoříme o kandidátech a kandidujících stranách

Volební zákon hovoří o "kandidujících politických stranách" a "jejich kandidátech". Stanovuje jim některé povinnosti a nahlíží na ně jako na aktéry volební kampaně. Volební kampaň je vyhlášena rozhodnutím prezidenta republiky. To v letošním roce nabylo účinnosti 17. ledna 2019. Regulace kampaně se tedy vztahuje na kandidující subjekty již dnem vyhlášení voleb, nikoliv až jejich faktickou registrací 19. března.

## Stanovení hranice mezi výkonem veřejné funkce a vedením kampaně

Pokud je veřejný činitel současně kandidátem ve volbách, je třeba takový způsob výkonu veřejné funkce sladit s pravidly kampaně, která stanovují volební zákony a rozhodnutí soudů. V době od vyhlášení voleb do jejich ukončení se jakákoliv propagace kandidující strany, hnutí či kandidáta nebo volební agitace v jejich prospěch či neprospěch, zejména veřejné oznámení určené na jejich podporu anebo sloužící v jejich prospěch, včetně jakékoliv doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata, považuje za volební kampaň.

Veřejní činitelé, kteří kandidují ve volbách, se při výkonu svých funkcí zčásti ocitají v režimu volební kampaně. Proto může být v některých případech nutné pozměnit charakter veřejného vystupování. Je také třeba dbát na to, aby se náklady na tu část činnosti veřejných činitelů, která souvisí s kampaní, promítla v evidenci nákladů kampaně.

Při veřejném vystupování v době volební kampaně musejí kandidující veřejní činitelé dbát na to, aby v kampani nevystupovali z titulu své funkce. To přirozeně neznamená, že by nesměli při tomto vystupování svou funkci uvádět. Jak v této věci uvedl Ústavní soud v nálezu sp. zn. Pl. ÚS 73/04, bylo by absurdní upřít veřejným činitelům a úředním osobám možnost angažovat se ve volební kampani.

Pokud jde o náklady na realizaci takto definovaných veřejných vystoupení, je třeba, aby byly hrazeny z jiných než veřejných rozpočtů. V případě, že náklady nehradí kandidát či kandidující subjekt ze svého volebního účtu, je třeba zaevidovat je v souladu s příslušným volebním zákonem jako bezúplatné plnění.

Za odlišující kritérium lze dle Ústavního soudu považovat použití prostředků, které jiný občan použít nemůže a které by dodávaly vystupování činitele punc oficiality. Použití takových prostředků ve volební kampani je nepřijatelné. Výjimkou jsou samozřejmě případy, kdy veřejnému činiteli právní předpis použití takových prostředků ukládá. Jde typicky o povinné použití služebního vozidla s ochrannou službou, používání služebního (zabezpečeného) telefonu a podobně.

## **Udělování záštit z titulu funkce veřejného činitele v době kampaně**

Rozhodujícím kritériem pro posouzení udělených záštit je, zda událost či akce, jíž je v době volební kampaně záštita udělena, bude sloužit k propagaci kandidujícího politického subjektu nebo jeho kandidáta. V případě, že v souvislosti s událostí neproběhne žádná propagace, není záštita vnímána jako volební kampaň ve smyslu zákona. Velmi tedy záleží na tom, jak je akce propagována a prezentována a jak se akce odehraje. Pokud by například na propagačním letáku bylo u veřejného činitele, který záštitu uděluje, zobrazeno logo strany, nebo by se zaštiťující osoba prezentovala jako kandidát v nadcházejících volbách, šlo by o volební kampaň.

# Způsob prezentace komunálních politiků ze stran, které kandidují ve volbách v médiích obcí a krajů

Je přirozené, že i v době volební kampaně budou samosprávy prostřednictvím svých komunikačních médií informovat o své činnosti, tedy zejména členů zastupitelstev, rad a starostů, primátorů či hejtmanů, a to i v situaci, kdy tito představitelé samospráv současně reprezentují kandidující politický subjekt či jsou sami kandidáty některého subjektu. Aby takovou propagací nebyly naplněny znaky volební kampaně, musí se textové i vizuální zpracování příspěvků omezit výhradně na identifikaci příslušného komunálního a krajského představitele a sdělení o jeho činnosti v rámci výkonu příslušné funkce. Texty či audiovizuální příspěvky by se měly věcně vztahovat pouze k aktuálně řešené problematice samosprávy, nikoliv k obecným politickým názorům představitelů samospráv.

