

I. Úvod

Spotřebitelé a podnikatelé užívají Internet čím dál více pro nákup zboží, přístup k zábavě a každodenním činnostem. V roce 2014 nakupovala dle Komise polovina evropských spotřebitelů online, v porovnání s rokem 2007 (30 %) se rovná o 20% nárůst. Během roku 2013, 38 % podnikatelů EU nakupovalo zboží a služby online. Naopak přeshraniční elektronický obchod v rámci EU za těmito trendy zaostává. Pouhých 18 % spotřebitelů nakupovalo online v roce 2014 přeshraničně v porovnání s 55 % nakupujících na domácím trhu. Jen 12 % evropských obchodníků prodává online spotřebitelům z jiné členské země EU, přestože 37 % obchodníků prodává online na domácím trhu. Z toho vyplývá, že spotřebitelé stále nemají velkou důvěru v nákup online a existují překážky, které obchodníky odrážejí od přeshraničního prodeje online. Hlavním problémem je nejednotnost pravidel napříč EU, která vyvolává problémy zejména v oblastech ochrany spotřebitele, řešení sporů, pravidel pro on-line uzavírání smluv, ochrany dat a využívání elektronických podpisů. Tyto rozdíly existují z důvodu rozdílnosti právní úpravy v rámci jednotlivých členských států, a také proto, že stávající předpisy nebyly doposud v rámci EU plně harmonizovány. S řešením přichází nová strategie Evropské komise pro Jednotný digitální trh, která prostřednictvím iniciativy Digitální kontrakt má zajistit harmonizaci a jednotný soubor pravidel v EU pro nákup a prodej online.

II. Legislativa EU

S cílem posílit důvěru uživatelů internetu a zvýšit právní jistotu elektronického obchodu přijal Evropský parlament a Rada směrnici o elektronickém obchodu 2000/31/ES. Ta vytváří stabilní právní rámec tím, že podřizuje služby informační společnosti zásadám vnitřního trhu (volný pohyb a svoboda usazování) a zavádí omezený počet harmonizovaných opatření. Ochranu spotřebitelských práv v internetovém prostředí upravuje obecně směrnice o spotřebitelských právech 2011/83/EC, dále pak směrnice o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží 1999/44/ES, směrnice o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách 93/13/EHS. Nekalé obchodní praktiky jsou upraveny směrnicí 2005/29/EC. Specifické oblasti pak řeší odvětvová legislativa. S ohledem na rychlý vývoj internetového prostředí a elektronického obchodu vzniká potřeba tuto legislativu revidovat.

V porovnání s rokem 2010 byl v EU zaznamenán v roce 2014 výrazný pokrok v digitalizaci. Počet uživatelů internetu vzrostl z 60 % na 72 %, pokrytí internetem se zdvojnásobilo a online nakupování stoupl o 10 %, vyplývá z pokrokové zprávy o cílech digitální agendy 2014.

■ Podkladový materiál k debatě (21. 9. 2015, Evropský dům)

Vyhodnocení však poukazuje na překážky u elektronického obchodování. Posílení jednotného digitálního trhu by měla zajistit [Strategie pro jednotný digitální trh](#), kterou předložila Evropská komise 6. května, a navrhuje tak 16 konkrétních iniciativ. Mezi nimi nalezneme i návrh na digitální kontrakt, jehož cílem je usnadnit přeshraniční elektronický obchod. To zahrnuje harmonizaci pravidel EU v oblasti smluv a ochrany spotřebitele při nákupu on-line, ať se jedná o zboží, jako je nábytek nebo obuv, nebo o digitální obsah, jako jsou elektronické knihy nebo aplikace.

První výraznou snahou o harmonizaci pravidel byl návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o společné evropské právní úpravě prodeje z 12. 10. 2011. Návrh však nenašel dostatečnou podporu v Radě.

