



Doporučení Rady o ochraně spotřebitele v° oblasti elektronického obchodu

Neoficiální překlad

**Soubor právních
nástrojů OECD**



Toto dílo je zveřejněno na odpovědnost generálního tajemníka OECD. Názory a argumentace v něm vyjádřené nemusí odrážet oficiální názory členských zemí OECD.

Tímto dokumentem stejně jako údaji a mapou v něm obsaženými nejsou dotčeny status svrchovanosti nad jakýmkoli územím, vymezení mezinárodních hranic a názvy území, měst či oblastí.

Tento dokument je poskytován bezplatně. Může být reprodukován a šířen bezplatně bez vyžadování dalšího souhlasu, a to za předpokladu, že dokument nebude nijak měněn. Dokument není dovoleno prodávat.

Tento překlad byl připraven Ministerstvo průmyslu a obchodu pouze pro účel informování a jeho správnost nemůže být garantována ze strany OECD. Oficiální verze textu jsou pouze v angličtině a ve francouzštině přístupné na webových stránkách OECD <https://legalinstruments.oecd.org>.

Úvod

Elektronický obchod se dramaticky rozvíjí již od roku 1999, kdy Rada OECD přijala první mezinárodní nástroj pro ochranu spotřebitele v oblasti elektronického obchodu („doporučení z roku 1999“). Dne 24. března 2016 Rada OECD tento nástroj přezkoumala a doporučení Rady o ochraně spotřebitele v oblasti elektronického obchodu („revidované doporučení“) se nyní zabývá novými a vznikajícími trendy a výzvami, s nimiž se spotřebitelé na dnešním dynamickém trhu elektronického obchodu setkávají.

V reakci na výzvu, která zazněla na konferenci ministrů zemí OECD v roce 1998 věnované tématu: Svět bez hranic: realizace potenciálu globálního elektronického obchodu, přibližuje doporučení z roku 1999 základní prvky ochrany spotřebitele v oblasti elektronického obchodu: spravedlivé a transparentní obchodní a reklamní praktiky, informace o podnicích, zboží a službách a transakcích, jakož i vhodné mechanismy řešení sporů a mechanismy odškodnění, ochrana plateb, soukromí a vzdělávání.

OECD opět v reakci na výzvu, kterou ministři učinili na konferenci v roce 2008 ohledně Budoucnosti internetové ekonomiky, provedla revizi doporučení z roku 1999, aby posoudila, jakým způsobem lze ještě více podporovat spotřebitele k využívání možností elektronického obchodu. Výbor OECD pro spotřebitelskou politiku již na konferenci, která se konala ve Washingtonu v roce 2009 na téma [Posílení postavení elektronických spotřebitelů: lepší ochrana spotřebitele v internetové ekonomice](#), zkoumal a analyzoval trendy a politické výzvy vyplývající z [mobilních a on-line plateb, nákupu produktů s nehmotným digitálním obsahem](#) a participačního elektronického obchodu.

Na základě této činnosti vyzdvihl celou řadu přínosů, které elektronický obchod již desetiletí nabízí spotřebitelům, včetně širšího výběru za konkurenční ceny, jakož i snadné a bezpečnější platební možnosti. Upozornil však také na větší nepřehlednost on-line prostředí a související rizika pro spotřebitele. Poukázal například na to, že není zcela jisté, zda spotřebitelé rozumějí svým právům a povinnostem vyplývajícím z nákupu prováděného prostřednictvím neobvyklých platebních mechanismů, jako jsou účty z mobilního telefonu nebo předplacené karty, nebo z pořizování výrobků s digitálním obsahem, jako jsou aplikace či elektronické knihy.

OECD ve svém [souboru opatření pro spotřebitelskou politiku](#) dále zdůraznila, že používají-li spotřebitelé mobilní zařízení k elektronickému obchodování „ustavičně“, mají větší sklon přijímat rozhodnutí založená na heuristických technikách. Dalším problémem jsou také neoprávněné poplatky a zavádějící či podvodné obchodní praktiky.

Výbor na základě důkladného přezkumu, který provedl v roce 2014, souhlasil s revizí doporučení z roku 1999, aby bylo možné reagovat na zjištěné výzvy a zajistit efektivní ochranu spotřebitele a současně stimulovat na trhu inovace a hospodářskou soutěž. Nejdůležitějšími novými aspekty elektronického obchodu, na něž se revidované doporučení zaměřuje, jsou:

- **Nepeněžní transakce.** Spotřebitelé stále častěji získávají výměnou za své osobní údaje „bezplatně“ zboží a služby a tyto transakce jsou nyní výslovně uvedeny v oblasti působnosti doporučení. Vlády a zainteresované strany by měly zvážit, jakým způsobem lze spotřebitelům, kteří mají s takovými transakcemi potíže, zajistit nápravu.

