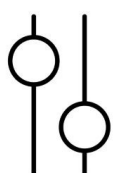


NEWSletter



Prosinec



INSTITUT
PRO REGULACI
HAZARDNÍCH HER

2024

ÚVODNÍ SLOVO

Vážení čtenáři našeho newsletteru, přiblížil se čas, kdy se ohlížíme za uplynulým rokem a hodnotíme společně vykonanou práci. Dovolte mi Vám všem, členům Institutu pro regulaci hazardních her, upřímně poděkovat za vaši celoroční snahu, profesionalitu a odhodlání. Vaše nasazení a spolupráce jsou pro nás nenahraditelné a přispívají k důležitým krokům, které v naší oblasti společně podnikáme.

Rok 2024 byl plný náročných výzev spojených s novou regulací hazardních her a implementací jejích nových pravidel.

V IPRH jsme pro Vás celý rok sledovali veškeré aktuality a přinášeli Vám je prostřednictvím našeho informačního servisu nebo pravidelných newsletterů.

I v letošním roce proběhla řada důležitých jednání. Ať už se jednalo o schůzky se zákonodárci, se zástupci Ministerstva financí, Ministerstva průmyslu a obchodu, Ministerstva vnitra, Svazu měst a obcí ČR, Národního monitorovací střediska, Úřadu vlády nebo Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Vzájemnou kooperaci s Ministerstvem financí jsme podtrhli nejen účastí pan ředitele Šaba na podzimním setkání členů IPRH, kterého jste se mohli zeptat na vše co vás trápí. Ale i společným workshopem k chystané novele reportovací vyhlášky, kterou očekáváme v příštím roce.

Připravili jsme rovnou dvě konference, které se konaly v rámci čtvrtého ročníku Týdne Zodpovědného hraní. Kromě Národní konference k hazardnímu hraní jsme uspořádali první mezinárodní konferenci Praha jako Srdce Zodpovědného hraní, která přilákala celou řadu zahraničních expertů na oblast bezpečnějšího hraní a moderní technologie. A její význam rezonoval nejen u nás, ale i v zahraničí.

Závěr roku byl plný debat ohledně budoucí regulace a seberegulace reklamy na hazardní hry.

V příštím roce očekáváme, že se opět nedočkáme pomyslných stojatých vod. Budeme sledovat vývoj kolem regulace reklamy, do které mohou vstoupit iniciativy

jednotlivých poslanců. Poprvé zpřísnění zdanění výher pocítí i hráči ve svých daňových přiznáních a na podzim nás čekají parlamentní volby.



Přeji vám, abyste poslední dny letošního roku užili v klidu. Zároveň Vám přeji úspěšný a spokojený vstup do nového roku 2025, který Vám přinese mnoho profesních i osobních úspěchů.

Děkuji Vám za společnou cestu a těším se na naše další společné kroky v nadcházejícím roce.

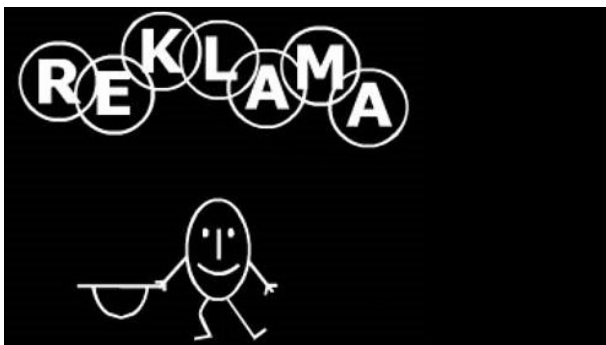
S úctou a srdečným pozdravem

Za celý tým IPRH

Mgr. Jan Řehola, Ph.D.

UŽ DOŠLO I NA REKLAMU NA HAZARDNÍ HRY V ČECHÁCH

Již dlouhou dobu se Evropou šíří zpřísnující legislativa na reklamu na hazardní hry. Některé evropské státy zakázaly reklamu úplně např. Itálie a Litva, v některých pak došlo k jejímu rapidnímu omezení jako ve Francii, Německu, Nizozemsku, Belgii a Španělsku.



