



GOOGLE ZAVŘEL. META TAKY.

Politická reklama pro komunální volby 2026 se navždy změnila.

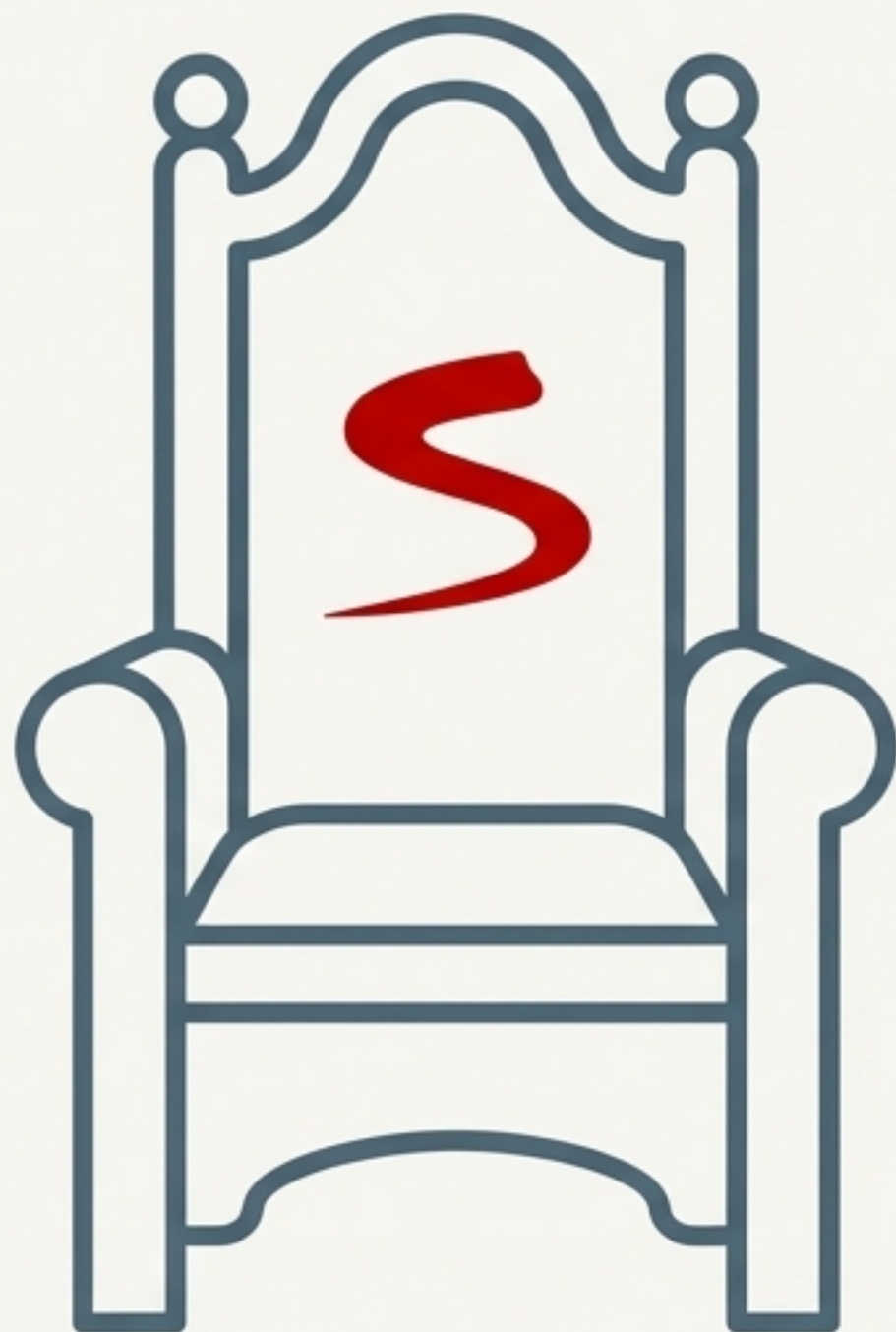
Důvod? Nové nařízení EU (TTPA) a český adaptační zákon č. 234/2025 Sb.