- **Výrobky s digitálním obsahem.** Transakce s digitálním obsahem bývají často spojeny s omezeními technického či smluvního způsobu přístupu nebo používání a mnoho spotřebitelů nerozumí svým právům a povinnostem. Byl doplněn nový text, v němž se upřesňuje, že spotřebitelům by měly být poskytovány srozumitelné informace o těchto omezeních, jakož i o funkčnosti a interoperabilitě.
- **Aktivní spotřebitelé.** Stávající obchodní modely elektronického obchodování stále více stírají hranice mezi spotřebiteli a podniky, přičemž spotřebitelé se podílejí na propagaci a rozvoji produktů a provádějí transakce s jinými spotřebiteli. Oblast působnosti doporučení byla tudíž rozšířena a v současnosti zahrnuje i obchodní činnosti, které usnadňují transakce mezi spotřebiteli. Bylo doplněno nové ustanovení, které má zajistit, aby byl souhlas spotřebitele pravdivý a transparentní.
- **Mobilní zařízení.** Stále častější používání mobilních zařízení k účelům elektronického obchodování s sebou nese řadu technických problémů spojených s efektivním zobrazováním informací (např. na malých displejích) a může spotřebitele omezovat ve vedení záznamů. Byla doplněna dvě nová ustanovení, jež upozorňují na nutnost zohledňovat technická omezení a specifické vlastnosti používaných zařízení.
- **Rizika pro ochranu soukromí a bezpečnostní rizika.** Údaje o spotřebitelích jsou ústředním prvkem celé řady služeb elektronického obchodu a zvyšují rizika pro ochranu soukromí a bezpečnostní rizika. Doporučení připomíná, že je nezbytné se těmito riziky zabývat způsobem, jenž je v souladu s dalšími nástroji OECD, a zahrnuje dvě nová ustanovení upozorňující na to, že specifické způsoby ochrany jsou obzvláště důležité pro elektronický obchod mezi podniky a spotřebiteli.
- **Ochrana plateb.** S vědomím, že úroveň ochrany plateb může v závislosti na typu používaného platebního mechanismu kolísat, je součástí doporučení i výzva určená vládám a zainteresovaným stranám, aby společně vytvořily minimální úroveň ochrany spotřebitele pro různé platební mechanismy.
- **Bezpečnost produktu.** V celé řadě zemí jsou v rámci elektronického obchodu nabízeny nejrozumnější nebezpečné produkty, jejichž prodej byl zakázán nebo byly staženy z maloobchodního trhu mimo internet. Bylo doplněno nové ustanovení, které má zajistit, aby nebezpečné produkty nebyly spotřebitelům nabízeny na internetu a aby podniky v zájmu odstranění problému spolupracovaly s příslušnými orgány.

V doporučení bylo navíc aktualizováno několik dalších ustanovení. Jedno se týká zásadní úlohy orgánů pro ochranu spotřebitelů a nutnosti posílit jejich schopnost chránit spotřebitele v oblasti elektronického obchodu a vyměňovat informace a spolupracovat v přeshraničních záležitostech. Jiné ustanovení obsahuje výzvu ke zlepšení faktické základny pro tvorbu politiky v této oblasti, a to prostřednictvím empirického výzkumu založeného na poznatcích získaných z informační ekonomiky a behaviorální ekonomie.

Revidované doporučení vypracoval Výbor OECD pro spotřebitelskou politiku pod vedením současné předsedkyně Nathalie Homobonové a bývalého předsedy Michaela Jenkinse po důkladných konzultacích s podniky, občanskou společností a internetovým technickým společenstvím (Internet technical community). V rámci přípravy doporučení výbor zintenzivnil svou spolupráci s dalšími mezinárodními fóry, např. Konferencí OSN o obchodu a rozvoji (UNCTAD), Sdružením národů jihovýchodní Asie (ASEAN) a Mezinárodní sítí pro ochranu spotřebitele a vymáhání práva (ICPEN).

