

Univerzita Palackého v Olomouci
Právnická fakulta

Mgr. Natálie Ivanovská, LL.M.

Zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát
spotřebitele a geoblocking

Rigorózní práce

Olomouc 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem rigorózní práci na téma **Zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele a geoblocking** vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.

Ve Zlíně dne 2. února 2022

Mgr. Natálie Ivanovská, LL.M.

Poděkování

Tímto bych chtěla upřímně poděkovat kolegům a přátelům z právnického prostředí za jejich cennou pomoc, inspiraci a ochotu. Za odborné rady vděčím vedoucí rigorózní práce paní JUDr. Miluši Hrnčířikové, Ph.D. Velké díky za trvalou podporu i trpělivost v průběhu celé doby studia a koncipientské praxe patří mé rodině, nejbližším přátelům i všem ostatním, kteří mě podporovali.

Obsah

Seznam pojmů a zkratk	11
Úvod	13
1.1 Cíl.....	21
2 Základní pojmy	23
2.1 Spotřebitel	23
2.2 Podnikatel	27
2.3 Internet	29
2.4 Geoblocking.....	30
2.4.1 Způsoby geoblockingu	33
2.4.2 První a druhý stupeň geoblockingu	36
3 Pojem zaměřování činnosti v kolizní úpravě	41
3.1 Obecný úvod k Nařízení Řím I	41
3.1.1 Systematika Nařízení Řím I	41
3.1.2 Aktivní a pasivní spotřebitel.....	42
3.1.3 Volba práva	43
3.1.4 Pojem zaměřování činnosti	46
4 Pojem zaměřování činnosti v procesní úpravě	48
4.1 Obecný úvod k Nařízení Brusel I bis.....	48
4.1.1 Vztah Bruselské úmluvy, Nařízení Brusel I a Brusel I bis.....	48
4.1.2 Systematika Nařízení Brusel I bis	49
4.1.3 Aktivní a pasivní spotřebitel.....	51
4.1.4 Prorogace v Nařízení Brusel I bis.....	51
4.1.5 Pojem zaměřování činnosti	53
5 Pojem zaměřování činnosti v hmotněprávní úpravě	54
5.1 Obecný úvod k Nařízení o geoblockingu.....	54
5.1.1 Vztah Nařízení Brusel I bis, Řím I a Nařízení o geoblockingu.....	56
5.1.2 Systematika Nařízení o geoblockingu.....	57

5.1.3	Pojem zaměřování činnosti v Nařízení o geoblockingu	58
6	Vývoj judikatury Soudního dvora Evropské unie	64
6.1	Gabriel v. Schlank & Schick	64
6.2	Pammer a Alpenhof.....	65
6.3	Mühlleitner v. Yusufi	70
6.4	Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic	71
6.5	Hobohm v. Kampik	73
6.6	Jana Petruchová v. FIBO.....	75
7	Případové studie	77
7.1	Případ č. 1.....	77
7.2	Případ č. 2.....	79
7.3	Případ č. 3.....	79
7.4	Případ č. 4.....	80
7.5	Případ č. 5.....	81
7.6	Případ č. 6.....	85
7.7	Případ č. 7.....	85
8	Test zaměřování	91
8.1	Subjektivní část testu.....	91
8.2	Objektivní část testu	93
9	Test geoblockingu	99
9.1	Test prvního stupně geoblockingu	99
9.2	Test druhého stupně geoblockingu.....	103
10	Řešení geoblockingu	107
11	Závěr	111
	Použité zdroje	117
	Monografie	117
	Odborné články.....	119
	Judikatura.....	120
	Internetové zdroje.....	121
	Právní předpisy	122
	Zákony... ..	122
	Právní předpisy EU.....	123

Mezinárodní smlouvy	124
Ostatní.....	124
Abstrakt	125
Abstract	125
Seznam klíčových slov	126
List of the key words	126

Seznam pojmů a zkratk

Bruselská úmluva	Úmluva ze dne 27. 9. 1968 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech
Brusel I	Nařízení Rady (ES) č. 44/2001 ze dne 22. prosince 2000 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech
Brusel I bis	Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech
Nařízení o geoblockingu	Nařízení (EU) 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES
EU	Evropská unie
Řím I	Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy
SD EU (někdy také pouze „Soud“)	Soudní dvůr Evropské unie
Ústava	Ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů
SFEU	Smlouva o fungování Evropské unie

Úvod

S ohledem na celosvětovou globalizaci je již na denním pořádku, že spolu subjekty práva obchodují také přeshraničně. Jedná se nejen o velké korporace, které využívají otevřený trh, ale také o obyčejné lidi, kteří s výhledem nižší ceny nebo vyšší kvality jsou ochotni nakupovat u zahraničních společností. Systém práva Evropské unie pamatuje na ochranu slabší smluvní strany – spotřebitele. Ochrana je spotřebiteli poskytována sekundárním právem Evropské unie, jehož aplikace je garantována primárním právem. Relativní neomezenost přeshraničních obchodů vede k potřebě zajištění ochrany slabších subjektů v mezinárodních závazkových vztazích.

Ochranou spotřebitele v mezinárodních vztazích a zejména pak zaměřováním podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele jsem se zabývala již v rámci Studentské a vědecké odborné činnosti a také v rámci své diplomové práce. Téma je stále aktuální a variabilní. S ohledem na nové nařízení (EU) 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES (dále jen „Nařízení o geoblockingu“), považuji za přínosné zaměřování podnikatelské činnosti blíže rozebrat také ve vztahu k tomuto Nařízení o geoblockingu.

Vnitřní trh Evropské unie tvoří území všech členských států, na kterém by měly být zajištěny čtyři základní svobody, tj. volný pohyb osob, zboží, služeb a kapitálu. K zajištění volného pohybu není dostačující pouze faktické odstranění státních hranic, neboť subjekty jsou schopny v rozporu se svobodami vnitřního trhu narušovat volný pohyb prostřednictvím blokad či jiných omezení. K tomu dochází např. v on-line prostředí, kdy obchodníci omezují přístup k internetovým stránkám či aplikacím pro zákazníky z jiných členských států. V rozporu je samozřejmě také odlišný přístup k zákazníkům z jiných členských států v off-line režimu, tzn., když zákazník z jiného členského státu přijede za obchodníkem osobně na pobočku.

Ochrana zákazníků (především pak spotřebitelů) však není absolutní, a tak i samotné Nařízení o geoblockingu připouští, že mohou existovat objektivní důvody pro rozdílné zacházení se zákazníky s ohledem na přeshraniční transakci.¹

V této rigorózní práci se budu přeshraničnímu obchodování věnovat zejména v rovině B2C (business-to-consumer), tedy mezi podnikatelem a spotřebitelem, ale s ohledem na působnost Nařízení o geoblockingu se nevyhnu ani obchodním vztahům B2B (business-to-business), avšak pouze v případech, kdy jeden z podnikatelů vystupuje jakožto slabší strana.

V roce 2020 je to už 35 let, co Valné shromáždění OSN přijalo rezoluci 39/248 ze dne 16. dubna 1985, která stanovuje zásady OSN k ochraně spotřebitelů. I po 35 letech zůstávají Zásady OSN jedním z nejdůležitějších dokumentů v oblasti ochrany spotřebitele.²

Považuji za vhodné ochranu spotřebitele rozebrat zejména s akcentem na obchodování v internetovém prostředí, které se stalo moderním způsobem nákupu. Při posuzování potřebnosti Nařízení o geoblockingu vyšlo najevo, že v roce 2017 nakupovalo online 68 % uživatelů internetu v Evropské unii.³ Z šetření Komise EU pak bylo zjištěno, že pouze 37 % internetových stránek umožňuje zákazníkům z jiného členského státu dospět k poslednímu kroku těsně před stisknutím tlačítka pro potvrzení objednávky.⁴ S trendem nakupování online roste také potřeba právní úpravy beroucí ohled na internetové prostředí. Zejména spotřebitel, u kterého se předpokládá, že jako slabší smluvní strana nemá

¹ Bod 1 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

² Odbor technické harmonizace a spotřebitelské legislativy. *Zásady OSN k ochraně spotřebitelů* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 5. června 2019 [cit. 23. 1. 2022] Dostupné na <<https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/mezinarodni-aktivity-v-oblasti-ochrany-spotrebitele/zasady-osn-k-ochrane-spotrebitele---246636/>>

³ Evropská komise. *Index digitální ekonomiky a společnosti (DESI) 2018 – zpráva o České republice* [online]. ec.europa.eu, 2019 [cit. 23. 3. 2021] Dostupné na <https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/cz-desi_2018-country-profile-lang_4AA42301-9FDC-2506-E6D2F9773021C86D_52333.pdf>

⁴ European Commission. *Geo-blocking of Consumers Online: Findings of a mystery shopping carried out by the European Commission* [online]. Ec.europa.eu, 25. května 2017 [cit. 23. 3. 2021] Dostupné na <https://ec.europa.eu/info/publications/geo-blocking-consumers-online-findings-mystery-shopping-carried-out-european-commission_en>

dostatek informací a znalostí,⁵ vyžaduje legislativní pomoc zákonodárců a zajištění ochrany také v kyberprostoru. Podnikatel jako smluvní strana uzavírá pravidelně smlouvy určitého druhu z důvodu profesionálního výkonu činnosti, zatímco druhá strana – spotřebitel – je na něj odkázána jako amatérský a příležitostný odběratel.⁶ Slabší stranou bývá zpravidla ten, kdo vystupuje jako fyzická osoba, která je vůči druhé straně v jisté nevýhodě, která se projevuje v pozici ve smluvním vztahu, v nedostatku profesionality, v omezené informovanosti a v jednání pod určitým hospodářským tlakem.^{7 8} Slabší stranu je však vhodné vždy posuzovat podle okolností konkrétního případu. „*Každý účastník právního vztahu má určitou vyjednávací sílu, její kvantita však nezávisí od statusu subjektu, ale od více různých faktorů konkrétního případu, například osobní bohatství, politické kontakty, vzdělání, společenské postavení, přístup k informacím, vědomosti a zkušenosti a vůle využít tuto sílu ve vyjednávacím procesu.*“⁹ Dle právě uvedené citace by neměl být každý spotřebitel automaticky posuzován jako slabší strana.

Internetové prostředí je specifické a stejně tak je specifická i právní povaha vztahů v něm vznikajících. Oproti tradičním způsobům uzavírání smluv nemusí být strany fyzicky přítomny a celý proces může proběhnout pomocí komunikačních prostředků na dálku bez materiálního zachycení.¹⁰ Důsledkem toho může místo, kde byl obchod uzavřen, ležet *stricto sensu* v kyberprostoru. Internet tak činí problematickým užití tradičních režimů mezinárodního práva soukromého, které spoléhají na geografické faktory – typicky místo, kde byla smlouva uzavřena.¹¹ Právní regulace se často nestíhá vyrovnávat

⁵ GILLIES, Lorna, E. *Electronic Commerce and International Private Law. A Study of Electronic Consumer Contracts*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited, 2008, s. 24.

⁶ LAZÍKOVÁ, Jarmila. *Riešenie spotrebiteľských sporov v práve EÚ*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2018, s. 49.

⁷ ZOULÍK, František. *Cesty práva. Výbor statí*. Praha: Wolters Kluwer, 2013, s. 87.

⁸ GOTTSCHALK, Echart. *Conflict of laws in a globalized world*. 1. vydání. Cambridge: Cambridge University Press, 2007, s. 180.

⁹ LAZÍKOVÁ: *Riešenie spotrebiteľských sporov...*, 2018, op. cit., s. 50.

¹⁰ RIEFA, Christine. *Consumer protection and online auction platforms: towards a safer legal framework*. Farnham: Ashgate, 2015, s. 31.

¹¹ WANG, Faye Fangfei. *Internet jurisdiction and choice of law: legal practices in the EU, US and China*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010, s. 1.

s rychlým vývojem internetu a technologií, v důsledku čehož je někdy právní úprava nedostatečně určitá (konkrétní příklad tohoto problému rozvedu dále v práci). Jak uvedl R. Jacob: „*Internet will throw laws, or many of them, into chaos.*“¹²

Nakupování na tuzemských internetových webech je pro většinu obyvatel zcela samozřejmé a známé, avšak s větší smělostí spotřebitelů roste také počet nákupů na zahraničních e-shopech.^{13 14} Kupující jsou často s výhledem nižší ceny zboží ochotni oželeť vyšší bezpečnostní standardy, které jim poskytuje české právní prostředí, a tak roste počet spotřebitelských obchodních vztahů s mezinárodním prvkem. Je pak nasnadě řešit ochranu spotřebitele ve vztazích s mezinárodním prvkem. Důležitost nakupování po internetu byla bezesporu prokázána také v rámci tzv. pandemie koronaviru, kdy často s ohledem na vládní nařízení, nezbylo spotřebitelům v podstatě nic jiného, než nakupovat dokonce i zboží denní potřeby po internetu.¹⁵

S ohledem na zaměření této rigorózní práce bych okruh zúžila pouze na situaci, která se může dotknout českých subjektů před českými soudy, tedy z pohledu evropského mezinárodního práva soukromého, konkrétně na kolizní normu - Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (dále jen jako „Nařízení Řím I“), procesní normy - Nařízení Rady (ES) č. 44/2001 ze dne 22. prosince 2000 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (dále jen jako „Nařízení Brusel I“) a Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech

¹² „*Internet uvrhne zákony nebo mnohé z nich do chaosu*“

GRINGRAS, Clive, Paul LAMBERT, Philip JOHNSON, et al. *Gringras: The laws of the Internet*. Fourth edition. Haywards Heath: Bloomsbury Professional, 2015, s. v.

¹³ KULESZA, Joanna. *International internet law*. London: Routledge, Routledge research in IT and e-commerce law, 2012, s. ix.

¹⁴ ROZEHNALOVÁ, Naděžda, Klára DRLIČKOVÁ, Tereza KYSELOVSKÁ a Jiří VALDHANS. *Mezinárodní právo soukromé Evropské unie*. Praha: Wolters Kluwer, 2018, s. 225.

¹⁵ Viz tzv. zákaz maloobchodního prodeje na základě usnesení vlády č. 957 ze dne 30. září 2020, kterým vláda v souladu s čl. 5 a 6 ústavního zákona č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky, vyhlásila pro území České republiky z důvodu ohrožení zdraví v souvislosti s prokázáním výskytu koronaviru /označovaný jako SARS CoV-2/ na území České republiky nouzový stav a ve smyslu § 5 písm. a) až e) a § 6 zákona č. 240/2000 Sb., krizového zákona, a kvůli kterému musela být uzavřena většina obchodů.

(dále jen jako „Nařízení Brusel I bis“) a konečně také hmotněprávní normu - Nařízení o geoblockingu.¹⁶

Pro právo je problematické flexibilně reagovat na nové funkce internetu a jeho rychlou globalizaci. Přestože je spotřebitel prezentován jako slabší strana, je zapotřebí zohlednit také zájmy obchodníků, kteří se rozhodli obchodovat přes internetové prostředí. Ačkoli je internet všudypřítomný,¹⁷ nelze automaticky v pořízení e-shopu spatřovat obchodníkovu vůli obchodovat po celém světě.¹⁸ Skutečnost, že český obchodník začne nabízet zboží na svých českých webových stránkách, ještě neznamená, že je ochoten je zasílat například do Portugalska, přestože jeho webové stránky budou dostupné také z této země. Už vůbec nelze předpokládat ochotu podnikatele poskytnout tamním spotřebitelům stejnou ochranu a ochotu respektovat stejné standardy, které má právo v místě, odkud podnikatel činnost realizuje. V případě sporu pak prodávající zpravidla nechce být žalován před soudy v cizině, oproti tomu zahraniční spotřebitel se očekávaně bude domáhat svých práv u soudu v místě svého bydliště.¹⁹

Nelze než souhlasit s názorem J. Matejky: „*Je více než jasné, že naše „zasíťovaná“ společnost potřebuje velmi dobré internetové právo a schopné průvodce tímto právem více než kdy dříve.*“²⁰

V této rigorózní práci se budu věnovat kolizní i procesní problematice, tedy dle jakých kritérií se určí rozhodné právo a soudiště podle Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis ve spotřebitelských vztazích. Stěžejním pro práci je neurčitý pojem „zaměřování činnosti podnikatele“,²¹ který může činit problémy zejména v internetovém prostředí.

¹⁶ DONÁT, Josef a Jan TOMÍŠEK. *Právo v síti: průvodce právem na internetu*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2016, s. 198.

¹⁷ KRÁL, Mojmir. *První kroky s internetem 4., aktualizované vydání*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2014, s. 11.

¹⁸ WANG: *Internet jurisdiction and choice of law...*, 2010, op. cit., s. 61.

¹⁹ WANG, *Internet jurisdiction and choice of law...*, 2010, op. cit., s. 19.

²⁰ MATEJKA, Ján. *Internet jako objekt práva: hledání rovnováhy autonomie a soukromí*. 1. vydání. Praha: CZ.NIC, 2013, str. 28.

²¹ TANG, Zheng Sophia. *Electronic consumer contracts in the conflict of laws*. 2. vydání. Oxford: Hart publishing, 2015, s. 256.

V této souvislosti vzniká otázka, jak konkrétně se projevuje vůle obchodníka zaměřit se na danou zemi? S ohledem na nové komunikační prostředky a rychlý vývoj elektronického obchodu považuji za účelné v této rigorózní práci věnovat pozornost smluvním vztahům vznikajícím v internetovém prostředí. Vzhledem k celosvětovému rozměru internetu je nutné vše řešit v rámci předmětu mezinárodního práva soukromého.

Hmotněprávní rovině se v této rigorózní práci budu věnovat zejména ve vztahu ke geoblockingu, neboť považuji za nutné vysvětlit tento institut a rozebrat i související okolnosti s ohledem na poměrně krátké období, po které je novodobý pojem „geoblocking“ užíván.

Po vydefinování základních pojmů se zaměřím na kolizní úpravu, ve které je klíčovým právním předpisem pro smluvní závazkové vztahy Nařízení Řím I. Ve zkratce představím obecné užití tohoto nařízení, jeho systematiku a následně i užití v případě volby práva. Dále se pokusím vysvětlit rozdíly mezi aktivním a pasivním spotřebitelem, neboť tyto pojmy úzce souvisí právě se zaměřováním profesionální činnosti. V poslední podkapitole kolizní úpravy rozeberu institut „zaměřování činnosti“ tak, jak je upraven v Nařízení Řím I.

Mimo kolizní úpravu mezinárodního práva je třeba brát v potaz také úpravu procesní, která slouží jako prostředek k naplnění účelu práva.²² Pro pravidla určení mezinárodní pravomoci je momentálně účinné Nařízení Brusel I bis. S ohledem na skutečnost, že toto nařízení nabylo účinnosti teprve v roce 2015, považuji za vhodné věnovat pozornost také předešlému Nařízení Brusel I, a to i z důvodu, že judikatura v této rigorózní práci zmíněná, vznikala ve většině případů ještě za účinnosti staršího z těchto dvou nařízení. Právní úprava předmětného ustanovení o zaměřování činnosti je v Nařízení Brusel I i v Nařízení Brusel I bis shodná.²³ V první podkapitole týkající se kolizní úpravy rozeberu vztah mezi Bruselskou úmluvou, Nařízením Brusel I a Nařízením Brusel I bis, poté představím obecnou systematiku Nařízení Brusel I bis a možnost prorogace. Také v procesní

²² GRINC, Jaroslav. *Právo pro politology*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010, str. 29.

²³ Viz čl. 15 Nařízení Brusel I a čl. 17 Nařízení Brusel I bis.

úpravě rozeberu pohled na aktivního a pasivního spotřebitele a rozvedu, jak je „zaměřování činnosti“ upraveno v Nařízení Brusel I bis.

Kromě kolizní a procesní úpravy rozeberu v této rigorózní práci také hmotně-právní úpravu, a to zejména právní úpravu obsaženou v Nařízení o geoblockingu a její souvislosti s klíčovým pojmem pro tuto rigorózní práci „zaměřování podnikatelské činnosti“.

Nejobsáhlejší kapitolu práce věnuji judikatuře, která ovlivnila příslušná ustanovení. Úloha rozhodnutí SD EU je velmi podstatná, neboť převádí použití teoretických poznatků do praxe a teprve až při aplikaci norem dochází k jejich reflexi. Je vždy nezbytné uchopit text nařízení nejen ve světle akademických výkladů a stanovisek, ale zejména ve světle rozhodnutí SD EU.²⁴

V následující kapitole rozeberu několik praktických případů, na kterých se pokusím konkrétně ukázat, co je možné vnímat jako zaměřování podnikatele na členský stát spotřebitele a co nikoli. Současně také rozvedu praktické příklady a ukázky geoblockingu.

V další kapitole chci na základě poznatků získaných studiem právní úpravy, literatury a zejména soudních rozhodnutí stanovit test zaměřování. Tento test by mohl sloužit především potenciálním zákazníkům jako jakýsi návod, jak určit, zda se webové stránky podnikatele zaměřují na stát spotřebitele či nikoli, a zda tedy spotřebitel může očekávat jakousi ochranu, kterou mu unijní právo poskytuje.

²⁴ KYSELOVSKÁ, Tereza; ROZEHNALOVÁ, Naděžda a kol. *Rozhodování Soudního dvora EU ve věcech příslušnosti: analýza rozhodnutí dle nařízení Brusel Ibis*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014, s. 15.

V předposlední kapitole chci obdobně vytvořit také test geoblockingu, aby bylo možné na základě objektivních kritérií zhodnotit, zda se podnikatel dopouští geoblockingu, případně jakého stupně (viz blíže ke stupňům geoblockingu v kapitole 2.4.2 této rigorózní práce).

V poslední kapitole chci na základě získaných poznatků při studiu dané problematiky, navrhnout možná řešení geoblockingu alespoň v těch (pro podnikatele) nejproblematictějších oblastech.

1.1 Cíl

Hlavním cílem rigorózní práce je získat poznatek o tom, jaké skutečnosti či jednání jsou ta, která mohou zakládat znaky onoho určení, zda se podnikatel zaměřuje ve svých obchodních aktivitách na stát, kde má spotřebitel domicil a jaké skutečnosti či jednání mají být zkoumány pro konstatování, zda se podnikatel dopouští geoblockingu či nikoliv. V práci se pokusím vytyčit, které znaky jsou dle právní úpravy a dosavadní judikatury dostatečně určité a které nikoli pro určení zaměřování podnikatelské činnosti a geoblockingu. Problematiku chci rozvést zejména s ohledem na případy, kdy podnikatel působí primárně prostřednictvím elektronické komunikace, zejména potom při využití internetových stránek.

Mezi cíle rigorózní práce patří vytvoření testu zaměřování podnikatelské činnosti a testu geoblockingu, na základě kterých bude s co největší jistotou možné určit, zda se podnikatel zaměřuje na členský stát spotřebitele a zda se dopouští geoblockingu či nikoliv. Na základě výše uvedených cílů rigorózní práce směřuje k zodpovězení výzkumné otázky, *„jaké jsou definiční znaky „zaměřování se podnikatele na stát a bydliště spotřebitele“ a „geoblockingu“ na základě právních předpisů, judikatury a literatury?“*

Rigorózní práce směřuje také k prokázání či vyvrácení další výzkumné otázky, a to *„zda-li definiční znaky „zaměřování se podnikatele na stát bydliště spotřebitele“ a „geoblockingu“ jsou právními předpisy, judikaturou a literaturou jasně určeny?“*

Základními metodami, které budu ve své práci používat, jsou komparace, analýza a deskripce. Kromě analýzy právních předpisů budu vycházet z literárních publikací a odborných článků, které se vztahují k této problematice. S ohledem na mezinárodní zaměření tématu, budu z velké části čerpat také ze zahraničních zdrojů. Stěžejní částí mé práce bude rovněž rozbor a porovnání vývoje relevantní judikatury SD EU. Mou snahou při tvorbě této práce je současně nejen teoretické, ale také její praktické využití, proto se v závěru rigorózní práce věnuji praktickým příkladům a ukázkám. Na základě zjištěných informací sestavím test zaměřování a test geoblockingu, které by mohly nalézt využití v praxi.

Věřím, že se téma „zaměřování podnikatelské činnosti na spotřebitele z jiných států a geoblocking“ bude v prostředí internetu i nadále vyvíjet a ve světle judikatury upřesňovat, a proto považuji za nutné tuto problematiku i v budoucnu studovat a věnovat se jí.

2 Základní pojmy

2.1 Spotřebitel

Pojem spotřebitel zatím není v evropském právu jednoznačně vymezený a členské státy pro účely harmonizace, která byla vnímána jako minimální, nadefinovaly pojem spotřebitel ve vlastních vnitrostátních právních pořádcích s rozdílným obsahem.²⁵ Dokonce dle nejnovějších rozhodnutí Ústavního soudu ČR „*odpověď na otázku, zda jde či nejde o vztah spotřebitelský (či pracovněprávní), nemusí být vždy jednoznačná a není-li zcela zřejmá (nebo alespoň bezpečně vyjudikovaná), je dílem úvahy soudu.*“²⁶

Zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem, je spotřebitel definován takto: „*Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.*“²⁷

„*Základní vlastností, která vymezuje spotřebitele, není spotřeba. Spotřebitel bude sice často ten, kdo nakupuje služby nebo věci pro osobní potřebu svou nebo osob blízkých, spotřebitelem může být ale i ten, kdo dodává věc nebo služby podnikateli, např. informace, nájem nebytových prostor, starožitnost, úvěr.*“²⁸

Spotřebitele můžeme zpravidla určit na základě tří kritérií. Za prvé je to osobní (subjektivní) kritérium, které rozlišuje mezi fyzickými a právnickými osobami a které (v porovnání s ostatními dvěma kritérii) přináší určitou právní jistotu. Druhé kritérium je tzv. funkční, které je oproti prvnímu naopak nestabilní a vnáší nejistotu do právních vztahů, protože je potřebné každý právní vztah posuzovat z hlediska jeho účelu, cíle

²⁵ LAZÍKOVÁ: *Riešenie spotrebiteľských sporov...*, 2018, op. cit., s. 53.

²⁶ Odst. 3 usnesení Ústavního soudu ze dne 5. 10. 2021, sp. zn. I. ÚS 2421/21. Ústavní soud [online]. Ústavní soud, [cit. 18. 12. 2021]. Dostupné na <<https://iudictum.cz/308309/i-us-2421-21>>

²⁷ § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].

²⁸ LAVICKÝ, Petr. *Občanský zákoník I. Obecná část (§ 1-654)*. Komentář. In: Beck-online [online právní informační systém]. 2014, 1. vydání, Praha: Nakladatelství C. H. Beck [cit. 18. 12. 2021].

a funkce. Spotřebitel by měl být konečným uživatelem věci. Za třetí je to věcné (objektivní) kritérium, které umožňuje posuzovat právní vztah na základě objektivních prvků souvisejících s právními úkony (např. druh právního úkonu, výše měsíčního příjmu apod.).²⁹

Komentářová literatura pak k definici spotřebitele uvádí dokonce čtyři podmínky: a) osobní status, b) jednání mimo rámec své podnikatelské činnosti, c) jednání mimo rámec samostatného výkonu povolání, d) jednání s podnikatelem.³⁰

Ochrana spotřebitele je českým právem poskytována několika zákony.³¹ Česká právní úprava ochrany spotřebitele má svůj základ v evropské úpravě.³² Lze ji hodnotit jako rozsáhlou a poskytující vysoký standard ochrany spotřebiteli, přičemž zpracovává příslušné předpisy EU.³³ Dochází k harmonizaci národních předpisů v rámci celé Evropské unie a spotřebitel je tak chráněn napříč právními řády zemí EU. Spotřebiteli svědčí řada institutů soukromého práva, které mu zajišťují účinnou pomoc zejména v případě smluv uzavíraných mimo obchodní prostory.³⁴

Ústavní soud ve svém nálezu sp. zn. III. ÚS 3725/13 označil ochranu spotřebitele dokonce jako povinnost státu chránit základní lidská práva. „*Spotřebitelský vztah není bezprostředně regulován na úrovni specifického ústavního práva, nicméně není ani od ústavně zaručených základních práv a svobod izolován, takže v tomto právně regulovaném vztahu se působení základních práv a svobod projevuje jako (je třeba zdůraznit, že nejen*

²⁹ Rozsudek Soudního dvora (šestého senátu) ze dne 3. července 1997. *Francesco Benincasa v. Dentalkit Srl*. Věc C-269/95. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 1. 2019].

³⁰ LAVICKÝ, Petr. *Občanský zákoník I. Obecná část (§ 1-654)*. Komentář. In: Beck-online [online právní informační systém]. 2014, 1. vydání, Praha: Nakladatelství C. H. Beck [cit. 18. 12. 2021].

³¹ Např. zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, dále zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů.

³² Např. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/11/EU o alternativním řešení spotřebitelských sporů.

³³ § 1 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].

³⁴ VEČERKOVÁ, Eva; SELUCKÁ, Markéta; DUDOVÁ, Jana; URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2015, s. 77.

*pro rozhodování konkrétních sporů z takových vztahů vznikajících) povinnost státu taková základní práva a svobody v tomto spotřebitelském vztahu chránit (čl. 1 odst. 1 Ústavy).*³⁵

V souvislosti s výkladem pojmu spotřebitel je rovněž vhodné uvažovat, nakolik musí o spotřebitelském charakteru vědět druhá smluvní strana. Jestliže se fyzická osoba chová tak, že by mohla vyvolat u druhé strany oprávněně dojem, že jedná za podnikatelským účelem, nemůže se následně dovolávat ustanovení k ochraně spotřebitele (viz rozsudek SDEU ze dne 20. ledna 2005, C-464/01, ve věci Johann Gruber proti Bay Wa AG). Avšak pouhá skutečnost, že je fyzická osoba označena ve smlouvě jako podnikatel, sama o sobě nevyklučuje aplikaci ustanovení o ochraně spotřebitele, jestliže se v daném vztahu jako podnikatel nechová (srov. nález ÚS I. ÚS 1930/11).³⁶

Definice spotřebitele v Nařízení Řím I a Brusel I bis je shodně vymezena negativním způsobem, když spotřebitel je subjekt, jenž uzavírá smlouvu za účelem, „... *který se netýká jeho profesionální nebo podnikatelské činnosti.*“³⁷ Nutno však podotknout, že Nařízení Brusel I bis chrání větší rozsah spotřebitelských smluv než Nařízení Řím I, neboť druhé zmíněné nařízení obsahuje v čl. 6 odst. 1 širší výčet výjimek z uplatnění ochrany dle odst. 1 a 2.^{38 39}

Podle Nařízení o geoblockingu je spotřebitelem: „*jakákoli fyzická osoba, která jedná za účelem, který nespadá do její obchodní, podnikatelské, řemeslné nebo profesní činnosti.*“⁴⁰ Nařízení o geoblockingu dokonce (na rozdíl od Nařízení Brusel I bis a Nařízení Řím I) definuje pojem zákazníka, kterým se rozumí: „*spotřebitel, který je státním příslušníkem některého členského státu nebo má místo bydliště v některém členském státě, nebo podnik, který má místo usazení v některém členském státě, a získá službu či nakoupí*

³⁵ Odst. 44 nález Ústavního soudu ze dne 10. 4. 2014, sp. zn. III. ÚS 3725/13. Ústavní soud [online]. Ústavní soud, [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <https://www.usoud.cz/fileadmin/user_upload/Tiskova_mluvci/Publikovane_nalezky/3-3725-13__bankovni_poplatky_.pdf>

³⁶ LAVICKÝ, Petr. *Občanský zákoník I...*, 2014, op. cit.

