

**Česká strana sociálně demokratická**

Hyberská 1033/7  
110 00 Praha

IČO 00409171

**IDDS:** wkabq6r

V Brně dne 12.12.2019

Č.j. UDH-03451/2019

Sp.zn.: S-UDH-576/2019

**Vyřízení námítky**  
**proti kontrolnímu zjištění uvedenému v protokolu o kontrole**  
**č.j. 3221/2019 ze dne 22. 10. 2019**

Kontrolní orgán obdržel dne 6. 11. 2019 námítku kontrolované osoby Česká strana sociálně demokratická, IČO 00409171, se sídlem Hyberská 1033/7, 110 00 Praha (dále jen „ČSSD“ nebo „strana“), proti kontrolnímu zjištění uvedenému v protokolu o kontrole č.j. 3221/2019 ze dne 22. 10. 2019 (dále jen „*protokol*“). V dokumentu strana uvedla, že podává „námítky proti některým kontrolním zjištěním“, jedná se však o rozsáhle formulovanou námítku proti jedinému kontrolnímu zjištění, konkrétně zjištění uvedenému v protokolu v bodě 3.1 na s. 12, a podkladům, z kterých toto kontrolní zjištění vyšlo.

Námítka strany směřuje proti kontrolnímu zjištění týkajícímu se kampaně „Česko 20 plus“ (variantně označovaného také jako Česko 20+). Protokol v tomto zjištění konstatoval, že ČSSD v rozporu s § 16d odst. 3 písm. b) zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky a o změně a doplnění některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „*volební zákon*“) nezahrnula do zprávy o financování kampaně a tudíž ani do celkových volebních výdajů fakturu přijatou pod č. 158/2017 dodavatele Media:list s.r.o., IČO 03299937, ve výši 687.280 Kč a poměrnou část faktury přijaté č. 157/2017 téhož dodavatele ve výši 798.600 Kč.

Tato námítka **se zamítá**.

**Odůvodnění:**

Na s. 1 podání ČSSD uvádí, že ač se ke kampani Česko 20+ v průběhu kontroly vyslovila ve vyjádření č.j. 1716/2019 ze dne 21. 5. 2019, kontrolní orgán v protokolu obsáhle citoval pouze z jednoho odstavce příslušné pasáže, zatímco jiné tři odstavce protokol „ani necituje, ani je nezahrnuje do kontrolních zjištění, ani ji nijak nehodnotí“. Z těchto tří údajně opominutých odstavců však první pouze konstatuje, že ČSSD uzavřela smlouvu o poskytování marketingových služeb se společností Media:list s.r.o, IČO 03299937, což je skutečnost, kterou protokol o kontrole nijak neopomíná,

naopak ze smlouvy cituje a argumentuje konkrétními smluvními ujednáními. Druhý rekapituluje platební podmínky, což činí i protokol např. na s. 8 v Tabulce 1 a v odstavci, který tabulce předchází. Protokol na stejném místě také informuje, že ČSSD v komentáři ke všem fakturám zdůraznila, že se nejednalo o zálohu, ale o část ceny, tedy o fakturaci skutečně dodaného zboží či služeb. Na formulaci kontrolního závěru však toto nemělo vliv, jak je rozebráno níže. Poslední z údajně opominutých odstavců obsahuje sdělení o tom, že doména nebyla zrušena a je nadále ve vlastnictví ČSSD, která ji daňově odepisuje. Také k tomuto tvrzení se protokol vyjadřuje, a to opět na s. 8 v odstavci pod Tabulkou 1. Tvrzení, že protokol skutečnosti z těchto tří odstavců „ani necituje, ani je nezahrnuje do kontrolních zjištění, ani ji nijak nehodnotí“, neodpovídá realitě.

Dále ČSSD odůvodňuje námitku v bodech 1–62 na s. 3–16. K nim kontrolní orgán uvádí následující.