RADA

S OHLEDEM NA čl. 5 písm. b) Úmluvy Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj ze dne 14. prosince 1960,

S OHLEDEM NA doporučení Rady týkající se Pokynů pro ochranu spotřebitele v oblasti elektronického obchodu [C(99)184/FINAL], které toto doporučení nahrazuje,

S OHLEDEM NA doporučení Rady týkající Pokynů pro ochranu spotřebitelů před přeshraničními podvodnými a klamavými obchodními praktikami [C(2003)116]; doporučení Rady o urovnávání spotřebitelských sporů a náhradě škod [C(2007)74]; Prohlášení o budoucnosti internetové ekonomiky (Soulská deklarace) [C(2008)99]; doporučení Rady o zásadách tvorby politiky v oblasti internetu [C(2011)154]; doporučení Rady týkající se Pokynů pro ochranu soukromí a přeshraničních toků osobních údajů („pokyny pro ochranu soukromí“) [C(80)58/Final, v pozměněném znění]; doporučení Rady o rozhodování o spotřebitelské politice [C(2014)30]; doporučení Rady o řízení bezpečnostních rizik v digitální oblasti v zájmu hospodářské a sociální prosperity („doporučení o bezpečnostních rizicích“) [C(2015)115],

VZHLEDEM K přínosům elektronického obchodu pro spotřebitele, jež zahrnují snadný přístup prostřednictvím celé řady zařízení k nejrůznějšímu zboží a službám, včetně výrobků s digitálním obsahem, které za konkurenční ceny nabízí rozšiřující se škála podniků umožňující praktické způsoby plateb,

VZHLEDEM K dynamické a inovativní povaze trhu v oblasti elektronického obchodu, jež spotřebitelům umožňuje shromažďovat, srovnávat, posuzovat a sdílet informace o zboží a službách a podporuje rozvoj nových obchodních modelů, z nichž některé usnadňují transakce mezi spotřebiteli,

VZHLEDEM K možnosti zapojit se kdykoli a kdekoli snadno a rychle do elektronického obchodu, zejména pak obchodu přeshraničního, což může vytvářet pro spotřebitele nové situace a ohrozit jejich zájmy,

VZHLEDEM K nutnosti reagovat na řadu výzev v oblasti ochrany spotřebitelů souvisejících se zveřejňováním informací, zavádějícími či nekalými obchodními praktikami, potvrzeními a platbami, podvody a krádežemi identity a s urovnáváním sporů a odškodnění,

VZHLEDEM K nutnosti zajistit, aby orgány příslušné pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele byly schopny efektivně chránit zájmy spotřebitelů v oblasti elektronického obchodu a vyměňovat informace a spolupracovat v přeshraničních záležitostech,

VZHLEDEM K rostoucím rizikům pro ochranu soukromí a bezpečnostním rizikům, s nimiž se spotřebitelé potýkají v oblasti elektronického obchodu, a k nutnosti tato rizika efektivně odstranit, a posílit tak důvěru spotřebitelů v elektronický obchod, a to v souladu s pokyny pro ochranu soukromí a doporučením o bezpečnostních rizicích,

VZHLEDEM K tomu, že jasné pokyny ohledně základních aspektů účinné ochrany spotřebitele v oblasti elektronického obchodu jsou pro vlády, podniky a spotřebitele přínosné a mohou být doplněny dalšími opatřeními na ochranu spotřebitele v této oblasti,

VZHLEDEM K významu politik v oblasti elektronického obchodu, které jsou vstřícné vůči inovacím, technologicky neutrální a založené na faktech a poznatcích získaných z informační ekonomiky a behaviorální ekonomie,

VZHLEDEM K přínosu inkluzivních a transparentních procesů za účasti více zainteresovaných stran v rámci rozvoje flexibilních a globálně přizpůsobitelných politik pro účely ochrany spotřebitele v oblasti elektronického obchodu,

S DŮRAZEM NA vhodné rozdělení povinností v oblasti ochrany spotřebitele mezi příslušné subjekty působící v elektronickém obchodu, jež má zásadní význam pro podporu podmínek spotřebitelů a zvyšování jejich důvěry,

k návrhu Výboru pro spotřebitelskou politiku:

I. SOUHLASÍ, aby se toto doporučení vztahovalo na elektronický obchod mezi podniky a spotřebiteli, včetně obchodních praktik, jejichž prostřednictvím podniky umožňují a usnadňují provádět transakce mezi spotřebiteli (dále jen „elektronický obchod“), a aby se vztahovalo i na obchodní praktiky související s peněžními i jinými transakcemi se zbožím i službami, které zahrnují i výrobky s digitálním obsahem (dále jen „zboží a služby“),

II. DOPORUČUJE, aby členské i jiné země podporující toto doporučení (dále jen „podporovatelé“) transparentním a integračním způsobem spolupracovaly s podniky, zástupci spotřebitelů a dalšími organizacemi občanské společnosti (dále jen „zainteresované strany“) s cílem naplňovat níže uvedené zásady ve svých rámcích pro politiky ochrany spotřebitele v oblasti elektronického obchodu:

ČÁST PRVNÍ: OBECNÉ ZÁSADY

A. Transparentní a účinná ochrana

1. Spotřebitelům, kteří se podílejí na elektronickém obchodu, by měla být poskytována transparentní a účinná ochrana takové úrovně, jež není nižší než úroveň ochrany poskytovaná u jiných forem obchodu.