³⁷ Viz srovnání čl. 6 odst. 1 Nařízení Řím I a čl. 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis.

³⁸ Čl. 6 Nařízení Řím I

³⁹ ROZEHNALOVÁ a kol.. *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2018, op. cit., s. 227.

⁴⁰ Čl. 2 odst. 12 Nařízení o geoblockingu

zboží nebo usiluje o získání služby či koupi zboží v Unii, a to pouze za účelem jejich konečného užití. ⁴¹

Nařízení o geoblockingu se odlišením spotřebitelů a ostatních subjektů obchodních vztahů zabývá také ve svém odůvodnění, kde připouští, že se spotřebitelé, mikro podniky, malé a střední podniky jakožto koneční uživatelé často nachází v podobném postavení. Ochrana podle Nařízení o geoblockingu by se tak měla vztahovat také na menší podniky, které vystupují jako zákazníci. Mikropodniky, malé a střední podniky by pak stejně jako spotřebitelé měly být chráněny před diskriminací související s jejich státní příslušností, místem sídla nebo místem usazení. Ochranu však nelze rozšiřovat na podniky, které nakupují zboží či služby za účelem jejich dalšího prodeje, zpracování či pronájmu. Přílišná ochrana větších podniků by totiž mohla vést k narušení obchodních strategií a hospodářské soutěže. Odpovědností obchodníků je zohlednit velikost podniků a vyhodnotit, zda je nákup určen pouze pro konečné užití či nikoliv. ⁴²

K definici průměrného spotřebitele se vyjádřil Soudní dvůr v rozsudku ze dne 16. července 1998 ve věci GUT Springenhelde GmbH a Rudolf Tusky proti Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung, C-210/96, ve kterém uvedl, že při posuzování, zda může být spotřebitel uveden v omyl, musí být bráno v potaz, jak by v konkrétním případě uvažoval průměrný spotřebitel, který je přiměřeně dobře informovaný, přiměřeně pozorný a obezřetný. Soudní dvůr v rozsudku dále připustil, že pokud má vnitrostátní soud problém při posouzení možnosti uvedení průměrného spotřebitele v omyl, může se za účelem objasnění situace obrátit na spotřebitele a učinit průzkum veřejného mínění nebo znalecký posudek jako vodítko pro úsudek soudu. ⁴³

⁴¹ Čl. 2 odst. 13 Nařízení o geoblockingu

⁴² Bod 16 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁴³ Rozsudek Soudního dvora (pátého senátu) ze dne 16. července 1998. *Maximilian Schrems proti Facebook Ireland Limited*. Věc C-498/16. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 24. 1. 2021].

Dalším příkladem rozhodnutí, ve kterém se zabýval SD EU výkladem pojmu „spotřebitel“ je případ Schrems proti Facebooku.⁴⁴ SD EU uvedl, že pojem „spotřebitel“ ve smyslu článků 17 a 18 Nařízení Brusel I bis musí být vykládán restriktivně, přičemž je třeba vycházet z postavení této osoby v určité smlouvě s ohledem na povahu a účel této smlouvy, a nikoli ze subjektivního postavení této osoby, neboť jedna a tatáž osoba může být považována za spotřebitele v rámci některých transakcí a za hospodářský subjekt v rámci jiných transakcí.

V této rigorózní práci užívám pro spotřebitele také pojem „zákazník“. Pojem „zákazník“ je však v obecné praxi možné užít jak pro spotřebitele, tak také pro podnikatele jakožto možného zákazníka jiného podnikatele (B2B obchodní vztahy). S ohledem na zaměření práce však, pokud hovořím o „zákazníkovi“, mám tím na mysli primárně spotřebitele, tedy slabší stranu, než jakou je podnikatel (B2C obchodní vztahy).

2.2 Podnikatel

Podnikatelem může být (na rozdíl od spotřebitele) osoba fyzická i právnická.⁴⁵ Podle směrnice Rady 93/13/EHS o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách je prodávajícím nebo poskytovatelem „...*fyzická nebo právnická osoba, veřejnoprávně nebo soukromoprávně vlastněná, která ve smlouvách, na které se vztahuje tato směrnice, jedná pro účely související s její obchodní nebo výrobní činností nebo povoláním.*“⁴⁶

České právo i v tomto případě vychází z práva evropského. Zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem, je spotřebitel definován takto: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele. Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963*

⁴⁴ Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 25. ledna 2018. *Gut Springenheide GmbH a Rudolf Tusky proti Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung*. Věc C-210/16. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 27. 11. 2020].

⁴⁵ LAVICKÝ: *Občanský zákoník I.* ... , 2014, op. cit.

⁴⁶ Čl. 2 písm. c) směrnice Rady 93/13/EHS o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách

*se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.*⁴⁷

Podle citovaného ustanovení § 420 jsou základní znaky podnikatele vymezeny jako samostatnost, výkon výdělečné činnosti na vlastní účet a odpovědnost, za účelem dosažení zisku, soustavně, a to živnostenským nebo jiným obdobným způsobem. Podle českého občanského zákoníku však může být podnikatelem i osoba, která výše uvedené znaky podnikatele nesplňuje, avšak je podnikatelem, neboť splňuje stanovená formální kritéria (zápis do obchodního rejstříku ve smyslu § 421 odst. 1 OZ).

Pro účely ochrany spotřebitele se dle směrnice o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách za podnikatele považuje také osoba, která jedná jménem podnikatele nebo jménem svým na účet podnikatele, není-li tato osoba sama podnikatelem.⁴⁸

49

Naproti tomu Nařízení Řím I a Brusel I bis neobsahují definici pojmu podnikatel, ačkoliv s tímto pojmem obě nařízení v textu běžně pracují. Ze znění čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis lze dovodit, že se jedná o osobu, která na území členského státu provozuje profesionální nebo podnikatelské činnosti, nebo se na takový stát zaměřuje. Výklad pojmu „zaměřování činností“ je pak obsahem této rigorózní práce.

Nařízení o geoblockingu definuje obchodníka jako jakoukoliv fyzickou nebo právnickou osobu bez ohledu na to: „*zda je v soukromém či veřejném vlastnictví, která jedná, i prostřednictvím jiné osoby jednající jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení, za účelem souvisejícím s jeho obchodní, podnikatelskou, řemeslnou nebo profesní činností.*“⁵⁰

⁴⁷ § 420 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].

⁴⁸ Čl. 2 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES o ochraně spotřebitele

⁴⁹ DE FRANCESCHI, Alberto. *European contract law and the digital single market: the implications of the digital revolution*. Cambridge: Intersentia, 2016, s. 176.

⁵⁰ Čl. 2 odst. 18 Nařízení o geoblockingu

Jak je patrné z výše uvedeného, pro pojem podnikatel se v rámci evropského práva užívá mnoho různých pojmů, jako např. poskytovatel, profesionál, obchodník apod. Stejně tak v této rigorózní práci užívám výjimečně pro pojem „podnikatel“ také ostatní terminologii. S ohledem na zaměření práce však, pokud hovořím o „obchodníkovi“, „profesionálovi“ nebo „poskytovateli“, mám tím na mysli primárně podnikatele, jakožto silnější stranu obchodního vztahu (B2C obchodní vztahy).

2.3 Internet

Internet je bezesporu fenomén *sui generis* a přestože je již součástí každodenního života, český právní řád definici pojmu „internet“ neobsahuje, byť s tímto pojmem nezřídka kdy pracuje.⁵¹

Cambridgeský slovník definuje internet jako velký systém propojených počítačů z celého světa, prostřednictvím kterého mohou lidé sdílet informace a komunikovat spolu.⁵²

Internet jako takový příliš regulovat nelze, neboť není sám o sobě uchopitelný, a tak dochází k regulaci zejména chování uživatelů v prostředí internetu. S ohledem na neuchopitelnost internetu a zároveň jeho všudypřítomnost platí, že mezi realitou, tedy tím, co je v prostředí internetu realizováno a normativitou, tedy tím, co by v prostředí internetu mělo být realizováno dle vůle zákonodárců, je obrovská propast.⁵³

Internetové prostředí je specifické a stejně tak je specifická i právní povaha vztahů v něm vznikajících. Internetové právo se zabývá širokou škálou oblastí a podoblastí. Mezi

⁵¹ Např. zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, nebo zákon č. 250/2017 Sb., o elektronické identifikaci, nebo zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon.

⁵² V originále: „*the large system of connected computers around the world that allows people to share information and communicate with each other*“
Zdroj: Cambridge dictionary. *Cambridge Academic Content Dictionary* [online]. Cambridge University Press, © 2019, [cit 15. 1. 2022]. Dostupné na <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/internet>>

⁵³ MATEJKA: *Internet jako objekt práva...*, 2013, op. cit., str. 25.

nejdůležitější patří oblast internetových stránek, internetového připojení, vytváření internetových stránek a jejich provoz, ochrana osobních údajů, webhosting, sociální sítě, doménových jmen, doménových sporů, problematika nekalé soutěže, ochrany názvů firmy a ochranných známek, internetového obchodování a komunikace, autorského práva na internetu, e-governmentu (představuje elektronizaci státní správy), internetové kriminality a další.⁵⁴

I pro pojem internet bývá užíváno mnoho pojmů jako například on-line prostředí, webové rozhraní, dálkový přístup a další.

Nařízení o geoblockingu definuje on-line rozhraní jako „*jakýkoli software, včetně internetové stránky nebo její části a aplikací, včetně mobilních aplikací, provozovaný obchodníkem nebo jeho jménem, který slouží k poskytování přístupu zákazníkům ke zboží nebo službám obchodníka za účelem uzavření transakce ve vztahu k tomuto zboží nebo službám.*“⁵⁵

Nařízení Řím I ani Nařízení Brusel I bis definici internetu nebo obdobného pojmu vůbec neobsahují.

2.4 Geoblocking

Geoblocking je poměrně novodobý pojem využívaný zejména v rámci internetového prostředí. Do češtiny lze tento pojem volně přeložit jako „zeměpisné blokování“.⁵⁶ Ostatně pojmu „zeměpisného blokování“ je užito také přímo v rámci české verze Nařízení o geoblockingu: „*Účelem tohoto nařízení je přispět k řádnému fungování vnitřního trhu zařízením neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace...*“⁵⁷

Geoblocking je možné vymezit jako prostředek k zabránění přístupu uživatele k internetovému obsahu na základě uživatelského fyzického umístění. Geoblocking však

⁵⁴ JANSÁ, Lukáš, OTEVŘEL, Petr, ČERMÁK, Jiří, MALIŠ, Petr, HOSTAŠ, Petr, MATĚJKA, Michal, MATEJKA, Ján. *Internetové právo*. Brno: Computer Press, 2016, str. 22.

⁵⁵ Čl. 2 odst. 16 Nařízení o geoblockingu

⁵⁶ Bod 1 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁵⁷ Čl. 1 odst. 1 Nařízení o geoblockingu

zpravidla neslouží k absolutnímu zabránění přístupu ke konkrétní webové stránce, ale spíše k úpravě obsahu na základě umístění návštěvníka webu.⁵⁸

Evropská organizace spotřebitelů definuje geoblocking jako praktiky, které využívají obchodníci k odepření přístupu spotřebitelům z členských států k obchodování, ke zboží nebo službám.⁵⁹

Příkladem geoblockingu v praxi byla kauza Disneylandu v Paříži, kdy tento zábavní park nabízel zákazníkům různě drahé balíčky podle toho, z jaké země byl vstup do Disneylandu objednáván.⁶⁰ Eurokomisař pro jednotný trh doporučil francouzským vnitrostátním orgánům prošetřit dodržování unijního práva ze strany Disneylandu v Paříži a upozornil na potenciální diskriminaci občanů z ostatních členských států.⁶¹

Společně s geoblockingem se můžeme setkat také s pojmem geodiskriminace, tedy diskriminování na základě zeměpisné polohy.⁶²

Už samotným primárním právem EU je zakotven zákaz diskriminace na základě státní příslušnosti.⁶³ Primární právo také zakazuje veškeré dohody mezi obchodníky, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy, jejichž důsledkem je narušení hospodářské soutěže, a které spočívají mimo jiné v jiných obchodních podmínkách, omezují

⁵⁸ TRIMBLE, Marketa. *The role of geoblocking in the Internet legal landscape*. [online]. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 2016 [cit. 15. 1. 2022], s. 46. Dostupné na <https://www.researchgate.net/publication/313868102_The_role_of_geoblocking_in_the_Internet_legal_landscape>

⁵⁹ PACHL, Ursula. *Geoblocking – A result of obstacles for consumer or enterprises*. [online]. Luxembourg Presidency Consumer and Competition Day, 2015, BEUC – The European Consumer Organisation, s. 4. Dostupné na <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-090_geoblocking_a_result_of_obstacles_for_consumers_and_entreprises.pdf>

⁶⁰ NEŠPŮREK, ŠUCHMAN, JAKOUBEK. *Geo-blocking: Budeme si všichni rovni?* [online]. in *Právní prostor*, 29. března 2017 [cit. 6. 2. 2021]. Dostupné na <<https://www.pravniprostor.cz/clanky/obcanske-pravo/geo-blocking-budeme-si-vsichni-rovni>>

⁶¹ Unlock The Law. *Disneyland Paris Charge UK Customers More Than French Customers – Is This Legal?* [online]. unlockthelaw.co.uk, 30. července 2015 [cit. 26. 5. 2021]. Dostupné na <<https://www.unlockthelaw.co.uk/News/disneyland-paris-charge-uk-customers-more-than-french-customers/2136287215.html>>

⁶² KÖVECSES, Bettina. *The new EU Geo-Blocking Regulation and why it Affects You*. *Budapest Business Journal*. 2018, November 5 – November 15, č. 3, s. 18.

⁶³ Čl. 18 SFEU

odbyt, rozdělují trhy nebo uplatňují vůči obchodním partnerům rozdílné podmínky při plnění stejné povahy.⁶⁴ Dohody mezi obchodníky omezující prodej ve vztahu k zákazníkům na některých územích, se obecně považují za dohody omezující hospodářskou soutěž.⁶⁵

Také v rámci sekundárního práva je nepřípustnost diskriminace na základě zeměpisných údajů již zakotvena. Směrnice 2006/123/ES o službách na vnitřním trhu, ve svém článku 20 stanovuje povinnost členských států zajistit, aby příjemce nepodléhal diskriminačním požadavkům na základě své státní příslušnosti nebo místa bydliště.⁶⁶ Odstavec 2 téhož článku pak upřesňuje, že obecné podmínky přístupu ke službám daného poskytovatele nesmí obsahovat žádná diskriminační ustanovení vztahující se ke státní příslušnosti nebo místu bydliště příjemce. Současně připouští možnost poskytovatele zohlednit rozdíly v podmínkách přístupu, jestliže budou tyto rozdíly přímo opodstatněné objektivními kritérii.⁶⁷

Zákaz diskriminace zákazníků týkající se přístupu k on-line rozhraním podnikatele nemůže být chápán tak, že podnikateli *de facto* vzniká povinnost uzavírat transakce se zákazníky ze všech unijních států.⁶⁸ Ani nemůže být dovozována povinnost obchodníka poskytovat poprodejní asistenční služby na území všech členských států.⁶⁹

Zákaz diskriminace zákazníků podle Nařízení o geoblockingu ani nemůže být chápán tak, že podnikatelům zcela brání nabízet zboží či služby prostřednictvím cílených nabídek s užitím odlišných všeobecných obchodních podmínek. Nařízení samotné připouští možnost podnikatelů vytvořit různé webové stránky cílené na konkrétní členské

⁶⁴ Čl. 101 SFEU

⁶⁵ Bod 34 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁶⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 15. 8. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32006L0123>>

⁶⁷ Čl. 20 odst. 2 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu.

⁶⁸ Bod 18 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁶⁹ Bod 28 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

státy.⁷⁰ I v těchto případech však obchodníci musí ke svým zákazníkům přistupovat nediskriminačně a zajistit jim rovný přístup k možnosti uzavřít obchod bez ohledu na zeměpisné údaje. Jinými slovy pokud si zákazník přeje využít nabídku prodeje a všeobecných podmínek primárně určených pro příslušníky jiného státu, musí mu být dána možnost nabídky využít za stejných podmínek bez ohledu na jeho státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení.

Členské státy by měly určit orgán, který bude odpovídat za přijetí opatření dle Nařízení o geoblockingu a spotřebitelé by měli mít možnost se na tyto orgány obracet pro patřičnou pomoc.⁷¹

2.4.1 Způsoby geoblockingu

Za projev geoblockingu může být považováno např. úplné odmítnutí prodeje z důvodu souvisejícího se zákaznickovou státní příslušností, místem bydliště či místem usazení (respektive místem internetového připojení). Konkrétně může obchodník zákazníkovi prodej odeprít tak, že mu úplně omezí přístup na webové stránky. Spotřebitel se tedy na webové stránky podnikatele vůbec ze své země původu nedostane (odhlédneme-li od možnosti simulace místa polohy pomocí IP adres či podobných nástrojů, které by eventuálně spotřebiteli dovolili se na on-line rozhraní podnikatele dostat oklikou). Nařízení o geoblockingu zakazuje technické prostředky, které brání přístupu zákazníka, a které využívají technologie pro určení fyzického umístění zákazníka, prostřednictvím např. detekce umístění na základě IP adres nebo souřadnic získaných přes celosvětový navigační satelitní systém.⁷²

⁷⁰ Bod 27 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁷¹ Bod 35 a 36 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁷² Bod 18 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

Další uvažovanou možností může být, že podnikatel sice umožní přístup spotřebiteli na webové stránky, avšak neumožní mu obchod dokončit. Spotřebitel si může prohlédnout webové stránky obchodníka, ale i v tomto případě nemůže zboží nebo služby zakoupit a nedojde tedy fakticky k dokončení obchodu.

K úplnému odmítnutí prodeje přistupují podnikatelé zejména z důvodu neochoty uzavírat obchodní vztahy se subjekty z jiných členských států, způsobené obavou z rozdílného právního prostředí. Uzavření přeshraničního obchodu je totiž spojeno s právní nejistotou a s riziky použitelnosti právních předpisů na ochranu spotřebitele.⁷³ Který právní řád bude v rámci obchodního vztahu podnikatel-spotřebitel užit, je přitom nejisté i s ohledem na kolizní a procesní úpravu a pojem „zaměřování podnikatelské činnosti“, což je ostatně předmětem zkoumání této rigorózní práce.

Za mírnější projev geoblockingu považují situaci, kdy podnikatel zákazníkovi sice umožní prodej dokončit a zboží zakoupit, avšak za odlišných podmínek, než jaké nabízí podnikatel zákazníkům ze stejného členského státu, z jakého pochází sám podnikatel.

Nejčastěji dochází k cenové diskriminaci, kdy je stejné zboží nabízeno zákazníkům z různých členských států za odlišné ceny. Odlišnost ceny přitom nespočívá pouze na základě objektivních kritérií, kterými by mohla být například vyšší cena za dopravu, nebo převod na základě směnného kurzu. Nařízení o geoblockingu avšak nebrání obchodníkům, aby některé své zákazníky zvýhodňovali například na základě členství v určitém sdružení nebo na základě věrnostních programů, pokud zvýhodnění není ovlivněno státní příslušností, místem bydliště či místem usazení.

Podle unijního práva se mohou obchodníci rozhodnout, jaké platební prostředky budou přijímat. Obchodníci přijímající platební karty určité kategorie a značky, nemají povinnost přijímat platební karty jiné kategorie nebo značky. Pokud tedy obchodník přijímá pouze kreditní karty, nemá povinnost přijímat debetní karty. Obchodník však nesmí

⁷³ Bod 31 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

diskriminovat zákazníky na základě jejich státní příslušnosti tím, že odmítne provedení určité transakce nebo uplatní odlišné platební podmínky.⁷⁴

Nerovné zacházení související s umístěním platebního účtu, místem usazení poskytovatele platební služby nebo s místem vydání platebního prostředku by znamenalo rozpor s Nařízením o geoblockingu ale také s ostatními prameny unijního práva. Dle čl. 9 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009, si příjemce úhrady nesmí určovat členský stát, v němž se má platební účet, ze kterého je hrazeno, nacházet.⁷⁵

Nařízení o geoblockingu přitom počítá s tím, že u přeshraničních plateb může častěji docházet k podvodům nebo chybám v platebních transakcích, neboť pro obchodníky může být u přeshraničních plateb složitější a zdlouhavější proces posouzení bonity zákazníka „on-line“. Díky směrnici (EU) 2015/2366 o platebních službách na vnitřním trhu,⁷⁶ která zavedla přísné bezpečnostní požadavky na iniciování a zpracování elektronických plateb, je však riziko podvodu u plateb on-line nižší. Nařízení nicméně připouští právo obchodníka pozdržet dodávku zboží či služeb do zahraničí, dokud nebude mít obchodník potvrzeno, že platba byla řádně zpracována. Pozdržení dodávky by však mělo záviset pouze na oprávněných důvodech, které budou v rámci okruhu zákazníků objektivně stejné.⁷⁷

⁷⁴ Bod 32 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

⁷⁵ Čl. 9 odst. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32012R0260>>

⁷⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/2366 ze dne 25. listopadu 2015 o platebních službách na vnitřním trhu, kterou se mění směrnice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010 a zrušuje směrnice 2007/64/ES, In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 10. 8. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2366>>

⁷⁷ Bod 33 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

Obchodníci také často nabízejí zákazníkům z různých zemí různé zboží. Je všeobecně známo, že občané států západní Evropy mají často mnohem širší výběr zboží, než je tomu u států východní Evropy. Mezi běžné praktiky patří, že zboží je nejprve nabízeno zákazníkům ze států západní Evropy a zboží, které se zde neprodá, se následně nabízí zákazníkům více „na východ“. Důvod je poměrně prostý, a sice že zákazníci ze západní Evropy jsou zpravidla ochotnější za stejné zboží zaplatit více peněz, než je tomu u zákazníků z východní Evropy, což je způsobeno vyšší životní úrovní a v rámci kontinentu nadprůměrným hrubým domácím produktem u západoevropských států.⁷⁸

Dalšími projevy mírnějšího geoblockingu může být uplatnění různých platebních nebo dodacích podmínek (způsoby jakými může zákazník platit a způsoby, jakými mu může být zboží dodáno).

Nařízení o geoblockingu však nebrání svobodě obchodníků nabízet zboží za různé ceny na různých prodejních místech, nebo poskytovat zvláštní nabídky pouze na konkrétním území i v rámci určitého členského státu. Nabídky však nesmí být diskriminační, a pokud se zákazník rozhodne na určitém prodejním místě nakupovat, musí mu nakupování být umožněno za zcela shodných podmínek jako komukoliv jinému bez ohledu na jeho státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení. Stejně tak je podnikatelům umožněno, aby nabízeli jiné ceny v rámci kamenných prodejen a v rámci internetových stránek.⁷⁹

2.4.2 První a druhý stupeň geoblockingu

S ohledem na výše zmíněné praktické příklady, si tedy dovolím geoblocking rozdělit na dva základní stupně:

1. První stupeň geoblockingu - vedoucí k úplnému odepření uzavření obchodu, tzn. nemožnost obchod dokončit;

⁷⁸ Český statistický úřad. *Evropský srovnávací program* [online]. czso.cz, 5. ledna 2021 [cit. 15. 1. 2022]. Dostupné na <https://www.czso.cz/csu/czso/evropsky_srovnavaci_program>

⁷⁹ Bod 27 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

2. Druhý stupeň geoblockingu - vedoucí sice k uzavření obchodu, avšak za odlišných podmínek.

První stupeň geoblockingu považují za těžší formu zeměpisného blokování, neboť zákazník v jeho důsledku nemá vůbec možnost obchod uzavřít, a zboží nebo služby pořídit. Přesněji řečeno v některých případech dojde *de facto* k uzavření obchodu, avšak z důvodu následné nemožnosti dostat svým povinnostem (založeným na diskriminačním základu) ze strany zákazníka, není zákazníkovi umožněno zboží nebo služby získat.

První stupeň geoblockingu může vypadat buď tak, že zákazníkovi nebude vůbec umožněno se na webové stránky obchodníka dostat, anebo se zákazník na webové stránky sice dostane, avšak nebude mít možnost obchod dokončit. Respektive lze dále odlišit situaci, kdy zákazník obchod nemůže formálně vůbec dokončit (chybí zde interaktivní tlačítko „Koupit“, „Dokončit obchod“ apod.) a situaci, kdy zákazník sice formálně obchod dokončí a zboží u obchodníka v on-line prostředí nakoupí, avšak obchodník následně odmítne zboží či službu dodat, a to s ohledem na zákazníkovo státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení. V takovém případě došlo formálně dokonce k uzavření smlouvy a zákazník už pouze „čekal“ až obchodník splní své povinnosti a zboží dodá. Postupem, kdy obchodník odmítne dodat zboží na základě geografických údajů od zákazníka až po samotném uzavření smlouvy, totiž dochází k porušení nejen právních norem dopadajících na geoblocking, ale zejména ostatních zákonných a smluvních povinností obchodníka týkajících se závazků.

Blokování přístupu k internetovým stránkám prodejce je zakázáno dle článku 3 Nařízení o geoblockingu. Účelem tohoto zákazu je transparentnost cen a nabídky, jelikož díky Nařízení o geoblockingu mají zákazníci přístup k různým internetovým stránkám a tedy i možnost porovnávat rozmanitou nabídku prodejců napříč různými státy.⁸⁰

⁸⁰ Čl. 3 odst. 1 Nařízení o geoblockingu

Za způsob geoblockingu je třeba považovat také situaci, kdy zákazník může obchod dokončit, ale není mu umožněno za zboží zaplatit kreditní nebo debetní kartou, respektive obchodník uplatní vůči zákazníkovi odlišné platební podmínky s ohledem na zákazníkovo umístění nebo s ohledem na umístění platebního účtu, místo usazení poskytovatele platebních služeb nebo místo vydání platebního prostředku. Zákazník se v takovém případě nachází v patové situaci, když *de facto* dokončil nákup, čímž platně uzavřel obchodní vztah s obchodníkem a zavázal se splnit své povinnosti z obchodního vztahu plynoucí, avšak není mu umožněno tyto své povinnosti splnit a za zboží či službu řádně a včas zaplatit. Možnosti a způsoby platby se přitom nachází v dispozici obchodníka.

Podle unijního práva mají obchodníci možnost se rozhodnout, jaké platební prostředky budou přijímat. Obchodníci přijímající platební karty určité kategorie a značky, nemají povinnost přijímat platební karty jiné kategorie nebo značky. Pokud tedy obchodník přijímá pouze kreditní karty, nemá povinnost přijímat debetní karty. Obchodník však nemůže diskriminovat zákazníky na základě jejich státní příslušnosti tím, že odmítne provedení určité transakce nebo uplatní odlišné platební podmínky. Nerovné zacházení související s umístěním platebního účtu, místem usazení poskytovatele platební služby nebo s místem vydání platebního prostředku je v rozporu s Nařízením o geoblockingu. Dle čl. 9 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009, si příjemce úhrady nesmí určovat členský stát, v němž se má platební účet, ze kterého je hrazeno, nacházet.⁸¹

Důvodem pro zavedení prvního stupně geoblockingu a tedy úplného odmítnutí prodeje zákazníkům z určité země bývá neochota uzavírat obchodní vztahy se subjekty z jiných členských států popřípadě se zákazníky z určitých konkrétních států, která může

⁸¹ Čl. 9 odst. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32012R0260>>

být způsobena obavami, ať už z větší administrativní a logistické náročnosti, tak i z rozdílného právního prostředí. Uzavření přeshraničního obchodu je totiž nutně spojeno s právní nejistotou a s riziky použitelnosti právních předpisů jiné země. S ohledem na neurčité právní pojmy, které jsou v právních normách užity, nemohou strany obchodního vztahu s jistotou určit stát, jehož soudy by byly v případě sporu mezi stranami příslušné, a ani právo které země by se na daný spor aplikovalo.

Druhý stupeň geoblockingu umožňuje spotřebiteli oproti prvnímu stupni alespoň obchod dokončit, byť za odlišných zpravidla horších podmínek. U druhého stupně geoblockingu navíc bude často možné polemizovat o tom, zda se jedná o odůvodněné odlišné zacházení se zákazníky, které je za určitých podmínek i dle Nařízení o geoblockingu přípustné, nebo zda jde o neakceptovatelné diskriminování, jež je nařízením zakázáno.

Zákaz diskriminace zákazníků podle Nařízení o geoblockingu totiž nemůže být chápán jako absolutní. Samotné Nařízení o geoblockingu připouští možnost nabízet zboží nebo služby v různých členských státech nebo určitým skupinám zákazníků prostřednictvím cílených nabídek a za užití odlišných všeobecných obchodních podmínek pro přístup. Nařízení o geoblockingu dokonce uznává i vytvoření zcela specifického on-line rozhraní pro konkrétní zemi. V těchto situacích by však měli obchodníci se svými zákazníky vždy zacházet nediskriminačním způsobem, bez ohledu na jejich státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení. Pokud si tedy zákazník přeje využít nabídky určené pro jiný stát, než je jeho místo určení, musí mu být dána taková možnost bez ohledu na zákazníkovi geografické vlastnosti.

Zákaz diskriminace nelze chápat ani tak, že by obchodníkům zcela zamezil různé zacházení se zákazníky ze stejného státu. Obchodníci například mohou vůči zákazníkům uplatňovat různé obchodní podmínky na základě jejich členství v určitém sdružení nebo na základě užití zákaznických karet. Přístup do těchto sdružení nebo zákaznických klubů by však opět měl být nediskriminační, respektive by neměl být odlišován na základě státní příslušnosti, místa bydliště nebo místa usazení zákazníka.