V duchu tohoto trendu a svého Akčního plánu politiky v oblasti závislostí 2023-2025, ve kterém se Úřad vlády zavázal analyzovat a případně revidovat legislativní rámec s cílem zpřísnit regulaci reklamy v oblasti hazardního hraní, marketingu a sponzoringu, představil Úřad koncem října připravenou analýzu současné podoby reklamy na hazardní hry včetně možných opatření k jejímu omezení. Setkání se kromě dalších zástupců hazardního trhu a státních institucí jako Ministerstvo financí nebo Celní správa ČR účastnil i IPRH.

Jakým oblastem reklamy se Úřad věnuje?

Analýza obsahuje poměrně velké množství navrhovaných opatření v několika oblastech a odstupňovaných variant, jak tato opatření realizovat. Mezi hlavní oblasti patří:

- obsah reklamy a snížení její atraktivity,
- vysílání reklamy na hazardní hry v TV a rozhlasu,
- reklamu v on-line prostoru, zejména na sociálních sítích a u audiovizuálních služeb na vyžádání,
- vizuální reklamu na reklamních plochách ve veřejném prostoru a
- cross-selling (hráč např. kurzové sázky dostává pobídku k technické hře) a affiliate marketing v oblasti hazardních her.

Opatření je řada

Od nejprísnejšího úplného zákazu reklamy na hazardní hry a všech jejích podob včetně affiliate, po omezení četnosti (např. max. 1 za hodinu) reklamy, časové omezení pro vysílání reklamy pouze od 22 do 6 hodin ráno, zákaz vystupování známých osobností v reklamě, včetně influencerů až po zákaz venkovní reklamy v dopravních prostředcích nebo na billboardech. Ohledně affiliate se navrhuje hlavně registrace poskytovatelů u regulačního orgánu.

Pracovní skupina a další jednání

Na zpětnou vazbu sektoru jsme tradičně dostali velmi krátkou dobu, která se nám však podařila prodloužit až do 15. prosince. IPRH proto neváhal a založil pracovní skupinu skládající se ze zástupců Asociace kasin, APKURS, SPELOS, Sazka, Betano a GTO Solutions. Pracovní skupina se sešla několikrát, a přestože její členové mají na některé oblasti odlišné názory, shodli se na nezbytnosti samoregulovat se. K tomu bude využit Kodex z dílny IPRH a jejích členů.

Rovněž o návrzích Úřadu vlády jednal s komerčními asociacemi AKTV (Asociace komerčních televizí), SPIR (Sdružení pro internetový rozvoj) a Radou pro reklamu. Výsledky jednání byly úspěšné, protože zmíněné subjekty jsou zcela připraveny na vytvoření společného postojů a návrhu na zavedení seberegulačních opatření v oblasti televizní reklamy a některých forem online propagace, namísto legislativního řešení.

AKTV nabídla připravit pohled médií, popis dopadů, k čemu by vedl úplný zákaz, k čemu by vedla omezení navrhovaná Úřadem vlády.

SPIR připravil pro Úřad vlády technické argumenty, co je a zejména co není možné v praxi realizovat, z jejich navrhovaných opatření. Zároveň představil svoji připravovanou iniciativu „Férový influencer“, která by mohla vhodně doplnit naše návrhy.

Rada pro reklamu souhlasí s možností rozšíření Kodexu reklamy o samoregulační opatření,

kteřá navrhujeme v rámci Kodexu. Rada je sama samoregulačním orgánem, jejíž nálezy jsou následně dlouhodobě v mediální oblasti respektovány a dodržovány.

V neposlední řadě IPRH probíral možné varianty s gestorem zákona o regulaci reklamy Ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO). MPO uvedlo, že není nakloněno ukvapenému otevírání zákona o regulaci reklamy a domnívají se, že ve volebním roce nebude ani příliš vůle, a seberegulaci velmi vítá.