2. Vlády a zainteresované strany by měly za účelem zajištění takové úrovně spolupracovat a měly by určit, jaké změny může být nutné provést, aby byly zohledněny zvláštní podmínky v elektronickém obchodu a to i pro děti a zranitelné či znevýhodněné spotřebitele. Současně by měly přihlídnout i k poznatkům získaným z informační ekonomiky a behaviorální ekonomie.

B. Spravedlivé obchodní a reklamní praktiky a postupy pro uvádění na trh

3. Podniky působící v oblasti elektronického obchodu by měly věnovat náležitou pozornost zájmům spotřebitelů a jednat v souladu se spravedlivými obchodními a reklamními praktikami a postupy pro uvádění na trh, jakož i v souladu s obecnou zásadou dobré víry.

4. Podniky by neměly činit žádná prohlášení, neměly by se dopouštět žádných opomenutí a neměly by se zapojovat do žádných praktik, které mohou být klamavé, zavádějící, podvodné či nekalé. To se vztahuje i na obecný dojem, jež mohou na spotřebitele budit svými prohlášeními či praktikami, jakož i nepřímé uvedení ve skutkový omyl na základě takových znaků, jako je název zboží či služeb, slova,

obrázky a audio/videozáznamy, a prohlášení o vyloučení odpovědnosti, která jsou skrytá, obtížně postřehnutelná či srozumitelná.

5. Podniky by neměly zkreslovat ani zatajovat podmínky, které mohou ovlivňovat rozhodnutí spotřebitele týkající se transakce.

6. Podniky by neměly uplatňovat nepřiměřené smluvní podmínky.

7. Pokud smluvní podmínky stanoví pro případ porušení smlouvy ze strany spotřebitele peněžní náhradu, měla by být tato náhrada přiměřená případným škodám.

8. Podniky by neměly uplatňovat klamavé praktiky spojené se shromažďováním a používáním osobních údajů spotřebitelů.

9. Podniky by jiným subjektům jednajícím jejich jménem neměly dovolit, aby se zapojily do klamavých, zavádějících, podvodných či nekalých praktik, a měly by přijmout opatření, jimiž takovému jednání zamezí.

10. Podniky by měly být s to doložit všechna výslovná či implicitní prohlášení, a to po dobu jejich platnosti a po přiměřenou dobu od ukončení jejich platnosti.

11. Podniky by měly jednat v souladu se všemi výslovnými či implicitními prohlášeními, jež činí v souvislosti s dodržováním odvětvových samoregulačních kodexů chování nebo programů, prohlášení o ochraně soukromí a veškerých dalších politik či praktik týkajících se jejich transakcí se spotřebiteli.

12. Podniky by se neměly snažit omezovat možnosti spotřebitele podávat negativní hodnocení, zpochybňovat poplatky, podávat stížnosti k vládním institucím a dalším subjektům zabývajícím se stížnostmi a vést s nimi konzultace.

13. Reklama a uvádění zboží a služeb na trh by měly být jako takové jasně rozpoznatelné.

14. V rámci reklamy a uvádění zboží a služeb na trh je třeba určit podnik, jehož jménem je reklama či uvádění na trh realizováno, v opačném případě by se jednalo o klamavou praktiku.

15. Podniky by měly zajistit, aby jakákoli reklama či uvádění zboží a služeb na trh odpovídaly skutečným vlastnostem zboží a služeb a podmínkám jejich dostupnosti a použití.

16. Podniky by měly zajistit, aby zveřejňované ceny nezkreslovaly ani nezatajovaly celkové náklady na zboží a služby.

17. Poznámky používané v reklamách a při uvádění na trh by měly být pravdivé a doložené a měly by odrážet názory a skutečné zkušenosti svých autorů. Je třeba jasně a viditelně zveřejňovat jakýkoli relevantní vztah mezi podnikem a autorem poznámek na internetu, jenž by mohl mít vliv na váhu či důvěryhodnost, kterou spotřebitelé poznámce přikládají.

18. Podniky by měly věnovat zvláštní pozornost reklamě či uvádění na trh, které jsou zaměřené na děti a zranitelné či znevýhodněné spotřebitele, jakož i další osoby, které nemusí být schopny plně porozumět informacím, které jim jsou předkládány.