Obchodníci stejně tak mohou uplatňovat odlišné ceny a nabídky na různých prodejních místech, nebo poskytovat speciální cenové nabídky na konkrétních územích

v rámci určitého členského státu. Obchodník může mít také jinou cenou nabídku na webových stránkách a v kamenných prodejnách. Nicméně pokud se zákazník rozhodne nakoupit na daném místě, musí mu být umožněno nakoupit za stejných podmínek jako kdokoli jiný z jiného státu, tedy bez ohledu na jeho státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení.⁸²

⁸² Bod 27 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

3 Pojem zaměřování činnosti v kolizní úpravě

3.1 Obecný úvod k Nařízení Řím I

Základní kolizní normou z hlediska této rigorózní práce a ochrany spotřebitele je Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (dále jen jako „Nařízení Řím I“), které vstoupilo v účinnost 17. prosince 2009 a nahradilo tak dosavadní Úmluvu o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy ze dne 19. června 1980 (dále také jako Římská úmluva).⁸³ Spotřebitelské smlouvy jsou v Nařízení Řím I upraveny v čl. 6, který se použije na vztahy mezi spotřebitelem a podnikatelem, pokud podnikatel uzavírá smlouvu v rámci své podnikatelské činnosti nebo takovou činnost na zemi spotřebitele zaměřuje, za předpokladu, že smlouva nespadá mezi výjimky dle čl. 6 odst. 4.⁸⁴ Při splnění daných podmínek se spotřebitelské smlouvy řídí právem státu, v němž má spotřebitel své bydliště. Zaměřování činnosti podnikatele není v Nařízení Řím I nijak definováno a výklad tohoto pojmu je obzvlášť významný v prostředí internetu.⁸⁵

3.1.1 Systematika Nařízení Řím I

Strany si mohou podle čl. 3 Nařízení Řím I zvolit rozhodné právo pro smlouvu.⁸⁶ V důsledku volby práva však nesmí být spotřebitel zbaven ochrany, kterou mu poskytují ustanovení právního řádu, který by se užil v případě neexistence volby práva, tzv. kogentní ustanovení, od nichž se nelze smluvně odchýlit.⁸⁷ Pokud si strany rozhodné právo nezvolily, aplikuje se pro spotřebitelské smlouvy čl. 6 Nařízení Řím I, podle kterého se spotře-

⁸³ KROES, Quinten R. *E-business law of the European Union*. 2nd ed. Austin: Wolters Kluwer, 2010, s. 14.

⁸⁴ Čl. 6 Nařízení Řím I

⁸⁵ KYSELOVSKÁ, Tereza. Online spotřebitelské smlouvy a hraniční určovatel "zaměřování činnosti" ve světle judikatury Soudního dvora Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi* [online]. 2011, roč. 19, č. 3, s. 223. [cit. 19. 2. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/cpv/article/view/6326/5696>>

⁸⁶ Čl. 3 odst. 1 Nařízení Řím I

⁸⁷ Čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I

bitelské smlouvy řídí právem státu, v němž má spotřebitel své obvyklé bydliště. Předpoklady pro konstatování, že se jedná o spotřebitelskou smlouvu ve smyslu Nařízení Řím I, jsou zjednodušeně řečeno následující: smlouvu uzavřela fyzická osoba pro účely, které se netýkají její profesionální činnosti, s osobou, která jedná v rámci výkonu své profesionální nebo podnikatelské činnosti a zároveň obchodník provozuje své profesionální činnosti ve státě spotřebitele, anebo se na stát spotřebitele zaměřuje.⁸⁸

Jestliže smluvní strany neučinily volbu práva a jejich smlouva nenaplňuje znaky spotřebitelské smlouvy ve smyslu čl. 6, ani ostatních speciálních smluv dle čl. 5, 7 nebo 8, určí se rozhodné právo pro smlouvy mezi zákazníkem a obchodníkem jako pro smlouvy obecné, tj. podle čl. 4 Nařízení Řím I.

3.1.2 Aktivní a pasivní spotřebitel

Právní úprava a judikatura rozlišuje postavení aktivního a pasivního spotřebitele. Úprava v článku 6 Nařízení Řím I by měla sloužit zejména k ochraně pasivního spotřebitele.^{89 90} Samotnou definici a rozlišení těchto dvou pojmů však kolizní právní předpis nezmiňuje. Aktivní spotřebitel si zpravidla sám vyhledá prodávajícího, zjistí potřebné informace a je ochoten učinit aktivní jednání směřující k uzavření smlouvy (tzn. např. vyjet do zahraničního sídla podnikatele, sám si přeložit webové stránky z originálního jazyka do jazyka spotřebitele apod.).⁹¹ Pro definici rozdílu mezi pasivním a aktivním spotřebitelem se v rámci internetového prostředí objevily dokonce tři vzájemně protichůdné možnosti.⁹²

⁸⁸ Čl. 6 odst. 1 Nařízení Řím I

⁸⁹ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. Ochrana spotřebitele a evropské mezinárodní právo soukromé a procesní. In *Days of Public Law*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, s. 1146.

⁹⁰ JAROSZEK, Agata. European Online Marketplace – New measures for Consumer Protection against „Old Conflicts of Laws Rules“. *Masaryk University Journal of Law and Technology* [online]. 2015, roč. 9, č. 1, Brno: Masarykova univerzita. Právnická fakulta. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/mujlt/article/viewFile/2676/3692>>

⁹¹ DEBUSSERÉ, Frederic. International Jurisdiction over E-consumer contracts in the European Union: Quid novi sub sole? *International Journal of Law and Information Technology* [online]. 2002, roč. 10, č. 3, s. 351, Oxford. [cit. 15. 2. 2018]. Dostupné na <<https://pdfs.semanticscholar.org/4417/e1d5c2a6eb946255e3ea0341cab88b0fc2fc.pdf>>

⁹² TRÁVNÍČKOVÁ, Simona. Ochrana spotřebitele v závazkových právních vztazích s mezinárodním prvkem uzavíraných přes internet. *Časopis pro právní vědu a praxi* [online]. 2011, roč. 19, č. 2, s. 159, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/cpvp/article/view/6376>>

První z nich je, že provozování internetových stránek znamená inzerování v podstatě v jakémkoliv státě spotřebitele a tento spotřebitel je pak vždy pasivní.⁹³ Tato možnost vychází ze základu, že je vždy na vůli podnikatele, zda se rozhodne obchodovat v internetovém prostředí či nikoliv. Pokud tak učiní, musí v důsledku své volby nést následky toho, že je internet všudypřítomný a nabídka jeho služeb či zboží se tak může rozšířit ke spotřebitelům z celého světa. Podle této definice se podnikatel vstupem na internet rozhodl *ad absurdum* zaměřovat na celý svět. Tento přístup je ve vztahu k podnikateli neúměrně striktní. Dalším názorem pro odlišení mezi aktivním a pasivním spotřebitelem v rámci internetového prostředí je, že spotřebitel, který je ochoten nakupovat na internetu, činí aktivní kroky k uzavření obchodu a je tedy z podstaty spotřebitelem aktivním.⁹⁴ Jedná se o opačnou situaci, podle které se spotřebitel, jenž vstoupí na internet, sám rozhodl vymanit z čistě vnitrostátní sféry. Posledním a také nejvíce vystihujícím názorem je, že přesný rozdíl či definice neexistuje a je nutné každý případ posuzovat *ad hoc*.⁹⁵

Cílem a účelem nařízení je chránit především pasivního spotřebitele a nikoli aktivního,⁹⁶ který si sám aktivně vyhledá informace a sám aktivně podnikne cestu za nákupem, neboť není účelem nařízení chránit spotřebitele za každou cenu. „*Ochrana spotřebitele by neměla být zneužitím práva a v rozporu se základními právními zásadami (typicky právní jistotou stran) ve společnosti.*“⁹⁷

3.1.3 Volba práva

Strany by problému se stanovením hraničního určovatele mohly předejít pomocí volby práva, která je projevem zásady autonomie vůle a smluvní volnosti stran.⁹⁸ Volbu práva

⁹³ DEBUSSERÉ: *International Jurisdiction...*, 2001, op. cit., s. 352.

⁹⁴ DEBUSSERÉ: *International Jurisdiction...*, 2001, op. cit., s. 353.

⁹⁵ Tamtéž.

⁹⁶ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Ochrana spotřebitele a evropské mezinárodní právo ...*, 2007, s. 1146.

⁹⁷ KYSELOVSKÁ, Tereza. *Institut zrušení rozhodčího nálezů z pohledu ochrany spotřebitele a judikatury Soudního dvora Evropské unie*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2013. Edice 5, řada teoretická Právnické fakulty MU; č. 421, s. 33.

⁹⁸ KUČERA, Zdeněk; PAUKNEROVÁ, Monika; RŮŽIČKA, Květoslav at al. *Mezinárodní právo soukromé*. 8. vydání. Plzeň - Brno: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2015, s. 283.

lze chápat jako základní hraniční určovatel pro závazkové poměry.⁹⁹ „*Smlouva se řídí právem, které si strany zvolí. Volba musí být vyjádřena výslovně nebo jasně vyplývat z ustanovení smlouvy nebo okolností případu. Strany si mohou zvolit právo rozhodné pro celou smlouvu nebo pouze pro její část.*“¹⁰⁰ Volba je však při sjednávání spotřebitelské smlouvy omezená, neboť dle čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I si strany mohou v souladu s článkem 3 zvolit právo rozhodné pro smlouvu, která splňuje podmínky stanovené v odst. 1, avšak tato volba nesmí zbavovat spotřebitele ochrany, kterou mu poskytují imperativní ustanovení právního řádu, který by se použil v případě neexistence volby práva.¹⁰¹ Prakticky to znamená, že podnikatel může rozšířit možnosti volby rozhodného práva, ale neměl by je spotřebiteli změnit či zúžit.¹⁰²

Rozhodné právo tedy může být ve spotřebitelské smlouvě sjednáno, avšak volba určitého právního řádu spotřebitele nemůže zbavovat ochrany, kterou mu přiznává právní řád státu jeho obvyklého bydliště.¹⁰³ Jestliže má spotřebitel obvyklé bydliště v České republice, může se pomocí volby práva s podnikatelem dohodnout, že se smlouva bude řídit německým právem za předpokladu, že spotřebiteli bude i nadále poskytnuta ochrana dle imperativních norem českého právního řádu.^{104 105}

Podobná situace byla řešena v rozsudku SD EU v případě Verein für Konsumenteninformation proti Amazon EU Sàrl z roku 2016.¹⁰⁶ Ve věci šlo mimo jiné o to, že Amazon měl ve všeobecných obchodních podmínkách ustanovení, dle kterého bylo rozhodným právem pro smlouvy, které uzavíral se spotřebiteli, lucemburské právo. Oproti předchozímu teoretickému příkladu se situace lišila zejména ve skutečnosti, že Amazon měl dané ustanovení v obchodních podmínkách, které nebyly sjednány individuálně

⁹⁹ KUČERA: *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2015, op. cit., str., s. 120.

¹⁰⁰ Čl. 3 odst. 1 Nařízení Řím I

¹⁰¹ Čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I

¹⁰² JAROSZEK: *European Online Marketplace...*, 2015, op. cit., s. 23.

¹⁰³ KROES: *E-business law...*, 2010, op. cit., s. 14.

¹⁰⁴ GOTTSCHALK: *Conflict of laws...*, 2007, op. cit., s. 168.

¹⁰⁵ DONÁT a TOMÍŠEK: *Právo v síti...*, 2016, op. cit., s. 198.

¹⁰⁶ Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 28. července 2016. *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*. Věc C-191/15. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

a tedy *stricto sensu* nedošlo k dohodě o volbě práva, neboť spotřebitel neměl na volbu práva v podstatě žádný vliv.¹⁰⁷ „Ujednání obsažené ve všeobecných smluvních podmínkách obchodníka, které nebylo sjednáno individuálně, a podle kterého se právem členského státu sídla tohoto obchodníka řídí smlouva uzavřená formou elektronického obchodu se spotřebitelem, je zneužívající klauzuli v rozsahu, v němž uvádí tohoto spotřebitele v omyl tím, že u něj vyvolává dojem, že se na smlouvu použije pouze právo tohoto členského státu, aniž spotřebitele informoval, že se na něj na základě čl. 6 odst. 2 nařízení Řím I vztahuje ochrana, kterou mu zajišťují imperativní ustanovení práva, které by bylo rozhodné v případě neexistence tohoto ujednání, přičemž přísluší vnitrostátnímu soudu, aby ve světle všech relevantních okolností tuto skutečnost ověřil.“¹⁰⁸

Z charakteru ochrany spotřebitele při volbě práva vykládané ve světle judikatury SD EU lze usuzovat, že právní normy i soudy chrání spotřebitele v tom smyslu, že spotřebitel zná nejlépe právo svého obvyklého bydliště, a proto je nutné mu poskytovat ochranu dle *lex domicilii*. Právo obvyklého bydliště je pro spotřebitele nejen finančně výhodnější, ale zejména informačně dostupnější, díky čemuž se vyrovnává asymetrie, která jinak ve vztahu podnikatel – spotřebitel nastává.¹⁰⁹

Pokud daný vztah nelze zařadit mezi spotřebitelské smlouvy ve smyslu článku 6, lze pak použít obecná ustanovení čl. 3 o volbě práva. Zde je na místě upozornit také na čl. 3 odst. 4 Nařízení Řím I, podle kterého v případě, že se všechny ostatní prvky pro situaci významné nacházejí v okamžiku volby v členském státě, není volbou dotčeno použití kogentních norem „Společenství“ (EU), což se bude týkat norem, které ochraňují spotřebitele. V případě neprovedení volby rozhodného práva pak následuje postup dle čl. 4 a ostatních článků Nařízení Řím I.

¹⁰⁷ Rozsudek SD EU, *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*, věc C-191/15, bod 30 a násl. odůvodnění rozhodnutí.

¹⁰⁸ Rozsudek SD EU, *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*, věc C-191/15, výrok II rozhodnutí.

¹⁰⁹ GOTTSCHALK: *Conflict of laws...*, 2007, op. cit., s. 182.

3.1.4 Pojem zaměřování činnosti

Aplikovatelnost ochrany spotřebitele podle čl. 6 Nařízení Řím I je závislá nejen na podmínce v subjektech (podnikatel, spotřebitel), ale také podmínce v jednání. Obchodník musí podnikatelskou činnost v zemi spotřebitele buď přímo provozovat, nebo se na tuto zemi jakýmkoliv způsobem zaměřovat.¹¹⁰ Zaměření činnosti je zmíněno v preambuli Nařízení Řím I v bodě č. 24. Preambule unijních nařízení jsou využívány k zamezení různého výkladu a odstranění nejasností v samotném textu nařízení. Preambule k novějším evropským nařízením mají obdobný význam, jaký měly původně důvodové zprávy ke starším evropským předpisům unifikujícím kolizní a mezinárodně procesní normy (například Schlosserova či Jenardova zpráva k Bruselské úmluvě o příslušnosti a uznání a výkonu rozhodnutí v občanských a obchodních věcech, nebo Zpráva Giuliano-Lagarde k Římské úmluvě o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy).¹¹¹

Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I odkazuje na nutnost souladu s procesní normou a také na prohlášení Rady a Komise.¹¹² V prohlášení Rady a Komise bylo stanoveno, že zaměřením podnikatelské činnosti se nerozumí pouhá přístupnost internetových stránek v zemi spotřebitele, ale *„je rovněž třeba, aby tyto internetové stránky vybízely k uzavírání smluv na dálku a aby předtím skutečně byla nějaká smlouva jakýmkoli prostředky uzavřena na dálku. V tomto ohledu jazyk nebo použitá měna na internetových stránkách nejsou podstatným faktorem.“*¹¹³ I po prohlášení Rady a Komise však zůstává pojem „zaměřování se“ nekonkrétně určen a bylo proto nutné jej upřesnit pomocí judikatury SD EU, kterou rozeberu v kapitole níže.

Užívání obecného pojmu „zaměřování se“ lze přičítat vůli zákonodárce co nejakdekvátněji zahrnout všemožné situace tak, aby byla ochrana spotřebitele co nejširší. Interpretace konkrétních situací, tedy otázka, zda podnikatel naplnil znaky „zaměřování

¹¹⁰ Čl. 6 odst. 1 písm. b) Nařízení Řím I

¹¹¹ KUČERA: *Mezinárodní právo soukromé...*, 2015, op. cit., str. 148.

¹¹² Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

¹¹³ Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

činnosti na stát spotřebitele“, je pak ponechána národním soudům v jednotlivých případech k *ad hoc* výkladu.

4 Pojem zaměřování činnosti v procesní úpravě

Určení příslušnosti může činit problémy s ohledem na fakt, že internetové prostředí nemá hranice a uživatel tak může nakupovat v podstatě z celého světa bez vědomosti, kde se nachází prodejce (respektive prodejcův domicil), s nímž interaguje. V internetovém prostředí často nelze vůbec lokalizovat polohu osoby, věci ani místa, kde došlo k rozhodné skutečnosti.¹¹⁴ Určení příslušnosti soudů by přitom s ohledem na cíle a účely procesních nařízení mělo být vysoce předvídatelné.¹¹⁵ Základní procesní normou je Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (dále také jako „Nařízení Brusel I bis“) a dříve účinné Nařízení Rady (ES) č. 44/2001 ze dne 22. prosince 2000 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (dále jen jako „Nařízení Brusel I“).

4.1 Obecný úvod k Nařízení Brusel I bis

Nařízení I bis nahradilo dříve účinné Nařízení Brusel I. Hlavním rozdílem novějšího nařízení oproti dříve účinnému je zrušení mezitímního řízení o uznání a výkon soudních rozhodnutí. Pro uznání rozhodnutí podle Nařízení Brusel I bis zásadně platí, že rozhodnutí vydaná v jednom členském státě jsou uznávána bez zvláštního řízení i v ostatních členských státech a nepotřebují tedy prohlášení vykonatelnosti (tzv. *exequatur*).¹¹⁶

4.1.1 Vztah Bruselské úmluvy, Nařízení Brusel I a Brusel I bis

Přestože je dopad internetu na právní regulaci přijímaným faktem, neexistují specifické normy mezinárodního práva soukromého výslovně upravující vztahy vznikající online.¹¹⁷ Ústřední roli z procesního hlediska hraje Nařízení Brusel I bis, které nabylo účinnosti 10. 1. 2015 a nahradilo tak Nařízení Brusel I. Kontinuita výkladu norem by měla

¹¹⁴ EDWARDS, Lilian; WAELDE, Charlotte. *Law and the Internet*. Third Edition. Oxford: Hart Publishing Ltd., 2009, s. 12.

¹¹⁵ Bod 15 odůvodnění Nařízení Brusel I bis

¹¹⁶ KUČERA: *Mezinárodní právo soukromé...*, 2015, op. cit., str. 379

¹¹⁷ KYSELOVSKÁ, Tereza. *Vybrané otázky vlivu elektronizace na evropské mezinárodní právo soukromé a procesní: (se zaměřením na princip teritoriality a pravidla pro založení mezinárodní příslušnosti*

být zajištěna mezi Bruselskou úmluvou, Nařízením Brusel I i Nařízením Brusel I bis.¹¹⁸ Podmínky aplikace příslušných ustanovení, jež musí spotřebitelské smlouvy splňovat, jsou nyní oproti Bruselské úmluvě uvedeny obecnějším způsobem, tak aby byla zajištěna lepší ochrana spotřebitele s ohledem na nové komunikační prostředky a vývoj elektronického obchodu.¹¹⁹

Z hlediska úpravy mezinárodní příslušnosti je rozdíl mezi Nařízením Brusel I a Brusel I bis pouze minimální, přestože původní zamýšlené změny a záměry byly mnohem velkorysejší.¹²⁰ V Nařízením Brusel I byly spotřebitelské smlouvy upraveny článkem 15, přičemž obsah tohoto ustanovení byl shodně přenesen do čl. 17 dnes účinného Nařízením Brusel I bis. Pro přehlednost uvádím, že níže uvedená judikatura pochopitelně pracuje především s čl. 15 Nařízením Brusel I, neboť účinnost Nařízením Brusel I bis ještě není dostatečně dlouze trvající na to, aby se Nařízením Brusel I bis stihlo promítnout do judikatury SD EU, avšak výklad staršího nařízení samozřejmě dopadá i na nynější ustanovení čl. 17 Nařízením Brusel I bis.¹²¹ Právní úprava předmětného ustanovení o zaměřování činnosti podnikatele je v obou nařízeních shodná.¹²²

4.1.2 Systematika Nařízením Brusel I bis

Nařízením Brusel I bis rozlišuje několik příslušností *inter alia*: základní (obecnou), alternativní, speciální, dohodnutou a výlučnou.¹²³ Pro tuto rigorózní práci je klíčová příslušnost speciální, neboť právě jejím cílem je ochrana slabší smluvní strany v kontraktačním

soudu ve sporech vyplývajících ze smluvních závazkových vztahů). 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014, s. 29.

¹¹⁸ Bod 34 odůvodnění Nařízením Brusel I bis

¹¹⁹ Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 6. září 2012. *Daniela Mühlleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*. Věc C-190/11. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

¹²⁰ VALDHANS, Jiří; DRLIČKOVÁ, Klára. *Rozhodování Soudního dvora EU ve věcech uznání a výkonu cizího soudního rozhodnutí – analýza rozhodnutí dle nařízením Brusel I bis*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2015, s. 14.

¹²¹ SVANTESSON, Dan Jerker B. *Private international law and the internet*. Third edition. Alphen aan den Rijn: Wolters Kluwer, 2016, s. 324.

¹²² Viz srovnání čl. 15 Nařízením Brusel I a čl. 17 Nařízením Brusel I bis.

¹²³ KYSELOVSKÁ, ROZEHNALOVÁ: *Rozhodování Soudního dvora EU...*, 2014, op. cit., s. 26.

procesu, např. spotřebitele.¹²⁴ Kromě spotřebitelských smluv jsou speciálně chráněny také pojišťovací a pracovní smlouvy tak, aby slabší strana byla chráněna pravidly pro určení příslušnosti, která jsou jejím zájmům příznivější než obecná pravidla.

Článek 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis představuje odchylku od obecného pravidla příslušnosti dle čl. 4 odst. 1 daného nařízení, které stanoví příslušnost soudů podle bydliště žalovaného, a stejně tak odchylku od pravidla o zvláštní příslušnosti pro smlouvy vyjádřené v čl. 7 odst. 1 písm. a), dle kterého je příslušným soudem soud místa, kde měl být závazek splněn.¹²⁵ Odchylky a výjimky z obecného pravidla přitom musí být vykládány spíše restriktivně než extenzivně.^{126 127}

Článek 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis se použije za předpokladu kumulativního splnění těchto tří podmínek:

- některá ze stran má postavení spotřebitele, který nejedná v rámci profesionální nebo podnikatelské činnosti,
- smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem byla skutečně uzavřena,
- smlouva spadá do některé z kategorií uvedených v čl. 17 odst. 1 písm. a) až c) (koupě movitých věcí na splátky, úvěr k financování koupě takových movitých věcí, všechny ostatní případy, pokud podnikatel provozuje činnost v členském státě spotřebitele nebo se na členský stát zaměřuje, a smlouva spadá do rozsahu těchto činností).¹²⁸

¹²⁴ KYSELOVSKÁ, ROZEHNALOVÁ: *Rozhodování Soudního dvora EU...*, 2014, op. cit., s. 20.

¹²⁵ Čl. 17 odst. 1, čl. 4 odst. 1 a čl. 7 odst. 1 písm. a) Nařízení Brusel I bis.

¹²⁶ Rozsudek SD EU, *Daniela Mühlleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*, věc C-190/11, bod 27 odůvodnění rozhodnutí.

¹²⁷ Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 28. ledna 2015. *Harald Kolassa proti Barclays Bank plc*. Věc C-375/13. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018]. Bod 28 odůvodnění rozhodnutí.

¹²⁸ Rozsudek SD EU, *Harald Kolassa proti Barclays Bank plc*, věc C-375/13, bod 23 odůvodnění rozhodnutí.

V případě nesplnění osobní nebo věcné působnosti je nutné pro určení příslušnosti postupovat dle obecného pravidla v čl. 4, eventuálně alternativní příslušnosti v čl. 7 odst. 1 Nařízení Brusel I bis.¹²⁹

4.1.3 Aktivní a pasivní spotřebitel

Podmínky, které jsou uvedeny v článku 17 odst. 1 písm. a) a b) Nařízení Brusel I bis, jsou stanoveny poměrně široce, a tak daná ustanovení nemusí poskytovat ochranu pouze tzv. pasivnímu spotřebiteli, ale dopadají taktéž na tzv. aktivního spotřebitele, který se aktivně zajímá a vyhledává příležitosti k uzavření smlouvy mimo zemi svého domicilu, tj. v zemi podnikatelského subjektu.¹³⁰

Oproti tomu znění článku 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis stanovuje podmínku provozování profesionální nebo podnikatelské činnosti ve státě bydliště spotřebitele, respektive zaměřování se na tento stát. Spotřebitele tak staví do role pasivního spotřebitele, kterému článek 17 odst. 1 písm. c) poskytuje ochranu.¹³¹

Avšak, jak rozvedu níže, judikatura SD EU svými závěry dala najevo, že článkem 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis je vhodné chránit nejen pasivního ale dokonce také aktivního spotřebitele (zejména Rozsudek SD EU, Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic, věc C-218/12).

4.1.4 Prorogace v Nařízení Brusel I bis

V případě internetového prodeje je vhodné předejít sporům o pravomoc pomocí prorogace, kterou si může prodejce včlenit do obchodních podmínek a spotřebitel s jejich zněním souhlasí pomocí onoho známého zatrhnutí „Souhlasím“ při dokončování nákupu.¹³²

¹²⁹ ROZEHNALOVÁ, DRLIČKOVÁ a kol. *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2018, op. cit., s. 226.

¹³⁰ Tamtéž., s. 229.

¹³¹ Tamtéž., s. 230

¹³² WANG: *Internet jurisdiction...*, 2010, op. cit., s. 42.

Avšak platnou prorogační doložku lze uzavřít pouze ve třech případech, které zakotvuje čl. 19 Nařízení Brusel I bis (čl. 17 Nařízení Brusel I). Prvním z nich je případ, kdy dohoda o prorogaci bude uzavřena až po vzniku sporu,¹³³ druhým případem je dohoda, která rozšiřuje spotřebitelovy možnosti zahájit řízení u jiných soudů, než které mu zajišťuje ochrana podle čl. 17-19,¹³⁴ anebo prorogace soudu, který leží ve státě, kde mají obě strany domicil.¹³⁵ Ze znění Nařízení Brusel I bis i z všeobecně v literatuře prosazovaného názoru lze dovodit, že je třeba chránit především spotřebitele, který by byl značně znevýhodněn, pokud by se musel dožadovat svých práv v zemi, kde má sídlo podnikatel, kterého by spotřebitel chtěl žalovat.¹³⁶

Právní úprava tedy předpokládá, že je pro spotřebitele výhodnější se soudit u soudu, který zná. Důvodem je efektivnější dostupnost, a to zejména s ohledem na skutečnost, že valná většina spotřebitelských sporů se týká menších finančních částek.¹³⁷ Nelze předpokládat ochotu spotřebitele soudit se „pro pár stovek“ u zahraničních soudů.

Naproti tomu velkým společnostem nemusí činit problém se pro pár stovek soudit třeba až k SD EU a doufat, že spotřebitel spor vzdá předtím, než dojde k finálnímu rozhodnutí soudu ve věci. Příkladem může být případ, který byl řešen v rámci rozhodovací činnosti SD EU - rozsudek Soudního dvora ze dne 4. května 2017, Marcela Pešková a Jiří Peška v. Travel Service a.s., věc C-315/15.¹³⁸ Ve sporu se jednalo o částku asi 6825 Kč (tj. cca 250 eur), a i přesto byla společnost Travel Service a.s. ochotná se proti prvostupňovému rozsudku odvolávat, následně podat ústavní stížnost a konečně věc řešit jako předběžnou otázku dokonce až u SD EU.

¹³³ Čl. 19 odst. 1 Nařízení Brusel I bis

¹³⁴ Tamtéž., odst. 2.

¹³⁵ Tamtéž., odst. 3.

¹³⁶ FOX, William F. *International commercial agreements and electronic commerce*. 5th ed. rev. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2013, s. 201

¹³⁷ JAROSZEK: *European Online Marketplace...*, 2015, op. cit., s. 23.

¹³⁸ Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 4. května 2017. *Marcela Pešková a Jiří Peška v. Travel Service a.s.*, Věc C-315/15. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 7. 2. 2021].

4.1.5 Pojem zaměřování činnosti

Nutno podotknout, že předešlá procesní norma – Bruselská úmluva – pojem „zaměřování činnosti“ vůbec neobsahovala.¹³⁹ Aktuální procesní normy (stejně jako kolizní) pojem „zaměřování činnosti“ sice obsahují, ale konkrétně nevysvětlují, a tak zůstává tento pojem *per se* i nadále neurčitým.¹⁴⁰ Z čl. 17 odst. 1 písm. c) lze dovodit dvě podmínky¹⁴¹ pro uplatnění předmětného ustanovení: podnikatel se musí na členský stát zaměřovat a spotřebitel musí mít v tomto členském státě domicil.¹⁴²

Judikatura dále uvádí, že pojmy použité v Nařízení Brusel I – a zejména pak pojmy uvedené v čl. 15 odst. 1 písm. c) (čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis) – „*musí být vykládány autonomně, a to především s přihlédnutím k systematické a cíli uvedené nařízení za účelem zajištění jednotného použití ve všech členských státech.*“¹⁴³

¹³⁹ WANG: *Internet jurisdiction...*, 2010, op. cit., s. 60.

¹⁴⁰ SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., str. 329.

¹⁴¹ WANG: *Internet jurisdiction...*, 2010, op. cit., s. 60.

¹⁴² Čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis

¹⁴³ Rozsudek SD EU, *Daniela Mühleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*, věc C-190/11, bod 28 odůvodnění rozhodnutí.

5 Pojem zaměřování činnosti v hmotněprávní úpravě

Hmotněprávní úpravou je pro účely této rigorózní práce, s ohledem na její zaměření a tedy pojem „zaměřování podnikatelské činnosti“ a geoblocking, třeba rozumět zejména Nařízením o geoblockingu.