Vizitky představitelů samospráv, včetně podpisů pod články či audiovizuálními příspěvky, by měly obsahovat výhradně jméno, funkci, případně politickou příslušnost představitele. Umístění loga politické strany u jména komunálního či krajského představitele (nebo i na jiných místech komunikačního média) lze považovat za propagaci kandidujícího politického subjektu, čímž by byl naplněn význam pojmu volební kampaň.

## Možnost přijímat dary od tzv. evropských politických stran

Úřad zastává názor, že na „evropské politické strany“ lze pohlížet jako na běžné zahraniční politické strany. Česká legislativa umožňuje tuzemským politickým uskupením, aby od zahraničních stran přijímaly dary. Tak jako každý jiný dárcce, mohou zahraniční uskupení přispět českým stranám a hnutím maximálně 3 miliony Kč v jednom kalendářním roce.

Upozorňujeme však, že nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 1141/2014 v čl. 22 uvádí, že „evropské politické strany“ nesmí přímo ani nepřímo financovat národní politické strany a hnutí, ani jejich volební kampaně či podporovat jednotlivé kandidáty, z finančních prostředků získaných z rozpočtu EU. Náš úřad však není oprávněn vynucovat zmíněné evropské nařízení. Dotazy by měly být směřovány Úřadu pro evropské politické strany a evropské politické nadace.

## Crowdfunding

*Pokud chce strana či kandidát využít ke shromažďování darů na kampaň služeb crowdfundingových platform, musí se řídit pokyny, které si můžete přečíst zde.*

## Kam mohou dárci posílat peníze na volební kampaň

Podporovatelé nemohou dary přímo posílat na volební účet kandidující strany. Své příspěvky musejí posílat na tzv. zvláštní účet. Zákon nerozlišuje, zda se jedná o dary míněné jako příspěvek na volební kampaň, nebo o dary na běžnou činnost: všechny dary, tedy i ty, které budou použity na volby, musejí být poukázány na zvláštní, nikoliv volební účet strany či hnutí.

Na volební účet si kandidující strany mohou darované prostředky přeposílat ze zvláštního účtu dle potřeby, aby mohly krýt výdaje na kampaň. Musí paralelně vést také zvláštní evidenci darů, které byly na kampaň využity.

## Do kdy je možné přijímat dary určené k úhradě nákladů volební kampaně

Volební zákon nepřímo stanovuje termín, do něž mohou kandidující strany přijímat dary určené k úhradě nákladů kampaně. Ukládá totiž povinnost nejpozději 3 dny přede dnem voleb zveřejnit údaje o všech osobách, které ve prospěch kandidujícího subjektu uhradily nebo se zavázaly uhradit výdaje na volební kampaň, poskytly peněžitý dar nebo bezúplatné plnění. Strany samy si tedy musejí stanovit termín pro přijímání darů na volby tak, aby stihly včas zveřejnit zákonem požadované údaje o všech přispěvatelích.

Po této lhůtě již není možné přehled rozšiřovat. Lze však vykázat i dárce, jejichž příspěvky dosud na úhradu nákladů kampaně nebyly využity, pro případ, že by se později ukázala potřeba navýšit obnos na volebním účtu. Dary od přispěvatelů na kampaň, kteří byli uvedeni ve lhůtě do 3 dnů před volbami, je tedy možné mít uložené na zvláštním účtu.

Uvedená lhůta neznamená, že by strany nesměly přijímat dary i po tomto termínu. Dary je možné přijímat nepřetržitě, avšak přispěvatelé by měli být srozuměni s tím, že po termínu, který si strana stanoví, již dar nebude považován za příspěvek na kampaň, ale na provoz strany.

Na volební účet je lze přeposílat i později (k úhradě dobíhajících nákladů na kampaň). K uzavření veškerého účetnictví kampaně mají subjekty zákonnou lhůtu 90 dní po oznámení výsledků voleb.



# Sympatizanti a dobrovolníci versus vedení negativní kampaně

## Co musím udělat, když chci v kampani podpořit politickou stranu bez jejího vědomí

Aktuální znění zákona o volbách do Evropského parlamentu zavádí pro všechny, kteří chtějí ve volební kampani bez vědomí kandidující strany nebo jejího kandidáta tento subjekt podpořit a vést kampaň (nebo naopak agitovat v jejich neprospěch), povinnost registrovat se jako tzv. "třetí osoba" u našeho úřadu.