Proč? Evropa chtěla více transparentnosti

- Evropská unie schválila nařízení TTPA (Transparency and Targeting of Political Advertising).
- **Cíl:** Více průhlednosti, méně manipulace.
- **Výsledek:** Google a Meta řekli sbohem. Jejich zdůvodnění: "Příliš komplikované."

Komunální volby 2026 budou první, kde se nová pravidla plně uplatní.

Seznam.cz: Nový (a jediný) král online politické reklamy



- Digitální placené kanály jako Facebook, Instagram, YouTube a Google Ads pro politickou reklamu končí.
- Seznam.cz (Sklik, zobrazovací sítě) je posledním velkým hráčem, který politickou reklamu umožňuje.
- Ale i on se musí držet striktních pravidel. A jako vydavatel zveřejní vše, včetně ceny.

Může zavřít také? Uvidíme.

Pravidla hry na Seznam.cz: Co je zakázáno



Cílení na osobní údaje: Žádná identita, věk, pohlaví, zájmy, retargeting.



Nevhodné obsahy: Žádná diskriminace, násilí, strach, urážky, napadání politického přesvědčení.



Nepravdivé informace: Seznam může konzultovat obsah s Demagog.cz a reklamu odmítnout.



Zakázané formáty: Žádné PR články, nativní reklama, direct mail.



Důležité: Tři dny před volbami a během nich je zakázáno zveřejňovat výsledky průzkumů.

Nová pravidla platí všude, kde platíte za reklamu.

Billboardy, tisk, online. Představujeme 'Kvarteto pro reklamy'.

1 PROHLÁŠENÍ

Musí obsahovat text "Toto je politická reklama" – velké a viditelné.

2 KDO A KOLIK PLATÍ

Uvést jméno, kontakt zadavatele (včetně ovládajících osob).

3 JAKÉ VOLBY

Jasně specifikovat, ke kterým volbám se reklama vztahuje (např. Komunální 2026).

4 OSOBNÍ ÚDAJE

Pokud cílíte, musíte uvést "využívá cílení" a mít souhlas.

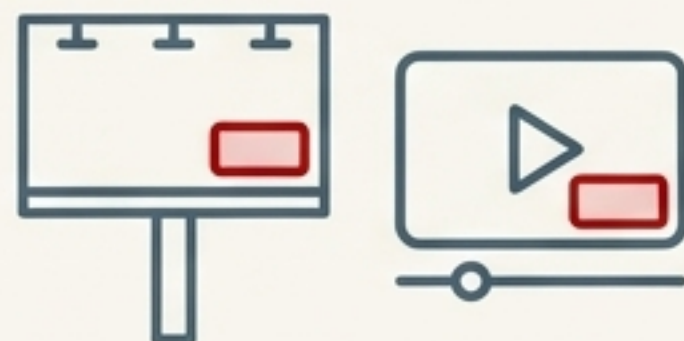
Viditelně označit. A archivovat na sedm let.

Označení

Musí být: Viditelné, neoddělitelné od reklamy, ve stejném jazyce, čitelné.

Příklad:

Na billboardu musí být na billboardu. Ve videu musí být ve videu. (Lze použít i odkaz na detailní informace).



Archivace

Doba: 7 let od poslední reklamy.



Co: Faktury, smlouvy, záznamy o cílení, interní zásady, oznámení o transparentnosti.

Důvod (The 'Why'):

Protože novinář nebo váš protikandidát si může tato data vyžádat. Zdarma.



Chyby se nevyplácí. Pokuty jsou astronomické.



**Až 6 %
celosvětového
obratu.**

**TTPA (Porušení
transparentnosti a cílení)**



**Až 20 milionů
EUR nebo 4 %
obratu.**

**GDPR (Porušení ochrany
dat při cílení)**

Dozor



Transparentnost: Ministerstvo vnitra, Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran (ÚDHPSH).



Ochrana dat: Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ).