5.1 Obecný úvod k Nařízením o geoblockingu

Legislativní návrh Nařízením o geoblockingu byl zveřejněn dne 25. 5. 2016.¹⁴⁴ Samotné nařízení vstoupilo v účinnost dne 3. 12. 2018.¹⁴⁵ Legislativci v daném případě zvolili právní akt ve formě nařízení, které je vhodné s ohledem na jeho přímé uplatňování ve všech členských státech. Nařízení vstupuje v platnost ve stejném okamžiku v rámci celé Evropské unie, což je žádoucí, bereme-li v potaz obsah úpravy, který je zásadně přeshraniční povahy a i s ohledem na jeho přesah do internetového prostředí, které je tzv. všudypřítomné. Pokud by došlo ke zvolení jiného právního aktu (směrnice), docházelo by k postupnému přijímání opatření uvnitř jednotlivých členských států, což by v rámci přeshraničního přesahu a on-line prostředí mohlo činit značné problémy. Nařízením v tomto smyslu zajišťuje jasnost, jednotnost a právní jistotu, která je nezbytná pro subjekty obchodních vztahů zejména pak v rámci mezinárodních vztahů a internetového prostředí.¹⁴⁶

Cílem Nařízením o geoblockingu je účinné řešení přímé a nepřímé diskriminace mající původ v zeměpisném údaji o subjektu obchodního vztahu. Účelem Nařízením o geoblockingu je zamezit obchodníkům, aby užívali technické prostředky, které brání zákazníkům na základě jejich státní příslušnosti, místa bydliště nebo místa usazení k plnému a rovnému přístupu k webovému rozhraní obchodníka. Smyslem nařízením je, aby měli zákazníci v rámci Evropské unie lepší možnost přístupu k obchodování a byli dostatečně

¹⁴⁴ European Parliament. *2016/0152(COD) Geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market* [online]. Oeil.secure.europarl.europa.eu, 25. května 2016. [cit. 6. 7. 2020] Dostupné na <[<https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2016/0152\(COD\)>](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2016/0152(COD))>

¹⁴⁵ Čl. 11 odst. 1 Nařízením o geoblockingu

¹⁴⁶ Bod 41 odůvodnění Nařízením o geoblockingu

informování o prodeji zboží a služeb v rámci vnitřního trhu. Vnitřní trh by pak měl být díky Nařízení o geoblockingu více transparentní a účastníkům obchodních vztahů by měla být zajištěna možnost plného a rovného zacházení v rámci on-line rozhraní.¹⁴⁷

Nařízení o geoblockingu je součástí pravidel pro elektronický obchod zaměřených na podporu přeshraničního online prodeje v Evropské unii ve prospěch spotřebitelů, kteří mají díky unijnímu právu větší výběr zboží, služeb a také více záruk. Současně je pro prodejce snazší prorazit na celý unijní trh, byť prodejci unijní opatření vnímají často negativně jako stavění dalších překážek pro jejich prodej ze strany legislativců.

Primárně nelze ve valné většině případů objektivně odůvodnit jakékoliv rozdíly v zacházení se zákazníky s ohledem na jejich státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení. Obchodníci přitom často uplatňují odlišné všeobecné podmínky pro přístup, nebo dokonce úplně odmítnou prodej zboží či poskytnutí služeb.

Aby mohlo dojít k rovnému zacházení se zákazníky napříč státy Evropské unie a zabránilo se nežádoucí diskriminaci, neměli by obchodníci v rámci svých on-line rozhraní užívat technické prostředky způsobem, který by v praxi zákazníkům z ostatních členských států znesnadňoval dokončování objednávek a uzavírání obchodních vztahů. Zákazníci by v souladu s unijní právní úpravou měli mít právo uzavírat transakce bez ohledu na jejich státní příslušnost. Měli by mít plný a rovný přístup k jakémukoli nabízenému zboží či službě za stejných podmínek jako místní zákazník. Aby obchodníci jednali v souladu s Nařízením o geoblockingu, je možné, že již museli, popřípadě budou muset, přijmout jistá opatření, což jim může způsobit nemalé komplikace. Nutnost zajištění zákazu diskriminace a transparentnost trhu však převažují nad zájmem jednotlivých obchodníků.¹⁴⁸

I z pohledu obchodníka však Nařízení o geoblockingu lze vnímat pozitivně, především jako šanci pro obchodníky prorazit s veškerým zbožím na celý trh Evropské unie.

¹⁴⁷ Bod 18 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁴⁸ Bod 22 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

Ostatně budování otevřeného, silného a spravedlivého obchodu je jednou ze základních myšlenek a cílů Evropské unie, díky čemuž můžeme kolektivně dosáhnout upevnění celosvětového postavení evropské ekonomiky.

Osobní působnost nařízení se vztahuje nejen na obchodníky usazené v členském státě, ale také na obchodníky z třetích zemí, kteří působí na unijním trhu a účastní se tak hospodářské soutěže. Do působnosti nařízení spadají také internetová tržiště.¹⁴⁹

Nařízení o geoblockingu se vztahuje nejen na internetové stránky dostupné přes internetový prohlížeč, ale také na mobilní aplikace.¹⁵⁰

Právní úprava obsažená v Nařízení o geoblockingu a zákazy či povinnosti v něm stanovené, by však neměly být chápány tak, že obchodníkům vzniká absolutní povinnost uzavírat prostřednictvím on-line rozhraní transakce se zákazníky z celého území Evropské unie.

Z povinnosti dodržovat Nařízení o geoblockingu, nelze dovozovat povinnost obchodníka naplnit veškeré požadavky dle vnitrostátního práva týkající se příslušného zboží a služeb, zejména jejich označování, odvětvové požadavky, povinnost informovat zákazníky a podobně.¹⁵¹ Pokud by tato povinnost měla být dovozována, znamenalo by to, že by obchodníci museli naplnit požadavky vnitrostátního práva všech členských států, což je fakticky neproveditelné.

5.1.1 Vztah Nařízení Brusel I bis, Řím I a Nařízení o geoblockingu

Vztah mezi Nařízeními Brusel I bis, Nařízením Řím I a Nařízením o geoblockingu upravuje mimo jiné již ve svém odůvodnění pod bodem 13 samotné Nařízení o geoblockingu. Ustanoveními Nařízení o geoblockingu by neměly být dotčeny právní předpisy EU „*týkající se soudní spolupráce v občanských věcech, zejména ustanovení o právu rozhodném*

¹⁴⁹ Bod 17 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁵⁰ Bod 18 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁵¹ Bod 29 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

*pro smluvní závazkové vztahy a o příslušnosti soudů uvedená v nařízeních (ES) č. 593/2008 (Nařízení Řím I) a (EU) č. 1215/2012 (Nařízení Brusel I bis).*¹⁵²

Nařízení o geoblockingu by obsaženou právní úpravou nemělo zasahovat do Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis, která by se měla aplikovat *de facto* stejným způsobem jako doposud bez ohledu na toto „nové“ nařízení.

Vztah Nařízení o geoblockingu a Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis je upraven také přímo v normativní části právního aktu. Nařízením o geoblockingu „*není dotčeno právo Unie v oblasti justiční spolupráce v občanských věcech.*“¹⁵³

5.1.2 Systematika Nařízení o geoblockingu

V úvodních ustanoveních Nařízení o geoblockingu je stanoven cíl, oblast působnosti a definice pojmů rozhodných pro toto nařízení.¹⁵⁴

Článek 3 Nařízení o geoblockingu upravuje přístup k on-line rozhraním a zakazuje blokování přístupu k internetovým stránkám a přesměrování zákazníka bez jeho předchozího souhlasu. Ze zákazu pak článek 3 ve svém znění stanovuje jisté výjimky.¹⁵⁵

Článek 4 Nařízení o geoblockingu upravuje přístup ke zboží a službám a podobně jako předchozí článek zakazuje uplatňování odlišných všeobecných podmínek pro přístup ke zboží a službám z důvodů souvisejících se státní příslušností, místem bydliště nebo místem usazení zákazníka. Článek 4 vymezuje některé konkrétní situace, kdy neexistuje oprávněný zájem pro zeměpisné blokování či jiné formy diskriminace založené na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníka. V situacích uvedených v článku 4 by zákazníci z různých členských států měli mít stejný přístup ke zboží a službám jako místní zákazníci. Jedná se o situace, kdy obchodník prodává zboží bez možnosti doručení mimo oblast obsluhovanou prodejcem, obchodník prodává služby poskytované pouze

¹⁵² Bod 13 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁵³ Čl. 1 odst. 6 Nařízení o geoblockingu

¹⁵⁴ Čl. 1 a 2 Nařízení o geoblockingu

¹⁵⁵ Čl. 3 Nařízení o geoblockingu

elektronicky a situaci, kdy obchodník prodává služby poskytované v rámci konkrétní fyzické lokace. I z tohoto zákazu pak existují výjimky, uvedené v závěru článku 4.¹⁵⁶

Článek 5 Nařízení o geoblockingu stanovuje nepřipustnost diskriminace z důvodů souvisejících s platbou.

Následující články pak upravují zejména vztah Nařízení o geoblockingu k jiným unijním předpisům, vymožitelnost, přezkum a závěrečná ustanovení nařízení.

5.1.3 Pojem zaměřování činnosti v Nařízení o geoblockingu

Tvůrci Nařízení o geoblockingu si evidentně byli vědomi souvislosti geoblockingu s pojmem zaměřování podnikatelské činnosti, a proto je zaměřování činnosti v textu nařízení zmíněno hned několikrát.

Nejzásadnější je pak pasáž, ve které samo nařízení stanovuje, že skutečnost, že obchodník dodržuje Nařízení o geoblockingu, by sama o sobě neměla být vykládána tak, že obchodník zaměřuje svoji podnikatelskou činnost na členský stát spotřebitele ve smyslu Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis.¹⁵⁷ Fakt, že obchodník nevyužívá první stupeň geoblockingu, tedy že neblokuje nebo neomezuje samotný přístup ke svým webovým stránkám, ani druhý stupeň geoblockingu, tedy že neuplatňuje pro spotřebitele z různých států odlišné všeobecné obchodní podmínky (viz bližší vysvětlení prvního a druhého stupně geoblockingu včetně uvedení příkladů kapitola 2.4.2 této rigorózní práce), ještě sama o sobě neznamená, že daný podnikatel zaměřuje svoji činnost na členský stát spotřebitele.

Text Nařízení o geoblockingu tedy stejně jako výše citované prohlášení Rady a Komise dochází k závěru, že samotná dostupnost webových stránek v zemi spotřebitele nepostačuje k tomu, aby mohlo být konstatováno, že se podnikatel zaměřuje na členský stát spotřebitele.¹⁵⁸ Naopak ve světle Nařízení o geoblockingu musí podnikatel umožnit

¹⁵⁶ Čl. 4 odst. 1 Nařízení o geoblockingu

¹⁵⁷ Čl. 1 odst. 6 Nařízení o geoblockingu

¹⁵⁸ Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

spotřebitelům přístup k jeho on-line rozhraní. Podnikatel nemůže s ohledem na státní příslušnost, místo bydliště či místo aktuálního usazení prostřednictvím technických prostředků či jinak blokovat nebo omezovat přístup zákazníků k webovým stránkám.¹⁵⁹

Geoblocking prvního stupně je tedy zakázán. Podnikatel nesmí bránit zákazníkům z jiných členských států v přístupu na jeho webové stránky, protože takový postup by byl v rozporu s ustanoveními Nařízení o geoblockingu. Zároveň nelze pouze na základě dostupnosti webových stránek pro spotřebitele z jiných členských států konstatovat, že se podnikatel na členský stát spotřebitele zaměřuje ve smyslu Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis.

Obchodník dokonce dle úpravy Nařízení o geoblockingu nesmí ze zeměpisných důvodů automaticky přesměrovat zákazníka na jinou verzi webových stránek lišící se od verze, ke které se zákazník snažil původně získat přístup, a to dokonce ani jazykem, úpravou či jinými charakteristikami, které by se přizpůsobovaly pro zákazníky dle jejich státní příslušnosti, místa bydliště nebo aktuálního místa usazení. Takový postup je dle Nařízení o geoblockingu možný pouze ve dvou případech.

První případ, kdy lze přesměrování provést je, že dá zákazník s tímto přesměrováním výslovný souhlas. I tak ale musí být původní verze webové stránky pro zákazníka snadno přístupná.¹⁶⁰

Druhým případem jsou situace, kdy je přesměrování žádoucí s ohledem na splnění právních požadavků stanovených dle práva Evropské unie nebo dle právních předpisů členského státu, které jsou v souladu s právem EU, a které se na činnost obchodníka vztahují. V tomto případě je dokonce možný geoblocking prvního stupně. Za této situace je však nutné zákazníkům jasně a konkrétně vysvětlit, proč je blokování či přesměrování

¹⁵⁹ Čl. 3 odst. 1 Nařízení o geoblockingu

¹⁶⁰ Čl. 3 odst. 2 Nařízení o geoblockingu

nutné. Zvláštní přitom je, že toto vysvětlení musí být zákazníkům poskytnuto v jazyce původního on-line rozhraní, ke kterému se zákazník snažil připojit.¹⁶¹

Ustanovení týkající se jazyka, v jakém musí být zákazníkům vysvětlení podáno, nepovažuji za adekvátní. Dovedu si totiž v praxi představit situaci, kdy se český spotřebitel bude snažit připojit na stránky portugalského obchodníka. Následně se českému spotřebiteli zobrazí vysvětlení v portugalštině, že bude s ohledem na konkrétní český právní předpis, který například zakazuje prodej určitého zboží na území Českého státu, přesměrován na webové rozhraní, kde toto zakázané zboží není nabízeno. Je vysoce pravděpodobné, že český spotřebitel nebude vysvětlení v portugalštině vůbec rozumět. Lze očekávat, že spotřebitel přesměrování odsouhlasí, aniž by rozuměl vysvětlení v portugalštině. Následně bude spotřebitel přesměrován na odlišnou webovou stránku, která bude přizpůsobena dle jeho zeměpisných údajů. Přitom si spotřebitel ani nemusí všimnout, že k přesměrování došlo a s ohledem na jazykovou bariéru, i kdyby si přesměrování následně všiml, tak pravděpodobně nebude rozumět tomu, proč se tak stalo. Nastane tedy situace, kdy spotřebitel bude přesměrován na odlišnou verzi on-line rozhraní, aniž by o tom fakticky věděl.

Otázkou tedy je, jakým jazykem by mělo být spotřebiteli sděleno, že dojde k jeho přesměrování na jinou verzi webových stránek obchodníka, tak aby spotřebitel mohl udělit výslovný souhlas s tímto přesměrováním a zároveň skutečně rozuměl tomu, proč k přesměrování dochází, a že se tak děje z objektivních důvodů. Na jednu stranu je velmi logické, že vysvětlení musí být spotřebitelům poskytnuto v jazyce původního rozhraní, na které se spotřebitel snažil připojit, neboť spotřebitel, který by rozuměl jazyku původního rozhraní (ve výše uvedeném příkladu by to byla portugalština), může odmítnout udělit výslovný souhlas s přesměrováním, a následně mu bude umožněno nakupovat na původních stránkách obchodníka. Takových zákazníků, kteří by rozuměli portugalštině, však bude menšina.

¹⁶¹ Čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu

Zbylá větší část zákazníků by byla přesměrována na odlišnou verzi webových stránek, aniž by tušila proč. Aby i tato zbylá část rozuměla, proč k přesměrování dochází, mělo by být vysvětlení o přesměrování sděleno zákazníkům také v dalším jazyce, než pouze v jazyce obchodníka. Možností by bylo, aby vysvětlení bylo sděleno v jazyce podle zeměpisného umístění zákazníka. Ve výše uvedeném případě, pokud by se český spotřebitel připojoval na portugalské stránky, bylo by mu vysvětlení podáno v českém jazyce. Český spotřebitel by pak přehledně rozuměl tomu, proč k přesměrování na jinou verzi stránek dochází a mohl by udělit výslovný souhlas s tímto přesměrováním. Taková možnost však *de facto* odporuje konceptu Nařízení o geoblockingu, když by vysvětlení o přesměrování bylo automaticky upravováno podle zeměpisného umístění zákazníka. Navíc by bylo pro obchodníka administrativně velmi náročné přeložit vysvětlení o přesměrování do všech jazyků míst v EU, ze kterých by se potenciální zákazníci mohli připojit. Takové řešení by bylo neefektivní.

Lepším řešením by dle mého názoru bylo uvést vysvětlení o přesměrování v jazyce, kterým hovoří většina lidí, zejména pak těch, co se aktivně pohybují na internetu – tj. angličtina. Čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu bych tedy doplnila o povinnost obchodníka poskytnout vysvětlení o přesměrování nejen v jazyce rozhraní, ke kterému se zákazník snažil původně získat přístup, ale také o vysvětlení o přesměrování v anglickém jazyce. Spotřebiteli by se pak zobrazilo vysvětlení o přesměrování a jeho důvodu v jazyce původní webové stránky a současně také v angličtině. Výrazně by se tím zvýšila šance, že zákazník pochopí, že bude přesměrován na jinou verzi webové stránky podnikatele a zároveň důvod, proč je přesměrování nutné. Jeho výslovný souhlas pak dospěje svému účelu, když spotřebitel bude srozuměn s tím, s čím souhlasí, tak tomu ve světle současné právní úpravy pravděpodobně nebude.

Je přitom běžné, že obchodníci provozují různé verze webových stránek, které se zaměřují na zákazníky z různých zemí.¹⁶² Nařízení o geoblockingu provoz různých verzí

¹⁶² Např. internetový obchod s oblečením: aboutyou.cz, aboutyou.sk, aboutyou.pl, aboutyou.de a další

pro zákazníky z různých členských států nevylučuje. Naopak samo nařízení uvádí, že je provoz různých verzí i nadále umožněn. Zakázáno je však přesměrování zákazníků z jedné verze webové stránky na jinou verzi bez zákaznickova výslovného souhlasu.¹⁶³

Souhlas zákazníka s přesměrováním přitom postačí pouze jedenkrát. Obchodníci nemusí vyžadovat výslovný souhlas zákazníka pokaždé. Jakmile spotřebitel udělí podnikateli svůj výslovný souhlas s přesměrováním, a to i vyjádřením preference uplatňované na osobním účtu, měl by být výslovný souhlas považován za platný i pro všechny následné návštěvy téhož spotřebitele na témže on-line rozhraní podnikatele. Současně by však zákazníkovi měly vždy zůstat snadno přístupné všechny verze on-line rozhraní.¹⁶⁴

Pokud bych se měla více zabývat tím, zda je vhodné aplikovat právní úpravu, kdy souhlas spotřebitele postačí udělit pouze jedenkrát, mohla bych namítat jako problematickou situaci, kdy jeden počítač (eventuálně jiné obdobné zařízení) obsluhuje více uživatelů. Skutečnost, že jeden uživatel udělí na webové stránce souhlas s geoblockingem, ještě neznamená, že by souhlas udělil i jiný uživatel, který bude zařízení užívat později.

Zákazník by měl mít možnost udělený souhlas kdykoli odvolat.¹⁶⁵

Geoblocking je tedy všeobecně zakázán, avšak, jak jsem uvedla výše, i pro geoblocking mohou existovat objektivní důvody, které jej činí oprávněným. Pokud obchodník dodrží podmínky a důvody dle Nařízení o geoblockingu, může legálně geoblocking užívat, primárně však musí získat od zákazníka výslovný souhlas. I z tohoto však existuje výjimka. Nařízení totiž připouští, že geoblocking může být v některých případech přípustný i bez výslovného souhlasu zákazníka, a to například za účelem zajištění souladu s požadavky unijního práva nebo práva přímo členského státu, jež se na obchodníka v důsledku jeho působení v daném členském státě vztahují.¹⁶⁶

Právní předpisy mohou být v některých zemích přísnější než v ostatních členských státech. Rozdíl může spočívat například v omezování přístupu k určitému zboží

¹⁶³ Bod 20 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁶⁴ Bod 20 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁶⁵ Bod 20 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

¹⁶⁶ Čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu

nebo službám, nebo dokonce i v zákazu zobrazování konkrétního obsahu. Rozdíly v zákazech mezi členskými státy jsou dány zejména s ohledem na odlišné historické, náboženské a kulturní pozadí země. V Německu je například historicky dán intenzivnější restriktivní přístup vůči zobrazování nacistických symbolů, které ještě donedávna byly zcela zakázány kupříkladu ve videohrách.¹⁶⁷ Obchodník by tedy mohl použít technologie ke geoblockingu, aby zabránil německým zákazníkům v nákupu zboží, které je tamními zákony zakázáno.

Obchodníkům by nemělo být bráněno Nařízením o geoblockingu v možnosti splnění požadavků, které se na ně vztahují prostřednictvím jiných právních předpisů. Obchodníci v nezbytných případech mají možnost legálně blokovat a omezit přístup na webové stránky nebo zákazníky z určitých zemí nebo na některých území automaticky přeměrovat na jiné on-line rozhraní.¹⁶⁸

¹⁶⁷ BBC News Service. *Germany lifts total ban on Nazi symbols in video games* [online]. BBC, 10. srpna 2018 [cit. 11. 7. 2020]. Dostupné na <<https://www.bbc.com/news/world-europe-45142651>>

¹⁶⁸ Bod 21 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

6 Vývoj judikatury Soudního dvora Evropské unie

Významnou roli hraje v ochraně spotřebitele judikatura SD EU, která ovlivňuje výklad souvisejících ustanovení. Zajímavostí je, že SD EU v judikatuře pracuje s a vykládá především procesní Nařízením Brusel I a Brusel I bis, kdežto kolizní normu Řím I sice pravidelně zmiňuje, avšak jejímu výkladu se věnuje pouze zřídka a okrajově. Z preambule Nařízením Řím I však plyne, že pojmy použité v obou nařízeních (jak kolizních tak procesních) musí být vykládány stejně.¹⁶⁹ Judikáty jsou pro přehlednost seřazeny chronologicky. Nejdříve pouze krátce nastíním skutkový stav případu, poté rozvedu právní posouzení věci a možné dopady na řešenou problematiku. V jednotlivých případech, ve kterých bylo stanovisko generálního advokáta odlišné či zajímavé, rozebírám i dané stanovisko.

6.1 Gabriel v. Schlank & Schick¹⁷⁰

Prvním rozhodnutím důležitým v řešené problematice se stalo rozhodnutí případu Rudolf Gabriel v. Schlank & Schick z roku 2002, tedy z doby kdy byla v účinnosti ještě Bruselská úmluva.¹⁷¹ Úprava speciální pravomoci zahrnující spotřebitelské smlouvy se sice mezi Bruselskou úmluvou a Nařízením Brusel I liší a navíc Bruselská úmluva vůbec neupravovala zaměřování činnosti,¹⁷² avšak v daném rozhodnutí je důležitý výklad pojmu reklama, který je východiskem i při aplikaci Nařízením Brusel I a Brusel I bis. Internetové prostředí obsahuje nespočetné množství reklamy, která slouží jako prostředek k propagaci zboží a služeb.¹⁷³

V předmětné věci společnost Schlank & Schick zaslala panu Gabrielovi adresovaný dopis, ve kterém mu přislíbila výhru velké částky peněz, avšak vydání vyhrané sumy bylo podmíněno učiněním objednávky u společnosti.¹⁷⁴ SD EU se musel vypořádat s

¹⁶⁹ Bod 7 odůvodnění Nařízením Řím I.

¹⁷⁰ Rozsudek Soudního dvora (šestého senátu) ze dne 11. července 2002. *Rudolf Gabriel*. Věc C-96/00. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

¹⁷¹ Viz účinnost Bruselské úmluvy.

¹⁷² WANG: *Internet jurisdiction and choice of law ...*, 2010, op. cit., s. 56.

¹⁷³ § 1 odst. 2 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 11. 2. 2018].

¹⁷⁴ Rozsudek SD EU, *Rudolf Gabriel*, věc C-96/00, bod 19 odůvodnění rozhodnutí.

otázkou, zda lze na příslibení výhry pohlížet jako na smluvní závazkový vztah. SD EU ve svém rozhodnutí dospěl k závěru, že uvedený slib má v daném případě smluvní povahu. Pro účely této rigorózní práce je však důležité, že SD EU stanovil, že za reklamu se považují všechny její formy, ať je šířena všeobecným adresátům tiskem, televizí, rozhlasem, v kinech či jakýmkoliv jiným způsobem, nebo je adresována přímo prostřednictvím např. katalogů, individuálních nabídek či pomocí zástupce nebo distributora.¹⁷⁵

Přestože v případě pana Gabriela soud uvádí, že za reklamu je třeba považovat všechny její formy šířené jakýmkoliv způsobem, v případě internetu je nutné, s ohledem na jeho všudypřítomnou povahu, *ad hoc* posouzení v každém konkrétním případě, neboť lze jen těžko v internetové reklamě automaticky spatřovat vůli podnikatele zaměřit se *de facto* na všechny státy po celém světě, když jsou webové stránky přístupny v podstatě odkudkoliv. Jiná situace nastává v případě, kdy si podnikatel vědomě zaplatí reklamu cílenou na spotřebitele určitého státu.

6.2 Pammer a Alpenhof¹⁷⁶

Poprvé, a do této chvíle stále i nejobsáhleji, poskytuje SD EU výklad pojmu „zaměření podnikatelské činnosti“ v rozhodnutí ve spojené věci Pammer a Alpenhof z roku 2010.¹⁷⁷

V prvním případě „Pammer“ si rakouský občan Petr Pammer prostřednictvím internetu u německé společnosti objednal plavbu na lodi z italského Terstu na Dálný východ. Když však přijel do města Terst a uviděl plavidlo, na kterém se měl plavit, odmítl

¹⁷⁵ Rozsudek SD EU, *Rudolf Gabriel*, věc C-96/00, bod 44 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁷⁶ Rozsudek Soudního dvora (velkého senátu) ze dne 7. prosince 2010. *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*. Spojené věci C-585/08 a C-144/09. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

¹⁷⁷ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG (C-585/08) a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller (C-144/09)*. In: *Sbirka rozhodnutí*. Bod 2.

nasednout a požadoval vrácení celé částky. Společnost však panu Pammerovi zaslala pouze část peněz.¹⁷⁸

V druhém případě týkajícího se Hotelu Alpenhof, si německý občan pan Heller přes e-mail na základě internetových stránek rezervoval několik pokojů v rakouském Hotelu Alpenhof. Protože nebyl se službami hotelu spokojen, odjel bez zaplacení účtů. Hotel Alpenhof podal žalobu proti panu Hellerovi u rakouských soudů. Pan Heller však namítal nepříslušnost, z důvodu jeho bydliště v Německu.¹⁷⁹

Případy byly řešeny v rámci jedné věci, neboť je spojuje problematika výkladu „zaměřování činnosti podnikatele“ a všeobecně ochrana spotřebitele. V případě Pammer to byl ovšem pan Pammer, tedy spotřebitel, kdo podal žalobu k soudu, ovšem ve druhém případě to byl Hotel Alpenhof – podnikatel, kdo se rozhodl bránit soudní cestou.¹⁸⁰

V obou případech byla předmětem *inter alia* otázka, zda samotná dostupnost internetových stránek postačuje ke konstatování, že se podnikatel zaměřuje činností na danou zemi. S ohledem na výše citované prohlášení Rady a Komise není překvapivé, že soud dospěl k závěru, že pouhá dostupnost webových stránek nepostačuje.¹⁸¹ Generální advokátka ve svém stanovisku uvedla, že pokud by zákonodárce zamýšlel stanovit jako podmínku samotnou přístupnost internetových stránek, použil by přímo toto slovní spojení a nikoli pojem „zaměření činnosti“.¹⁸² Dané rozhodnutí je však klíčové díky tomu, že se soud pokusil konkrétně určit skutečnosti a vlastnosti webových stránek rozhodné

¹⁷⁸ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 14 až 17 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁷⁹ Tamtéž, bod 25 až 28 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁸⁰ SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., s. 330.

¹⁸¹ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 69 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁸² Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 64.

V anglickém znění: „If the legislature had wanted jurisdiction to be determined by the special rules governing consumer contracts simply on the ground that a website can be consulted on the internet, it would have made the mere existence of a website a condition for the application of those provisions rather than the directing of activities.“

pro posouzení zaměřování činnosti podnikatele. Ovšem jak sám soud uvádí, výčet znaků není taxativní.¹⁸³

Podle názoru generální advokátky V. Trstenjak, je třeba zkoumat, zda z obsahu internetové stránky vyplývá, že se podnikatel úmyslně snaží uzavírat smlouvy na dálku se spotřebiteli z jiných členských států.¹⁸⁴ Za zjevný projev lze podle soudu považovat, pokud podnikatel výslovně uvede, že nabízí své služby nebo zboží ve jmenovitě určených státech. Za zjevný projev se považuje také, jestliže podnikatel vynaloží náklady na službu sponzorovaných odkazů usnadňující přístup pro spotřebitele s bydlištěm v různých členských státech.¹⁸⁵ Sponzorované odkazy jsou jednou z forem textové reklamy na internetu a bývají tvořeny odkazem na příslušné internetové stránky zpravidla doplněným o logo webových stránek.¹⁸⁶

Dále lze za indicie považovat mezinárodní povahu dotčené činnosti. Typickou činností, která pravidelně obsahuje mezinárodní prvek, je např. cestovní ruch. V obou řešených případech, tj. v případě pana Pammera i v případě Hotelu Alpenhof, se o cestovní ruch jednalo.

Indicií, kterou můžeme zkoumat již ze samotného odkazu na webové stránky, je použití jiné domény prvního řádu,¹⁸⁷ než má doména členského státu podnikatele (např. použití „.de“ namísto „.cz“), nebo použití neutrálních doménových jmen (např. „.eu“ či „.com“).¹⁸⁸ Užití jiné domény prvního řádu se může stát aktuálním problémem, neboť webové stránky často volí jiné domény z důvodu, že jim koncovka zapadá

¹⁸³ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 93 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁸⁴ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 73.

¹⁸⁵ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 81 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁸⁶ Slovníček pojmů: *Sponzorované odkazy* [online]. H1 Slovakia. © 2015 [cit. 20. 2. 2018]. Dostupné na <<http://www.h1.cz/znalosti/h1-cz-pro-vas/slovnicek-pojmu/sponzorovane-odkazy/>>

¹⁸⁷ Doména prvního řádu je tzv. koncovka vyjadřující zejména příslušnost k zemi, národu nebo státu unie (např. sk, cz, de, eu, com) Více informací např. zde: <https://www.jakpsatweb.cz/domeny.html>

¹⁸⁸ GRINGRAS: *The laws of the Internet...*, 2015, op. cit., s. 5.

do názvu (např. česká internetová stránka uloz.to). Doména „.to“ přitom spadá pod Království Tonga, což je stát v Oceánii.¹⁸⁹ Dalším důvodem pro volbu jiné koncovky může být levnější provoz cizí domény nebo obsazenost názvu webové stránky s českou zkratkou „.cz“, a tak se například Čech rozhodne založit webové stránky s koncovkou „.sk“, přestože chce svoji činnost směřovat pouze na české spotřebitele.

Dále považuje soud za směřodáté, zda podnikatel na svých webových stránkách uvedl popis cesty do místa poskytování služeb s počátkem cesty v jiném členském státě (dálnice, mezinárodní vlaková spojení, vyznačení nejbližších mezinárodních letišť), jakož i uvedení mezinárodní klientely ze spotřebitelů s bydlištěm v různých členských státech.¹⁹⁰ Soud může také zkoumat, zda podnikatel v minulosti provedl obchodní transakce se spotřebiteli z jiných států.¹⁹¹ Pokud by podnikatel běžně uzavíral smlouvy na dálku se spotřebiteli z konkrétního státu, mohl by následně jen těžko namítat, že na daný stát svoji podnikatelskou činnost nezaměřuje. Na druhou stranu uzavření smlouvy pouze s jedním spotřebitelem z jiného členského státu ještě neznamená, že podnikatel naplnil kritéria „zaměření podnikatelské činnosti“ na tento stát.¹⁹²

Generální advokátka ve stanovisku dále uvádí, že vodítkem může být také interaktivní nabídka států (seznam), ze kterých může spotřebitel na internetových stránkách vybírat při zadávání své adresy.¹⁹³ Pokud spotřebitel najde svůj stát v nabídce států v rolovacím seznamu, může to vnímat jako indicii „zaměření činnosti“.

