



# SPECIÁLNÍ ANALÝZA

Červen 2015



## Odstranění hranic digitálního světa EU

Tomáš Kozelský

EU Office

**ERSTE**   
Corporate Banking

## Úvod

Digitalizace prostředí okolo nás probíhá prakticky neustále a zvyšující se možnosti využívání nejnovějších digitálních technologií a online služeb se dotýkají téměř každého z nás. Dokazuje to i rostoucí počet uživatelů internetu (více též Měsíčník EU aktualit číslo 140), nakupování přes internet, využívání internetu jako formy zábavy, ať už se jedná o sledování filmů nebo poslechu hudby, ale i komunikace se státní správou či lékaři. I tato oblast však naráží na své překážky a hranice. To často doslovně, neboť mnoho online služeb je limitováno územím daného státu, protože přístup občanů či společností jiného státu Evropské unie naráží často na překážky a i blokace právě na základě geografické polohy.

Mimo jiné i z důvodu zlepšení přístupu spotřebitelů a podniků k digitálním službám je jednou z hlavních priorit Evropské komise jednotný digitální trh. Jednotný digitální trh by měl zajišťovat volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu pro občany a podniky, aby nebyly překážky k volnému přístupu k legálním on-line činnostem a k jejich provádění za podmínek spravedlivé hospodářské soutěže. Vedle toho se zaměří také na vysokou ochranu spotřebitelů a osobních údajů bez ohledu na státní příslušnost či místo bydliště. Je tu však i ekonomické hledisko. Vytvoření jednotného digitálního trhu by mělo napomoci tomu, aby se evropské společnosti mohly nadále rozvíjet a zvyšovat svou konkurenceschopnost mezi ostatními celosvětovými ekonomikami.

Pro udržení se na špici v oblasti digitální ekonomiky bude muset Evropa překonat překážky, které ji brzdí jak v dalším rozvoji, tak i ve využívání celého potenciálu digitálního prostředí. V případě odstranění zmiňovaných překážek na území Evropy by to podle „A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence“ mohlo přinést evropskému HDP dodatečných 415 miliard EUR. Dalším pozitivem bude nejen zlepšení služeb a možností, ale podpora podnikání, což umožní nejen dodatečné zisky, ale i zlepšení situace na trhu práce vytvářením nových pracovních možností.

Jednu z hlavních priorit Evropské komise „jednotný digitální trh“ má na starosti 14 členný tým eurokomisařů kolem místopředsedy Evropské komise Andrusa Ansipa a Günther H. Oettinger. ČR má v týmu také pomyslné železko v ohni, neboť součástí týmu je i eurokomisařka pro Spravedlnost, ochranu spotřebitelů a rovnost žen a mužů Věra Jourová.

Samotná strategie pro jednotný digitální trh v Evropě je postavena na třech pilířích, které se skládají z jednotlivých **klíčových opatření**:

1. *Zlepšení přístupu spotřebitelů a podniků k digitálnímu zboží a službám v celé Evropě*
2. *Vytvoření vhodných podmínek pro rozvoj digitálních sítí a služeb*
3. *Maximalizace růstového potenciálu naší evropské digitální ekonomiky*

## 1. Zlepšení přístupu spotřebitelů a podniků k digitálnímu zboží a službám v celé Evropě

Přínosem jednotného digitálního trhu budou nové příležitosti podnikům a podnikatelům k expanzi po celé Evropě, jakmile se odstraní překážky pro přeshraniční on-line činnosti, ke kterým například patří i rozdíly ve smluvním a v autorském právu jednotlivých členských států či zátěž související s DPH.

Jedním z důležitých požadavků vytváření vhodného prostředí pro přeshraniční on-line prodej budou i momentálně chybějící cenově dostupné a vysoce kvalitní přeshraniční zásilkové služby.

Dalším krokem bude vymezení vhodného rámce elektronického obchodu a prevence nespravedlivé diskriminace spotřebitelů a podniků, když se pokoušejí získat přístup k obsahu nebo nakupovat zboží či služby on-line v rámci Evropské unie, ať už se to týká omezení například z důvodu státní příslušnosti, místa bydliště či geografické polohy.