Poznámka: Kontrola se nově rozšíří i na jednotlivé kandidáty v komunálních volbách.

Sběr dat pro cílení: Co můžete a co nesmíte

MŮŽETE

- Sbírat kontakty z vlastního webu (s řádným souhlasem).
- Využívat cookies z vlastního webu ke sledování návštěv.
- Cílit na základě základní demografie (věk, pohlaví, region).

NESMÍTE

- Koupit databáze kontaktů.
- Cílit na základě citlivých údajů (politické názory, náboženství, zdraví, sexuální orientace).
- Profilovat uživatele podle toho, co 'lajkují'.
- Cílit na osoby mladší 17 let.

Základ všeho: Správný souhlas se sběrem údajů

Souhlas musí být vždy: Samostatný • Konkrétní • Dobrovolný



ŠPATNĚ



Souhlasím se vším.



DOBŘE



Souhlasím se zasíláním politické reklamy k volbám 2026.

Důležitý dodatek

- Pokud volič souhlas nedá, nesmíte ho obtěžovat znovu.
- Musíte nabídnout alternativu (např. běžný newsletter bez politické reklamy).

Jiná hra pro velká města a malé obce

VELKÁ MĚSTA

- Konec levné a efektivní digitální reklamy.
- Všechna placená reklama (billboardy, tisk) podléhá plné regulaci TTPA.
- Nutnost masivních investic do terénní kampaně (D2D) a dražšího offline.

MALÉ OBCE

- Ztráta online reklamy tolik nebolí.
- Většina aktivit je mimo TTPA (bezplatné výlepové plochy, osobní kontakt, dárkové předměty).
- **POZOR:** Placený roznos letáků nebo novin spadá pod TTPA!
- Zjednodušení: Plachty od podporovatelů do 3 000 Kč jsou nově bez administrativy.

Šedá zóna: Co spolky a občanské iniciativy?



Problém

Definice politické reklamy je velmi široká: "sdělení, které může ovlivnit legislativní proces".

Příklady

- Spadá sem kampaň za záchranu parku?
- Petice proti dálnici?
- Akce ekologů?

Reakce platformem

- **Meta:** Brutální řešení – zakázala vše, co i jen vzdáleně souvisí s politikou.
- **Seznam:** Zatím drží, ale situace je nejasná.



Závěr: Všichni čekají na první pokuty a soudní precedenty.

Nový herní plán: Návrat ke kořenům kampaně



Sociální sítě

Zapomeňte na placený dosah stránek. Budujte komunitní skupiny a organický obsah.



Terén

Kontaktní, "door-to-door" kampaň je zpět a je klíčová. Budou vás víc bolet nohy.



Databáze

Vlastní mailing list je mocnější než kdy dřív. Ale ohlídejte si každý souhlas.



Podporovatelé

Aktivujte síť dobrovolníků. Pomohou s roznosem materiálů a organizací akcí, které nespádají pod TTPA.

Akční plán pro komunální volby 2026

Do konce roku 2025

Začátek roku 2026

Poslední měsíc
před volbami

✓ Začněte budovat
databázi kontaktů s
ŘÁDNÝMI SOUHLASY.

✓ Objednejte plakáty,
billboardy a CLV včas –
bude fronta.

✓ Sestavte a naplánujte
práci terénního týmu (D2D).

✓ Denně pracujte na
organickém obsahu a
budujte dosah.

✓ Zorganizujte lokální
akce a setkání s občany
(hospody, náměstí).

✓ Zajistěte tisk a distribuci
letáků a direct mailu
(tiskárny budou vytížené).

Internet měl demokratizovat politiku. To skončilo.

Možnost malého kandidáta konkurovat velkým stranám pomocí tisícikoruny na Facebooku je pryč. Komunální volby 2026 se vrací k osobnímu kontaktu, tisku a vyšším nákladům. Nezávislí kandidáti a menší subjekty budou muset být chytřejší a pracovitější.

VOLBY JAKO DŘÍV. JEN DRAŽŠÍ.