Podle článku 6 nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (Řím I) kdykoli obchodník zaměřuje svou činnost na spotřebitele v jiném členském státě, musí dodržovat smluvní právo tohoto členského státu. Jestliže si smluvní strany zvolily jiné rozhodné právo a pokud kogentní ustanovení k ochraně spotřebitele (tedy ty, od nichž se nelze odchýlit) členského státu spotřebitele poskytují vyšší úroveň ochrany, je zapotřebí tato kogentní ustanovení na ochranu spotřebitele dodržovat. Obchodníci proto musí dopředu zjistit, zda právo členského státu, v němž má spotřebitel obvyklé bydliště, poskytuje vyšší úroveň ochrany, a zajistit, aby jejich smlouva byla s těmito požadavky v souladu. Stávající harmonizace práva na ochranu spotřebitele na úrovni Unie vedla k určitému přiblížení v některých oblastech, ale rozdíly mezi právními úpravami jednotlivých členských států jsou i nadále podstatné, což pro obchodníky přináší dodatečné náklady. Dodatečné náklady zahrnují obtíže při vyhledávání pravidel použitelného zahraničního smluvního práva, získávání právního poradenství, potřebě přizpůsobit internetové stránky, sjednávání rozhodného práva v transakcích mezi podnikateli navzájem a přizpůsobování smluv požadavkům práva na ochranu spotřebitele v transakcích mezi podnikatelem a spotřebitelem.

Vzhledem ke skutečnosti že prodej zboží a digitálního obsahu má rozdílné aspekty, lze očekávat, že digitální kontrakt bude poskytovat separátní řešení pro prodej zboží a pro digitální obsah.

Specifický právní rámec pro digitální obsah na evropské úrovni neexistuje. Určité aspekty smluvního práva pro digitální obsah jsou však již právem EU pokryty obecně. Jednotná pravidla pro informace poskytovaná zákazníkům před uzavřením smlouvy a právo na odstoupení od smlouvy upravuje směrnice o spotřebitelských právech. Nekalé smluvní podmínky pak upravuje směrnice o nekalých obchodních praktikách. Chybí však úprava, která by např. pokryla práva kupujícího v případě vadného digitálního obsahu. Dalším problémem je, že smlouvy v praxi nereflektují specifika daného výrobku. Některé členské země již specifickou úpravu pro digitální obsah mají (nebo na úpravě pracují) jako Velká Británie, Nizozemsko či Irsko. To Komisi vedlo

■ Podkladový materiál k debatě (21. 9. 2015, Evropský dům)

k zahájení prací na návrhu, aby tak zamezila další fragmentaci pravidel napříč EU a členskými státy, respektive spotřebitelům a podnikatelům, navrhla jednotná pravidla pro internetové obchodování.

Komisioní návrh by měl obsahovat oblasti působnosti vč. toho, zda se legislativa bude vztahovat jen na vztahy mezi spotřebiteli nebo i mezi podnikateli, jak řešit otázku shody, nároku na náhradu škody a úpravu případných nepřiměřených smluvních podmínek. Rovněž není jasné, zda by měl návrh řešit i otázku kvality. Při přípravě návrhu musí Komise vzít v potaz skutečnost, že kupní smlouvy týkající se prodeje digitálního obsahu a zboží online jsou v členských státech pojmenovávány různě. Stejně tak se liší národní úpravy v oblastech obchodních podmínek, práva z vad, možností odstoupení od smlouvy, nekalých obchodních praktik, apod.

Na rozdíl od digitálního obsahu je oblast online prodeje zboží napříč EU upravena jak výše zmíněnými směrnici o spotřebitelských právech a o nekalých obchodních praktikách, ale také již zmíněnou směrnicí o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a o zárukách u tohoto zboží. To umožňuje spotřebitelům uplatňovat práva z vad. Tato harmonizace však stanovuje minimální standardy a členské státy mohou požadovat další požadavky ve prospěch spotřebitele.

S cílem připravit legislativní návrh digitálního kontraktu na konci letošního roku, požádala Komise širokou veřejnost prostřednictvím veřejné konzultace probíhající v období od 12.6.-3.9.2015, o identifikaci problémů při přeshraničním obchodování online a o návrh řešení pro budoucí evropskou úpravu. Výsledky [veřejné konzultace](#) využije Komise při zpracování návrhu.