Podle názoru generální advokátky by podnikatel měl nést odpovědnost také v případě, že zašle nevyžádanou elektronickou zprávu obsahující nabídku nebo odkaz na internetové stránky, aniž to spotřebitelé z jiného státu vyžadovali. Podnikatel pak musí počítat s rizikem, že sudiště bude v jiném členském státě.¹⁹⁴

¹⁸⁹ Domény – seznam: *Doména TO, Tonga* [online]. Zoner software, a. s. [cit. 20. 2. 2018]. Dostupné na <<https://www.czechia.com/clanek/domeny-to/>>

¹⁹⁰ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 83 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁹¹ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 80.

¹⁹² Tamtéž.

¹⁹³ Tamtéž, bod 78 stanoviska.

¹⁹⁴ Tamtéž, bod 88 stanoviska.

Soud v rozhodnutí Pammer a Alpenhof upřesňuje, že výše zmíněné prohlášení Rady a Komise, že použitý jazyk či měna nejsou rozhodující, nelze aplikovat na případy, kdy mají zákazníci na výběr z více jazyků nebo se jazyk či měna liší od těch, které jsou obvykle užívány ve státě podnikatele.¹⁹⁵ Pokud by například německý obchodník, jehož internetová stránka je v němčině, umožňoval změnu jazyka na polštinu, lze to považovat za indicii, že zaměřuje svoji činnost rovněž na Polsko. Na druhou stranu nelze očekávat, že by rakouský spotřebitel uspěl s tvrzením, že se na něj internetové stránky německého obchodníka musí zaměřovat z důvodu, že užívají německý jazyk (který je zároveň úředním jazykem Rakouska).

Rozhodnutí konkretizuje pojem zaměření činnosti rovněž pomocí negativního výčtu, když uvádí, že zveřejnění elektronické či zeměpisné adresy ani uvedení telefonního čísla bez mezinárodní předvolby nelze považovat za vůli podnikatele zaměřovat se na jiné státy.¹⁹⁶ Elektronická adresa totiž s ohledem na usnadnění kontaktu s prodejcem dokonce musí být poskytnuta v souladu s čl. 5 odst. 1 písm. c) směrnice o elektronickém obchodu.¹⁹⁷

Z textu rozhodnutí dále plyne, že zaměřování činnosti nemusí být nutně zcela zjevné a podstatné, nýbrž postačí i kombinace pouze některých z výše uvedených znaků, aby soud dospěl k závěru, že se podnikatel zaměřuje na členský stát bydliště spotřebitele. Je na vnitrostátním soudu, aby existenci takových znaků v každém jednotlivém případě posoudil *ad hoc*.¹⁹⁸

¹⁹⁵ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 84 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁹⁶ Tamtéž, bod 77 odůvodnění rozhodnutí.

¹⁹⁷ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (směrnice o elektronickém obchodu). In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 18. 2. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>>

¹⁹⁸ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 93 odůvodnění rozhodnutí.

6.3 Mühlleitner v. Yusufi¹⁹⁹

Předmětné rozhodnutí z roku 2012 se týkalo rakouské občanky paní Mühlleitner, která si na německých webových stránkách společnosti Yusufi vyhledala automobil a za účelem získání více informací se s prodejci zkontaktovala. Webové stránky společnosti Yusufi se svým obsahem *per se* nezaměřovaly na Rakouské spotřebitele. Avšak prodejce paní Mühlleitner sdělil, že její rakouská příslušnost nebrání dokončení obchodu. Následně vycestovala do Německa, kde uzavřela kupní smlouvu, ovšem po návratu do Rakouska zjistila na zakoupeném automobilu podstatné závady.²⁰⁰

Podstatou předběžné otázky předkládané soudu bylo, zda smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem vyžaduje, aby byla uzavřena na dálku. Soud přitom znovu odkazuje na prohlášení Komise a Rady²⁰¹ a také bod 24 odůvodnění Řím I, jenž obsah prohlášení přebírá. Dle uvedených zdrojů je nutné, aby byly spotřebitelské smlouvy uzavřeny na dálku. S tímto však nesouhlasily vlády, které předložily svá vyjádření, s odkazem na historii normy a její teleologický výklad.²⁰²

Předmětné ustanovení totiž nepodmiňuje svou použitelnost uzavřením smlouvy na dálku. Pro uplatnění normy je třeba splnit dvě výše zmíněné podmínky. Podnikatel musí činnost provozovat v členském státě anebo se na členský stát, ve kterém má spotřebitel bydliště, zaměřovat, a také smluvní vztah musí spadat do rozsahu této činnosti.²⁰³ Dále soud poukázal na důvodovou zprávu Komise k návrhu Nařízení Brusel I, kde se Komise vyjádřila v tom smyslu, že se čl. 15 odst. 1 písm. c) (nyní čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis) použije i na smlouvy, které byly uzavřeny v jiném členském státě, než je domicil spotřebitele.²⁰⁴ Soud tedy dospěl k závěru, že dané ustanovení musí být

¹⁹⁹ Rozsudek SD EU, *Daniela Mühlleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*, věc C-190/11.

²⁰⁰ Tamtéž, bod 11 až 16 odůvodnění rozhodnutí.

²⁰¹ Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

²⁰² Rozsudek SD EU, *Daniela Mühlleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*, věc C-190/11, bod 34 odůvodnění rozhodnutí.

²⁰³ Tamtéž, bod 36 odůvodnění rozhodnutí.

²⁰⁴ Tamtéž, bod 37 odůvodnění rozhodnutí.

vykládáno tak, „... že nevyžaduje, aby smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem byla uzavřena na dálku.“²⁰⁵

Podmínka distančního uzavření smlouvy nebyla shledána za nutnou, a dále byl rozhodnutím Mühlleitner rozšířen seznam indicií, podle kterých lze posuzovat zaměřování činnosti podnikatele, jenž byl původně stanoven v rozhodnutí Pammer/Alpenhof. Za směrodatné se považuje, zda došlo k navázání kontaktu mezi stranami na dálku, zda bylo zboží rezervováno na dálku a jestli uzavření samotné spotřebitelské smlouvy proběhlo distančně.

6.4 Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic²⁰⁶

Rozhodnutí ve věci Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic bylo vydáno v roce 2013. Německý občan pan Emrek vyjel na doporučení svých známých do francouzské prodejny automobilů, jejímž majitelem byl pan Sabranovic, a zde uzavřel spotřebitelskou smlouvu o koupi automobilu. Pan Emrek tedy neuzavřel smlouvu na základě webových stránek pana Sabranovice a tyto stránky předtím ani neviděl. Avšak při vzniku sporu poukazoval pan Emrek na zaměřování internetových stránek na německé spotřebitele, a tedy naplnění podmínek zaměřování podnikatelské činnosti na stát, ve kterém má spotřebitel bydliště ve smyslu Nařízení Brusel I. Vlado Sabranovic měl na webových stránkách zveřejněno kromě francouzských čísel také číslo německého mobilního telefonu s příslušnými mezinárodními předvolbami.

Předběžnou otázkou se národní soud dotazoval u SD EU, zda je nutná příčinná souvislost mezi internetovou prezentací podnikatele a uzavřením spotřebitelské smlouvy. SD EU uvedl, že by podmínka příčinné souvislosti byla v rozporu s cílem Nařízení Brusel I, a to ochranou spotřebitele jako slabší smluvní strany.²⁰⁷ SD EU dospěl k závěru,

²⁰⁵ Tamtéž, bod 46 odůvodnění rozhodnutí.

²⁰⁶ Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 17. září 2013. *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*. Věc C-218/12. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

²⁰⁷ Rozsudek SD EU, *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*, věc C-218/12, bod 24 odůvodnění rozhodnutí.

že nemusí existovat příčinná souvislost mezi webovými stránkami, které se zaměřují na stát spotřebitele a způsobem, jakým spotřebitel smlouvu uzavřel. Podle stanoviska generálního advokáta Pedra Cruz Villalóna, kterému přitakal také SD EU v rozsudku, by podmínka příčinné souvislosti ztěžovala důkazní pozici spotřebitele, neboť by v některých situacích jen těžko dokazoval, že k uzavření smlouvy jej primárně vedlo zhlédnutí internetových stránek.²⁰⁸ Na druhou stranu generální advokát i soud upřesnili, že příčinná souvislost má význam jako indicie, podle které může soud posoudit, zda se podnikatel činností zaměřuje na daný stát. Došlo tedy k dalšímu rozšíření seznamu indicií, které byly demonstrativně stanoveny v rozhodnutí ve spojené věci Pammer a Alpenhof – viz výše.

S daným rozhodnutím nesouhlasí Kyselovská, neboť dle jejího názoru: „... je výše uvedená interpretace SD EU v rozporu s cíli a účelem speciálních pravidel pro založení mezinárodní příslušnosti soudů ve spotřebitelských sporech.“²⁰⁹ Nařízení Brusel I poskytuje ochranu zejména pasivnímu spotřebiteli a nikoli aktivnímu, jenž sám aktivně vyjede do zahraničí za účelem nákupu. Mezinárodní právo nemůže chránit spotřebitele za každou cenu. Zejména u aktivního spotřebitele lze polemizovat o charakteristických vlastnostech slabší strany, neboť takový spotřebitel si sám vyhledá potřebná fakta, a tím může radikálně zmenšit informační asymetrii mezi stranami. Spotřebitel reálně nemusí být vždy slabší stranou obchodního vztahu. Kyselovská dále polemizuje nad závěrem generálního advokáta, podle kterého by spotřebitel jen stěží dokazoval, že předmětné webové stránky podnikatele navštívil, neboť v dnešní moderní době není problém pomocí technologií zjistit, kdo a kdy se na příslušné stránky dostal, a který obsah si prohlížel. Požadavek příčinné souvislosti navíc Kyselovská dovozuje přímo z textu nařízení: „... smlouva spadá do rozsahu těchto činností.“²¹⁰ Jako další neméně silný argument uvádí nutnost souladného výkladu Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I, přičemž preambule Nařízení

²⁰⁸ Stanovisko generálního advokáta Pedra Cruz Villalóna ze dne 18. července 2013. *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*. Věc C-218/12. In: Sbíрка rozhodnutí. Bod 25.

²⁰⁹ KYSELOVSKÁ, Tereza. Příslušnost soudů ve sporech vyplývajících ze spotřebitelských smluv. *Revue pro právo a technologie* [online]. 2013, roč. 4, č. 8, s. 47, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 22. 2. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/revue/article/viewFile/5007/pdf>>

²¹⁰ Čl. 15 odst. 1 Nařízení Brusel I

Řím I jasně uvádí, že „... je rovněž třeba, aby smlouva předtím byla uzavřena v rámci těchto činností.“²¹¹

Osobně se více než k závěru SD EU přikláním k závěru Kyselovské, tedy že by měla být splněna podmínka příčinné souvislosti mezi internetovou prezentací podnikatele a uzavřením spotřebitelské smlouvy. Je nelogické, aby se spotřebitel mohl dovolávat ochrany na základě podoby internetových stránek, které předtím sám ani neviděl.

6.5 Hobohm v. Kampik²¹²

Dalším rozhodnutím, které bylo k problematice „zaměřování se“ vydáno Soudním dvorem Evropské unie, je rozsudek v případě pana Rüdiger Hobohma proti společnosti Kampik z roku 2015. Německý občan pan Hobohm si chtěl ve Španělsku prostřednictvím tamní společnosti Kampik koupit byt. Po uzavření kupní smlouvy a zaplacení dvou splátek se však společnost Kampik dostala do finančních problémů, a tak pan Hobohm uzavřel příkazní smlouvu s panem B. A. Kampikem (fyzickou osobou), který se zavázal práce dokončit.²¹³ Poté, co došlo k dalším sporům mezi stranami, odvolali manželé Hobohmovi plnou moc udělenou panu Kampikovi a požadovali vrácení peněz. Následně podal pan Hobohm žalobu k německému soudu, který však žalobu odmítl pro nedostatek příslušnosti.

Předkládanou otázkou bylo, zda se čl. 15 písm. 1 písm. c) Nařízení Brusel I dá použít i na situace, kdy smlouva (v tomto případě příkazní) uzavřená mezi spotřebitelem a profesionálem sama o sobě nespadá do oblasti podnikatelské činnosti zaměřené uvedeným profesionálem na členský stát bydliště spotřebitele, zároveň však vykazuje spojitost

²¹¹ Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

²¹² Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 23. prosince 2015. *Rüdiger Hobohm v. Benedikt Kampik Ltd & co. KG a další*. Věc C-297/14. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

²¹³ Rozsudek SD EU, *Rüdiger Hobohm v. Benedikt Kampik Ltd & co. KG a další*, věc C-297/14, bod 10 až 14 odůvodnění rozhodnutí.

se smlouvou dříve uzavřenou mezi týmiž stranami v rámci „zaměřené podnikatelské činnosti“.²¹⁴

Zaměření internetových stránek a tedy podnikatelské činnosti španělské společnosti Kampik na německé spotřebitele bylo zřejmé. Společnost pana Kampika nabízela své služby na internetových stránkách v německém jazyce s doménou prvního řádu „.com“. Dále byla na stránkách uvedena kontaktní e-mailová adresa s doménou „.de“ a technická podpora profesionální činnosti pana Kampika byla dostupná na berlínském telefonním čísle. Společnost také vytvořila prospekty v německém jazyce, které rozdávala přímo v Německu. Podnikatel zaměřoval svoji činnosti mimo jiné prostřednictvím internetových stránek na německé spotřebitele a první (kupní) smlouva tedy bezpochyby spadá pod působnost čl. 15 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I.²¹⁵

Problematičtějším je v daném případě dopad příslušnosti na druhou (příkazní) smlouvu, která byla *de facto* uzavřena mezi dvěma fyzickými osobami. Soud dospěl k závěru, že mezi kupní smlouvou a příkazní smlouvou existuje spojitost plynoucí z jejich stejného hospodářského cíle, která umožňuje mít za to, že příkazní smlouva spadá do rámce podnikatelské činnosti.²¹⁶

S ohledem na zajištění předvídatelnosti pravidel soudní příslušnosti, pokud profesionál navrhne témuž spotřebiteli uzavření druhé smlouvy, která má sledovat dosažení téhož základního cíle stanoveného první smlouvou, může profesionál rozumně předpokládat, že obě uzavřené smlouvy budou podléhat stejnému režimu soudní příslušnosti.²¹⁷

Předmětné rozhodnutí také výslovně uvádí tři podmínky, které je nutné naplnit k aplikaci čl. 15 odst. 1 Nařízení Brusel I. Zaprvé musí mít některá ze smluvních stran postavení spotřebitele, který jedná v rámci, o němž lze mít za to, že nespadá do jeho pro-

²¹⁴ Tamtéž, bod 22 odůvodnění rozhodnutí.

²¹⁵ Tamtéž, bod 19 odůvodnění rozhodnutí.

²¹⁶ Tamtéž, bod 28 a 29 odůvodnění rozhodnutí.

²¹⁷ Tamtéž, bod 39 odůvodnění rozhodnutí.

fesionální nebo podnikatelské činnosti. Zadruhé smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem byla skutečně uzavřena a zatřetí že tato smlouva spadá do některé z kategorií uvedených v čl. 15 odst. 1 písm. a) až c) Nařízení Brusel I.

Článek 15 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I musí být podle SD EU vykládán tak, „že se může vztahovat na smlouvu uzavřenou mezi spotřebitelem a profesionálem, která sama o sobě nespadá do oblasti profesionální nebo podnikatelské činnosti „zaměřené“ uvedeným profesionálem na členský stát bydliště spotřebitele, avšak vykazuje úzkou spojitost se smlouvou dříve uzavřenou mezi stejnými smluvními stranami v rámci uvedené činnosti.“²¹⁸

6.6 Jana Petruchová v. FIBO²¹⁹

Rozsudek Soudního dvora EU ve sporu J. Petruchová proti FIBO je zajímavý zejména pro české čtenáře s ohledem na skutečnost, že tento případ byl řešen v rámci české justice, neboť Jana Petruchová je českou občankou. Zároveň se jedná o rozhodnutí, které již počítá s účinností, a tedy pracuje s Nařízením Brusel I bis.

Jana Petruchová si v průběhu vysokoškolského studia chtěla přivydělávat na mezinárodním devizovém trhu FOREX (Foreign Exchange) zadáváním příkazů k nákupu a prodeji měny, a to prostřednictvím online obchodní platformy společnosti FIBO (kyberský původ).

Smlouva mezi Petruchovou a společností FIBO obsahovala ustanovení o dohodě o příslušnosti kyberských soudů (sídlo společnosti FIBO).²²⁰

²¹⁸ Tamtéž, bod 40 odůvodnění rozhodnutí.

²¹⁹ Rozsudek Soudního dvora (prvního senátu) ze dne 3. října 2019. *Jana Petruchová v. FIBO Group Holdings Limited*. Věc C-208/18. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 24. 1. 2021].

²²⁰ Rozsudek SD EU, *Jana Petruchová v. FIBO Group Holdings Limited*, věc C-208/18, bod 15 až 19 odůvodnění rozhodnutí.

V jednom případě zadávání příkazu k nákupu a prodeji mělo dojít k prodlení ze strany společnosti FIBO, kvůli čemuž přišla paní Petruchová o peníze, respektive o potenciální zisk. Paní Petruchová zažalovala za tvrzené pochybení společnost FIBO u Krajského soudu v Ostravě, neboť měla za to, že jako spotřebitel ve smyslu čl. 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis nemůže být omezována dohodou o příslušnosti kyperských soudů při výběru soudu.²²¹

Předběžnou otázkou u SD EU bylo, *zda fyzická osoba, která na základě takové smlouvy, jako je rozdílová smlouva uzavřená s brokerskou společností, provádí jejím prostřednictvím transakce na trhu FOREX, může být kvalifikována jako „spotřebitel“ ve smyslu čl. 17 odst. 1 Nařízení Brusel I a zda jsou pro účely hodnocení vlastností spotřebitele rozhodné faktory, jako je hodnota transakcí prováděných na základě takovýchto smluv, velikost rizika finančních ztrát spojeného s jejich uzavíráním, případné znalosti a odbornost této osoby v oblasti finančních nástrojů nebo její aktivní jednání v rámci takových transakcí, jakož i skutečnost, že se článek 6 nařízení Řím I nevztahuje na finanční nástroje nebo že je tato osoba „neprofesionálním klientem“ ve smyslu čl. 4 odst. 1 bodu 12 směrnice 2004/39.*²²²

SD EU rozsudkem uzavřel, že takové finanční nástroje, jako jsou rozdílové smlouvy, do působnosti článků 17 až 19 Nařízení Brusel I bis spadají, dále že působnost ustanovení týkajících se spotřebitele není omezena konkrétní částkou a také že posuzování „spotřebitele“ nemůže záviset na jeho znalostech a informacích v dané oblasti, neboť se jedná o příliš subjektivní posuzování. Má být hodnocen účel uzavření smlouvy, tedy zda jde o uspokojování osobních potřeb nebo hospodářskou činnost.²²³

I v tomto posledním uvedeném případě tedy bylo rozhodnuto ve prospěch spotřebitele.

²²¹ Tamtéž, bod 21 až 22 odůvodnění rozhodnutí.

²²² Tamtéž, bod 37 odůvodnění rozhodnutí.

²²³ Tamtéž, bod 49 až 68 odůvodnění rozhodnutí.

7 Případové studie

V případových studiích uvedu několik krátkých případů, se kterými by se potenciální spotřebitelé mohli v reálném životě setkat. Každý případ stručně rozvedu a pomocí faktů vyplývajících z uvedené právní úpravy, rozhodování SD EU, literatury a dalších výše uvedených zdrojů, uvedu, zda se podnikatel v daném případě svou činností zaměřuje na členský stát spotřebitele nebo nikoliv, eventuálně rozeberu další pro případ zajímavé okolnosti.

7.1 Případ č. 1

Podnikatel, jehož sídlo se nachází v Číně, má webové stránky v angličtině a do ČR dodává zdarma. Tento prodávající má sklad v Německu, aby mohl rychleji zasílat zboží svým zákazníkům v Evropě. V tomto skladě je také možné si zboží vyzvednout osobně.

Dle čl. 17 odst. 2 Nařízení Brusel I bis platí, že pokud nemá „*smluvní partner spotřebitele bydliště v některém členském státě, avšak má v některém členském státě pobočku, zastoupení nebo jinou provozovnu, je s ním při sporech vyplývajících z jejich provozu jednáno tak, jako by měl bydliště v tomto členském státě.*“²²⁴ Sklad v tomto případě lze považovat jako „pobočku, zastoupení nebo jinou provozovnu“. Z ustanovení čl. 17 odst. 2 plyne, že je naplněna osobní působnost Nařízení Brusel I bis ve smyslu článku 4 odst. 1.

Jak uvedl SD EU v rozhodnutí ve spojené věci Pammer a Alpenhof, při zkoumání, zda se podnikatel zaměřuje na jiné státy, je třeba přihlížet také k použitému jazyku a měně. Užití jiného jazyku, než jaký je obvykle užíván ve státě podnikatele, lze vnímat jako indicii, která prokazuje existenci činnosti zaměřené na jiný stát.²²⁵

²²⁴ Čl. 17 odst. 2 Nařízení Brusel I bis

²²⁵ Rozsudek SD EU, *Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 84 odůvodnění rozhodnutí.

Angličtina není úředním jazykem Číny,²²⁶ a proto lze ve skutečnosti, že webové stránky podnikatele jsou v angličtině, spatřovat náznak, že se tento podnikatel zaměřuje svou profesionální činností na jiné státy.

Stejně tak ochotu podnikatele zasílat do České republiky zdarma lze považovat za indicii, která přisvědčuje zaměřování podnikatelské činnosti na Českou republiku. Poštovné zdarma do členského státu sice není uvedeno ve výše uvedené právní úpravě a judikatuře SD EU jako indicie napovídající existenci zaměřování činnosti, avšak SD EU uvedl, že výčet jím vyjmenovaných indicií není taxativní a každý případ je nutné posuzovat *ad hoc*.²²⁷

Je možné předpokládat, že s ohledem na umístění skladu v Německu a poštovnímu do ČR zdarma, by se spotřebiteli mohlo podařit také prokázat, že čínský podnikatel uzavřel již dříve několik obchodů se spotřebiteli z ČR, což by také mohlo být použito jako důkaz o zaměřování činnosti.²²⁸

V daném případě lze dospět k závěru, že se čínský podnikatel zaměřuje svou činností na spotřebitele z České republiky.

Případné spory vůči čínskému podnikateli lze řešit před českým soudem. Problematická je ovšem praktická stránka případu, neboť vymahatelnost českého rozhodnutí v Číně již žádným ochranným ustanovením unijního práva regulována není a ani nemůže být.²²⁹

²²⁶ Zastupitelský úřad ČR v Pekingu (Čína). *Čína: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled* [online]. Bussinessinfo.cz. Oficiální portál pro podnikání a export, publikováno 24. 8. 2018 [cit. 26. 2. 2019]. Dostupné na <<https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-19051.html#sec1>>

²²⁷ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 93 odůvodnění rozhodnutí.

²²⁸ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 80.

²²⁹ ROZEHNALOVÁ a kol. *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2018, op. cit., s. 220.

7.2 Případ č. 2

Podnikatel, který má sídlo podnikání v Katowicích (Polsko), provozuje e-shop s oblečením. Webové stránky jsou v jazyce polském, českém a slovenském. Ceny zboží jsou uváděny nejen v polských zlotých, ale i v českých korunách a eurech. Informace o dopravě uvádějí možnost dodání nejen do Polska, ale i do České republiky a na Slovensko.²³⁰

Jak bylo uvedeno ve spojené věci Pammer a Alpenhof, použitý jazyk či měna jsou rozhodující, pokud mají zákazníci na výběr z více jazyků nebo se jazyk či měna liší od těch, které jsou obvykle užívány ve státě podnikatele.²³¹ Vzhledem ke skutečnosti, že se v Polsku obvykle užívá pouze polština, lze v možnosti českého jazyka spatřovat jasnou indicii, že se podnikatel zaměřuje na Českou republiku. To ostatně potvrzuje také alternativa české koruny a možnost dodání zboží do ČR. Stejně tak lze dojít k závěru, že se podnikatel zaměřuje také na Slovenskou republiku, protože nabízí jako alternativní jazyk slovenštinu a ceny v eurech.

Spotřebitel s bydlištěm v České republice by tedy dle čl. 18 odst. 1 Nařízení Brusel I bis mohl podat žalobu u českého soudu, neboť lze dospět k závěru, že se polský podnikatel zaměřuje na Českou republiku ve smyslu čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis. Rozhodným právem by s ohledem na ochranu spotřebitele jako slabší strany bylo české právo dle čl. 6 odst. 1 písm. b) Nařízení Řím I.

7.3 Případ č. 3

Ionise je společnost se sídlem v Itálii provozující webové stránky, na kterých prodává klimatizace. Tyto klimatizace jsou velmi oblíbené v malých kancelářích ve Švédsku. Webové stránky společnosti jsou pouze v italštině a ceny zboží v eurech. Společnost Ionise

²³⁰ ROZEHNALOVÁ a kol. *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2018, op. cit., s. 83.

²³¹ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 84 odůvodnění rozhodnutí.

pravidelně jezdí na švédský veletrh, na kterém komunikuje s ostatními obchodníky a distributory.

Ze samotných webových stránek nelze usuzovat, že by se jakkoliv zaměřovali na jinou zemi než na Itálii. Přestože je euro platnou měnou v mnoha zemích EU, nelze v uvádění cen v eurech v tomto případě spatřovat tendenci zaměřování se na jiné členské státy. Euro je totiž běžně užívanou měnou v Itálii.²³²

Pouze na základě účasti na švédském veletrhu, bez dalšího zaměřování svých podnikatelských aktivit, nemůže švédský spotřebitel dojít k závěru, že se společnost Ionise zaměřuje na švédské spotřebitele, a nemůže se tak dožadovat ochrany dle Nařízení Brusel I bis.²³³

Pokud však společnost Ionise uzavře distributorské smlouvy, byť s nezávislou třetí stranou, jejímž úkolem bude distribuovat klimatizace na území Švédska, lze konstatovat, že se společnost Ionise zaměřuje podnikatelskou činností na švédské spotřebitele.²³⁴

7.4 Případ č. 4

Český podnikatel vlastní hotel v Krkonoších, kde poskytuje ubytovací služby. Webové stránky hotelu jsou vedeny v češtině, angličtině i němčině. Ceny jsou uvedeny v českých korunách a eurech. Na webových stránkách je uvedeno telefonní spojení s mezinárodní předvolbou.

²³² Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 84 odůvodnění rozhodnutí.

²³³ GRINGRAS: *The laws of the Internet...*, 2015, op. cit., s. 71.

²³⁴ CALLIESS, Galf-Peter. *Rome regulations: commentary on the European rules of the conflict of laws*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2011, s. 143.

Podle SD EU ve spojené věci Pammer a Alpenhof je nutné zkoumat také mezinárodní povahu dotčené činnosti, přičemž typickou činností, která pravidelně obsahuje mezinárodní prvek, je cestovní ruch. Ubytování lze bezesporu pokládat za součást cestovního ruchu. Činnost českého podnikatele má tedy mezinárodní povahu.²³⁵

Dále skutečnost, že webové stránky podnikatele jsou kromě českého jazyka dostupné také v angličtině a němčině, nasvědčuje tomu, že je vůlí podnikatele se zaměřovat také na zahraniční klientelu.²³⁶ Běžně užívaným jazykem v ČR je totiž pouze čeština. Stejně tak uvedení telefonního čísla s mezinárodní předvolbou lze považovat za indicii.

Přestože to bude spotřebitel, kdo bude muset dojet do ČR za službou podnikatele, zájem o nabídku nastane pravděpodobně po zhlédnutí webových stránek, které jsou zaměřené na zahraniční klientelu. Ovšem ani návštěva webových stránek spotřebitelem není nutná, neboť jak uvedl SD EU, není nutná příčinná souvislost mezi internetovou prezentací podnikatele a uzavřením smlouvy.²³⁷ Postačí tedy konstatování, že se webové stránky podnikatele zaměřují na stát spotřebitele bez ohledu na to, zda je spotřebitel uzavírající smlouvu někdy viděl.

V tomto případě lze konstatovat, že se podnikatel zaměřuje svojí profesionální činností i na ostatní členské státy.

7.5 Případ č. 5

Dalším případem, který chci v této rigorózní práci rozebrat, je konkrétně e-shop s oblečením www.asos.com. Jedná se o společnost se sídlem ve Velké Británii.

²³⁵ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 83 odůvodnění rozhodnutí.

²³⁶ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 84 odůvodnění rozhodnutí.

²³⁷ Rozsudek SD EU, *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*, věc C-218/12, bod 24 odůvodnění rozhodnutí.

Na webových stránkách lze nastavit, že jsme zákazníci z České republiky, přičemž ČR je přímo na výběr v „rolovacím seznamu“. Ačkoliv se stránky nepřepnou/nepřeloží do českého jazyka, ani ceny se nezobrazují v Kč, uzpůsobí se např. doba dodání přímo do ČR, která je dokonce u některého zboží možná do následujícího pracovního dne. Pokud chceme zboží vrátit, je na webových stránkách přímo návod, jak to učinit, pokud jsme z České republiky.²³⁸ V obchodních podmínkách má společnost uvedeno, že se veškeré vztahy řídí anglickým právem a příslušné ke sporům jsou anglické soudy.²³⁹

240

Přestože stránky společnosti Asos nemají v podstatě žádnou z vlastností, které právní úprava a judikatura SD EU doposud označily za indicii „zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele“, dovolím si konstatovat, že se webové stránky zaměřují mimo jiné i na Českou republiku. Ostatně jak uvedl SD EU v rozhodnutí ve spojené věci Pammer a Alpenhof, výčet indicií není taxativní a je na vnitrostátním soudu, aby posoudil možné zaměřování činnosti podnikatele.²⁴¹

Webové stránky nabízí Českou republiku v interaktivním seznamu států nejen při pohledu na hlavní stranu, ale také při zadávání adresy doručení při objednávání zboží. Podle generální advokátky Trstenjak i toto lze považovat za rozhodné.²⁴² Stejně tak skutečnost, že webové stránky dokáží interaktivně ihned vypočítat pravděpodobnou dobu dodání do ČR a v některých případech je společnost schopná dodat zboží dokonce do druhého dne, nasvědčuje tomu, že je vůli společnosti Asos se konkrétně na ČR zaměřovat. Dle pokynu vlády Velké Británie, pokud webové stránky dokáží vypočítat dobu dodání

²³⁸ Asos.com. *Jak vrátit objednané zboží?* [online]. Asos.com, Great Britain, © 2019. [cit. 24. 2. 2019]. Dostupné na <https://www.asos.com/customer-service/customer-care/help/?help=/app/answers/detail/a_id/9103/country/cz>

²³⁹ Asos.com. *Terms & conditions* [online]. Great Britain, © 2019. [cit. 24. 2. 2019]. Dostupné na <<https://us.asos.com/terms-and-conditions/>>

²⁴⁰ Velká Británie do svého národního práva inkorporovala ustanovení evropských nařízení (pravidla tak mohou být aplikována i po „Brexitu“)
Zdroj: TELECKÝ, Ivan. *Dohoda o obchodu a spolupráci mezi Evropskou unií Velkou Británií* [online]. Deloitte ©, 2021 [cit. 22. 1. 2022] Dostupné na <<https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/public-sector/articles/brexit-dopady-na-vasi-firmu.html>>

²⁴¹ Rozsudek SD EU, *Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 93 odůvodnění rozhodnutí.