- I. V bodě 1 odůvodnění námitky (a opakovaně pak v dalších bodech) ČSSD uvádí, že projekt Česko 20+ vůbec nesouvisel s volební kampaní před volbami do Poslanecké sněmovny 2017, ale že šlo o „zcela samostatný projekt, formálně, obsahově, organizačně i funkčně oddělený od předmětné volební kampaně.“ Tento argument je ale ve vztahu k posouzení, zda projekt naplnil znaky volební kampaně podle § 16 odst. 1 volebního zákona<sup>1</sup>, irelevantní. Kritériem pro posouzení, zda konkrétní aktivita realizovaná v době od vyhlášení voleb do oznámení výsledků voleb naplňuje znaky volební kampaně, není její vnitrostranické organizační zahrnutí do agendy volební kampaně, ale skutečnost, zda tato aktivita zahrnuje propagaci strany nebo sdělení v její prospěch či sloužící v její prospěch a zda se za ni poskytla nebo obvykle poskytuje úplata. Zákon dokonce explicitně počítá se situacemi, kdy se za kampaň považuje i jednání oddělené od aktivit, které sama strana označí za oficiální kampaň – například se do kampaně strany zahrnuje i propagace prováděná kandidáty, s vědomím strany i registrovanými třetími osobami. To však není tento případ: projekt Česko 20+ realizovala přímo ČSSD a pouhé jeho organizační nezahrnutí do agendy kampaně nemá na kontrolní závěr formulovaný v protokolu vliv.
- II. Kontrolní orgán nijak nezpochybnuje ústavně právní pojetí stran a jejich funkcí, které ČSSD rozebírá v bodech 2 až 6. Činnost politických stran a hnutí nepochybně není omezena jen na účast ve volbách do zastupitelských sborů. Napadený kontrolní závěr nijak nekoliduje s širokým pojetím funkcí politických stran, jak je pojmenoval ve svých nálezech Ústavní soud nebo odborná politologická literatura, a nijak stranu ani do budoucna v plnění těchto funkcí neomezuje. Protokol toliko konstatuje, že v době volební kampaně měla ČSSD vykázat náklady na aktivity, které naplňují znaky volební kampaně, ve zprávě o financování volební kampaně.
- III. Otázka, zda projekt Česko 20+ pracoval či nepracoval s obsahem volebního programu ČSSD pro předmětné volby (bod 7 podání, opakovaně pak v dalších bodech) rovněž nemá na posouzení, zda projekt naplnil znaky kampaně, žádný vliv. Nad rámec argumentace uvedené výše v bodě I kontrolní orgán konstatuje, že obecně platí, že řada nepochybných prvků volební kampaně se k volebnímu programu zadavatele vůbec nevyjadřuje. Obvykle jde například o koblihy, pomeranče, růže a podobně, rozdávané lidem v kontaktní kampani, nafukovací balóny s logem strany nebo o jiné drobné propagační předměty, o outdoorovou propagaci obsahující pouze fotografii kandidáta s logem strany a s uvedením pořadového čísla

---

<sup>1</sup> „Volební kampaní se rozumí jakákoliv propagace kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta anebo nezávislého kandidáta nebo volební agitace ve prospěch kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta, zejména veřejné oznámení určené na jejich podporu anebo sloužící v jejich prospěch, včetně jakékoliv doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata. Za volební kampaň se považuje i sdělení v neprospěch jiné kandidující politické strany, politického hnutí, koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta.“

na kandidátní listině, nebo dokonce o negativní kampaň, která má za cíl přinést sdělení v neprospěch jiného kandidujícího subjektu. Definičním znakem prvku volební kampaně zkrátka není to, zda pracuje s volebním programem, ba ani volebním vizuálem strany, ale pouze to, zda naplňuje znaky volební kampaně podle zákona.

- IV. V bodech 8 a 9 podání (opakovaně pak i v dalších bodech) ČSSD argumentuje, že cílem projektu nebylo tlumočení slibů strany, přesvědčování občanů, ani „vdmychávání“ představ politické strany občanům, ale že záměrem a výsledkem projektu měl být pravý opak, a sice shromáždění názorů občanů, jak by Česká republika měla vypadat za 20 let. ČSSD proto tvrdí, že se nemohlo jednat o volební kampaň. Ani s tímto pohledem na věc se kontrolní orgán neztotožňuje. Diskuse s občany nad směřováním země nebo shromažďování názorů občanů na směřování společnosti bývá zcela standardní součástí volebních kampaní. Bylo by možné jmenovat řadu takových aktivit z politické praxe i odborné literatury. Projekty s obdobnou podstatou provozovaly v době regulované volební kampaně před volbami do Poslanecké sněmovny 2017 i další politické strany. Jednalo se například o mobilní aplikaci, jejímž prostřednictvím mohli občané představiteli politického subjektu interaktivní formou sdělovat své vize, názory a doporučení (aplikace funguje trvale, v době kampaně se však pokládá za prvek kampaně). Dalším příkladem je projekt, který byl svým pojetím velmi blízký projektu Česko 20+, neboť šlo o samostatný web, jehož prostřednictvím mohli lidé straně sdělovat své negativní zkušenosti s údajně přebujelým státním aparátem.

