

## Spotřebitele i obchodníky trápí rozdílná pravidla v EU. Podaří se to institucím změnit?

Objem přeshraničního obchodování v EU ani zdaleka nevytvádá, že bychom žili v době jednotného vnitřního trhu. Jen 12% evropských občanů nakupuje příhraničně po internetu. Jedním z důvodů je nedostatečná důvěra spotřebitelů i obchodníků. Komise se rozhodla stav změnit a chtěla polovinu současné právní úpravy spotřebitelského práva (4 směrnice) nahradit směrnicí jedinou založenou na principu plné harmonizace. Během více jak dvouletých diskusí v Radě EU a v Evropském parlamentu se ale ukazuje, že možná dohoda bude ještě méně ambiciózní. Rychlost diskusí navíc ukazuje, že nová pravidla nebudou pravděpodobně platit dříve než v roce 2014.

Cílem revize spotřebitelského práva je zlepšit regulační rámec spotřebitelských práv. Původní návrh počítal se naprostou koncepční změnou – namísto současného principu minimální harmonizace (pro celou EU platí jednotná minimální pravidla, která si mohou jednotlivé státy zpřísnit) navrhl princip plné harmonizace (pro celou EU platí stejná pravidla). Rada EU se v prosinci shodla, že bude lepší setrvat na původním záměru plné harmonizace i za cenu vypuštění podstatné části návrhu - dalších práv spotřebitelů v oblasti kupních smluv a smluvních podmínek. Stejnou pozici plně podporují podnikatelské a zaměstnavatelské organizace. Evropský parlament je ale jiného názoru a prostřednictvím svého Výboru pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele (IMCO) podporuje komplexní právní úpravu založenou na kombinaci minimální a maximální harmonizace. Trochu „maďarský guláš“.

Tereza Skřivánková, vedoucí oddělení ochrany spotřebitele Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Věra Knoblochová, vedoucí úseku vnitřního trhu Stálého zastoupení ČR při EU, zmínily specifický pohled jednotlivých členských států, díky kterému jsou diskuse tak složité komplexní. Pro ČR je například složité souhlasit s limitem pro služby vyňaté z působnosti směrnice ve výši 200 EUR. Ve Švédsku pakatel a v Rumunsku několiknásobek minimální mzdy. Francouzi se zase nechtějí vzdát práva odstoupit od smlouvy uzavřené na dálku během prvních 7 dnů.

Prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Zdeněk Juračka chválil pro-aktivní přístup Ministerstva průmyslu a obchodu ČR k přípravě české pozice ve spolupráci s podnikateli a obchodníky. Při diskusích je podle něj potřeba dosáhnout rovnováhy mezi ochranou spotřebitele a administrativní zátěží a zvýšením nákladů na straně výrobců a obchodníků. Jan Stránský, člen představenstva Asociace osobního prodeje a Corporate Affairs Manager AMWAY Czech Republic, zdůraznil specifické podmínky osobního prodeje. Živnostník nemůže tak snadno splnit stejné informační povinnosti jako velký mezinárodní obchodní řetězec. A přitom právě osobní prodej je pro mnoho lidí často začátkem podnikatelské kariéry.

Jak uvedl Martin Rezek, právník Evropského spotřebitelského centra při České obchodní inspekci, rozdíly v pravidlech jsou v rámci EU obrovské. Severské státy mají například neomezenou lhůtu pro reklamaci skrytých vad výrobku. Zkuste ale dokazovat skrytou vadu mobilního telefonu po 12 letech. Libor Dupal, předseda Sdružení českých spotřebitelů, zdůraznil dopad přílišné ochrany spotřebitelů – snižuje se pak jejich možnost volby. Zahraniční obchodníci často do ČR ani neprodávají, protože rozdílná pravidla jsou pro ně příliš složitá a nákladná.

Debatu uspořádali Zastoupení Evropské komise v ČR a Informační kancelář Evropského parlamentu v ČR ve spolupráci s Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a CEBRE – Českou podnikatelskou reprezentací při EU v rámci projektu zaměřeného na komunikaci prioritních témat EU v Evropském domě.



Zastoupení  
Evropské komise  
v České republice



EVROPSKÝ PARLAMENT  
Informační kancelář v ČR

### Partneři debaty:

Vysoká škola finanční  
a správní



Evropské spotřebitelské  
centrum



### Mediální partneři debaty:

EurActiv.cz



Prague Leaders Magazine