²⁴² Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 78.

do konkrétního státu, je nutné to vnímat jako zaměřování činnosti na tento stát.²⁴³ S ohledem na možnost dodání zboží v některých případech do druhého dne lze také předpokládat, že má společnost pravděpodobně sklady přímo v ČR. Zaměřování je potvrzeno dále tím, že společnost v obchodních podmínkách přímo uvádí způsob vrácení zboží z ČR.

Věřím, že by se spotřebiteli podařilo nalézt mnoho předchozích zákazníků z ČR, se kterými společnost uzavřela obchod. Jak uvedla generální advokátka Trstenjak, pravidelné uzavírání obchodů se spotřebiteli z daného členského státu lze také považovat za indicii, že se podnikatel na tuto zemi zaměřuje.²⁴⁴

V daném případě lze konstatovat, že se společnost zaměřuje svou činností na Českou republiku.

Považuji za nutné se vyjádřit také k ustanovení v obchodních podmínkách stanovující jako příslušné soudy anglické soudy a jako právo rozhodné anglické právo.

Jak bylo uvedeno v podkapitole 4.1.4, platnou prorogační doložku lze uzavřít pouze ve třech případech, které zakotvuje čl. 19 Nařízení Brusel I bis. Buď je dohoda o prorogaci uzavřena až po vzniku sporu,²⁴⁵ nebo dohoda rozšiřuje spotřebitelovy možnosti zahájit řízení u jiných soudů, než které mu zajišťuje ochrana podle čl. 17-19,²⁴⁶ anebo je smluvna prorogace soudu, který leží ve státě, kde mají obě strany domicil.²⁴⁷ V daném případě nebyla naplněna ani jedna z podmínek pro platnou prorogaci ve spotřebitelských vztazích.

²⁴³ Guidance note – Brussels Regulation, *Cross border consumer contractual disputes within the European Union: which country has jurisdiction?* [online] The National Archives, © 2006 [cit. 22. 2. 2019]. Dostupné na <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20060215092155/http://www.dti.gov.uk/ccp/topics1/guide/jurisdiction_brussels.htm>

²⁴⁴ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 80.

²⁴⁵ Čl. 19 odst. 1 Nařízení Brusel I bis

²⁴⁶ Tamtéž., odst. 2.

²⁴⁷ Tamtéž., odst. 3.

Volba rozhodného práva je u spotřebitelské smlouvy taktéž omezena, když dle čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I si strany mohou v souladu s článkem 3 zvolit právo rozhodné pro smlouvu, avšak tato volba nesmí zbavovat spotřebitele ochrany, kterou mu poskytují imperativní ustanovení právního řádu, který by se použil v případě neexistence volby práva (viz výše kapitola 3.1.3).²⁴⁸

Znovu také odkazují na rozhodnutí SD EU v případě *Verein für Konsumenteninformation* proti *Amazon EU Sàrl* z roku 2016, který se značně shoduje ve skutkovém stavu věci.²⁴⁹ Amazon měl také ve všeobecných obchodních podmínkách ustanovení, dle kterého bylo rozhodným právem pro spotřebitelské smlouvy lucemburské právo. Stejně jako Asos i Amazon měl dané ustanovení ve všeobecných obchodních podmínkách, které nebyly sjednány individuálně a tedy *stricto sensu* nedošlo k dohodě o volbě práva, neboť spotřebitel neměl na volbu práva v podstatě žádný vliv.²⁵⁰

Ujednání obsažené v obchodních podmínkách společnosti Asos lze označit za zneužívající klauzuli vyvolávající ve spotřebiteli dojem, že se na smlouvu použije pouze anglické právo, aniž by byl informován o ochraně ve smyslu čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I.²⁵¹

S ohledem na výše uvedené hodnotím ustanovení obsažené ve všeobecných obchodních podmínkách společnosti Asos o tom, že rozhodným právem je anglické právo a příslušné jsou anglické soudy, jako neplatné. Respektive uvedené ustanovení nezabavuje spotřebitele ochrany, a tak se v případě sporu může spotřebitel dovolávat práva a příslušností soudů dle svého bydliště. Ochrana spotřebitele při volbě práva a prorogace vykládaná ve světle judikatury SD EU je vedena tím směrem, že spotřebitel zná nejlépe právo svého domicilu a je pro něj nejvýhodnější se soudit u soudu, který zná.

²⁴⁸ Čl. 6 odst. 2 Nařízení Řím I

²⁴⁹ Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 28. července 2016. *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*. Věc C-191/15. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].

²⁵⁰ Rozsudek SD EU, *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*, věc C-191/15, bod 30 a násl. odůvodnění rozhodnutí.

²⁵¹ Tamtéž, výrok II rozhodnutí.

7.6 Případ č. 6

Řecký obchodník si najme externí marketingovou společnost, aby mu vytvořila webové stránky, které by se měly zaměřovat na švýcarské spotřebitele. V důsledku nedorozumění marketingová společnost vytvoří webové stránky a reklamní kampaň pro švédské spotřebitele namísto švýcarských. Je tedy nesporné, že na švédské spotřebitele působí webové stránky a reklamní činnost dojem, že se řecký podnikatel zaměřuje svou činností na Švédsko. Zároveň však nikdy neexistoval úmysl tohoto podnikatele se na Švédsko zaměřovat.²⁵²

Uzavření smlouvy s třetí stranou, jejímž úkolem je propagovat zboží v jiném členském státě, lze považovat za jasný znak zaměrování činnosti na daný stát.²⁵³ Pokud tedy v daném případě byla s marketingovou společností uzavřena smlouva, bylo by třeba zkoumat, jaká země byla uvedena v této smlouvě – zda Švýcarsko či Švédsko.

V daném případě by podnikatel mohl předejít sporu tím, že by s žádným švédským spotřebitelem neuzavřel smlouvu. Ochrany dle čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis a čl. 6 odst. 1 písm. b) Nařízení Řím I se totiž spotřebitel může dovolávat pouze, pokud byla uzavřena spotřebitelská smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem.²⁵⁴ Skutečnost, že se ochrana aplikuje pouze na vztah mezi spotřebitelem a podnikatelem, plyne přímo i ze znění čl. 6 odst. 1 Nařízení Řím I a čl. 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis.²⁵⁵

7.7 Případ č. 7

Poslední případ bych chtěla zaměřit na problematiku geoblockingu. K problematice geoblockingu zatím neexistuje žádná judikatura SD EU, proto kritika internetové stránky vychází ze znění právní úpravy v Nařízení o geoblockingu. Konkrétně se budu v této části zabývat známým internetovým obchodem s oblečením „ABOUT YOU“.

²⁵² SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., str. 476.

²⁵³ CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 143.

²⁵⁴ SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., str. 473.

²⁵⁵ CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 143.

Pro české zákazníky je internetový obchod ABOUT YOU dostupný na internetové adrese ww.aboutyou.cz. S ohledem na skutečnost, že je tento e-shop rozšířen napříč celou Evropou, existuje několik jeho verzí pro spotřebitele z různých členských států. Tak například aboutyou.pl (Polsko), aboutyou.sk (Slovensko), aboutyou.de (Německo), aboutyou.hu (Maďarsko), aboutyou.ro (Rumunsko), aboutyou.at (Rakousko), aboutyou.si (Slovinsko), aboutyou.lv (Lotyšsko) a další.

Jak bylo blíže rozvedeno v kapitole 2.4.1 této rigorózní práce, různé verze internetových stránek pro zákazníky z různých členských států samy o sobě nejsou problém, naopak Nařízení o geoblockingu s odlišením verzí uzpůsobených pro potřeby zákazníků z různých členských států počítá.²⁵⁶ Nežádoucí je však automatické přesměrování zákazníků na jinou verzi webové stránky, než na kterou se zákazník snažil dostat bez výslovného souhlasu uděleného zákazníkem.²⁵⁷

Na problém s přesměrováním lze narazit ve chvíli, kdy se spotřebitel s umístěním v České republice snaží dostat na internetové stránky www.aboutyou.com. Automaticky totiž dojde k přesměrování na českou verzi, tj. webové stránky www.aboutyou.cz, aniž by k tomuto přesměrování dal uživatel jakýkoliv souhlas nebo byl na automatické přesměrování na jinou verzi stránek upozorněn.

Původní verze stránek www.aboutyou.com se přitom výrazně liší od české verze www.aboutyou.cz. Aby se uživatel mohl dostat na originální znění stránek www.aboutyou.com, může např. využít simulátor, který předstírá uživatelské umístění v Německu.²⁵⁸ Společnost About You GmbH je původem německá společnost se sídlem v Hamburku.²⁵⁹ Originální znění stránek aboutyou.com je tedy v němčině.

²⁵⁶ Bod 20 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

²⁵⁷ Čl. 3 odst. 2 Nařízení o geoblockingu

²⁵⁸ Využila jsem bezplatný proxy prohlížeč www.hide.me

²⁵⁹ Německý obchodní rejstřík vedený Ministerstvem spravedlnosti spolkové země Severní Porýní-Vestfálsko, v originálním znění: Handelsregister. *ABOUT YOU Verwaltungs GmbH* [online]. online-handelsregister.de [cit. 5. 7. 2020]. Dostupné na <<https://www.online-handelsregister.de/handelsregisterauszug/hh/Hamburg/HRB/120869/ABOUT-YOU-GmbH>>

Když uživatel nevyužije simulátor a je automaticky bez souhlasu přesměrován na českou verzi stránek, je uživatel až na těchto stránkách informován následovně: „*Společnost ABOUT YOU využívá cookies a jiné technologie pro bezpečné a spolehlivé poskytování svých internetových stránek, ověření výkonnosti a Vašich zkušeností jako uživatele a pro další zlepšování zásadního obsahu a personalizované reklamy jak na našich internetových stránkách, tak také na stránkách třetích poskytovatelů. Využíváme k tomu získané informace, včetně údajů o užívání internetových stránek a o koncových zařízeních. Kliknutím na „OK“ souhlasíte s používáním cookies a jiných technologií ke zpracování Vašich osobních údajů, včetně jejich předáváním našim marketingovým partnerům (třetí osoby). Naši partneři využívají cookies a jiné technologie rovněž k personalizaci, měření a analýze reklamy. Pokud neudělíte svůj souhlas, omezíme se pouze na zásadní cookies a technologie. Svůj souhlas můžete kdykoli změnit v nastaveních. Pokud nesouhlasíte, klikněte zde.*“

I za situace, kdy v uživatel v tomto případě klikne na možnost, že s užívám technologii a cookies nesouhlasí, není mu umožněno se dostat (bez užití simulátoru) na původní znění webových stránek www.aboutyou.com, které je přitom běžně dostupné zákazníkům nacházejícím se v Německu. Došlo tedy ke geoblockingu a potenciální spotřebitel je diskriminován na základě toho, že se nachází v České republice. Není mu přitom vůbec umožněno se na původní stránky dostat a došlo tedy ke geoblockingu prvního stupně (viz kapitola 2.4.2 této rigorózní práce). V upozornění, které se uživateli zobrazí, navíc není zmínka o tom, že byl automaticky přesměrován z webové adresy www.aboutyou.com na českou verzi www.aboutyou.cz. Pokud by bylo namítáno, že uživatel může přeci dokončit obchod na české verzi webových stránek [aboutyou.cz](http://www.aboutyou.cz), pak je to sice pravda, avšak důležité je, že česká verze e-shopu nabízí zákazníkům jiné podmínky a jiné zboží než původní německá verze. Účelem Nařízení o geoblockingu je přitom zabránit právě takovým situacím a zajistit, aby spotřebitelé napříč členskými státy mohli nakupovat i v zahraničí za stejných podmínek jako tamní zákazníci. Nařízení o geoblockingu má přispět k řádnému fungování vnitřního trhu zamezením neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace.

I bez bližšího zkoumání lze na první pohled dospět k závěru, že se německá a česká verze pro zákazníky stránek ABOUT YOU graficky liší. Jako zjevný faktický rozdíl verzí lze například označit skutečnost, že v době zkoumání nabízely české stránky zákazníkům slevu 20 % na veškeré zboží ve výprodeji, zatímco německá verze stránek nabízela slevu 11 % na vše zlevněné.²⁶⁰

Při bližším zkoumání pak bylo možné narazit také na další rozdíly mezi verzemi. Například nabídka produktů se mezi českou a německou verzí výrazně lišila. Zatímco na německé verzi bylo v kategorii oblečení pro ženy v nabídce celkem 86.765 produktů, v české verzi bylo v této kategorii nabízeno pouze 36.402 produktů, tedy pouze asi 40 % množství produktů, které je nabízeno německým spotřebitelům.²⁶¹ Lze tedy konstatovat, že český spotřebitel je v kategorii oblečení pro ženy ochuzen o asi 60 % zboží, které je nabízeno pouze zákazníkům v německé verzi, čímž bezesporu dochází k diskriminaci, která je dle Nařízení o geoblockingu nepřípustná.

Dokonce se lišily i ceny některého nabízeného zboží. Například „Top ‚Norina‘“ byl na české verzi stránek nabízen za 459 Kč se slevou ve výši 12 % z údajné původní ceny 519 Kč.²⁶² Zatímco na německé verzi stránek byl tento top nabízen za cenu 19,90 EUR označenou jakožto cenu původní, tedy bez jakékoliv slevy.²⁶³ Při aktuálním kurzu ČNB odpovídá částka 19,90 EUR částce asi 531 Kč.²⁶⁴ Oproti české ceně je cena uvedená na německé verzi webových stránek ABOUT YOU o více než 15 % vyšší, což

²⁶⁰ V originálním znění: „11 % auf alles im sale“

Zdroj: ABOUT YOU DE [online]. aboutyou.de, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.de>>

²⁶¹ Porovnání údajů získaných z webové stránky <<https://www.aboutyou.cz/zeny/obleceni>> a <<https://www.aboutyou.de/frauen/bekleidung>> ke dni 5. 7. 2020.

Zdroj: ABOUT YOU CZ [online]. aboutyou.cz, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.cz>>

ABOUT YOU DE [online]. aboutyou.de, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.de>>

²⁶² Top ‚Norina‘. ABOUT YOU CZ [online]. aboutyou.cz, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.cz/p/about-you/top-norina-4794388>>

²⁶³ Top ‚Norina‘. ABOUT YOU DE [online]. aboutyou.de, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.de/p/about-you/top-norina-4794388>>

²⁶⁴ Kurz dle ČNB aktuální ke dni 5. 7. 2020, EUR:CZK, 1:26,67 [online]. Dostupné na <<https://www.cnb.cz/cs/financni-trhy/devizovy-trh/kurzy-devizoveho-trhu/kurzy-devizoveho-trhu/>>

ostatně mimo jiné také potvrzuje shora uvedenou skutečnost, že jsou zákazníci ze západní Evropy zpravidla ochotnější si za zboží připlatit.

Dle výše uvedeného lze konstatovat, že se obchodník ABOUT YOU dopouští porušení Nařízení o geoblockingu, když spotřebitelům s umístěním v České republice neumožňuje přístup na původní stránku www.aboutyou.com a zcela automaticky své zákazníky na základě zeměpisných údajů přesměrovává na českou verzi webových stránek, tj. www.aboutyou.cz. Obchodník přitom neupozorňuje zákazníka na automatické přesměrování, ani nezískává jeho výslovný souhlas s přesměrováním na jinou verzi stránek. Dochází tak ke geoblockingu prvního stupně, čímž obchodník porušuje čl. 3 odst. 1 Nařízení o geoblockingu, neboť využívá technické prostředky k tomu, aby zamezil přístup zákazníka k on-line rozhraní, a to na základě státní příslušnosti, místa bydliště či místa usazení zákazníka.

Obchodník porušuje také čl. 3 odst. 2 Nařízení o geoblockingu, protože automaticky přesměrovává zákazníka na jinou verzi on-line rozhraní obchodníka, která se liší od původního rozhraní, k němuž se zákazník snažil získat přístup. V daném případě se rozhraní liší svoji úpravou, použitým jazykem, ale i ostatními charakteristikami, které jsou na základě zeměpisných údajů zákazníka přizpůsobovány, a to bez jeho výslovného souhlasu.

Na obchodníka se nevztahuje výjimka ze zákazu stanovená v čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu, která umožňuje geoblocking v odůvodněných případech, kdy je blokování či omezení přístupu nezbytné za účelem zajištění splnění jiných právních požadavků na základě unijního práva nebo práva členského státu.

Obchodník ABOUT YOU se ani nepokusil své zákazníky informovat o důvodu geoblockingu a nesplnil tak svoji povinnost dle čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu,

který ukládá: „*V takových případech musí obchodník zákazníkům jasně a konkrétně vysvětlit, proč je blokování či omezení přístupu nebo přesměrování nutné ...*“²⁶⁵

Shora uvedeným postupem se obchodník ABOUT YOU dopouští porušení Nařízení o geoblockingu. V uvedeném případě dochází k diskriminačnímu zacházení se zákazníky na základě jejich zeměpisného umístění.

²⁶⁵ Čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu

8 Test zaměřování

Test zaměřování se bude skládat ze dvou částí – subjektivní a objektivní. Subjektivní část testu se bude zabývat osobním postojem podnikatele a jeho vůlí zaměřovat se na jiný členský stát. Objektivní část testu pak bude nestranně zkoumat znaky a indicie jednání podnikatele a jeho projevy tak, jak se mohou jevit neutrálnímu pozorovateli.

8.1 Subjektivní část testu

Prvotně je třeba zkoumat vůli podnikatele a tedy, zda bylo jeho záměrem se na členský stát, kde má spotřebitel bydliště, zaměřovat. De Franceschi dokonce uvádí, že se jedná o rozhodující element v posuzování, zda se podnikatel svou činností zaměřuje či nikoliv.²⁶⁶ Pro účely poskytnutí ochrany spotřebitele dle Nařízení Řím I a Nařízení Brusel I bis, „*musí podnikatel projevít svou vůli navázat obchodní vztahy se spotřebiteli z jednoho nebo více členských států.*“²⁶⁷ Nizozemská vláda pak k výkladu daného ustanovení podotkla, že je nutné hledat rovnováhu mezi ochranou spotřebitele a zájmem podnikatele, zejména pokud se podnikatel vědomě nerozhodl zaměřovat svoji podnikatelskou činnost.²⁶⁸

Naproti tomu generální advokátka Trstenjak uvádí, že „*je relevantní posouzení činností podnikatele z objektivního hlediska, a nikoliv z hlediska subjektivních cílů, které nebyly objektivizovány konkrétními fakty.*“²⁶⁹

Vůle podnikatele se na jiný členský stát zaměřovat je nejjednoznačnější v případech, kdy podnikatel na svých stránkách přímo uvede, že se na některé konkrétní státy svou nabídkou zaměřuje. Takové prohlášení na webových stránkách však najdeme velmi zřídka, a tak je nutné vůli podnikatele zkoumat také na základě jiných kritérií.

²⁶⁶ DE FRANCESCHI: *European contract law...*, 2016, op. cit., s. 176.

²⁶⁷ ROZEHNALOVÁ a kol. *Mezinárodní právo soukromé ...*, 2018, op. cit., s. 230.

²⁶⁸ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 34.

²⁶⁹ Tamtéž., bod 34 – viz poznámka pod čarou č. 36 k tomuto bodu.

Vůle podnikatele nemusí být vyjádřena výslovně. Nemusí být dokonce patrná z webových stránek samotných. Vůli podnikatele zaměřovat se na jiný členský stát můžeme dovodit například na základě internetové reklamy zacílené na určitou zemi²⁷⁰ nebo na základě skutečnosti, že podnikatel pravidelně uzavírá obchody se spotřebiteli daného státu.²⁷¹ Vůle tedy může mít kromě výslovného vyjádření podobu konkludentního projevu. Není možné přihlížet k vnitřní výhradě podnikatele, pokud navenek jedná tak, že z jeho projevu lze usuzovat vůli zaměřovat se podnikatelskou činností na jiný stát.

S ohledem na výše uvedené a také na značný ochrannářský přístup SD EU směrem ke spotřebiteli by se dalo konstatovat, že podnikatelova vůle „zaměřovat činnost na členský stát spotřebitele“ by mohla být prokázána také samotnou zřejmou vědomostí podnikatele o tom, že spotřebitel pochází z jiného členského státu.²⁷² Pokud tedy spotřebitel oznámí podnikateli, že jeho domicil leží v jiném státě, než v jakém podnikatel primárně působí, a podnikatel se i přesto rozhodne se spotřebitelem obchod uzavřít, lze teoreticky dospět k závěru, že byla projevována vůle podnikatele se na členský stát spotřebitele zaměřovat.²⁷³ Je pak na podnikateli, aby prokázal, že nebylo jeho záměrem se na jiný členský stát zaměřovat a jaký mechanismus užívá k tomu, aby odlišil spotřebitele daného státu.²⁷⁴ S tímto závěrem si ovšem dovolím nesouhlasit. Podnikatel se totiž nemusí vůbec žádným způsobem zaměřovat na členský stát spotřebitele a může to být spotřebitel, kdo si aktivně vyhledá podnikatele a za účelem uzavření smlouvy za ním vycestuje. Vědomost podnikatele o tom, že spotřebitel je z jiného členského státu, nijak nenasvědčuje tomu, že by podnikatel svoji činnost na tento stát zaměřoval. K tomu uvádí generální advokátka Trstenjak, že až ve chvíli kdy by: „... *jiná kritéria potvrdila zaměření činnosti na daný členský stát, bylo by možné argumentovat tím, že podnikatel, jelikož věděl, že uzavřel smlouvu*

²⁷⁰ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 81 odůvodnění rozhodnutí.

²⁷¹ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 80.

²⁷² SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., str. 478.

²⁷³ DE FRANCESCHI: *European contract law ...*, 2016, op. cit., s. 181.

²⁷⁴ Tamtéž.

se spotřebitelem (byť jediným) z jiného členského státu, prokázal, že je připraven zaměřit svou činnost na členský stát, ve kterém má spotřebitel bydliště. ²⁷⁵

Samotná smlouva nestačí pro konstatování, že se podnikatel zaměřuje na jiný stát. Smlouva by měla vzniknout až na základě marketingového působení.^{276 277} Zároveň je nutné připomenout závěr SD EU, že není vyžadována „*příčinná souvislost mezi prostředkem použitým k zaměření podnikatelské nebo profesionální činnosti na členský stát bydliště spotřebitele, tj. internetovou stránkou, a uzavřením smlouvy s tímto spotřebitelem.*“²⁷⁸

Vůle podnikatele je tedy dle mého názoru nutné vždy zkoumat. Nelze souhlasit se závěry, že vůle podnikatele nemá na hodnocení zaměřování činnosti žádný vliv. Lze však připustit, že je vhodné subjektivní cíle podnikatele objektivizovat do projevů této vůle a ty poté objektivně hodnotit.

Aby byla naplněna skutková podstata pojmu „zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele“ je nutné kromě subjektivní části testu naplnit také objektivní část testu. Samotná vůle podnikatele nepostačí, pokud nebude projevena náležitým způsobem směrem ke spotřebiteli.

8.2 Objektivní část testu

V objektivní části testu je nutné zkoumat zejména vlastnosti webových stránek z objektivního hlediska a zabývat se otázkou, které znaky webové stránky vyvolávají v průměrném spotřebiteli dojem, že se nabídka zboží (podnikatelská činnost) zaměřuje na jeho stát. Kromě vlastností webových stránek je však nutné zkoumat také ostatní projevy podnikatele, které by mohly nasvědčovat tomu, že se podnikatel zaměřuje na jiné členské státy.

²⁷⁵ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 80.

²⁷⁶ DE FRANCESCHI: *European contract law...*, 2016, op. cit., s. 177.

²⁷⁷ CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 143.

²⁷⁸ Rozsudek SD EU, *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*, věc C-218/12, výrok rozhodnutí.

Při objektivním hodnocení skutečnosti, zda na konkrétního spotřebitele dopadá ochrana dle čl. 17 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I bis a čl. 6 odst. 1 písm. b) Nařízení Řím I, je zcela nutné nejdříve zkoumat, zda byla uzavřena spotřebitelská smlouva mezi spotřebitelem a podnikatelem, a až pak hodnotit zaměřování činnosti.²⁷⁹

Zaměřování činnosti by mělo být konzistentní a nikoliv jednorázového charakteru.²⁸⁰ Nepostačuje, že podnikatel navštíví pouze dočasně zemi spotřebitele za účelem plnění smlouvy, která před samotným plněním nebyla uzavřena na území státu spotřebitele, ani se podnikatel svou činností na tento stát nijak nezaměřoval.²⁸¹

Jednoznačný případ, kdy lze konstatovat, že se podnikatel zaměřuje na členský stát, je situace, kdy na webových stránkách tuto skutečnost přímo uvede.

Za jednoznačný znak zaměřování činnosti uvádí Calliess také situace, kdy podnikatel uzavře smlouvu s třetí stranou, jejímž úkolem je šířit zboží podnikatele v dané zemi (distributor, broker apod.).²⁸² Dále Calliess uvádí, že jednoduše lze dokázat zaměřování činnosti také v případech, kdy si podnikatel zaplatí reklamu cílenou na jiný členský stát, respektive reklamu v tomto státě viditelnou. Taková reklama může mít podobu nejen klasických letáčků a billboardů, ale stejně tak může jít o online reklamu apod.²⁸³

Ohledně online reklamy považují za nutné poznamenat, že tak nelze chápat každou reklamu na internetu dostupnou z celého světa, ale pouze takové reklamy, které dokáží rozlišit geografickou polohu spotřebitele a podle této polohy se uzpůsobit. Obdobně jestliže podnikatel odešle spotřebitelům z jiných členských států elektronickou poštu, obsahující odkaz na jeho internetové stránky nebo nabídku uzavření smlouvy

²⁷⁹ SVANTESSON: *Private international law ...*, 2016, op. cit., str. 473.

CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 143.

Čl. 6 odst. 1 Nařízení Řím I a čl. 17 odst. 1 Nařízení Brusel I bis

²⁸⁰ CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 143.

²⁸¹ Tamtéž, s. 142.

²⁸² Tamtéž, s. 143.

²⁸³ Tamtéž, s. 144.

na dálku, aniž by spotřebitelé tuto zprávy vyžadovali (spam), musí podnikatel nést riziko, že bude moci být žalován v jakémkoliv členském státu spotřebitele.²⁸⁴

Za jednoznačné indicie zaměřování činnosti lze označit:

- výslovné uvedení vůle podnikatele zaměřovat se na konkrétní stát,
- uzavření smlouvy o propagaci podnikatele v konkrétní zemi (distributor, broker),
- zaplacení reklamy cílené na konkrétní stát.

Nyní uvedu indicie, na základě kterých nelze již tak jednoznačně určit, že se podnikatel zaměřuje svojí činností na určitý stát, jako tomu bylo u výše zmíněných příkladů. Ve většině případů nebude postačovat pouze jedna z nich, ale bude vyžadována kombinace více těchto indicií.

Už ze samotné adresy webové stránky lze zjistit některé náznaky zaměřování činnosti, a to název domény prvního a druhého řádu. Jak uvedl SD EU „...*použití jiného jména domény prvního řádu, než je doména členského státu, ve kterém má podnikatel sídlo, například „.de“, nebo použití takových neutrálních jmen domén prvního řádu, jako je například „.com“ nebo „.eu“*²⁸⁵ je nutné považovat za indicii, že se podnikatel zaměřuje na jiný členský stát. K závěru SD EU si dovoluji poznamenat, že pouze na základě domény prvního řádu nelze jednoznačně určit, zda se podnikatel zaměřuje na daný stát či nikoliv. Jak bylo uvedeno výše, podnikatel může doménu využít pouze proto, že mu zapadá do názvu webové stránky (např. www.parti.es, www.famili.es).²⁸⁶

Při zkoumání, zda se webové stránky zaměřují na stát spotřebitele, je vhodné se zaměřit také na samotnou činnost podnikatele a její charakter. Některé činnosti se totiž

²⁸⁴ Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Bod 88.

²⁸⁵ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 83 odůvodnění rozhodnutí.

²⁸⁶ SVANTESSON: *Private international law...*, 2016, op. cit., str. 473.

ze své podstaty zaměřují na zahraničí (např. cestovní ruch, nákladní doprava).²⁸⁷ Jako indicie nasvědčující zaměřování na zahraniční spotřebitele byly v judikatuře uvedeny následující skutečnosti: popis cesty do místa poskytování služeb s počátkem v jiném členském státě, uvedení mezinárodní klientely ze spotřebitelů s bydlištěm z různých členských států, uzavření přeshraničních obchodů se spotřebiteli v minulosti, mezinárodní předvolba popř. telefonní kontakt přímo ve státu spotřebitele, interaktivní nabídka států při vyplňování adresy spotřebitele, jazyk a měna, pokud se liší od obvykle užívaných ve státě podnikatele a také, zda lze navázat kontakt mezi stranami na dálku, zda lze takto zboží rezervovat i uzavřít samotnou smlouvu a příčinná souvislost mezi internetovými stránkami a uzavřením smlouvy.²⁸⁸

De Franceschi uvádí, že jako možné indicie by mohlo být bráno také, pokud webové stránky obsahují informace o poštovním do zahraničí či jiné poplatky spojené s doručením do jiných států jako například daně a cla. Dále pak je podle něj možné už v samotném uvedení volby rozhodného práva a příslušnosti soudů ve všeobecných podmínkách spatřovat vědomost/záměr podnikatele o dosahu jeho webových stránek na zahraniční spotřebitele.²⁸⁹ Také možnost sledování mezinárodní zásilky může být vnímáno jako indicie, nasvědčuje totiž kvalitě dodávání zboží i do zahraničí.²⁹⁰

Z pohledu měny může být problematické, že některé webové stránky umožňují přepočítat ceny do jakékoliv měny podle orientačního kurzu. Originální cena zboží je např. 100 €, po přepočtu na Kč se nám ukáže orientační cena 2534,16 Kč. Pokud si však zboží zakoupíme, bude nám strhnutá částka 100 €, která bude následně přepočítána až podle kurzu naší banky. Orientační převody cen neznamenají, že by se podnikatel chtěl

²⁸⁷ DE FRANCESCHI: *European contract law...*, 2016, op. cit., s. 181.

