



Evropská
komise

INFOLIST PRO ČESKOU REPUBLIKU

PROSINEC 2015

DIGITÁLNÍ SMLOUVY PRO EVROPU



Jaký je nevyužitý potenciál přeshraničního elektronického obchodu v České republice?

Podniky

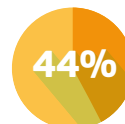
Navzdory rychlému rozvoji elektronického obchodu většina podniků v České republice dosud nevyužívá jednotný digitální trh na maximum.

Pouhých 11% českých maloobchodníků prodává své zboží přes internet spotřebitelům v jiných zemích EU. Ve své zemi přitom prodej přes internet nabízí **více než dvojnásobek** tohoto počtu (26%).



Rozdíly v národní legislativě jednotlivých členských zemí týkající se smluv vnímají jako významnou překážku pro přeshraniční prodej **tři z deseti** českých maloobchodníků (28%), kteří v současnosti prodávají zboží přes internet.

Kdyby v celé EU platila pro elektronický obchod stejná pravidla, pak by **44% českých podniků**, které se přeshraničnímu obchodu přes internet věnují nebo o něj mají zájem, začalo „určitě“ nebo „do jisté míry“ prodávat zboží do zahraničí přes internet, případně by své aktivity v tomto směru zintenzivnilo.



Spotřebitelé

Spotřebitelé v České republice navíc přicházejí o potenciál v podobě širšího výběru výrobků a lepších cen. **Pouhých 7%** českých spotřebitelů nakupuje na internetu zboží z jiných zemí EU, zatímco ve své zemi takto nakupuje 38%.



Klíčovou úlohu zde hraje malá důvěra: **pouze 41% českých spotřebitelů cítí jistotu** při nákupu zboží z jiné země EU přes internet.

Tři z deseti nejvýznamnějších obav spotřebitelů ohledně nákupu zboží z jiných zemí EU přes internet se týkají základních práv zaručených legislativou upravující smlouvy se spotřebiteli. Jedná se například o problematiku nedodání objednaného zboží, doručení nesprávného či poškozeného výrobku nebo opravy a výměny vadného výrobku.

60% českých spotřebitelů, kteří si během posledních 12 měsíců pořídili některé ze čtyř oblíbených druhů **digitál-**

ního obsahu (hudba, hry, antivirový software a cloudová úložiště), **se setkalo s minimálně jedním problémem** ohledně kvality obsahu, za který zaplatili, přístupu k němu či podmínek s ním spojených. Kromě toho 46% spotřebitelů narazilo na minimálně jeden problém s obsahem, za který neplatili peníze.

46%

Jaké řešení navrhuje Evropská komise?

Komise navrhuje dvě směrnice: jedna se týká digitálního obsahu a druhá zboží. Jejich společným cílem je zajistit, aby pro nákupy zboží a dodávky digitálního obsahu platila v celé EU stejná pravidla týkající se smluv.

Podniky

Jak tyto směrnice zlepší život podniků v České republice?

Podniky v České republice budou moci dodávat digitální obsah a prodávat zboží přes internet spotřebitelům po celé EU na základě stejných pravidel v oblasti smluvního práva. Tím se zvýší míra právní jistoty a vznikne prostředí příznivé pro podnikání.



Při dodávání digitálního obsahu se české podniky vyhnou nákladům spojeným s právní fragmentací, které jsou důsledkem toho, že v celé EU neplatí jednotná pravidla a že některé členské státy začínají zavádět specifická národní pravidla. Při prodeji zboží ušetří podniky náklady na přizpůsobování se pravidlům v oblasti smluvního práva platným v jednotlivých členských státech, kam chtějí své zboží prodávat.



Společná pravidla v celé EU sníží obavy spotřebitelů spojené se smluvním právem. Díky tomu bude více **spotřebitelů** motivováno k tomu, aby **začali nakupovat zboží z jiných států EU přes internet**. Vznikne tak trh čítající až **70 milionů** zákazníků nakupujících v zahraničí přes internet. Tato skutečnost povede k otevření nových trhů a bude přínosem zvláště pro malé a střední podniky (MSP), které potřebují rozvíjet svou zákaznickou základnu a často chtějí rozšířit svou působnost i mimo domácí trh.



Spotřebitelé

Jak tyto směrnice zlepší život spotřebitelů v České republice?

Spotřebitelé v České republice získají přístup k nabídkám většího počtu obchodníků z celé EU a budou tak moci využít výhodu **širšího výběru výrobků za příznivější ceny**.

Spotřebitelé budou mít konkrétní práva a vysokou míru ochrany při přístupu k digitálnímu obsahu a nákupu zboží

na internetu. V případě digitálního obsahu budou pravidla platit bez ohledu na to, zda spotřebitelé za přístup k obsahu zaplatí peníze nebo poskytnutím osobních údajů dodavateli (např. registrací).

DIGITÁLNÍ OBSAH:



Odpovědnost dodavatele za závady: V případě vadného digitálního obsahu bude spotřebitel oprávněn požadovat nápravu. Odpovědnost dodavatele za takové vady nebude časově omezena, protože digitální obsah (na rozdíl od zboží) nepodléhá opotřebení.



Obrácení důkazního břemene: V případě vadného digitálního obsahu nebude povinností spotřebitele prokázat, že závada existovala již v okamžiku jeho dodání. Dodavatel bude naopak povinen prokázat, že tomu tak nebylo. Tato změna je významná především proto, že vzhledem k technické povaze digitálního obsahu může být pro spotřebitele obzvláště obtížné prokázat příčinu problému.



Právo na ukončení smlouvy: Spotřebitelé budou oprávněni vypovědět dlouhodobé smlouvy a také smlouvy, které dodavatel významně změní.

ZBOŽÍ:



Obrácení důkazního břemena po dobu dvou let: Momentálně v České republice platí, že spotřebitel, který žádá o nápravu z důvodu závady výrobku, nemusí po dobu 6 měsíců prokazovat, že závada existovala již v době jeho dodání. Je na prodejci, aby prokázal, že tomu tak nebylo. Doba, po kterou toto důkazní břemeno nese prodejce, bude nyní prodloužena na dva roky.



Menší závady: Nebude-li prodejce schopen opravit či vyměnit závadný výrobek, případně tak neučiní, budou mít spotřebitelé právo vypovědět smlouvu a požadovat vrácení peněz, a to i v případech menších závad.

Použité zboží: V případě použitého zboží zakoupeného na internetu budou nyní spotřebitelé moci uplatňovat svá práva během dvouletého období stejně jako u nového zboží, nikoli pouze po dobu jednoho roku, která nyní v České republice platí.

Jak tyto směrnice přispějí k hospodářskému růstu?

Odstranění překážek v oblasti smluvního práva usnadní rozvoj přeshraničního obchodu.



Posílení hospodářské aktivity by mělo podle očekávání **zvýšit HDP EU o 4 miliardy EUR** oproti současné úrovni.



Výraznější konkurence povede ke snížení spotřebitelských cen po celé EU. To povede k dalším přínosům pro spotřebitele.



Konkrétně u HDP České republiky se očekává nárůst asi o **15,4 milionu EUR**.



Očekává se, že dojde k zvýšení spotřeby domácností v EU o **18 miliard EUR** oproti stávající úrovni. Očekává se, že v důsledku poklesu spotřebitelských cen vzroste spotřeba domácností v **České republice** o 75 milionů EUR.

ZDROJE:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, komisařka pro spravedlnost, spotřebitele a rovnost žen a mužů  #VeraJourova

Generální ředitelství pro spravedlnost a spotřebitele  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Úřad pro publikace