Kontrolní orgán však současně netvrdí, že jakákoliv aktivita strany, prováděná v době volební kampaně, jejíž podstatou by bylo zjišťování názorů občanů na směřování České republiky, musí být považována za prvek volební kampaně. Standardní formou získávání takových dat bývají sociologická šetření, a to včetně kvalitativních šetření, kupříkladu formou focus-group. Pokud by ČSSD například realizovala sérii focus-group šetření podle obvyklých výzkumných standardů, potřebná data by získala a mohla by s nimi pracovat, ale příslušné náklady by nemusely automaticky představovat náklady volební kampaně. Projekt Česko 20+ však nespočíval v pouhém shromažďování názorů na směřování země, ale byl pojat marketingově. S občany nad jejich názory diskutovali čelní představitelé strany v desítkách měst v pronajatých sálech, kam byla masivní propagací, včetně billboardové propagace, zvána veřejnost. V sálech byly umístěny propagační prvky ČSSD a k dispozici byly propagační předměty. Debaty byly živě přenášeny na sociální síti Facebook. Projekt měl vlastní webovou stránku, která sama o sobě, jak protokol o kontrole popsal, nesla sdělení ve prospěch ČSSD. Aktivity prováděné v rámci projektu ČSSD propagovala na Facebooku, a to nikoliv standardními textovými sdělení, ale za pomoci profesionálně zpracovaných audiovizuálních materiálů. Posty byly hojně sdíleny, v desítkách případů profily regionálních organizací ČSSD.

Kontrolní orgán má za nepochybné, že takto pojatý projekt neměl za cíl pouhé shromažďování podnětů od občanů, ale šlo o produkt politického marketingu (zpracovaný profesionální agenturou), sloužící k propagaci strany.

- V. Kontrolní orgán odmítá tvrzení ČSSD uvedené v bodech 11 a 12 námitky, že kontrolní protokol se pokouší „čistě formalisticky, resp. až přepjatě formalisticky“ napasovat projekt na zákonnou definici volební kampaně. Naopak má kontrolní orgán za to, že projevem čistého formalismu je argumentace ČSSD, že projekt nemohl být volební kampaní, neboť nepochybně pracoval s obsahem volebního programu, nenabádal občany k volbě strany a šlo o agendu, která byla z hlediska vnitřně – organizačního oddělena od agendy volební kampaně. Projekt v době od 2. 5. 2017 do 24. 10. 2017 naplnil znaky kampaně věcně i obsahově. Nikoliv formalisticky. Ze strany kontrolního orgánu se tedy nejedná o projev svévole, jak ČSSD tvrdí v bodech 14 a 15 podání.

- VI. V bodech 21–26 podání ČSSD namítá, že kontrolní protokol účelově cituje ze smlouvy o poskytování marketingových služeb uzavřené mezi ní a společností Media:list s.r.o. Podle mínění ČSSD se kontrolní protokol ve svých závěrech odvolává na užší citaci předmětu smlouvy, „než jak je předmět smlouvy formulován přímo ve smlouvě samé“. K tomu kontrolní orgán uvádí, že předmětná smlouva definuje „předmět a účel smlouvy“ v čl. I. Tento článek obsahuje čtyři odstavce. Třetí a čtvrtý odstavec upravuje formu předávání plnění a místo plnění. První dva odstavce popisují samotný předmět plnění. Úplný, nijak nezkrácený popis předmětu plnění nijak nezpochybňuje ani kontrolní závěr, ani argumentaci, která mu v protokolu předchází, naopak každý z bodů předmětu plnění podporuje kontrolní zjištění. Na skutečnosti, že protokol citoval jen nejzásadnější pasáže smlouvy, nespátňuje kontrolní orgán nic účelového.

Kontrolní orgán nepovažuje za „typický projev svévole a přepjatého formalismu“, pokud kontrolní protokol používá jako jeden z argumentů pro kontrolní závěr též názvu smlouvy. Jestliže spolu dva subjekty uzavřely „smlouvu o poskytování marketingových služeb“, předmět plnění názvu smlouvy zcela odpovídá a smlouva byla zrealizována, není svévolí ani přepjatým formalismem tvrdit, že dodavatel poskytl odběrateli marketingové služby.

Irelevantní je rovněž argument ČSSD, že byl aplikován vzor smlouvy, který používá společnost Media:list s.r.o., a že ČSSD nebyla ani autorem, ani navrhovatelem smlouvy. V obchodním styku je zcela obvyklé, že odběratel není navrhovatelem ani autorem smlouvy, ale přistupuje na obchodní praxi a smluvní podmínky toho, od něž zboží nebo služby nakupuje. Proto se obvykle využívá předpřipravených smluv dodavatele. ČSSD smlouvu podepsala a podpisem smlouvy její znění akceptovala. Nadto je ze smlouvy patrné, že zdaleka nejde jen o univerzální vzor, který by nebyl přizpůsoben poptávce klienta. Články 1–3, o které se kontrolní protokol při argumentaci opírá, nejsou vzorovými smluvními ujednáními, ale naopak jsou formulovány na základě poptávky ČSSD. Teprve počínaje čl. 4 smlouvy dále lze hovořit o obvyklých, vzorových ujednáních (což však ani tyto pasáže nečiní méně závazné).