**Chcete agitovat bez vědomí politické strany? Pak jste třetí osoba.**

*Přesný postup povinné registrace naleznete zde.*

## Co musím udělat, když chci v kampani podpořit politickou stranu s jejím vědomím

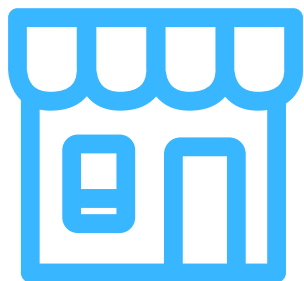
V tomto případě není třeba se u našeho úřadu registrovat. S vámi vedenou kampaní však musí daná politická strana prokazatelně souhlasit. Nadto je třeba, abyste s daným kandidujícím subjektem rozsah kampaně přesně dohodl(a), protože této straně v důsledku vámi vedené kampaně vzniká povinnost započíst hodnotu vaší kampaně do celkového limitu nákladů na kampaň.

Platí tedy, že i pokud reálně žádné peněžní prostředky na vaši kampaň nebudete vynakládat (například vyvěsíte stranický transparent na vaši nemovitost), může se jednat o bezúplatné plnění, jehož hodnota se do limitu nákladů na kampaň také počítá a strana jej musí vykázat ve své zprávě o financování kampaně.



# Chci soukromě publikovat příspěvky na sociálních sítích, v diskusích..

Psaní příspěvků na sociálních sítích, pokud půjde o váš osobní soukromý (nekomerční) profil, nebudete za zveřejňování příspěvků pobírat odměnu a pokud nebudete své příspěvky propagovat pomocí reklamních instrumentů sociálních sítí, není činnost, za kterou se obvykle poskytuje úplata. Proto se nejedná o volební kampaň ve smyslu zákona. Registrace Vás jako třetí osoby u našeho úřadu tak není nutná. Obdobně se přistupuje k publikování příspěvků na diskusních fórech.



**Pravidla pro umístění volební reklamy na nemovitostech dobrovolníků/sympatizantů/rodinných příslušníků si můžete prostudovat [zde](#)**

## Co musím udělat, pokud chci v kampani agitovat v neprospěch politické strany

V případě, že hodláte vést negativní kampaň „na vlastní pěst“, tedy bez vědomí některé kandidující politické strany nebo jejich kandidáta, platí pro vás stejná pravidla jako pro osoby, které chtějí některou stranu bez jejího vědomí podpořit. Jste tedy "třetí osobou" a musíte se registrovat na našem úřadě. Pokud povedete negativní kampaň s vědomím kandidující strany, hnutí či kandidáta (tedy v neprospěch jejich volebního soupeře), platí pro vás stejná pravidla jako pro osoby, které chtějí stranu podpořit s jejím vědomím.

# Role obcí a krajů v kampani

## Podmínky poskytnutí obecních reklamních ploch k volební kampani

Obce, kraje i jimi ovládané osoby mohou umožnit výlep volebních plakátů či jiné volební reklamy na všechna velkoplošná zařízení, která vlastní či spoluvlastní (plakátovací plochy, budovy obce, sloupy veřejného osvětlení, vozy MHD a podobně). Zákon ale stranám zakazuje přijmout od obcí, krajů a jimi ovládaných osob dar či jiné bezúplatné plnění.

Kandidující strany, které chtějí například vylepit plakáty na obecní plakátovací plochu, tedy musejí dané obci za vylepení plakátů zaplatit. Musí přitom jít minimálně o „cenu obvyklou“, neboť cena nižší než obvyklá by již představovala bezúplatné plnění (dar) samosprávy vůči politické straně.

Cena obvyklá však nemusí být automaticky ve všech případech cenou tržní či komerční. Při stanovování ceny obvyklé lze vycházet z předchozí praxe kraje nebo obce týkající se voleb do Evropského parlamentu.

Pokud v obci dosud bylo dosud praxí poskytování ploch bezplatně, je nyní třeba inkasovat alespoň symbolickou částku. Pokud obec nechce vybírat ani symbolické částky, nemusí na této praxi nic měnit. Politické strany a hnutí by však neměly na takové plochy své plakáty zdarma vylepovat, protože by tím přijaly bezúplatné plnění. To jim zákon zakazuje.