19. Podniky by měly zvážit, zda by spotřebitelům neměly nabízet možnost odstoupit za příslušných podmínek od potvrzené transakce, a to i v případě, že nejsou povinny tak činit.

20. Podniky by měly vzít v úvahu globální charakter elektronického obchodu a přihlížet k různým regulačním aspektům trhů, na něž se zaměřují.

21. Podniky by neměly využívat specifických vlastností elektronického obchodu k zatajování své skutečné identity či umístění ani k obcházení povinnosti splňovat normy ochrany spotřebitele nebo donucovacích mechanismů.

22. Podniky by měly koncipovat a zavést účinné a snadno použitelné postupy, které spotřebitelům umožní rozhodnout se, zda si přejí, aby jim byla e-mailem nebo jinými elektronickými prostředky zasílána nevyžádaná obchodní sdělení, či nikoli. Pokud spotřebitel kdykoli uvede, že si nepřeje, aby mu byla taková sdělení zasílána, jeho rozhodnutí by mělo být respektováno.

23. Podniky by neměly nabízet, propagovat ani uvádět na trh zboží či služby, které pro zdraví či bezpečnost spotřebitelů představují nepřiměřené riziko. Pokud se zjistí, že nabízené zboží či služby takové riziko představují, měly by podniky spolupracovat s příslušnými orgány.

24. Při vytváření platform pro elektronický obchod a platebních systémů on-line, by podniky měly vzít v úvahu potřeby osob se zdravotním postižením.

C. Zveřejňování informací na internetu

Obecné zásady

25. Údaje na internetu by měly být jasné, přesné, snadno dostupné a viditelné, aby spotřebitelé měli dostatečné množství informací k přijímání informovaných rozhodnutí týkajících se transakcí. Tyto údaje by měly být zveřejňovány ve srozumitelných a jednoduchých formulacích, v příslušnou dobu a takovým způsobem, aby spotřebitelé mohli údaje kompletně, přesně a trvale zaznamenávat.

26. Existuje-li možnost provést transakci ve více než jednom jazyce, měly by podniky v příslušných jazycích poskytovat všechny informace, které spotřebitelé potřebují k přijímání informovaných rozhodnutí týkajících se transakce. Všechny informace o nákladech by měly uvádět použitelnou měnu, pokud tak již nevyplývá z kontextu.

27. Podniky by měly zohledňovat technologická omezení či zvláštní vlastnosti zařízení nebo platformy a současně poskytovat veškeré nezbytné informace.

Informace o podniku

28. Podniky zapojené do elektronického obchodu se spotřebiteli by měly o sobě poskytovat dostatečné množství snadno dostupných informací, které umožní alespoň: i) identifikaci podniku, ii) rychlou, snadnou a efektivní komunikaci spotřebitele s podnikem, iii) odpovídající a efektivní řešení veškerých případných sporů, iv) službu právního postupu ve vnitrostátních i přeshraničních sporech, v) zjistit místo podniku.

29. Tyto informace by měly zahrnovat oficiální název podniku a obchodní název, hlavní zeměpisnou adresu, e-mailovou adresu, telefonní číslo nebo jiný elektronický způsob komunikace, příslušné

registrační údaje o doménovém jménu pro webové stránky, které podporují obchodní transakce se spotřebiteli nebo jsou do nich zapojeny, a veškeré relevantní správní registrační údaje nebo údaje o oprávnění.

30. Pokud podnik zveřejní informaci o svém členství v jakémkoli relevantním samoregulačním programu, obchodním sdružení, organizaci pro urovnávání sporů nebo jiném subjektu, měl by poskytnout dostatek informací, aby se spotřebitelé mohli na takový subjekt snadno obrátit. Podniky by měly spotřebitelům nabídnout jednoduché metody, jak si toto členství ověřit, získat přístup k příslušným kodexům chování a praktikám organizace a jak využívat veškerých mechanismů řešení sporů, které organizace poskytuje.

Informace o zboží a službách

31. Podniky zapojené do elektronického obchodu se spotřebiteli by měly poskytovat dostatečné množství informací o nabízeném zboží a službách, aby spotřebitelé mohli přijímat informovaná rozhodnutí týkající se transakcí.

32. V závislosti na relevantních faktorech, mimo jiné druhu zboží či služby, by tyto informace měly zahrnovat např. údaje o:

- i) zásadních aspektech fungování a interoperability;
- ii) hlavních technických a smluvních požadavcích, omezeních a podmínkách, které by mohly ovlivnit možnosti spotřebitele obdržet zboží či službu, získat k nim přístup nebo je používat;
- iii) bezpečnostních informacích a informacích o zdravotní péči a
- iv) jakýchkoli věkových omezeních.