I když se podíl osob ve věku 16 až 74 let nakupujících a objednávacích služby a zboží přes internet v posledních letech zvyšuje, stále existují velké rozdíly mezi členskými státy Evropské unie. Nejvíce nákupů přes internet využívají západní a severní státy v čele se Spojeným královstvím, Dánskem a Švédskem, kde v roce 2014 zhruba ¼ jednotlivců ve věku 16 až 74 let objednávalo přes internet. Nejhůře jsou na tom Rumunsko, Bulharsko a nepříjemně pro ty, co sledují mezinárodní situaci a ukazatele konkurenceschopnosti, i Itálie a Řecko.

Velmi zajímavý ukazatel je i objednávání služeb a zboží přes internet z jiné země Evropské unie. Pokud Česká republika patří mezi průměrné státy z hlediska celkového on-line objednávání u jednotlivců, v případě nákupu zboží a služeb z jiných členských států se 7 % patříme mezi nejhorší.

Zde dominuje Lucembursko s 65 % a až daleko za ním následují státy Malta a Rakousko s téměř 40 %.

## Podíl jednotlivců objednávající zboží a služby přes internet

	celkem 2014 (%)	z jiné země EU 2014 (%)		celkem 2014 (%)	z jiné země EU 2014 (%)
<b>UK</b>	78,7	18,2	<b>ČR</b>	42,5	7,4
<b>Dánsko</b>	77,7	35,7	<b>Španělsko</b>	37,4	14,6
<b>Švédsko</b>	74,8	22,3	<b>Slovinsko</b>	37,0	17,5
<b>Lucembursko</b>	74,0	65,4	<b>Polsko</b>	34,2	3,9
<b>Nizozemsko</b>	70,8	21,0	<b>Lotyšsko</b>	33,5	16,4
<b>Německo</b>	70,4	12,0	<b>Maďarsko</b>	32,4	7,8
<b>Finsko</b>	68,4	36,1	<b>Chorvatsko</b>	27,7	8,4
<b>Francie</b>	62,2	20,9	<b>Kypr</b>	26,9	23,7
<b>Belgie</b>	54,2	33,9	<b>Portugalsko</b>	26,3	12,3
<b>Rakousko</b>	53,3	39,6	<b>Litva</b>	26,0	10,9
<b>Irsko</b>	50,5	27,5	<b>Řecko</b>	25,7	10,3
<b>Estonsko</b>	48,6	21,9	<b>Itálie</b>	22,3	8,6
<b>Slovensko</b>	48,1	19,6	<b>Bulharsko</b>	16,6	7,4
<b>Malta</b>	47,0	39,0	<b>Rumunsko</b>	10,1	1,2
<b>EU</b>	<b>50,2</b>	<b>14,6</b>			

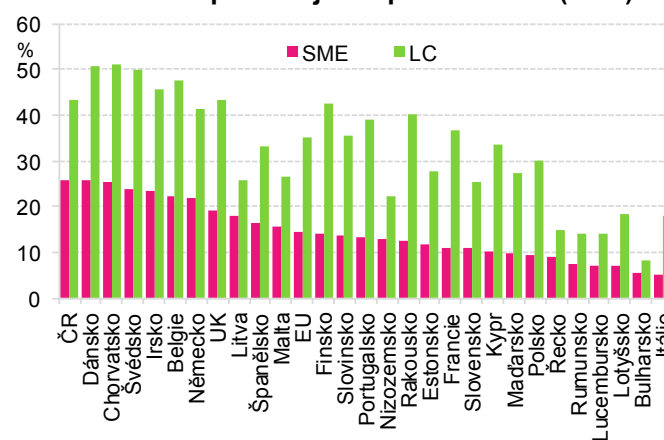
Zdroj: Evropská komise

Česká republika drží prvenství s 26 % v podílu malých a středních firem (mající 10 až 249 zaměstnanců) prodávajících přes internet. Na chvostu tohoto srovnání se umístily státy Itálie a Bulharsko s necelými 6 %. Přeshraničnímu obchodu se však v EU věnuje pouze okolo 7 % malých a středních podniků. Z údajů Komise vyplývá, že malé internetové podniky, které chtějí provozovat svou činnost v jiné členské zemi, čelí kvůli nutnosti přizpůsobit se právním předpisům dané země dodatečným nákladům ve výši zhruba 9 tisíc eur.

Nejlepší členské státy v podílu velkých firem prodávajících přes internet jsou země Chorvatsko a Dánsko (50% podíl).