Napříč všemi subjekty byla mimo samoregulační opatření nalezena shoda **na aktivní edukační a osvětové kampani**. Všechny subjekty jsou sice přesvědčeny, že na preventivní kampani by se měl podílet velkou měrou stát, jako příjemce všech prostředků, přesto jsou provozovatelé hazardu připraveni se zavázat k určitému procentu propagačního prostoru a věnovat ho prevenci a edukaci. Obdobně jsou pak provozovatelé rozhlasového a televizního vysílání, i sdružení online platforem, připraveni poskytnout potřebné procento vysílacího času této kampani.

Závěr

Na základě proběhlých diskusí se všemi zainteresovanými členy a subjekty připravil IPRH jednotné vyjádření k předloženému návrhu, ve kterém především akcentoval nutnost vnímat regulatorní opatření v oblasti reklamy na hazardní hry skutečně regulačně, nikoli plošně zákazově. Protože zákaz jakékoliv reklamy na hazardní hry by akorát vedl k extrémnímu zvýhodnění nelegálních provozovatelů a posílení jejich už tak značné pozice na trhu. Součástí vyjádření je i pohled trhu k jednotlivým navrhovaným opatřením. Dále také hlavní samoregulační nástroj hazardního trhu v této oblasti, kterým je návrh na doplnění Kodexu reklamy, do kterého by se včlenila kapitola o reklamě na hazardní hry. Práce na úpravě Kodexu reklamy však zabere ještě hodně času než dojde k absolutní shodě na jeho podobě a podobě jednotlivých samoregulačních omezení, proto se jedná o prvotní návrh k další diskusi se zástupci Úřadu vlády.

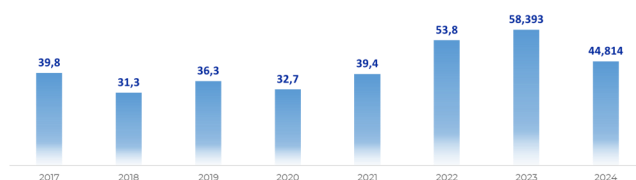
HOSPODÁŘSKÉ VÝSLEDKY ZA 3Q 2024 JSOU JIŽ K DISPOZICI

Na základě dat poskytnutých IPRH ministerstvem financí jsme zpracovali přehled hospodářských výsledků hazardního trhu za předposlední kvartál tohoto roku. Po celkově velmi úspěšných čtvrtletích došlo ve 3Q 2024 k poklesu. Oproti druhému čtvrtletí 2024 kleslo GGR o 4,6 %. Nicméně meziročně se celkové výsledky vylepšily, GGR vzrostlo o 12,5 %. Všechny informace, a to v podrobnějším rozpadu a grafech naleznete rovněž na našich [stránkách](#).

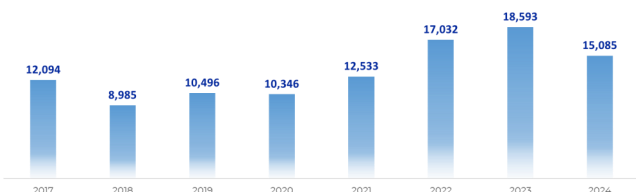
Celkové GGR za toto období činí přibližně **14,728 mld. Kč**, na internetové hry připadá 8 485 032 857 Kč a na landbased hry připadá 6 242 942 381 Kč. Celková vyměřená daň pak činila **přibližně 4,976 mld. Kč**, na internetové hry připadá 2 838 808 000 Kč a na landbased provozované hry připadá 2 138 184 000 Kč. V součtu všech druhů hazardních her, daňová povinnost oproti druhému čtvrtletí 2024 klesla o 4,2 %, meziročně naopak vzrostla o 11,9 %.

A jak si vedly hazardní hry bez ohledu na způsob provozování? Nejvíce meziročně vzrostlo GGR u živé hry o 22,6 %. O 9,1 % rostly technické hry. Ostatní hazardní hry naopak zaznamenaly pokles. Loterie o 0,6 % a kursově sázky o 1,5 %.