²⁸⁸ Rozsudek SD EU, *Rudolf Gabriel*, věc C-96/00;

Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09;

Rozsudek SD EU, *Daniela Mühleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*, věc C-190/11;

Rozsudek SD EU, *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*, věc C-218/12;

Rozsudek SD EU, *Rüdiger Hobohm v. Benedikt Kampik Ltd & co. KG a další*, věc C-297/14;

Rozsudek SD EU, *Jana Petruchová v. FIBO Group Holdings Limited.*, věc C-208/18.

²⁸⁹ DE FRANCESCHI: *European contract law...*, 2016, op. cit., s. 179.

²⁹⁰ CALLIESS: *Rome regulations...*, 2011, op. cit., s. 144.

zaměřovat na všechny státy světa, pouze chce spotřebiteli usnadnit přepoččet na jinou měnu, respektive funkce některých webových stránek činí přepoččet automaticky.

Pro lepší pochopení uvedu krátký praktický příklad. Záměrem podnikatele je zaměřovat se na 4 okolní státy, které mají všechny odlišnou měnu. Na své stránky tedy podnikatel vloží funkci, která umožní přepočítávat ceny i na jakoukoliv jinou měnu. Jeho záměrem však není zaměřovat se na všechny státy světa, ale pouze pokračovat v zaměřování podnikatelské činnosti na 4 okolní státy.²⁹¹

Dále SD EU uzavřel, že i takové finanční nástroje, jako jsou rozdílové smlouvy, spadají do působnosti článků 17 až 19 Nařízení Brusel I bis, a že působnost ustanovení týkajících se spotřebitele není omezena konkrétní částkou a posuzování „spotřebitele“ nemůže záviset na jeho znalostech a informacích v dané oblasti. Má být hodnocen účel uzavření smlouvy, tedy zda jde o uspokojování osobních potřeb nebo hospodářskou činnost.²⁹²

Jak bylo uvedeno v rozhodnutí ve spojené věci Pammer a Alpenhof, zaměřování činnosti nemusí být nutně zcela zjevné a podstatné, nýbrž postačí i kombinace pouze některých z indicií, aby soud dospěl k závěru, že se podnikatel zaměřuje na členský stát bydliště spotřebitele.²⁹³

Za indicie, jejichž kombinace nasvědčuje tomu, že se podnikatel zaměřuje na konkrétní stát, lze označit:

- použití jiné domény prvního řádu,
- činnost podnikatele, která se zaměřuje na zahraničí,
- popis cesty do místa poskytování služeb s počátkem v jiném státě,
- uvedení mezinárodní klientely,

²⁹¹ SVANTESSON: *Private international law...*, 2016, op. cit., str. 472.

²⁹² Rozsudek SD EU, *Jana Petruchová v. FIBO Group Holdings Limited.*, věc C-208/18, bod 49 až 68 odůvodnění rozhodnutí.

²⁹³ Rozsudek SD EU, *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 93 odůvodnění rozhodnutí.

- uzavření přeshraničních obchodů v minulosti,
- mezinárodní předvolba u kontaktů,
- interaktivní nabídka států při vyplňování adresy spotřebitele,
- jazyk a měna liší se od obvykle užívaných ve státě podnikatele,
- možnost navázat kontakt mezi stranami na dálku,
- možnost zboží rezervovat i uzavřít smlouvu na dálku.

Závěrem nelze než dodat, že pokud podnikatel profituje na spotřebitelích určitého členského státu, měl by očekávat, že „na oplátku“ se spotřebitelé mohou svých práv domáhat u soudu v místě svého bydliště. Jak v této souvislosti uvádí Kohl: „*No gain without pain.*“²⁹⁴

²⁹⁴ KOHL, Uta. *Jurisdiction and the internet: a study of regulatory competence over online activity*. 1 vydání. Cambridge: Cambridge University Press, 2007, str. 78.
Volný překlad: „*Není zisku bez bolesti.*“

9 Test geoblockingu

Test geoblockingu se stejně jako test zaměřování bude skládat ze dvou částí, a to s ohledem na dva stupně geoblockingu, které jsem blíže popsala v podkapitole 2.4.2. Jedná se o první a druhý stupeň geoblockingu. Při prvním stupni geoblockingu dochází k úplnému odepření uzavření obchodu, tzn. nemožnost zákazníka obchod dokončit. Při druhém stupni geoblockingu je sice zákazníkovi umožněno obchod dokončit, avšak za odlišných podmínek, které se uplatní na základě jeho geografických vlastností (místo bydliště, státní příslušnost, umístění poskytovatele platebního prostředku apod.).

Odlišné verze internetových stránek pro zákazníky z různých členských států samy o sobě nejsou problém, naopak Nařízení o geoblockingu s odlišením verzí uzpůsobených pro potřeby zákazníků z různých členských států počítá.²⁹⁵ Nežádoucí je však automatické přesměrování zákazníků na jinou verzi webové stránky, než na kterou se zákazník snažil dostat bez výslovného souhlasu uděleného zákazníkem.

9.1 Test prvního stupně geoblockingu

První stupeň geoblockingu je těžší formou zeměpisného blokování. Zákazník v důsledku prvního stupně geoblockingu nemůže obchod uzavřít, respektive dokončit, a tím pádem zboží a služby nakoupit. Nejjednodušeji lze poznat, že se jedná o geoblocking prvního stupně tak, že se na webové stránky prodejce uživatel vůbec nedostane, ačkoli ví, že stránky existují. Již po zadání internetové adresy do webového prohlížeče lze zjistit, že se na webové stránky obchodníka nemůže uživatel dostat. Důvodem blokování je pak státní příslušnost uživatele, jeho místo bydliště nebo místo usazení. Přístup je uživateli s ohledem na jeho geografické vlastnosti buď úplně odepřen, nebo je uživatel automaticky přesměrován na doménu zpravidla odpovídající jeho státu umístění.

²⁹⁵ Bod 20 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

Pro snazší pochopení připomenu jako příklad situaci, kterou jsem rozebírala v této rigorózní práci v kapitole 7 v případě týkajícím se celosvětové webové stránky ABOUT YOU. Po zadání do příkazového řádku webové adresy „www.aboutyou.com“ byl uživatel automaticky přesměrován na českou verzi stránek, tj. „www.aboutyou.cz“. Došlo tedy k automatické změně domény prvního řádu z „.com“ na „.cz“. Geoblocking prvního stupně tedy lze rozeznat tak, že dojde k automatickému přepsání webové adresy na jinou, než kterou uživatel původně do příkazového řádku napsal.

Takové automatické přepsání webové adresy na jinou však nemusí hned znamenat geoblocking ze strany prodejce, respektive provozovatele webové stránky. K automatickému přepsání, lépe řečeno přesměrování, totiž může dojít také z jiných důvodů nespojitějších s geoblockingem. Příkladem může být změna názvu prodejce, fúze, chyba v hláskování apod. Prodejci pak automaticky přesměrovávají zákazníky ze „staré/chybné“ stránky na „novou/správnou“.²⁹⁶

Při automatickém přesměrování je vhodné sledovat, zda je uživatel na přesměrování alespoň upozorněn a v lepším případě, zda je po uživateli vyžadován souhlas s přesměrováním, popřípadě zda je možné souhlas následně odvolat. Jak jsem poukázala v kapitole 7 této rigorózní práce v případě týkajícím se celosvětové webové stránky ABOUT YOU, přestože uživatel nesouhlasil s používáním cookies a jiných technologií ke zpracování osobních údajů, jejich předáváním marketingovým partnerům (třetím osobám), personalizací, měřením ani analýze reklamy, byl na uživatele jakožto na potenciálního zákazníka tento postup užít (viz blíže kapitola 7 příklad č. 7 této rigorózní práce).

Ohledně dalšího testování, zda se pro uživatele přístupné webové stránky liší od webových stránek, které jsou přístupné z jiných zemí, a tedy zda dochází ke geoblockingu, doporučuji použít simulátor. Existuje několik volně přístupných simulátorů, které

²⁹⁶ Příkladem může být webová stránka www.wustenrot.cz, která se automaticky změní na www.moneta.cz, a to z důvodu fúze Wüstenrot hypoteční banky a MONETY Money Bank ke dni 1. 1. 2021. Více informací zde: <https://www.moneta.cz/pro-klienty-wustenrot> [online] [cit. 13. 12. 2020]. Nebo webová stránka www.apple.com, která kalkuluje se skutečností, že ne každý uživatel produktů Apple musí znát přesné hláskování názvu společnosti, a uživatele automaticky přesměruje na www.apple.com. Ani jedno z těchto přesměrování však nemá souvislost s geoblockingem.

dokáží simulovat jiné místo umístění uživatele. Díky simulátoru tak lze „oklamat“ webový prohlížeč, který pak umístění uživatele vyhodnotí tak, že se nachází např. v Německu, přestože reálně bude uživatel v České republice. Následně lze díky simulátoru porovnávat jednotlivé verze webových stránek pro různé země a posuzovat, zda se webové verze mezi sebou liší a jak, a zda tedy dochází ke geoblockingu či nikoliv. Odlišnost webových stránek přitom vůbec nemusí být zřejmá na první pohled, může se lišit až jejich funkcionalita.

Pokud se uživateli na webové stránky podaří dostat, může mu být možnost dokončit obchod omezena i následně. Obchodník může uživateli zobrazovat pouze zjednodušenou verzi stránek, která se na první pohled bude zdát shodná, avšak nebude možné na ni obchod dokončit. Při testu geoblockingu prvního stupně je tedy nutné se nejprve ptát, zda je umožněno zákazníkovi obchod dokončit?

Může nastat situace, kdy si zákazník bude moci prohlédnout katalog zboží, avšak k dokončení obchodu bude na webových stránkách absentovat objednávkový formulář nebo pod formulářem bude chybět interaktivní tlačítko „Koupit“, „Dokončit obchod“ apod.

Ohledně překážek v dokončení obchodu však můžeme jít ještě dál. Může totiž také nastat situace, kdy zákazník sice formálně obchod dokončí a zboží u obchodníka v on-line prostředí nakoupí, avšak obchodník následně odmítne zboží či službu dodat. Důvodem pro odmítnutí dokončení obchodu bude zákazníkova státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení. Pak už obchodník neporušuje jen Nařízení o geoblockingu, ale také své obecné závazkové povinnosti, plynoucí z uzavření smlouvy mezi zákazníkem a prodejcem. V takovém případě totiž došlo formálně dokonce k uzavření smlouvy a zákazník už pouze „čekal“ až obchodník splní své povinnosti a zboží dodá. Postupem, kdy obchodník odmítne dodat zboží na základě geografických údajů od zákazníka až po uzavření smlouvy, dochází k porušení nejen právních norem dopadajících na geoblocking a k diskriminaci, ale zejména k porušení ostatních zákonných a smluvních povinností obchodníka týkajících se závazků. Další otázkou, kterou je vhodné si klást, je, zda dodal obchodník zákazníkovi zboží bez ohledu na zákazníkovo státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení?

Způsobem geoblockingu prvního stupně je i situace, kdy je zákazníkovi umožněno obchod dokončit a zboží si objednat, avšak není mu dána možnost za zboží zaplatit kreditní nebo debetní kartou z důvodu jejich umístění platebního účtu, místo usazení poskytovatele platebních služeb nebo místo vydání karty. Obchodník se tak dopouští geoblockingu, kdy vůči zákazníkovi uplatňuje odlišné platební podmínky. Mohlo by být namítáno, zda uplatnění odlišných platebních podmínek není spíše geoblockingem druhého stupně, neboť všeobecným znakem geoblockingu druhého stupně je právě uplatňování odlišných podmínek. Teoreticky by totiž zákazník mohl obchod dokončit, pokud užije platebních prostředků s žádoucími geografickými vlastnostmi. Nicméně takové geografické přizpůsobení se pravidlům obchodníka je proti smyslu Nařízení o geoblockingu. Pokud by totiž zákazník změnil geografické vlastnosti platebních prostředků, mohl by stejné gesto učinit teoreticky také ve „svých“ geografických vlastnostech a to zcela určitě není účelem Nařízení o geoblockingu. Cílem Nařízení o geoblockingu je řešit neoprávněné blokování a odstranit takové situace.²⁹⁷ Mám za to, že pokud není umožněno zákazníkovi obchod dokončit za stavu, jaký je, jedná se vždy o geoblocking prvního stupně. Při zkoumání geoblockingu prvního stupně se můžeme dále dotazovat, zda je umožněno zákazníkovi zaplatit bez ohledu na umístění platebního účtu, místo usazení poskytovatele platebních služeb nebo místo vydání karty?

Podle unijního práva mají obchodníci možnost se rozhodnout, jaké platební prostředky budou přijímat. Obchodníci přijímající platební karty určité kategorie a značky, nemají povinnost přijímat platební karty jiné kategorie nebo značky. Pokud obchodník přijímá pouze kreditní karty, nemá povinnost přijímat také debetní karty. Právo obchodníka na vymezení platebních prostředků však nemůže znamenat možnost diskriminovat zákazníky na základě jejich státní příslušnosti. Obchodník nemůže odmítnout provedení určité transakce nebo uplatnit odlišné platební podmínky z důvodu geografických vlastností platebních prostředků, které zákazník chce použít. Nerovné zacházení související s umístěním platebního účtu, místem usazení poskytovatele platební služby nebo s mís-

²⁹⁷ Bod 3 Nařízení o geoblockingu

tem vydání platebního prostředku je v rozporu s Nařízením o geoblockingu, ale také s jinými unijními předpisy. Dle čl. 9 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009, si příjemce úhrady nesmí určovat členský stát, v němž se má platební účet, ze kterého je hrazeno, nacházet.²⁹⁸

Obchodníci první stupeň geoblockingu, tedy úplné odmítnutí prodeje zákazníkům z určité země, provádí nejčastěji z důvodu neochoty uzavírat obchodní vztahy se subjekty z jiných členských států, která může být způsobena obavami, ať už z větší administrativní a logistické náročnosti, tak i z rozdílného právního prostředí. Uzavření přeshraničního obchodu je totiž nutně spojeno s právní nejistotou a s riziky použitelnosti právních předpisů jiné země. S ohledem na neurčité právní pojmy, které jsou v předmětných právních normách užity, nemohou strany obchodního vztahu s naprostou jistotou určit stát, jehož soudy by byly v případě sporu příslušné a ani s naprostou jistotou určit rozhodné právo.

9.2 Test druhého stupně geoblockingu

Při testu geoblockingu druhého stupně je nutné se ptát, zda je umožněno zákazníkovi obchod dokončit za shodných podmínek, jako kdyby se jeho místo určení, státní příslušnost či bydliště nacházely v jiném státě?

Pokud obchodník neprovádí první stupeň geoblockingu ale „pouze“ druhý, je zákazníkovi umožněno obchod alespoň dokončit, byť za odlišných zpravidla horších podmínek.

²⁹⁸ Čl. 9 odst. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32012R0260>>

Nařízení o geoblockingu přitom připouští odůvodněné odlišné zacházení se zákazníky z různých států. Za určitých podmínek tedy lze se spotřebiteli z různých států zacházet odlišně s ohledem na jejich bydliště, místo usazení nebo státní příslušnost. Odlišné zacházení však musí být v takových případech odůvodněno. U druhého stupně geoblockingu je tedy možné polemizovat nejen o tom, zda se skutečně o geoblocking jedná, ale navíc také o tom, zda se náhodou nejedná o přípustný geoblocking dle Nařízení o geoblockingu. Je vhodné se tedy ptát, zda je odlišné zacházení odůvodněné a přípustné?

Možnost nabízet zboží nebo služby v různých členských státech nebo určitým skupinám zákazníků prostřednictvím cílených nabídek a za užití odlišných všeobecných obchodních podmínek pro přístup či dokonce vytvoření zcela specifického on-line rozhraní pro konkrétní zemi je za určitých podmínek dle Nařízení o geoblockingu přípustné. I v těchto situacích by však měli obchodníci svým zákazníkům dát možnost si zvolit. Pokud si tedy zákazník přeje využít nabídky určené pro jiný stát, než je jeho místo určení, musí mu být dána taková možnost bez ohledu na zákazníkovi geografické vlastnosti.

Kromě jiného musí také obchodníci splnit svoji informační povinnost dle čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu, který ukládá: „*V takových případech musí obchodník zákazníkům jasně a konkrétně vysvětlit, proč je blokování či omezení přístupu nebo přeměrování nutné...*“²⁹⁹ Při zkoumání geoblockingu druhého stupně je vhodné zkoumat, zda obchodník zákazníka řádně informoval a zda mu dal možnost si zvolit.

Obchodníci mohou vůči zákazníkům uplatňovat různé obchodní podmínky na základě jejich členství v určitém sdružení nebo užití zákaznických karet. Přístup do těchto sdružení nebo zákaznických klubů by však opět měl být nediskriminační.

Obchodníci stejně tak mohou uplatňovat odlišné ceny a nabídky na různých prodejních místech. Obchodník může mít jinou cenovou nabídku na webových stránkách a v kamenných prodejnách. Nicméně pokud se zákazník rozhodne nakoupit na daném

²⁹⁹ Čl. 3 odst. 3 Nařízení o geoblockingu

místě, musí mu být umožněno nakoupit za stejných podmínek jako kdokoliv jiný z jiného státu, tedy bez ohledu na jeho státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení.³⁰⁰

Při zkoumání, zda se obchodník dopouští druhého stupně geoblockingu, je třeba se ptát na podmínky uzavření obchodu. Primárně je třeba zkoumat nabídku a cenu zboží a služeb. Pokud se cena a nabídka liší v závislosti na zákazníkovo bydliště, místo usazení či státní příslušnost, jedná se o užití rozdílných podmínek s ohledem na geografické vlastnosti zákazníka a tedy o geoblocking druhého stupně.

Cena zboží přitom může být závislá také na aktuálně poskytnuté slevě na zboží. Často se stává, že zatímco pro jednu zemi není poskytnuta žádná sleva, nebo je sleva velmi nízká, v jiné zemi je zákazníkům poskytnuta sleva na zboží např. až 75 % (viz výše uvedený případ týkající se stránek ABOUT YOU).

Rozdílné podmínky se mohou týkat také různých zákaznických výhod a služeb. Diskriminační by bylo, pokud by obchodník zákazníkům jedné země nabízel smluvní záruku 10 let, zatímco zákazníkům z jiných zemí by smluvní záruku vůbec neposkytoval, nebo poskytoval smluvní záruku nižší. V rozporu s Nařízením o geoblockingu by bylo uplatňování různých podmínek zákaznického servisu v závislosti na geografických vlastnostech zákazníka. Obchodník nemůže rozlišovat kvalitu poskytovaného poprodejního servisu na základě státní příslušnosti, místa usazení nebo bydliště zákazníka, avšak nemůže být dovozována povinnost obchodníka poskytovat poprodejní asistenční služby na území všech členských států.³⁰¹

Ačkoliv druhý stupeň geoblockingu považuji za mírnější, neboť zákazník může obchod alespoň dokončit, nelze jej v žádném případě označit za přípustný (pokud tedy nesplňuje kritéria pro odůvodnitelný geoblocking stanovená Nařízením o geoblockingu). Ani druhý stupeň geoblockingu nelze tolerovat a je třeba trvat na dodržování Nařízení

³⁰⁰ Bod 27 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

³⁰¹ Bod 28 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

o geoblockingu, jehož cílem je přispět k řádnému fungování vnitřního trhu zamezením neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace.

10 Řešení geoblockingu

Obchodník by v souladu s Nařízením o geoblockingu neměl zákazníky z různých zemí diskriminovat na základě jejich státní příslušnosti, místa bydliště nebo místa usazení. V této kapitole rozebírám nejproblémovější sféru geoblockingu a nabízím obchodníkům možné postupy a řešení, jak jednat v souladu s Nařízením o geoblockingu a zároveň si zachovat dosavadní obchodní strategii. Mám za to, že právě místo dodání je pro mnoho obchodníků klíčovým problémem, neboť právě v návaznosti na různá místa dodání mohou vznikat související logistické a administrativní problémy. Níže tedy rozebírám několik možností, jak zvolit místo dodání elegantně a efektivně tak, aby obchodníka příliš nezatěžovalo dodržování Nařízení o geoblockingu.

Místo dodání je v obchodním vztahu klíčovým aspektem. Může mít vliv na určení rozhodného práva a příslušného soudu.

Povinnost řídit se Nařízením o geoblockingu neznamena povinnost obchodníka dovážet do všech členských států. Obchodník ani není povinen hradit jakékoli náklady na poštovné nebo dopravu, montáž či demontáž, které by nad rámec překračovaly jeho nabídku zboží a služeb.³⁰²

Místo dodání je řešeno také v rámci čl. 7 odst. 1 písm. b) první odrážky Nařízení Brusel I bis, kdy je místo dodání rozhodné pro určení alternativní příslušnosti. Dle tohoto ustanovení může být osoba, která má bydliště v některém členském státě, žalována v členském státě, kam zboží podle smlouvy bylo nebo mělo být dodáno.³⁰³

O místě dodání/plnění je však nejčastěji hovořeno v souvislosti s daní z přidané hodnoty (dále jen „DPH“). Dodání do jiného členského státu může být za splnění určitých podmínek totiž osvobozeno od DPH, což je skutečnost, která může být zajímavá pro obě

³⁰² Bod 28 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

³⁰³ Čl. 7 odst. 1 písm. b) první odrážka Nařízení Brusel I bis

strany obchodního vztahu.³⁰⁴ Na členské státy se přitom vztahuje směrnice Rady 2006/112/ES ze dne 28. listopadu 2006 o společném systému daně z přidané hodnoty.

Z pohledu DPH mohou nastat elementárně tři situace.

První z nich je situace, kdy obchodník dodává zboží do členského státu. Dodání do členského státu může obchodník ve svých všeobecných obchodních podmínkách upravit tak, že nabízí dodání do konkrétně určených členských států. Popřípadě obchodník určí konkrétní odběrová místa v členských státech. V takovém případě nedochází k diskriminaci, neboť zákazník z jakéhokoliv členského státu je bez ohledu na svoji státní příslušnost schopný zboží zakoupit za zcela shodných podmínek, jako obdobní zákazníci z jiných členských států. Reálně si pak zahraniční zákazník zboží vyzvedne v odběrovém místě určeném obchodníkem, nebo si zboží vyzvedne na území členského státu, kam obchodník dodává, nebo si soukromoprávními prostředky zajistí dodání zboží na jiné určené místo.³⁰⁵ Ve vyjmenovaných situacích není nutné, aby se obchodník registroval k DPH v členském státě zákazníka, protože si obchodník sám určuje, na které členské státy se zaměřuje a zákazník se *de facto* místu dodání přizpůsobí. Nedochází však zároveň k diskriminaci, protože je všem zákazníkům umožněno nakoupit za stejných podmínek bez ohledu na jejich státní příslušnost či místo pobytu.

Druhá situace se týká elektronicky poskytovaných služeb. Elektronicky poskytované služby jsou poskytovány přes internet nebo elektronickou síť, a jejich poskytování je často automatické, vyžaduje minimální lidský zásah, a nejsou uskutečnitelné bez informačních technologií.³⁰⁶ V tomto případě nedochází k fyzickému dodání, protože dodání je uskutečněno elektronicky. Příkladem elektronicky poskytovaných služeb jsou zpravidla IT nebo marketingové služby jako třeba webhosting, cloudové služby, poskytování různých softwarů, internetových vyhledávačů a adresářů. Za elektronické služby naopak

³⁰⁴ § 63 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 12. 7. 2020].

³⁰⁵ Bod 23 odůvodnění Nařízení o geoblockingu

³⁰⁶ Čl. 7 odst. 1 prováděcího nařízení Rady (EU) č. 282/2011 ze dne 15. března 2011, kterým se stanoví prováděcí opatření ke směrnici 2006/112/ES o společném systému daně z přidané hodnoty In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32011R0282>>

nelze považovat kupříkladu nákup CD, DVD, služby odborníků (právníků, finančních poradců), kteří radí klientům online, telefonní služby apod.³⁰⁷

Místem poskytnutí služby je místo, kde má poskytovatel služby sídlo nebo provozovnu, popř. místo, kde má bydliště, nebo kde se obvykle zdržuje.³⁰⁸

Třetí situace se týká běžných služeb, které je třeba poskytovat fyzicky s přítomností zákazníka, jako například v prostorách obchodníka nebo na jiném konkrétním místě, na kterém obchodník nabízí poskytování služeb. Mezi tyto služby bychom zařadili například ubytování, pronájem movitých věcí, kadeřnické služby, zábavní parky apod. Ani v těchto situacích se obchodník nemusí registrovat k DPH v jiném členském státě nebo zajišťovat přeshraniční dodání zboží/služeb.

Ve shora uvedených třech situacích není s dodržováním Nařízení o geoblockingu spojena takřka žádná neobvyklá činnost navíc. Jinak řečeno, obchodník nemusí činit žádná mimořádná opatření nebo obětovat zvláštní náklady, a jeho podnikatelská činnost bude přesto v souladu s Nařízením o geoblockingu. Dodržování Nařízení o geoblockingu ani nebude vést ke změně rozhodného práva či příslušnosti soudu. Pro změnu rozhodného práva či příslušnosti se i nadále uplatní ustanovení, která jsou v oblasti pro smluvní závazková práva uvedena v Nařízení Brusel I bis a Nařízení Řím I.

Jinými slovy ve shora uvedených případech, byť bude dodrženo Nařízení o geoblockingu, díky čemuž budou moci zákazníci z různých členských států nakoupit zboží nebo služby u podnikatele, nelze dojít k závěru, že se pouze na základě dodržování Nařízení o geoblockingu podnikatel automaticky zaměřuje na všechny státy, jejichž příslušníci si mohou za stejných podmínek jako zákazníci ze státu podnikatele nakoupit zboží nebo služby.

³⁰⁷ Čl. 7 odst. 3 prováděcího nařízení Rady (EU) č. 282/2011 ze dne 15. března 2011, kterým se stanoví prováděcí opatření ke směrnici 2006/112/ES o společném systému daně z přidané hodnoty.

³⁰⁸ Čl. 43 směrnice Rady 2006/112/ES ze dne 28. listopadu 2006 o společném systému daně z přidané hodnoty.

Pokud podnikatel neprovozuje podnikatelskou činnost ve státě spotřebitele, ani se na stát spotřebitele nezaměřuje, nebude mít samotné dodržování Nařízení o geoblockingu vliv na rozhodné právo nebo příslušnost soudu. Jestliže však podnikatel provozuje činnost v členském státě spotřebitele nebo na stát svoji podnikatelskou činnost zaměřuje, lze to posuzovat jako záměr podnikatele navázat obchodní vztahy se spotřebiteli z konkrétního členského státu, s čímž jsou spojeny také možné náklady, které by obchodník měl být schopen zohlednit.

Řešením pro podnikatele je konkrétní uvedení, do jakých míst je podnikatel schopen dodávat a dopravu zajistit. Do uvedených míst je pak podnikatel povinen zboží dodat za stejných podmínek pro všechny zákazníky bez ohledu na jejich státní příslušnost nebo jiné zeměpisné údaje.

11 Závěr

Obchodování online je již dlouhodobým trendem. Současná situace vyvolaná pandemií koronaviru navíc online obchodování ještě více podpořila a počet online obchodů tak značně eskaluje. Přestože počet obchodů uzavřených po internetu rapidně roste, jsou právní normy, jejichž text se aplikuje i nyní, zastaralé, neboť byly původně vytvořeny pro smlouvy uzavírané tradičními způsoby a právní úprava nestíhá reagovat na rychle se měnící technologie, mezi které bezesporu patří také internet.

Nařízení Brusel I bis v rámci úpravy „zaměřování podnikatelské činnosti“ zohledňuje sice také smlouvy uzavírané prostřednictvím internetu, i tak však zůstává tento pojem nadále neurčitým.

Nařízení o geoblockingu je v tomto směru již prozíravějším, když podrobněji upravuje a rozebírá jednotlivé možnosti v rámci obchodování na internetu a konkrétněji zmiňuje možné podoby nepřipustného geoblockingu (např. zákaz blokování online rozhraní). Nařízení o geoblockingu rovněž počítá s mobilními aplikacemi, které se stávají čím dál tím více používanějšími.

S ohledem na skutečnost, že změna samotných nařízení je velmi komplikovaná a nelze ji v nejbližší době očekávat, je nutné, aby SD EU pomocí judikatury upřesnil a vyloužil úmysl zákonodárců. Přestože se SD EU k problematice zaměřování činnosti vyjádřil již v několika rozhodnutích, zůstávají některé aspekty nejasné.

V kapitole 6 jsem vytvořila ucelený přehled rozhodnutí SD EU, která se k pojmu „zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele“ jakkoliv vyjadřovala.

Rozhodnutí ve věci Gabriel vs. Schlank & Schick obsahovalo výklad pojmu reklama, který je v dané věci rozhodný, neboť internetové prostředí obsahuje nespočetné množství reklamy. Pokud podnikatel zaměřuje reklamu na členský stát, ve kterém má spotřebitel bydliště, je nesporné, že na tento stát zaměřuje svoji činnost. Jestliže je podnikatel ochoten vynaložit náklady na reklamu, lze předpokládat i jeho vůli zaměřit se na danou zemi s vidinou získání nových zákazníků. Ostatně ke stejnému závěru dospěl i

soud ve druhém rozebíraném případě ve spojené věci Pammer a Alpenhof.³⁰⁹ V tomto rozhodnutí došlo také ke klíčovému demonstrativnímu výčtu indicií, které je třeba brát v potaz při hodnocení, zda se podnikatel svou činností zaměřuje na stát spotřebitele. V dalším rozhodnutí „Mühlleitner“ dospěl soud k názoru, že článek 15 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I (nyní čl. 17 odst. 1 písm. c) Brusel I bis) nevyžaduje, aby byla smlouva uzavřena na dálku. Následujícím rozhodnutím „Emrek“ vyloučil soud nutnost příčinné souvislosti mezi uzavřením smlouvy a zaměřováním podnikatelské činnosti. V předposledním uvedeném rozhodnutí „Hobohm“ soud dospěl k závěru, že smlouva uzavřená se spotřebitelem dokonce nemusí spadat do profesionální činnosti podnikatele, pokud úzce souvisí s jinou smlouvou, která do takové činnosti spadá. V posledním uvedeném rozhodnutí Petruchová v. FIBO soud uvedl, že takové finanční nástroje, jako jsou rozdílové smlouvy, do působnosti článků 17 až 19 Nařízení Brusel I bis spadají, dále že působnost ustanovení týkajících se spotřebitele není omezena konkrétní částkou a také že posuzování „spotřebitele“ nemůže záviset na jeho znalostech a informacích v dané oblasti, neboť se jedná o příliš subjektivní posuzování. Ve všech uvedených rozhodnutích se tedy SD EU přiklonil na stranu spotřebitele.