Česká republika obstála i v tomto srovnání a drží se s 43 % mezi nadprůměrnými státy Evropské unie v daném ukazateli.

## Podíl SME a LC prodávajících přes internet (2014)



Zdroj: Evropská komise; SME (10 až 249 zaměstnanců); LC (250 a více zaměstnanců)

## Pravidla pro zjednodušení přeshraničního elektronického obchodu

Dalším z klíčových opatření u 1. pilíře je i snaha o nastavení pravidel a zjednodušení přeshraničního elektronického obchodu.

Právě složitá a často i nejasná pravidla (lišící se stát od státu) jsou často příčinou, proč se jednotliví spotřebitelé či podniky tak málo zapojují do přeshraničního elektronického obchodování.

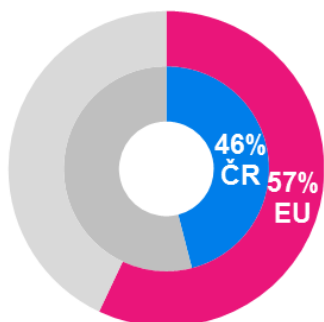
Zjednodušená a moderní pravidla pro přeshraniční digitální nákupy a nákupy on-line (ať se jedná o fyzické zboží, jako je nábytek nebo obuv, nebo o digitální obsah, jako jsou elektronické knihy nebo aplikace) budou motivovat více podniků k přeshraničnímu prodeji on-line. Naplnění tohoto pravidla povede taky k posílení důvěry spotřebitelů v nákup a prodej přes hranice.

## Snaha o kvalitní a cenově dostupné přeshraniční zásilkové služby

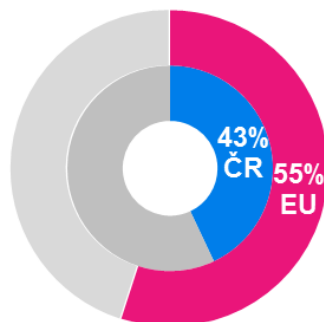
Důležitým aspektem on-line služeb a obchodu jsou cenově srovnatelné, kvalitní a dostupné přeshraniční zásilkové služby.

Jednotlivé strany si totiž často stěžují na nedostatek transparentnosti, vysoké náklady u malých zásilek a často na nevyhovující podmínky pro konečného spotřebitele.

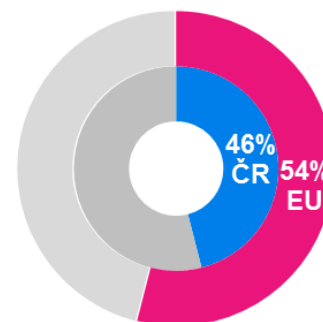
### Problémy s prodejem přes internet



**Příliš vysoké náklady na dodání**



**Záruky a vrácení peněz jsou příliš drahé**



**Neznalost pravidel, která je třeba uplatňovat**

Zdroj: Evropská komise

## Zabránění bezdůvodnému blokování na základě zeměpisné polohy

Neodůvodněné blokování na základě zeměpisné polohy (tzv. geoblocking) se rozumí často diskriminační postupy, které používají pro komerční účely internetoví prodejci, jež brání spotřebitelům k přístupu k internetovým stránkám v jiných členských státech nebo je taky přesměrovávají na internetové stránky místního obchodu s odlišnými cenami či jiným produktem nebo službou.

Zeměpisné blokování je jedním z několika nástrojů, které společnosti používají k segmentaci trhů podle státních hranic.

## Lepší přístup k digitálnímu obsahu – moderní, evropštější rámec pro oblast autorského práva

Evropská komise chce do konce letošního roku předložit legislativní návrhy, které by měly sloužit ke snížení rozdílů mezi vnitrostátními systémy autorských práv. Autorské právo totiž patří k základům kreativity a odvětví kultury. Kreativita je jednou ze silných stránek EU v celosvětové konkurenci.

Evropská komise se bude zabývat i prosazováním předpisů v oblasti porušování práv duševního vlastnictví v komerčním měřítku.