Informace o transakci

33. Podniky zapojené do elektronického obchodu by měly poskytovat informace o příslušných podmínkách a nákladech spojených s transakcí, aby spotřebitelé mohli přijímat informovaná rozhodnutí týkající se transakcí. Spotřebitelé by měli k těmto informacím získat snadný přístup v jakékoli fázi transakce.

34. Podniky by měly spotřebitelům poskytnout jasné a úplné prohlášení o příslušných podmínkách transakce.

35. S ohledem na transakci by v příslušných případech měly tyto informace případně zahrnovat:

- i) původní cenu, včetně všech pevně stanovených povinných poplatků, které podnik vybírá či ukládá;
- ii) informace o případných proměnlivých povinných či nepovinných poplatcích, které podnik vybírá či ukládá, a to v okamžiku, kdy se o nich podnik dozví, a dříve, než spotřebitel potvrdí transakci;
- iii) oznámení o případných dalších nákladech, které spotřebiteli obvykle vznikají a jež vybírají či ukládají třetí strany;
- iv) podmínky a způsoby platby, včetně doby trvání smlouvy, pravidelných plateb, jako jsou automatické opakované nákupy a obnovení předplatného, a možností odmítnout takové automatické mechanismy;

v) podmínky dodání zboží nebo poskytnutí služby;

vi) podrobné informace o odstoupení od transakce, jejím ukončení či zrušení, poprodejním servisu, navrácení, výměně, navrácení finančních prostředků, garancích a zárukách a související podmínky;

vii) politiku ochrany soukromí a

viii) informace o dostupných možnostech urovnání sporů a náhrady škod.

D. Potvrzení transakce

36. Podniky by měly zajistit, aby byl okamžik, kdy je spotřebitel vyzván k potvrzení transakce a po němž nastává povinnost uskutečnit platbu nebo je spotřebitel jinak smluvně zavázán, jasně a jednoznačně stanoven, a stejně tak i kroky, které je třeba učinit k dokončení transakce, a to zejména v případě nových platebních mechanismů.

37. Podniky by měly spotřebitelům nabízet možnost zkontrolovat souhrnné informace o zboží či službě a informace o dodání a ceně dříve, než jsou spotřebitelé vyzváni k potvrzení transakce. Spotřebitelé by měli mít možnost odhalit a opravit chyby nebo v případě potřeby pozměnit nebo ukončit transakci.

38. Pokud spotřebitel neposkytl výslovný, informovaný souhlas, neměly by podniky transakci zpracovat.

39. Podniky by měly umožnit, aby spotřebitelé mohli transakci kompletně, přesně a trvale zaznamenávat, a to ve formátu, který je kompatibilní se zařízením nebo platformou, jež spotřebitelé používají k provedení transakce.

E. Platby

40. Podniky by měly spotřebitelům nabízet možnost využít snadno použitelných platebních mechanismů a měly by zavést bezpečnostní opatření přiměřená rizikům spojeným s platbami, včetně rizik vyplývajících z neoprávněného přístupu k osobním údajům nebo jejich použití, z podvodů a krádeží totožnosti.

41. Vlády a zainteresované strany by měly společně usilovat o stanovení minimálních úrovní ochrany spotřebitele v souvislosti s platbami v rámci elektronického obchodu, a to bez ohledu na použitý platební mechanismus. Taková ochrana by měla zahrnovat i regulační omezení nebo omezení iniciovaná odvětvím vztahující se na odpovědnost spotřebitele za neoprávněné či podvodné poplatky a v případě potřeby i mechanismy pro navrácení finančních prostředků. Rovněž je třeba podporovat i rozvoj dalších způsobů platby, které mohou zvýšit důvěru spotřebitele v elektronický obchod, jako je služba úschovy u třetí strany.

42. Vlády a zainteresované strany by měly věnovat pozornost i dalším oblastem, v nichž by bylo vhodné více sladit předpisy jednotlivých jurisdikcí týkající se ochrany plateb, a měly by upřesnit, jak nejlépe řešit případy zahrnující přeshraniční transakce, jestliže jsou úrovně ochrany plateb odlišné.