Celkové GGR v mld. Kč



Celkové inkaso daně z hazardních her v mld. Kč



Povinnost přijímat eDoklady se nezadržitelně blíží. Již nyní je možné je od hráčů přijímat, **od 1.1.2025 se bude jednat o povinnost.** EDoklad umožňuje občanům mít v zabezpečené formě údaje ze svých dokladů ve svém mobilním telefonu a využívat ho k prokázání své identity. Jedná se vlastně o výpis z informačního systému veřejné správy o průkazu totožnosti a jeho obsahu. Provozovatelé hazardních her ho tedy budou využívat k provedení identifikace hráče podle zákona o hazardních hrách. **V současné době disponuje eDokladem 561 819 lidí.**

DIA neboli digitální a informační agentura (gestor oblasti) připravila podrobný popis jednotlivých kroků, jak se zaregistrovat a implementovat aplikaci nebo webové rozhraní pro čtení těchto dokladů. Tento návod naleznete na jejich [stránkách](#).

Protože otázek ohledně registrace a implementace je řada, uspořádal IPRH se zástupci DIA online workshop, na kterém zástupci představili náležitosti, které musí splnit občan, aby se mohl eDokladem prokazovat, a ověřovatel, aby došlo k řádnému ověření identity na základě takového dokladu.

GAMBLEAWARE VYZÝVÁ K PŘÍSNĚJŠÍMU OMEZENÍ REKLAMY NA HAZARDNÍ HRY

The logo for BeGambleAware.org is displayed on an orange rectangular background. The text "BeGamble" is in a large, bold, black sans-serif font, and "Aware.org" is in a slightly smaller, bold, black sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right.

Spojené království by mělo následovat příklad Evropy a zpřísnit omezení reklamy na hazardní hry, tvrdí GambleAware. Charitativní organizace upozorňuje na nutnost změn, které by lépe chránily veřejné zdraví a omezily negativní dopady marketingu hazardních her.

Co navrhuje GambleAware?

Mezi hlavní doporučení patří:

- Zákaz vysílání reklam před 21. hodinou, aby děti nebyly vystaveny vlivu hazardního marketingu.
- Omezení obsahu hazardních her online, včetně cílených reklam a využívání dat o chování uživatelů.

Plošný zákaz reklamy napříč sporty, podobně jako tomu je v některých evropských zemích, kde se sport od hazardního průmyslu postupně distancuje.

Tato opatření by podle GambleAware uvedla Spojené království do souladu se zeměmi, jako jsou Belgie, Itálie nebo Španělsko, které již svá pravidla zpřísnily. Organizace zdůrazňuje, že přísnější regulace by mohla snížit počet lidí ohrožených závislostí na hazardu a posílit ochranu zranitelných skupin.

Jak vypadá situace v Evropě?

Evropské země v posledních letech významně zpřísnily regulace marketingu hazardních her. Například:

- Itálie zavedla v roce 2019 úplný zákaz reklamy na hazardní hry, což zahrnuje televizní reklamy, sponzorství i online marketing.

- Belgie zakázala v roce 2023 všechny formy hazardní reklamy, a to včetně billboardů a digitálních médií.

Nizozemsko zpřísnilo omezení na digitálních kanálech, zakázalo sportovní sponzorství a zavedlo pravidla, která omezují reklamy na hazard pouze pro spotřebitele v legálním věku hazardu.

Spojené království však za těmito zeměmi zaostává. I když například kluby Premier League slíbily ukončit sponzorství hazardních firem na dresech od sezóny 2026/27. Větší legislativní změny jsou stále v nedohlednu. Hazardní průmysl zůstává v zemi úzce propojený s kulturou sportu, což představuje zásadní výzvu pro reformy.