## Snížení zátěže související s DPH a omezení překážek při přeshraničním prodeji

Komise se chce ve svém dalším opatření věnovat snížení administrativní zátěže pro podniky provozující internetové obchodování plynoucí z různých režimů a nastavení DPH. Tato nutnost řídit se mnoha různými vnitrostátními systémy totiž pro ně představuje skutečnou překážku.

Mimo jiné bude navržena i společná limitní hodnota DPH, která pomůže menším začínajícím podnikům prodávajícím on-line.

## 2. Vytvoření vhodných podmínek pro rozvoj digitálních sítí a služeb

II. pilíř jednotného digitální trh bude zaměřen na rozvoj digitálních sítí a služeb, které musí být založeny na spolehlivých, důvěryhodných a cenově dostupných vysokorychlostních sítích a službách, které zajistí základní práva spotřebitelů na ochranu soukromí a ochranu osobních údajů a současně podpoří inovace. K tomu by měly pomoci následující opatření.

### Přizpůsobení telekomunikačních předpisů danému účelu

Sítě informačních a komunikačních technologií vytváří základnu pro digitální produkt a služeb, jež představují určitý potenciál být hnací silou hospodářského oživení Evropy. Evropská komise proto předloží návrhy pro přepracování předpisů Evropské unie týkající se telekomunikací. Tyto návrhy se zaměří na:

- konzistentní přístup k politice a správě rádiového spektra založený na jednotném trhu;
- zajištění podmínek pro skutečně jednotný trh tím, že se odstraní rozdílnost předpisů, a efektivním provozovatelům sítí a poskytovatelům služeb se tak umožní úspory z rozsahu a spotřebitelům zajistí efektivní ochrana;
- zajištění rovných podmínek pro účastníky trhu a jednotné uplatňování pravidel;
- stimulace investic do vysokorychlostních širokopásmových sítí (včetně přezkumu směrnice o univerzální službě)
- účinnější regulační institucionální rámec.

Právě možnosti širokopásmového pokrytí jsou stále mezi členskými státy EU velmi rozdílné. Pokud srovnáme Maltu, která u pokrytí domácností vysokorychlostních širokopásmových sítí dosahuje bezmála 100 %, a Itálii, tvoří tento rozdíl neuvěřitelných 70 procentních bodů. Itálie je následována další „stálicí“ na poli problematického výhledu v konkurenceschopnosti a to Řeckem. Česká republika osahuje necelých 64 %.

### Mediální rámec pro 21. století

Další oblastí, jež je velmi ovlivněna technologickými změnami, je audiovizuální prostředí. Evropská komise má v plánu přezkoumat audiovizuální mediální rámec tak, aby odpovídal úrovni požadované v 21. století, se zaměřením na role různých účastníků trhu při propagaci evropských děl (televizních stanic, poskytovatelů audiovizuálních služeb na vyžádání atd.).

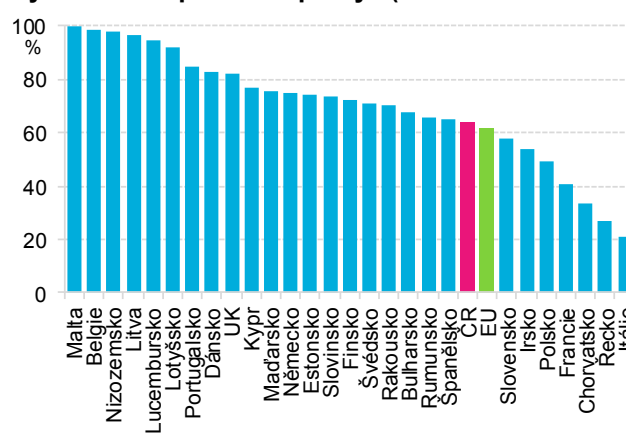
### Regulační prostředí pro platformy a zprostředkovatele přizpůsobené danému účelu

Úloha on-line platform (pro elektronické obchodování, vyhledávače, srovnávací internetové stránky, sociální média atd.) se stále zvětšuje. Množství vyhledávaných informací totiž neustále roste, stejně tak jako nároky na platformy. Komise proto úlohu on-line platform na trhu komplexně analyzuje z pohledu transparentnosti výsledků vyhledávání, cenových politik, jak platformy používají informace, které obdrží, vztahy mezi platformami a dodavateli a prosazování jejich vlastních služeb v neprospěch konkurence apod.