- VII. V bodě 27 (ale i na dalších místech, například v bodě 33) své námitky ČSSD poukazuje na skutečnost, že smlouva o poskytování marketingových služeb, na jejímž základě byl projekt Česko 20+ realizován, byla podepsána dne 31. 3. 2017, tedy před vyhlášením voleb do Poslanecké sněmovny a začátkem regulované části kampaně. K otázce zahrnování nákladů kampaně z doby před vyhlášením voleb do financování kampaně se kontrolní orgán opakovaně vyjadřoval ve svých metodických stanoviscích i na konzultačních setkáních, kterých se ČSSD účastnila. Podle § 16b odst. 1 volebního zákona zahrnuje financování kampaně veškeré náklady volební kampaně. Není tedy určující, zda náklady vznikly před vyhlášením voleb nebo zda zboží a služby byly dodány před startem regulované části kampaně. Rozhodující je skutečnost, zda se takové zboží a služby uplatnily v kampani, případně v jaké poměrné části. Rozdíl je pouze ve způsobu úhrady příslušných nákladů: zatímco před vyhlášením voleb nemusejí strany a hnutí disponovat volebním účtem a mohou úhrady provádět z jiného bankovního účtu, v době počínající nejpozději pátým dnem od vyhlášení voleb mohou kandidující subjekty k úhradě výdajů kampaně použít jen peněžní prostředky uložené na volebním účtu.
- VIII. Pokud jde o odůvodnění námitky rozvinuté v bodech 31 a 32 podání, že se protokol odkazuje na články v médiích z doby před zahájením kampaně a že ČSSD do mediálních výstupů nemůže zasahovat, kontrolní orgán konstatuje, že data vydání článků nejsou s ohledem na argumentaci použitou v kontrolním protokolu relevantní. Protokol pouze na příkladech mediálních výstupů dokumentuje, že nejen členové kontrolní skupiny, ale i (novinářská) veřejnost bez výjimky považovala projekt Česko 20+ za aktivitu zahajující volební kampaň ČSSD. Kontrolní orgán si je

vědom skutečnosti, že ČSSD „nepřísluší do takového způsobu a formy obsahu referování zasahovat, neboť by se jednalo o zasahování do svobody tisku a do svobody projevu, což je v demokratické společnosti nepřijatelné“. Protokol však neobsahuje nic, co by k opačnému názoru mohlo vést. Protokol pouze na s. 10 dovodil, že „ČSSD se k této interpretaci hlásila, když se touto mediální reflexí prezentovala a odkazovala na ni přímo na webu [www.20plus.cz](http://www.20plus.cz)“. Kontrolní orgán nesouhlasí s tvrzením, které ČSSD uvedla v poslední větě bodu 32 svého podání, totiž že „ČSSD se k takové interpretaci nehlásí a hlásit nemůže“. Jestliže strana na portálu Česko 20+ sama o své vůli tyto mediální výstupy přebírala, jak protokol uvedl a jak kontrolní orgán zdokumentoval, a pod sekci „Napsali o nás“ umístila funkcionality „Sdílet“ a „Poslat e-mailem“, pak tvrzení, že se k těmto mediálním výstupům nehlásila, neobstojí. Naopak je oprávněný závěr, že ČSSD chtěla tyto novinové články ve znění a vyznění, v jakém byly publikovány, dále šířit, což by jistě nečinila u mediálních výstupů, jejichž obsah by odmítala.

- IX. Body 37–60 námitky rekapituluji realizaci smluvních plnění a jednotlivých plateb souvisejících s projektem. Kontrolní orgán se neztotožňuje s argumentací ČSSD založenou na určení dne uskutečnitelného zdanitelného plnění. Pro účely posouzení, zda konkrétní náklady jsou náklady volební kampaně či nikoliv, je právní úprava stanovující den uskutečnění zdanitelného plnění bezpředmětná. Pokud by kontrolní orgán přistoupil na argumentaci ČSSD založenou na daňových předpisech, mohlo by to vést ke zcela absurdním situacím. Tak například by, řekněme týden před volbami, mohla být země „polepena“ billboardy kandidující strany, avšak nemohlo by se jednat o náklad kampaně, protože strana za rezervaci billboardů zaplatila před vyhlášením voleb a datum uskutečnění zdanitelného plnění tedy nastalo dnem vystavení daňového dokladu. Touto argumentací se kontrolní orgán jako bezpředmětnou dále nezabývá a věcně v této otázce odkazuje na bod VII.
- X. Body 61 a 62 námitky lze interpretovat jako návrh na vyslovení neplatnosti příslušného kontrolního zjištění. Také tyto body z důvodů uvedených výše kontrolní orgán odmítá.

V souladu s ustanovením § 18 písm. b) kontrolního řádu je kontrola ukončena *dnem doručení vyřízení námitek kontrolované osobě*.

Mgr. et Mgr. Tomáš Hudeček  
pověřený člen Úřadu