Výsledky studie odhalují rizika

Studie provedená společností Ipsos ve spolupráci s University of Bristol zjistila, že Spojené království má ve srovnání s evropskými zeměmi nejméně přísnou regulaci hazardního marketingu. Zpráva také poukazuje na to, že právě Británie má nejvíce důkazů o škodlivých dopadech hazardní reklamy. Od roku 2014 bylo v zemi publikováno 496 výzkumných prací na toto téma.

Klíčové závěry studie:

- Velká Británie se spoléhá hlavně na samoregulaci

průmyslu, což je podle odborníků nedostatečné.

- Přijetí přísnější legislativy by mohlo vyžadovat zásadní změny regulačního systému, což by mohlo zahrnovat nové právní předpisy namísto pouhých doporučení.

Zahraniční zkušenosti ukazují, že přísnější regulace mohou významně snížit negativní dopady hazardu, aniž by zásadně poškodily legální podnikání.

Jaký je postoj veřejnosti?

Průzkum zadaný GambleAware ukázal, že téměř tři čtvrtiny Britů podporují přísnější regulaci reklamy na hazardní hry. Dvě třetiny respondentů uvedly, že reklama je v současnosti příliš mnoho. Občané se také obávají, že marketing hazardních her je příliš cílený na zranitelné skupiny, včetně mladých lidí a těch, kteří se již potýkají s problémovým hraním.

IRSKÉ ÚŘADY VYTVOŘILY PARTNERSTVÍ PRO REGULACI REKLAMY



Irsko podniká další krok k efektivnější regulaci hazardu. Nedávno vzniklý regulační úřad pro hazardní hry (GRAI) uzavřel dohodu s Irskou reklamní autoritou (ASA), která bude nově řešit stížnosti na marketing hazardu.

Spolupráce mezi GRAI a ASA

Dohoda stanoví, že GRAI se bude zabývat stížnostmi na marketing licencovaných provozovatelů hazardních her, které podává veřejnost. Naopak ASA bude mít na starosti dohled nad reklamou na nelegální hazard. Tato spolupráce přichází v době, kdy se GRAI stává centrem pro komplexní regulaci hazardních aktivit v Irsku.

„Jsme nadšeni z partnerství s GRAI, nově vznikající organizací, která pomůže chránit veřejnost před problémovým hazardem, a to zejména děti,“ uvedla Orla Twomey, ředitelka ASA. „Cílem ASA je zajistit, aby reklamy byly legální, slušné, poctivé a pravdivé. Partnerství zdůrazňuje náš společný závazek chránit spotřebitele a zároveň poskytovat informace o zodpovědném marketingu hazardu.“

Legislativa pro hazard nabírá obrátky

GRAI byl založen výhledem k přijetí Zákona o regulaci hazardu, který vstoupil v platnost letos v říjnu. Ačkoliv některé sekundární předpisy ještě musí být vytvořeny, přípravy na plné spuštění regulačního úřadu intenzivně pokračují.

Podle nového zákona bude reklama na hazard omezená, například formou časového bloku, který zakazuje hazardní reklamy mezi 5:30 a 21:00. Zákon také zahrnuje ustanovení, která zakazují naznačovat, že hazard může přinést finanční úspěch nebo že je nedílnou součástí dospělosti.

Anne-Marie Caulfield, designovaná ředitelka GRAI,

dodala: „Spolupráce s ASA nám umožní rychle a efektivně reagovat na stížnosti veřejnosti na reklamy spojené s hazardem. Toto partnerství je projevem našeho závazku chránit veřejnost a zajistit vysoké standardy marketingové komunikace.“

Co nás čeká?

I když je zákon v platnosti, proces plného spuštění GRAI je stále v běhu. Regulační úřad spolupracuje s dalšími

institucemi na hladkém přechodu k novému režimu licencování.

Partnerství GRAI a ASA je klíčovým krokem k zajištění lepší ochrany spotřebitelů a odpovědnějšího přístupu k hazardu. Irsko tak dává jasný signál, že problematika regulace hazardu patří mezi jeho prioritní témata.