

Název Propagační sdělení a veřejná nabídka

Předpis • zákon č. 256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, ve znění pozdějších předpisů (ZPKT)

Ustanovení • § 34 odst. 1, § 36k ZPKT

Otázka Může být reklamní sdělení považováno za veřejnou nabídku? Jaká míra detailnosti informací rozlišuje propagační sdělení a nabízení veřejnosti?

Odpověď Reklamním sdělením se rozumí sdělení směřující k vyvolání zájmu o určité cenné papíry. Při posuzování otázky, zda se v konkrétním případě jedná o veřejnou nabídku, je třeba brát v úvahu nikoliv jen izolované konkrétní sdělení (např. reklamní materiál), ale i další navazující či související sdělení (srov. odpověď k definici veřejné nabídky cenných papírů a rozhodnutí KCP/12/2003). Jednotlivá sdělení týkající se nabízených cenných papírů bude ČNB posuzovat materiálně, nikoli podle jejich formálního označení.

Veřejnou nabídkou tak bude každé reklamní sdělení, které naplní obecné znaky veřejné nabídky investičních cenných papírů podle § 34 odst. 1 ZPKT. Nebude-li dána některá ze zákonných výjimek (§ 34 odst. 4 nebo § 35 odst. 2 a 4 ZPKT), je s uveřejněním reklamního sdělení v takovém případě spojena povinnost uveřejnit prospekt a další povinnosti spojené s veřejnou nabídkou cenných papírů, samotné propagační sdělení musí splnit podmínky podle § 36k ZPKT.

Specifickým případem je veřejná propagace budoucí veřejné nabídky cenných papírů. Zákon o podnikání na kapitálovém trhu v § 36k odst. 1 počítá se situací, kdy jsou uveřejněna reklamní sdělení související s nabídkou cenných papírů, ale dosud není schválen a uveřejněn prospekt. V takové situaci ale (i) musí být součástí reklamního sdělení informace, že prospekt bude uveřejněn, a kde bude možné se s ním seznámit, a (ii) nejpozději v okamžiku, zahájení veřejné nabídky ve smyslu ZPKT (a v každém případě před tím, než bude možné inzerované cenné papíry koupit), prospekt skutečně uveřejněn bude.

V praxi se Česká národní banka setkala s případy, kdy nedošlo k uveřejnění prospektu a docházelo k činění nabídky investičních cenných papírů prostřednictvím dokumentu prezentovaného nabízející osobou jako reklamní sdělení k chystané veřejné nabídce. V jednom z případů reklamní sdělení formálně splňovalo požadavky kladené § 36k ZPKT a odkazovalo na telefonní číslo, kde měli být zájemcům poskytnuty bližší informace. Na telefonním čísle, ale zájemci byli informováni o tom, že nabídka probíhá, o podmínkách nabytí a vyzývání k úpisu cenných papírů, aniž by však měli k dispozici relevantní informace. Takové jednání nepochybně představuje veřejnou nabídku a vyžaduje uveřejnění prospektu.

Význam odpovědi pro její adresáty Tato odpověď vyjadřuje názor pracovníků České národní banky. Soud a případně i bankovní rada České národní banky mohou zaujmout odlišný názor. Postup v souladu s odpovědí však bude ČNB při výkonu dohledu nad finančním trhem považovat v mezích odpovědi a jejich východisek za postup v souladu s právními předpisy, ledaže z okolností vyplyne neaplikovatelnost odpovědi na daný případ.

Kontaktní osoby: Daniel Tyraj, daniel.tyraj@cnb.cz
Vladimír Vlasák, vladimir.vlasak@cnb.cz

Datum: 30. 12. 2010, aktualizováno: 17. 8. 2011