■ III. Právní úprava v ČR

Oblast smluvních vztahů mezi spotřebiteli a podnikateli je na národní úrovni upravena zákonem č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku (dále jen „NOZ“) platného a účinného od 1. 1. 2014, která obsahuje transponovaná ustanovení směrnice 2011/83/EC.

Uzavírání kupních smluv online a uzavírání smluv s digitálním obsahem, neboli v české terminologii smlouvy uzavírané distančním způsobem, jsou v NOZ upraveny v rámci právní úpravy smluv uzavíraných se spotřebitelem (spadají pod spotřebitelské smlouvy) v § 1820 a následujících NOZ. Společnými prostředky ochrany spotřebitele pro obě uvedené kategorie smluv je zvýšená informační povinnost a nezaměnitelnost informací podaných před uzavřením smlouvy. Sjedeny jsou také podmínky pro odstoupení od smlouvy, kdy lhůta pro odstoupení činí 14 dnů, která je však nově lhůtou procesněprávní - postačí odeslání oznámení o odstoupení od smlouvy podnikateli ve lhůtě. I u těchto smluv dále záleží na konkrétním smluvním typu -

■ Podkladový materiál k debatě (21. 9. 2015, Evropský dům)

jestliže půjde o koupi zboží, použijí se kromě úpravy distančních smluv i ustanovení o koupi (§ 2079 a násl.) a dále subsidiárně obecná ustanovení o závazcích.

V případě vzniku závazkového právního vztahu s mezinárodním prvkem (jestliže je vztah se zahraničím u subjektu právního vztahu; u nepřímého předmětu právního vztahu (jde o věci, práva a jiné majetkové hodnoty); u skutečnosti právně významné pro vznik a existenci právního vztahu; u právního vztahu, který souvisí, či je závislý na jiném právním vztahu, který se řídí cizím právem) se použije úprava mezinárodního práva soukromého, zejména zákon o mezinárodním právu soukromém č. 91/2012 Sb. (ZMPS) a dále bilaterální a multilaterální mezinárodní smlouvy (např. Vídeňská úmluva o smluvním právu (vyhláška č. 15/1988 Sb.), Úmluva OSN o smlouvách o mezinárodní koupi zboží (sdělení č. 160/1991 Sb.), Statut Haagské konference mezinárodního práva soukromého (sdělení č. 18/2008 Sb.m.s) a další.

Podíváme-li se na vztahy mezi samotnými podnikateli, ČR nemá speciální právní úpravu pro smlouvy uzavírané online, nebo smlouvy s digitálním obsahem pro B2B platformu, jelikož jsou upraveny pouze v rámci smluv uzavíraných se spotřebiteli (nejedná se o zvláštní smluvní typ, nýbrž pouze o smlouvu uzavíranou mezi specifickými subjekty definovanými v §419-420 z. č. 89/2012 Sb. nového občanského zákoníku). V takovém případě se pro vznik závazkového právního vztahu mezi podnikateli použije jeden ze smluvních typů, které jsou upraveny v § 2055 - § 2893 NOZ (nebo případně i nepojmenovaná smlouva) podle ujednání stran a v případě chybějícího ujednání, se dle podstatných ujednání obsahu smlouvy určí, o jaký smluvní typ se jedná. V tomto případě půjde zejména ustanovení o kupní smlouvu - použijí se ustanovení o koupi, ale může být uzavřena např. i smlouva zprostředkovatelská, příkazní apod. Dále se mimo úpravu konkrétního smluvního typu subsidiárně použijí obecná ustanovení o závazcích, která se zabývají např. obchodními podmínkami, vznikem, změnou, zánikem závazku, obecnou úpravou odstoupení od smlouvy, v případě, že toto není upraveno v rámci konkrétního smluvního typu apod.

■ IV. Výstupy k diskusi

- Jaký by měl být obsah a rozsah působnosti nově sjednocených smluvních pravidel?
- Měla by se nová pravidla vztahovat pouze na oblast B2C nebo i B2B?
- Jakým dalším způsobem lze přispět k zintenzivnění přeshraničního online prodeje?