F. Řešení sporů a náhrada škody

43. Spotřebitelé by měli mít smysluplný přístup ke spravedlivým, snadno použitelným, transparentním a účinným mechanismům pro včasné řešení vnitrostátních i přeshraničních sporů v oblasti

elektronického obchodu a měli by případně získat náhradu škody, aniž by to pro ně znamenalo zbytečné náklady či zátěž. Mělo by se jednat o mechanismy mimosoudního řešení sporů, např. interní vyřizování stížností a alternativní řešení sporů (dále jen „ADR“). S ohledem na použitelné právo by využití těchto mimosoudních mechanismů nemělo spotřebitelům bránit v tom, aby se obrátili i k jiným možnostem řešení sporů a získání náhrady škody.

Interní vyřizování stížností

44. Je třeba usilovat o to, aby podniky vypracovaly mechanismy pro interní vyřizování stížností, které spotřebitelům umožní neformálně, bezplatně a co nejdříve řešit své stížnosti přímo s podniky.

Alternativní řešení sporů

45. Spotřebitelé by měli mít přístup k mechanismům alternativního řešení sporů, včetně systémů pro řešení sporů on-line, které usnadní uspokojovat nároky vyplývající z transakcí v rámci elektronického obchodu, přičemž je třeba věnovat zvláštní pozornost transakcím nízké hodnoty a přeshraničním transakcím. Tyto mechanismy lze sice různými způsoby finančně podporovat, ale měly by být koncipovány tak, aby řešení sporů bylo prováděno na objektivním, nestranném a jednotném základě a individuální výsledky nebyly ovlivňovány subjekty, které poskytly finanční či jinou podporu.

Náhrada škod

46. Podniky by měly spotřebitelům poskytovat náhrady škod vyplývajících ze zboží či služeb, které jsou například vadné, poškozují jejich zařízení, nesplňují propagovaná kritéria kvality nebo pokud se vyskytly problémy s dodáním zboží či služeb. Vlády a zainteresované strany by měly zvážit, jakým způsobem poskytnout spotřebitelům náhradu škod za určitých okolností zahrnujících jiné než peněžní transakce.

47. Vlády a zainteresované strany by se měly snažit zajistit, aby orgány příslušné pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele a další příslušné subjekty, např. organizace spotřebitelů, a samoregulační organizace zpracovávající stížnosti spotřebitelů mohly činit kroky a zajistit pro spotřebitele náhradu škody nebo usnadnit její získání, včetně peněžní náhrady.

G. Soukromí a bezpečnost

48. Podniky by měly chránit soukromí spotřebitelů tak, že zajistí, aby jejich postupy shromažďování údajů o spotřebitelích a jejich používání byly zákonné, transparentní a spravedlivé, umožňovaly spotřebitelům účast a volbu a poskytovaly přiměřené záruky bezpečnosti.

49. Podniky by měly řídit digitální bezpečnostní rizika a zavést bezpečnostní opatření ke snížení či zmírnění nepříznivých dopadů na účast spotřebitelů v elektronickém obchodu.

H. Vzdělávání, informování a digitální dovednost

50. Vlády a zainteresované strany by měly spolupracovat na vzdělávání spotřebitelů, státních úředníků a podniků o elektronickém obchodu, a podporovat tak přijímání informovaných rozhodnutí. Měly by usilovat o zvyšování povědomí podniků a spotřebitelů o rámci pro ochranu spotřebitele, který se vztahuje na jejich aktivity on-line, včetně příslušných práv a povinností na vnitrostátní či přeshraniční úrovni.

51. Vlády a zainteresované strany by měly společně usilovat o zlepšení digitální dovednosti spotřebitelů prostřednictvím vzdělávacích a osvětových programů, které jim mají poskytnout relevantní znalosti a schopnosti, jež jim za účelem účasti v elektronickém obchodu umožní přístup k digitálním technologiím a jejich používání. Tyto programy by měly být koncipovány tak, aby byly splněny potřeby různých skupin, přičemž je třeba přihlídnout k takovým faktorům, jako je věk, příjem a gramotnost.

52. Vlády a zainteresované strany by měly využívat veškerých efektivních prostředků ke vzdělávání spotřebitelů a podniků, včetně inovativních technik dostupných na základě globálních sítí.