## Poskytnutí obecních plakátovacích ploch - změna režimu v posledních 16 dnech kampaně

Vyhrazení plakátovacích ploch pro volební kampaň není povinností obce. Je jen na obci, zda plochy poskytne. Pokud se rozhodne plochy poskytnout, musí počítat s tím, že legislativa počítá s odlišným režimem v době do 16 dní před konáním voleb a v posledních 16 dnech kampaně. V době do 16 dní před konáním voleb nestanovuje zákon žádnou podmínku rovného přístupu k plochám obcí. Lze tedy uplatnit pravidlo „kdo dřív přijde, ten dřív mele“. Pokud se starosta rozhodne pro posledních 16 dní přede dnem voleb vyhradit zvlášť plochy (nové či v rámci již využívaných ploch), musí možnost jejich využívání odpovídat zásadě rovnosti kandidujících subjektů. V této době tedy musí být každé kandidující straně nebo hnutí, která o to projeví zájem, umožněno se na plakátovacích plochách prezentovat, a to například za stejnou cenu.

V případě, že starosta nevyužije tohoto práva a plochu dle volebního zákona nevyhradí, může obec dále plochy pronajímat v obdobném režimu jako v době do 16 dní přede dnem voleb.

## Zákaz volební reklamy a oznámení o volebním mítinku v komunikačních médiích obcí a krajů

Komunikační média obcí či krajů jsou chápána jako sdělovací prostředky. Proto nemohou být k volebním sdělením používána ani v podobě komerčního oznámení o konání mítinku či placené inzerce.

Pod tento zákaz spadá například:



obecní rozhlas  
radniční noviny  
krajské zpravodaje  
videožurnály  
internetové televize

# Volební reklama na vozech MHD a sloupech veřejného osvětlení

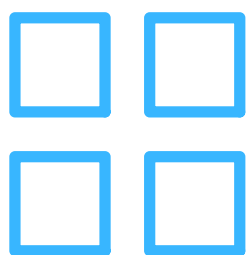
Dopravní podniky provozující MHD jsou obvykle akciovými společnostmi ovládanými obcemi. Zákon v daném případě rozlišuje mezi “komunikačním médiem” a “velkoplošným zařízením”. Vzhledem k tomu, že velkoplošná zařízení jsou ze zákona z komunikačních médií vyjmuta, je možné na vozy MHD, sloupy veřejného osvětlení a podobná velkoplošná zařízení volební agitaci umísťovat. Obce, kraje a jimi ovládané osoby musí velkoplošná zařízení poskytovat pro umístění prostředků kampaně za úplatu. Při stanovování ceny obvyklé lze vycházet z předchozí praxe kraje nebo obce týkající se voleb do Evropského parlamentu.

## Možnost pronájmu ploch na nemovitostech patřícím obcím, krajům a jejich společnostem

Na budovy obce a podobná velkoplošná zařízení je možné volební agitaci umísťovat. Obce, kraje a jimi ovládané osoby však nemohou velkoplošná zařízení poskytovat pro umístění prostředků kampaně bezúplatně, respektive politické strany nemohou takové bezúplatné sdělení přijmout, neboť jim to zakazuje zákon o politických stranách.

Velkoplošná zařízení obcí, krajů a jimi ovládaných osob je možné poskytnout k volební kampani pouze za úplatu, a to minimálně za cenu obvyklou, neboť cena nižší než obvyklá by již představovala bezúplatné plnění (dar) samospráv vůči politickým stranám.

Cena obvyklá však nemusí být automaticky ve všech případech cenou tržní či komerční. Při stanovování ceny obvyklé lze vycházet z předchozí praxe kraje nebo obce týkající se voleb do Evropského parlamentu.



**Plakátovací plochy a jiná reklamní zařízení obcí mohou strany v kampani využít pouze za úplatu. To i v případě, že je obec nabízí bezúplatně.**

## Vydal:

Průvodce ke kampani do Evropského parlamentu 2019.  
Základní manuál pro občany, kandidující subjekty a  
samosprávy, 27 s.

Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a  
politických hnutí, Brno 2019

Dostupné on-line na [www.udhpsh.cz](http://www.udhpsh.cz)  
Poslední úprava 21.3. 2019

## Kontakt:

Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a  
politických hnutí  
Kounicova 688/26, Brno 602 00  
[www.udhpsh.cz](http://www.udhpsh.cz)

## Kontakt pro médiu:

Linda Hruběšová  
tisková mluvčí  
Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a  
politických hnutí  
Kounicova 688/26, 602 00 Brno  
M: +420 731 912 956  
E: [linda.hrubesova@udhpsh.cz](mailto:linda.hrubesova@udhpsh.cz)



**ÚDH**

Úřad pro dohled  
nad hospodařením  
politických stran  
a politických hnutí