### Posílení důvěry a bezpečnosti u digitálních služeb a při nakládání s osobními údaji

Dalším z klíčových opatření II. pilíře se týká kybernetické bezpečnosti. Evropská komise si za cíl dala posílit důvěru a bezpečnost v oblasti digitálních služeb, zejména pokud jde o zpracování osobních údajů (z dat EK vyplývá, že se 43 % občanů Evropské unie stejně jako v ČR obává zneužití osobních údajů). Na základě nových pravidel EU pro ochranu údajů, která mají být přijata do konce roku 2015, Komise provede přezkum směrnice o soukromí a elektronických komunikacích.

Rychlé širokopásmové pokrytí (% domácností 2013)



Zdroj: Evropská komise; pokrytí NGA (přístupová síť nové generace)

### 3. Maximalizace růstového potenciálu digitální ekonomiky

V následujících letech bude potřeba zvyšovat integraci digitálních technologií, digitalizaci jednotlivých odvětví, aby se zachovávala a rostla jejich konkurenceschopnost, a ruku v ruce s tím rostly i digitální dovednosti.

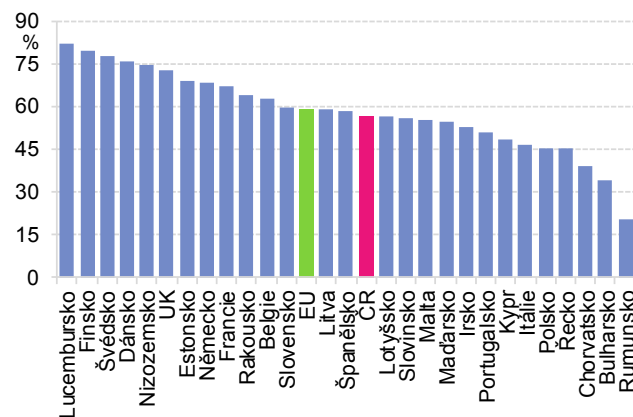
#### Budování ekonomiky založené na datech

Pro konkurenceschopnost EU mají zásadní význam data velkého objemu, služby cloud computingu a internet věcí. Komise proto navrhuje kroky vedoucí k podpoření volného pohybu dat v EU.

Dalšími opatření jsou „Podpora konkurenceschopnosti prostřednictvím interoperability a normalizace“ a „Inkluzivní informační společnost“, ve které Komise podpoří oblast digitálních a odborných dovedností.

Další oblastí, kterou se bude Komise zabývat, je elektronická veřejná správa.

Základní digitální dovednosti jednotlivců (2014)



Zdroj: Evropská komise; podíl jednotlivců ve věku 16 až 74 let

### Realizace jednotného digitálního trhu

Vytvoření jednotného digitálního trhu je jednou z hlavních priorit Evropské komise a je též klíčovou součástí strategie EU, pomocí níž se EU připraví na budoucnost a bude pokračovat v zajišťování vysoké životní úrovně svých obyvatel.

Samotné vytvoření však potřebuje několik dílčích kroků, ať už v podobě politické vůle, či mobilizace potřebných finančních prostředků a zřízení struktury správy mezi klíčovými aktéry, aby byla zajištěna skutečná realizace prostřednictvím evropských orgánů, členských států i zainteresovaných stran.

#### EU OFFICE / KNOWLEDGE CENTRE - Česká spořitelna, a.s.

Budějovická 1518/13a, 140 00 Praha 4

tel.: +420 956 718 012

e-mail: [eu\\_office@csas.cz](mailto:eu_office@csas.cz)

<http://www.csas.cz/eu>

#### Jan Jedlička – manažer

e-mail: [jjedlicka@csas.cz](mailto:jjedlicka@csas.cz)

tel.: +420 956 718 014

#### Tomáš Kozelský

e-mail: [tkozelsky@csas.cz](mailto:tkozelsky@csas.cz)

tel: +420 956 718 013

#### Tereza Hrtúsová

e-mail: [thrtusova@csas.cz](mailto:thrtusova@csas.cz)

tel: +420 956 718 012

#### Max Wandler

e-mail: [mwandler@csas.cz](mailto:mwandler@csas.cz)

tel: +420 956 714 291

#### Radek Novák

e-mail: [radeknovak@csas.cz](mailto:radeknovak@csas.cz)

tel: +420 956 718 015