ČÁST DRUHÁ: ZÁSADY PROVÁDĚNÍ

53. V zájmu naplnění účelu tohoto doporučení by vlády ve spolupráci se zainteresovanými stranami měly:

i) usilovat o zkvalitnění faktického základu pro tvorbu politiky v oblasti elektronického obchodu prostřednictvím:

- shromažďování a analýzy stížností spotřebitelů, průzkumů a dalších údajů o vývoji a

- empirického výzkumu založeného na poznatcích z informační ekonomiky a behaviorální ekonomie;

ii) přezkoumat a v případě potřeby přijmout a upravit právní předpisy na ochranu spotřebitele v oblasti elektronického obchodu, přičemž je třeba zohledňovat zásadu technologické neutrality;

iii) zřídit a zachovat orgány příslušné pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele, které mají oprávnění a pravomoci vést vyšetřování a přijímat opatření na ochranu spotřebitelů před podvodnými, zavádějícími nebo nekalými obchodními praktikami a zdroje a technické odborné znalosti pro efektivní výkon svých pravomocí;

iv) usilovat o to, aby jejich orgány příslušné pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele mohly přijímat opatření proti vnitrostátním podnikům, které jsou zapojeny do podvodných a klamných obchodních praktik vůči zahraničním spotřebitelům, a opatření proti zahraničním podnikům, které se účastní podvodných a klamných obchodních praktik vůči vnitrostátním spotřebitelům;

v) podporovat soustavné rozvíjení efektivních společných regulačních a samoregulačních mechanismů, které pomohou zvýšit důvěru v elektronický obchod, a to i podporou efektivních mechanismů řešení sporů;

vi) podporovat soustavný vývoj technologií jakožto nástroj k ochraně spotřebitelů a posílení jejich postavení;

vii) zajistit, aby spotřebitelé měli možnost získat přístup k informacím o vzdělávání spotřebitelů a poradenství a podávat stížnosti týkající se elektronického obchodu.

ČÁST TŘETÍ: ZÁSADY GLOBÁLNÍ SPOLUPRÁCE

54. V zájmu zajištění účinné ochrany spotřebitele v oblasti globálního elektronického obchodu by vlády měly:

i) usnadňovat komunikaci, spolupráci a případně přípravu a prosazování společných iniciativ na mezinárodní úrovni mezi vládami a zainteresovanými stranami;

ii) zlepšit možnosti orgánů příslušných pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele a případně dalších příslušných subjektů v oblasti spolupráce a koordinace jejich vyšetřování a činností vymáhání prostřednictvím oznamování, sdílení informací, poskytování pomoci při vyšetřování a společných akcí. Vlády by měly především:

- vyzvat podniky, aby o sobě zveřejňovaly dostatečné množství snadno dostupných informací, které umožní alespoň zjistit místo podniku a jeho zásady pro vymáhání práva, regulační dohled a zajištění souladu, a to i v přeshraničních případech;

- usilovat o to, aby orgány příslušné pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele měly lepší možnost sdílet informace, na něž se vztahují náležitá opatření pro ochranu důvěrných obchodních informací nebo osobních údajů, a

- zjednodušit pomoc a spolupráci, zamezit zdvojování úsilí a maximálně usilovat o vyřešení případných sporů v otázce spolupráce, přičemž je třeba uznat, že spolupráce v konkrétních případech nebo při vyšetřování spadá do pravomoci orgánu příslušného pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu spotřebitele, který je o spolupráci požádán;

iii) využívat stávající mezinárodní sítě a uzavírat dvoustranné nebo mnohostranné dohody nebo případně jiná ujednání, které umožní navázat takovou spolupráci;

iv) pokračovat v budování konsenzu na vnitrostátní i mezinárodní úrovni, pokud jde o základní způsoby ochrany spotřebitele, a naplňovat tak cíle podpory dobrých podmínek pro spotřebitele a posílení jejich důvěry, zajištění předvídatelnosti pro podniky a ochrany spotřebitele;

v) spolupracovat a usilovat o uzavření dohod nebo jiných ujednání o vzájemném uznávání a výkonu rozsudků ve sporech mezi spotřebiteli a podniky a rozhodnutí, jež jsou výsledkem kroků v oblasti vymáhání práva přijímaných v boji proti podvodnému, zavádějícímu nebo nekalému obchodnímu jednání;

vi) zvážit význam použitelného práva a jurisdikce při zvyšování důvěry spotřebitelů v elektronický obchod,

III. VYBÍZÍ zainteresované strany, aby toto doporučení šířily a v rámci svého přístupu k elektronickému obchodu postupovaly v souladu s ním,

IV. VYBÍZÍ podporovatele a generálního tajemníka, aby toto doporučení šířili,

V. VYBÍZÍ ostatní subjekty, aby toto doporučení zohledňovaly a dodržovaly jej,

VI. POVĚŘUJE Výbor pro spotřebitelskou politiku, aby:

i) působil jako fórum pro sdílení informací o pokroku a zkušenostech s prováděním tohoto doporučení a

ii) sledoval provádění tohoto doporučení a do pěti let od jeho přijetí předložil Radě zprávu a poté, jak bude potřeba.