Pomyslný seznam indicií, podle kterých lze hodnotit, zda se podnikatel zaměřuje na členský stát, ve kterém má spotřebitel bydliště, je díky judikatuře obsáhlý. SD EU někdy až velmi detailně upřesnil, které indicie je třeba brát v potaz. Na výzkumnou otázku, „*jaké jsou definiční znaky „zaměřování se podnikatele na stát a bydliště spotřebitele“ na základě právních předpisů, judikatury a literatury?*“ lze odpověď a mezi definiční znaky lze zařadit jakoukoliv reklamu zaměřující se na stát spotřebitele, dále výslovně vyjádřenou vůli podnikatele „zaměřovat se“, mezinárodní povahu dotčené činnosti, použití jiného jména domény prvního řádu, než má doména členského státu podnikatele, nebo použití neutrálních doménových jmen, popis cesty do místa poskytování služeb s počátkem v jiném členském státě, uvedení mezinárodní klientely ze spotřebitelů s bydlištěm z různých členských států, uzavření přeshraničních obchodů se spotřebiteli

³⁰⁹ Rozsudek SD EU, *Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH proti Oliver Heller*, spojené věci C-585/08 a C-144/09, bod 67 odůvodnění rozhodnutí.

v minulosti, dále také interaktivní nabídka států při vyplňování adresy spotřebitele, zasílání elektronických zpráv s reklamou zahraničním spotřebitelům, jazyk a měna, pokud se liší od obvykle užívaných ve státě podnikatele, a konečně také, zda lze navázat kontakt mezi stranami na dálku, zda lze takto zboží rezervovat i uzavřít samotnou spotřebitelskou smlouvu a příčinná souvislost mezi internetovými stránkami a uzavřením smlouvy. Působnost ustanovení chránících spotřebitele není omezena konkrétní částkou, se kterou může spotřebitel maximálně obchodovat, aby na něj bylo stále pohlíženo jako na spotřebitele a posuzování „spotřebitele“ nemůže záviset na jeho znalostech a informacích v dané oblasti, neboť se dle názoru soudu jedná o příliš subjektivní posuzování.

Na druhou stranu nelze vyvozovat vůli podnikatele zaměřovat se na jiné státy pouze na základě toho, že na internetových stránkách zveřejní elektronickou či zeměpisnou adresu nebo uvede telefonní číslo bez mezinárodní předvolby.

Seznam indicií byl dále rozšířen v právně nezávazných dokumentech a literatuře např. o možnost sledování mezinárodní zásilky, výpočet dnů dodání do určité země, uvedení volby práva a prorogace apod.

Na základě seznamu indicií se mi podařilo sestavit test zaměřování podnikatelské činnosti. V testu zaměřování jsem vytyčila, které znaky jsou jednoznačné, a které naopak nikoliv, a je proto nutné k naplnění „zaměřování“, aby byly přítomny v kombinaci s dalšími. Dle judikatury a literatury zůstává i nadále nejasné, zda je například nutné zkoumat vůli podnikatele, přičemž dle mého názoru to nutné je. Pomocí mnou sestaveného testu zaměřování lze s vysokou pravděpodobností určit, zda se nejen webové stránky podnikatele zaměřují svou činností na určité členské státy. I nadále však nelze tento závěr konstatovat s naprostou jistotou.

I přes početnost indicií zůstává v určitých případech nadále nejasné, při jaké míře či kombinaci lze webové stránky považovat za zcela jistě zaměřené na určitý stát a v jaké nikoli. Na výzkumnou otázku, která byla položena na začátku práce: *„zda-li definiční znaky „zaměřování se na stát bydliště spotřebitele“ jsou judikaturou a literaturou jasně určeny?“*, je tedy nutné odpovědět, že nikoliv.

Z tohoto důvodu, dle mého názoru, není naplněna předvídatelnost ve smyslu bodu 6 odůvodnění Nařízení Řím I a bodu 15 odůvodnění Nařízení Brusel I bis. Dnešní spotřebitel nemůže v některých případech při nakupování přes internet s jistotou určit, kde bude ležet sudiště a kterým rozhodným právem se bude smlouva řídit. I nadále existují rozdíly mezi ochranou poskytnutou spotřebiteli při uzavírání smluv klasickými způsoby a při uzavírání smluv prostřednictvím internetu. Na druhou stranu nelze přehlédnout jistou náklonost SD EU k až absurdní ochraně slabší strany, a tak se spotřebitelé zřejmě nemají čeho obávat.

Judikatura se ve všech uvedených rozhodnutích přiklonila na stranu spotřebitele. Stejně tak v literatuře je zastáván všeobecný názor, že je to právě spotřebitel, kdo musí být v obchodních vztazích s podnikatelem chráněn. V rozhodnutí *Emrek* lze namítat dokonce nesouladný výklad procesní normy Nařízení Brusel I a kolizní normy Nařízení Řím I ve prospěch spotřebitele, když preambule Nařízení Řím I jasně uvádí, že „... je rovněž třeba, aby smlouva předtím byla uzavřena v rámci těchto činností.“³¹⁰ SD EU ovšem rozhodl tím způsobem, že čl. 15 odst. 1 písm. c) Nařízení Brusel I je nutné vykládat tak, že není nutná příčinná souvislost mezi uzavřením smlouvy a podnikatelskou činností, kterou se zaměřuje na stát spotřebitele.³¹¹

Ochrana spotřebitele by však neměla být absolutní, neboť by i nadále mělo být zajištěno slušné prostředí pro hospodářskou soutěž. S ohledem na celosvětovou globalizaci a informační dostupnost, nemusí být spotřebitel vždy reálně slabší stranou. Do budoucna nelze, s ohledem na stále neurčitý pojem „zaměřování činností“, vyloučit možnost, že jednoho dne rozhodne SD EU v neprospěch spotřebitele.

Naproti tomu Nařízení o geoblockingu je účinné poměrně krátkou dobu a neexistuje zatím rozhodnutí SD EU, které by dále vykládalo a vysvětlovalo pojem „geoblocking“ nebo by upřesňovalo, která jednání jsou z pohledu Nařízení o geoblockingu ještě přípustná a která nikoliv.

³¹⁰ Bod 24 odůvodnění Nařízení Řím I

³¹¹ Rozsudek SD EU, *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*, věc C-218/12, výrok rozhodnutí.

Seznam skutečností, ze kterých lze dovozovat, zda se podnikatel dopouští geoblockingu či nikoliv, nemůže být prozatím dovozován z judikatury, neboť judikatura týkající se geoblockingu zatím neexistuje. Znaky geoblockingu lze v současnosti dovozovat ze znění právních předpisů, jejich odůvodnění a důvodových zpráv, ze související literatury, odborných názorů a analogií.

Studiem právě uvedeného jsem dospěla k závěru, že lze rozlišovat dva stupně geoblockingu. Na výzkumnou otázku, „*jaké jsou definiční znaky „geoblockingu“ na základě právních předpisů, judikatury a literatury?*“ lze odpovědět, že při posuzování prvního stupně geoblockingu je třeba hodnotit skutečnosti jako třeba, zda dochází k úplnému odepření přístupu na webové stránky, zda je umožněno zákazníkovi obchod dokončit, zda obchodník dodá zákazníkovi zboží a umožní mu zaplatit bez ohledu na státní příslušnost, místo bydliště nebo místo usazení.

Při hodnocení druhého stupně geoblockingu, jsem jako hlavní otázku, kterou je třeba si klást, označila, zda je umožněno zákazníkovi obchod dokončit za shodných podmínek, jako kdyby se jeho místo určení, státní příslušnost či bydliště nacházely v jiném členském státě. Při posuzování těchto podmínek je vhodné se zaměřit na cenu zboží (či služeb) vč. poskytovaných slev, nabídku zboží, poskytované výhody a doplňkové služby jako prodloužená záruka apod.

Přestože k Nařízení o geoblockingu zatím neexistuje judikatura SD EU, je třeba na výzkumnou otázku „*zda-li definiční znaky „geoblockingu“ jsou právními předpisy, judikaturou a literaturou jasně určeny?*“ odpovědět ano. Právní předpisy ve spojení s literaturou totiž poměrně přesně popisují, kdy se jedná o geoblocking. I na základě zde uvedeného testu geoblockingu pak dle mého názoru, lze uzavřít, zda se obchodník dopouští geoblockingu nebo ne. Bez rozhodnutí SD EU však prozatím, můžeme spíše polemizovat o tom, jaké způsoby geoblockingu by ještě SD EU shledal označil za přípustné dle Nařízení o geoblockingu a jaké už nikoliv.

Cílem právní úpravy je, aby se spotřebitelé napříč Evropskou unií cítili při nakupování na internetu bezpečně, nediskriminováni a nemuseli se obávat podvodů v podobě uhrazení zboží bez jeho dodání, dodání jiného zboží či služby, nebo dodání v horší jakosti.

Mám za to, že se unijní úpravě daří tento cíl čím dál tím více naplňovat, čemuž nasvědčuje i skutečnost, že počet přeshraničních internetových obchodů roste, zatím co ostych spotřebitelů při nakupování na zahraničních webových stránkách klesá.

Cíl práce, a sice vytvořit test zaměřování a test geoblockingu a zjistit, jaké definiční znaky jsou podstatné pro určení, zda se podnikatel zaměřuje ve svých obchodních aktivitách na stát, kde má spotřebitel domicil a jaké skutečnosti či jednání jsou ta, na základě kterých může být konstatováno, zda se podnikatel dopouští geoblockingu či nikoliv, byl naplněn.

Podnikatelům nelze než doporučit, aby využili možnosti výslovně na internetových stránkách určit, na které státy se zaměřují a na které nikoli (tzv. disclaimer). Ostatně k přípustnosti této možnosti dospěla také generální advokátka ve stanovisku k případu Pammer a Alpenhof.

Řešením pro podnikatele v oblasti geoblockingu, konkrétně v problematice místa dodání, je taxativní uvedení, do jakých míst je podnikatel schopen dodávat a dopravu zajistit. Do uvedených míst je pak podnikatel povinen zboží dodat za stejných podmínek pro všechny zákazníky bez ohledu na jejich státní příslušnost nebo jiné zeměpisné údaje.

V obou případech, tedy i v oblasti zaměřování podnikatelské činnosti i v oblasti geoblockingu, je nejjistější uvedení zcela zjevné vůle podnikatele, kde je ochoten obchodovat a kde nikoliv.

Jak uvádí Svantesson: „*Výklad pojmu zaměřování činnosti zůstává snem zákonodárců, ale noční můrou soudců a advokátů.*“³¹²

Význam této rigorózní práce spatřuji zejména v podání uceleného pojednání o pojmu „zaměřování podnikatelské činnosti“, jeho vývoji ve světle judikatury SD EU a vnímání v odborné literatuře a dále v rozboru pojmu „geoblocking“, jeho spojitost se zaměřováním podnikatelské činnosti a jeho praktické ukázky.

³¹² V originále: „*It is quite simply the legislator's dream, but the judge's (and indeed lawyer's) nightmare.*“ SVANTESSON, 2016, op. cit., str. 480.

Použité zdroje

Monografie

1. CALLIESS, Grahf-Peter. *Rome regulations: commentary on the European rules of the conflict of laws*. 1. vyd. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2011, 654 s.
2. DE FRANCESCHI, Alberto. *European contract law and the digital single market: the implications of the digital revolution*. 1. vyd. Cambridge: Intersentia, 2016, 266 s.
3. DONÁT, Josef a Jan TOMÍŠEK. *Právo v síti: průvodce právem na internetu*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2016, 350 s.
4. EDWARDS, Lilian; WAELDE, Charlotte. *Law and the Internet*. Third Edition. Oxford: Hart Publishing Ltd., 2009, 713 s.
5. FOX, William F. *International commercial agreements and electronic commerce*. 5th ed. rev. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2013, 411 s.
6. GILLIES, Lorna, E. *Electronic Commerce and International Private Law. A Study of Electronic Consumer Contracts*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited, 2008, 286 s.
7. GOTTSCHALK, Echart. *Conflict of laws in a globalized world*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2007, 302 s.
8. GRINC, Jaroslav. *Právo pro politology*, 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, 160 s.
9. GRINGRAS, Clive, Paul LAMBERT, Philip JOHNSON, et al. *Gringras: The laws of the Internet*. Fourth edition. Haywards Heath: Bloomsbury Professional, 2015, 614 s.
10. IVANOVSKÁ, Natálie. *Analýza pojmu zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele (ve smyslu čl. 17 odst. 1 písm. c) nařízení Brusel I bis – čl. 6 odst. 1 písm. b) nařízení Řím I)*. Brno, 2018. 30 s. Studentská vědecká a odborná činnost. Masarykova univerzita, Právnická fakulta.
11. IVANOVSKÁ, Natálie. *Analýza pojmu zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele (ve smyslu čl. 17 odst. 1 písm. c) nařízení Brusel I bis – čl. 6 odst. 1 písm. b) nařízení Řím I)*. Brno, 2019. 81 s. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Právnická fakulta.
12. JANSÁ, Lukáš, OTEVŘEL, Petr, ČERMÁK, Jiří, MALIŠ, Petr, HOSTAŠ, Petr, MATĚJKA, Michal, MATEJKA, Ján. *Internetové právo*. Brno: Computer Press, 2016, 432 s.
13. KOHL, Uta. *Jurisdiction and the internet: a study of regulatory competence over online activity*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2007, 323 s.
14. KRÁL, Mojmír. *První kroky s internetem 4., aktualizované vydání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014, 160 s.

15. KROES, Quinten R. *E-business law of the European Union*. 2nd ed. Austin: Wolters Kluwer, 2010, 429 s.
16. KUČERA, Zdeněk; PAUKNEROVÁ, Monika; RŮŽIČKA, Květoslav et al. *Mezinárodní právo soukromé*. 8. vydání. Plzeň - Brno: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2015, 430 s.
17. KULESZA, Joanna. *International internet law*. London: Routledge, Routledge research in IT and e-commerce law, 2012, 194 s.
18. KYSELOVSKÁ, Tereza; ROZEHNALOVÁ, Naděžda a kol. *Rozhodování Soudního dvora EU ve věcech příslušnosti: analýza rozhodnutí dle nařízení Brusel Ibis*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014, 514 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia; sv. č. 507.
19. KYSELOVSKÁ, Tereza. *Vybrané otázky vlivu elektronizace na evropské mezinárodní právo soukromé a procesní: (se zaměřením na princip teritoriality a pravidla pro založení mezinárodní příslušnosti soudu ve sporech vyplývajících ze smluvních závazkových vztahů)*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014, 228 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia; sv. č. 487.
20. KYSELOVSKÁ, Tereza. *Institut zrušení rozhodčího nálezu z pohledu ochrany spotřebitele a judikatury Soudního dvora Evropské unie*. 1. Vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 136 s. Edice 5, řada teoretická Právnické fakulty MU; č. 421.
21. LAVICKÝ, Petr. Občanský zákoník I. Obecná část (§ 1-654). Komentář. In: *Beck-online* [online právní informační systém]. 2014, 1. vydání, Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2400 s.
22. LAZÍKOVÁ, Jarmila. *Riešenie spotrebiteľských sporov v práve EÚ*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2018, 302 s.
23. MATEJKA, Ján. *Internet jako objekt práva: hledání rovnováhy autonomie a soukromí*. Praha: CZ.NIC, 2013, 262 s.
24. RIEFA, Christine. *Consumer protection and online auction platforms: towards a safer legal framework*. Farnham: Ashgate, 2015, 254 s.
25. ROZEHNALOVÁ, Naděžda, Klára DRLIČKOVÁ, Tereza KYSELOVSKÁ a Jiří VALDHANS. *Mezinárodní právo soukromé Evropské unie*. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2018, 389 s.
26. ROZEHNALOVÁ, Naděžda. Ochrana spotřebitele a evropské mezinárodní právo soukromé a procesní. In *Days of Public Law*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, s. 1142.
27. SVANTESSON, Dan Jerker B. *Private international law and the internet*. Third edition. Alphen aan den Rijn: Wolters Kluwer, 2016, 692 s.
28. TANG, Zheng Sophia. *Electronic consumer contracts in the conflict of laws*. 2. vyd. Oxford: Hart publishing, 2015, 432 s.
29. VALDHANS, Jiří; DRLIČKOVÁ, Klára. *Rozhodování Soudního dvora EU ve věcech uznání a výkonu cizího soudního rozhodnutí: analýza rozhodnutí dle nařízení Brusel Ibis*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2015, 292 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia; sv. č. 513. (brož.)

30. VEČERKOVÁ, Eva; SELUCKÁ, Markéta; DUDOVÁ, Jana; URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2015, 299 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia, sv. č. 540.
31. WANG, Faye Fangfei. *Internet jurisdiction and choice of law: legal practices in the EU, US and China*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010, 261 s.
32. ZOULÍK, František. *Cesty práva. Výbor statí*. Praha: Wolters Kluwer, 2013, 308 s.

Odborné články

33. DEBUSSERÉ, Frederic. International Jurisdiction over E-consumer contracts in the European Union: Quid novi sub sole? *International Journal of Law and Information Technology* [online]. 2002, roč. 10, č. 3, s. 344-366, Oxford. [cit. 15. 2. 2018]. Dostupné na <<https://pdfs.semanticscholar.org/4417/e1d5c2a6eb946255e3ea0341cab88b0fc2fc.pdf>>
34. JAROSZEK, Agata. European Online Marketplace – New measures for Consumer Protection against „Old Conflicts of Laws Rules“. *Masaryk University Journal of Law and Technology* [online]. 2015, roč. 9, č. 1, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/mujlt/article/viewFile/2676/3692>>
35. KÖVECSÉS, Bettina. *The new EU Geo-Blocking Regulation and why it Affects You*. Budapest Business Journal. 2018, November 5 – November 15, č. 3, s. 18.
36. KYSELOVSKÁ, Tereza. Online spotřebitelské smlouvy a hraniční určovatel "zaměřování činnosti" ve světle judikatury Soudního dvora Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi* [online]. 2011, roč. 19, č. 3, s. 221-226, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 19. 2. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/cpvp/article/view/6326/5696>>
37. KYSELOVSKÁ, Tereza. Příslušnost soudů ve sporech vyplývajících ze spotřebitelských smluv. *Revue pro právo a technologie* [online]. 2013, roč. 4, č. 8, s. 46-48, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 22. 2. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/revue/article/viewFile/5007/pdf>>
38. NEŠPŮREK, ŠUCHMAN, JAKOUBEK. *Geo-blocking: Budeme si všichni rovni?* [online]. in Právní prostor, 29. března 2017 [cit. 6. 2. 2021]. Dostupné na <<https://www.pravniprostor.cz/clanky/obcanske-pravo/geo-blocking-budeme-si-vsichni-rovni>>
39. PACHL, Ursula. *Geoblocking – A result of obstacles for consumer or enterprises*. [online]. Luxembourg Presidency Consumer and Competition Day, 2015, BEUC – The European Consumer Organisation, s. 4. Dostupné na <https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-090_geoblocking_a_result_of_obstacles_for_consumers_and_entreprises.pdf>
40. TELECKÝ, Ivan. *Dohoda o obchodu a spolupráci mezi Evropskou unií Velkou Británií* [online]. Deloitte ©, 2021 [cit. 22. 1. 2022] Dostupné na

- <<https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/public-sector/articles/brexit-dopady-na-vasi-firmu.html>>
41. TRÁVNÍČKOVÁ, Simona. Ochrana spotřebitele v závazkových právních vztazích s mezinárodním prvkem uzavíraných přes internet. *Časopis pro právní vědu a praxi* [online]. 2011, roč. 19, č. 2, s. 156-163, Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta. [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <<https://journals.muni.cz/cpvp/article/view/6376>>
 42. TRIMBLE, Marketa. *The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP*. [online] Revista de Internet, Derecho y Política, 2016 [cit. 15. 1. 2022], s. 58. Dostupné na <https://www.researchgate.net/publication/313868102_The_role_of_geoblocking_in_the_Internet_legal_landscape>

Judikatura

43. Usnesení Ústavního soudu ze dne 5. 10. 2021, sp. zn. I. ÚS 2421/21. *Ústavní soud* [online]. Ústavní soud, © 2021 [cit. 18. 12. 2021]. Dostupné na <<https://iudicium.cz/308309/i-us-2421-21>>
44. Nález Ústavního soudu ze dne 10. 4. 2014, sp. zn. III. ÚS 3725/13. *Ústavní soud* [online]. Ústavní soud, © 2014 [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <https://www.usoud.cz/fileadmin/user_upload/Tiskova_mluvci/Publikovane_nalezky/3-3725-13__bankovni_poplatky_.pdf>
45. Rozsudek Soudního dvora (pátého senátu) ze dne 16. července 1998. *Gut Springenheide GmbH a Rudolf Tusky proti Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung*. Věc C-210/96. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 27. 11. 2020].
46. Rozsudek Soudního dvora (pátého senátu) ze dne 16. července 1998. *Maxmilian Schrems proti Facebook Ireland Limited*. Věc C-498/16. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 24. 1. 2021].
47. Rozsudek Soudního dvora (šestého senátu) ze dne 3. července 1997. *Francesco Benincasa v. Dentalkit Srl*. Věc C-269/95. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 1. 2019].
48. Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 28. července 2016. *Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl*. Věc C-191/15. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
49. Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 28. ledna 2015. *Harald Kollas v. Barclays Bank plc*. Věc C-375/13. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
50. Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 4. května 2017. *Marcela Pešková a Jiří Peška v. Travel Service a.s*. Věc C-315/15. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 7. 2. 2021].
51. Rozsudek Soudního dvora (šestého senátu) ze dne 11. července 2002. *Rudolf Gabriel*. Věc C-96/00. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
52. Rozsudek Soudního dvora (velkého senátu) ze dne 7. prosince 2010. *Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG a Hotel Alpenhof GesmbH*

- proti Oliver Heller*. Spojené věci C-585/08 a C-144/09. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
53. Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 6. září 2012. *Daniela Mühlleitner v. Ahmad Yusufi a Wadat Yusufi*. Věc C-190/11. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
54. Rozsudek Soudního dvora (třetího senátu) ze dne 17. září 2013. *Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic*. Věc C-218/12. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
55. Rozsudek Soudního dvora (čtvrtého senátu) ze dne 23. prosince 2015. *Rüdiger Hobohm v. Benedikt Kampik Ltd & co. KG a další*. Věc C-297/14. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 28. 10. 2018].
56. Rozsudek Soudního dvora (prvního senátu) ze dne 3. října 2019. *Jana Petruřchová v. FIBO Group Holdings Limited*. Věc C-208/18. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 24. 1. 2021].

Internetové zdroje

57. ABOUT YOU CZ [online]. aboutyou.cz, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.cz>>
58. ABOUT YOU DE [online]. aboutyou.de, 2020 [cit. 5. 7. 2020] Dostupné na <<https://www.aboutyou.de>>
59. BBC News Service. *Germany lifts total ban on Nazi symbols in video games* [online]. BBC, 10. srpna 2018 [cit. 11. 7. 2020]. Dostupné na <<https://www.bbc.com/news/world-europe-45142651>>
60. Cambridge dictionary. *Cambridge Academic Content Dictionary* [online]. Cambridge University Press, © 2019, [cit. 15. 1. 2022]. Dostupné na <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/internet>>
61. Český statistický úřad. *Evropský srovnávací program* [online]. czso.cz, 5. ledna 2021 [cit. 15. 1. 2022]. Dostupné na <https://www.czso.cz/csu/czso/evropsky_srovnavaci_program>
62. Domény – seznam: *Doména TO, Tonga* [online]. Zoner software, a. s. [cit. 20. 2. 2018]. Dostupné na <<https://www.czechia.com/clanek/domeny-to/>>
63. Evropská komise. *Index digitální ekonomiky a společnosti (DESI) 2018 – zpráva o České republice* [online]. ec.europa.eu, 2019 [cit. 23. 3. 2021]. Dostupné na <https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/cz-desi_2018-country-profile-lang_4AA42301-9FDC-2506-E6D2F9773021C86D_52333.pdf>
64. European Commission. *Geo-blocking of Consumers Online: Findings of a mystery shopping carried out by the European Commission* [online]. Ec.europa.eu, 25. května 2017 [cit. 23. 3. 2021]. Dostupné na <https://ec.europa.eu/info/publications/geo-blocking-consumers-online-findings-mystery-shopping-carried-out-european-commission_en>

65. Guidance note – Brussels Regulation, *Cross border consumer contractual disputes within the European Union: which country has jurisdiction?* [online] The National Archives, © 2006 [cit. 22. 2. 2019]. Dostupné na <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20060215092155/http://www.dti.gov.uk/ccp/topics1/guide/jurisdiction_brussels.htm>
66. Německý obchodní rejstřík vedený Ministerstvem spravedlnosti spolkové země Severní Porýní-Vestfálsko, v originálním znění: Handelsregister. *ABOUT YOU Verwaltungs GmbH* [online]. online-handelsregister.de [cit. 5. 7. 2020]. Dostupné na <<https://www.online-handelsregister.de/handelsregisterauszug/hh/Hamburg/HRB/120869/ABOUT-YOU-GmbH>>
67. Odbor technické harmonizace a spotřebitelské legislativy. *Zásady OSN k ochraně spotřebitelů* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu ©, 5. června 2019 [cit. 23. 1. 2022]. Dostupné na <<https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/mezinarodni-aktivity-v-oblasti-ochrany-spotrebitele/zasady-osn-k-ochrane-spotrebitele--246636/>>
68. Slovníček pojmů: *Sponzorované odkazy* [online]. H1 Slovakia. © 2015 [cit. 20. 2. 2018]. Dostupné na <<http://www.h1.cz/znalosti/h1-cz-pro-vas/slovnicek-pojmu/sponzorovane-odkazy/>>
69. Terms & conditions. Asos.com [online]. Great Britain, © 2019. [cit. 24. 2. 2019]. Dostupné na <<https://us.asos.com/terms-and-conditions/>>
70. Unlock The Law. *Disneyland Paris Charge UK Customers More Than French Customers – Is This Legal?* [online]. Unlockthelaw.co.uk, 30. července 2015 [cit. 26. 5. 2021]. Dostupné na <<https://www.unlockthelaw.co.uk/News/disneyland-paris-charge-uk-customers-more-than-french-customers/2136287215.html>>
71. Zastupitelský úřad ČR v Pekingu (Čína). *Čína: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled* [online]. Bussinessinfo.cz. Oficiální portál pro podnikání a export, publikováno 24. 8. 2018 [cit. 26. 2. 2019]. Dostupné na <<https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-19051.html#sec1>>

Právní předpisy

Zákony

72. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS ACADEMIA* [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].
73. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS ACADEMIA* [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].
74. Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů. In: *CODEXIS ACADEMIA* [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 22. 11. 2018].

Právní předpisy EU

75. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (směrnice o elektronickém obchodu). In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 18. 2. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>>
76. Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 23. 2. 2019]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A31993L0013>>
77. Směrnice Rady 2008/122/ES ze dne 14. ledna 2009 o ochraně spotřebitele ve vztahu k některým aspektům smluv o dočasném užívání ubytovacího zařízení (timeshare), o dlouhodobých rekreačních produktech, o dalším prodeji a o výměně. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 23. 2. 2019]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A31993L0013>>
78. Směrnice Rady 2006/112/ES ze dne 28. listopadu 2006 o společném systému daně z přidané hodnoty. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0112&from=GA>>
79. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 15. 8. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32006L0123>>
80. Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/2366 ze dne 25. listopadu 2015 o platebních službách na vnitřním trhu, kterou se mění směrnice 2002/65/ES, 2009/110/ES a 2013/36/EU a nařízení (EU) č. 1093/2010 a zrušuje směrnice 2007/64/ES, In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 10. 8. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2366>>
81. Nařízení Rady (ES) č. 44/2001 ze dne 22. prosince 2000 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32001R0044>>
82. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R1215&from=CS>>

83. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 22. 11. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32008R0593>>
84. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 260/2012 ze dne 14. března 2012, kterým se stanoví technické a obchodní požadavky pro úhrady a inkasa v eurech a kterým se mění nařízení (ES) č. 924/2009. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32012R0260>>
85. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2018/302 ze dne 28. února 2018, o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 8. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX%3A32012R0260>>
86. Prováděcí nařízení Rady (EU) č. 282/2011 ze dne 15. března 2011, kterým se stanoví prováděcí opatření ke směrnici 2006/112/ES o společném systému daně z přidané hodnoty. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 7. 2020]. Dostupné na <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32011R0282>>

Mezinárodní smlouvy

87. Úmluva ze dne 27. 9. 1968 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech. In: *EUR-Lex* [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 22. 2. 2018]. Dostupné na <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A22007A1221%2803%29>>

Ostatní

88. European Parliament. *2016/0152(COD) Geo-blocking and other forms of discrimination based on customers' nationality, place of residence or place of establishment within the internal market* [online]. Oeil.secure.europarl.europa.eu, 25. května 2016. [cit. 6. 7. 2020] Dostupné na <[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2016/0152\(COD\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2016/0152(COD))>
89. Stanovisko generální advokátky Trstenjak ze dne 18. května 2010. Peter Pammer proti Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG (C-585/08) a Hotel Alpenhof GmbH proti Oliver Heller (C-144/09). In: *Sbírka rozhodnutí*.
90. Stanovisko generálního advokáta Pedra Cruz Villalóna ze dne 18. července 2013. Lokman Emrek v. Vlado Sabranovic. Věc C-218/12. In: *Sbírka rozhodnutí*.

Abstrakt

Předmětem této rigorózní práce je téma zaměřování podnikatelské činnosti na členský stát spotřebitele a geoblocking v kontextu Nařízení Řím I, Nařízení Brusel I a Brusel I bis a také Nařízení o geoblockingu. V této rigorózní práci se zaměřuji na spotřebitelské smlouvy uzavírané online, neboť se stávají součástí každodenního života. Stěžejní kapitolou této rigorózní práce je rozbor související judikatury Soudního dvora. Dále v rigorózní práci rozvedu krátké případové studie. V závěru rigorózní práce jsem vytvořila test zaměřování a test geoblockingu, které by mohli najít uplatnění také v praxi. V poslední kapitole se snažím navrhnout možná řešení a doporučení, jak se vyhnout nepřijatelnému geoblockingu.

Abstract

The subject of this thesis is the topic of directing commercial or professional activities in the Member State of the consumer's domicile and geoblocking in the context of Rome I Regulation, Brussels I and Brussels I recast Regulations and Geoblocking Regulation. In this thesis I focus on online consumer contracts, as they become a reality of everyday life. The most essential part of this work is analysis of the case law of the Court of Justice. Furthermore, I will present short case studies. At the end of this thesis I have created a test of directing the activities and also a geoblocking test, which could also find application in practice. In the last chapter I try to suggest possible solutions and recommendations on how to avoid inadmissible geoblocking.

Seznam klíčových slov

Spotřebitelské smlouvy; Smlouvy uzavřené online; Zaměření činnosti; Geoblocking; Nařízení Řím I; Nařízení Brusel I; Nařízení Brusel I bis; Nařízení o geoblockingu; Test zaměřování činnosti; Test geoblockingu.

List of the key words

Consumer Contracts; Online Contracts; Directing of Activities; Geoblocking; Rome I Regulation; Brussels I Regulation; Brussels I recast Regulation; Geoblocking Regulation; Targeted Activity Test; Geoblocking Test.