



EURÓPSKA
KOMISIA

V Bruseli 9. 12. 2015
COM(2015) 634 final

2015/0287 (COD)

Návrh

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY

o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu

(Text s významom pre EHP)

{SWD(2015) 274 final}

{SWD(2015) 275 final}

DÔVODOVÁ SPRÁVA

Digitálnou stratégiou jednotného trhu¹, ktorú Komisia prijala 6. mája 2015, bola oznámená legislatívna iniciatíva na harmonizáciu pravidiel pre dodávanie digitálneho obsahu a online predaje tovaru. Táto iniciatíva pozostáva z i) návrhu, pokiaľ ide o určité aspekty týkajúce sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu, a ii) návrhu, pokiaľ ide o určité aspekty týkajúce sa zmlúv o online a iných predajoch tovaru na diaľku.

Ako Komisia oznámila vo svojom pracovnom programe na rok 2015, tieto dva návrhy vychádzajú zo skúseností nadobudnutých počas rokovaní týkajúcich sa nariadenia o spoločnom európskom kúpnom práve. Predovšetkým sa už neriadia prístupom v podobe voliteľného režimu a komplexného súboru pravidiel. Namiesto toho obsahujú cielený a užšie zameraný súbor plne harmonizovaných pravidiel. Základom návrhov sú takisto viaceré pozmeňujúce návrhy prijaté Európskym parlamentom v prvom čítaní k návrhu nariadenia o spoločnom európskom kúpnom práve, najmä pokiaľ ide o zúženie rozsahu pôsobnosti na online a iné predaje tovaru na diaľku, a o rozšírenie rozsahu pôsobnosti na niektoré druhy digitálneho obsahu, ktorý sa poskytuje za protiplnenie iné než peniaze.

Hoci sa táto dôvodová správa týka konkrétne návrhu, pokiaľ ide o určité aspekty zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu, časti tejto dôvodovej správy týkajúce sa dôvodov návrhu, zhromažďovania odborných poznatkov a hodnotenia vplyvu sa týkajú obidvoch návrhov, keďže tieto dva návrhy sú koncipované ako balík so spoločnými cieľmi.

1. KONTEXT NÁVRHU

• Dôvody a ciele návrhu

Všeobecným cieľom návrhov je prispieť k rýchlejšiemu rastu jednotného digitálneho trhu v záujme spotrebiteľov a podnikov. Odstránením hlavných prekážok zmluvného práva, ktoré bránia cezhraničnému obchodu, pravidiel predložených v návrhoch povedú k zníženiu neistoty, ktorej čelia podniky a spotrebiteľia vzhľadom na zložitosť právneho rámca, a znížia sa náklady podnikov vyplývajúce z rozdielov v zmluvnom práve medzi členskými štátmi. Táto iniciatíva posilní dôveru spotrebiteľov stanovením jednotných pravidiel a jasných práv pre spotrebiteľov.

Celkovo 39 % podnikov predávajúcich online, nie však cezhranične, uvádza ako jednu z hlavných prekážok skutočnosť, že existujú rôzne vnútroštátne systémy zmluvného práva². Platí to najmä v súvislosti s prostriedkami nápravy v prípade chybného výrobku, ako uvádza 49 % maloobchodníkov v EÚ, ktorí predávajú online, a 67 % maloobchodníkov, ktorí sa v súčasnosti pokúšajú predávať online cezhranične, resp. to zvažujú³. Rozdielne vnútroštátne normy zmluvného práva vedú k jednorazovým nákladom pre obchodníkov predávajúcich spotrebiteľom vo výške približne 4 miliárd EUR, pričom tieto náklady sa týkajú predovšetkým mikropodnikov a malých podnikov (MSP). Cieľom týchto návrhov je vytvoriť priaznivé podnikateľské prostredie a umožniť podnikom, najmä MSP, aby predávali cez hranice. Podnikom by sa mala poskytnúť právna istota a malo by sa zabrániť tomu, aby im v dôsledku rozdielnych vnútroštátnych právnych predpisov vznikali pri predaji tovaru a digitálneho obsahu mimo ich domáceho trhu zbytočné náklady.

1

COM(2015) 192 final <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>.

2

Flash Eurobarometer č. 396 o postojoch maloobchodných predajcov k cezhraničnému obchodu a ochrane spotrebiteľa (2015).

3

Flash Eurobarometer č. 396 o postojoch maloobchodných predajcov k cezhraničnému obchodu a ochrane spotrebiteľa (2015).

Len 18 % spotrebiteľov, ktorí v roku 2014 používali internet na súkromné účely, nakupovalo online z inej krajiny EÚ, kým na domácom trhu ich nakupovalo 55 %⁴. Spotrebiteľom vzniká ujma v dôsledku nedostatku jasných zmluvných práv v prípade chybného digitálneho obsahu. Digitálny obsah zahŕňa širokú škálu produktov a služieb, napríklad hudbu, celovečerné filmy, aplikácie, hry, filmy, cloudové služby uchovávanía alebo vysielanie športových podujatí. Súhrnná hodnota finančnej škody vyplývajúca z najnovšieho problému spotrebiteľov s digitálnym obsahom a času stráveného úsilím vyriešiť tieto problémy počas posledných 12 mesiacov sa odhaduje na 9 až 11 miliárd EUR. Spotrebiteľia nemajú istotu ani pri cezhraničných nákupoch online. Jedným z hlavných dôvodov je ich neistota, pokiaľ ide o ich kľúčové zmluvné práva. V dôsledku toho nevyužívajú všetky príležitosti a majú k dispozícii užšiu ponuku za menej konkurenčné ceny.

- **Súlady s existujúcimi ustanoveniami v danej oblasti politiky**

Cieľom tohto návrhu je vyplniť súčasné právne medzery v *spotrebiteľskom acquis* na úrovni EÚ, pokiaľ ide o niektoré zmluvné aspekty, v prípade ktorých v súčasnosti nie sú stanovené žiadne pravidlá.

Návrhom sa dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES⁵, ktorá už obsahuje plne harmonizované pravidlá na dodávanie digitálneho obsahu (najmä požiadavky na predzmluvné informácie a právo na odstúpenie od zmluvy). Hoci niektoré členské štáty, napríklad Spojené kráľovstvo a Holandsko, už prijali konkrétne predpisy týkajúce sa digitálneho obsahu, v súčasnosti neexistujú osobitné pravidlá EÚ na ochranu spotrebiteľov proti digitálnemu obsahu, ktorý nie je v súlade s danou zmluvou. Je preto potrebné urýchlene konať, aby sa zabránilo ďalšej možnej právnej roztrieštenosti vyplývajúcej z nových odlišných vnútroštátnych pravidiel.

Okrem toho predkladaný návrh rieši aj dve zmluvné práva (modifikácia obsahu a ukončenie dlhodobých zmlúv), ktoré boli identifikované ako problematické⁶ a ktoré v súčasnosti podliehajú iba všeobecnej doložke o kontrole nekalého postupu v smernici Rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách⁷.

Návrhom sa takisto dopĺňa smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode⁸, ktorá okrem iného čiastočne stanovuje harmonizované pravidlá pre elektronické zmluvy.

Návrh je zlučiteľný so súčasnými pravidlami EÚ o rozhodnom práve a súdnej právomoci v rámci jednotného digitálneho trhu⁹. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1215/2012 z 12. decembra 2012 o právomoci a o uznávaní a výkone rozsudkov v občianskych a obchodných veciach¹⁰ a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES)

⁴ Prieskum Eurostatu o používaní IKT v domácnostiach a zo strany jednotlivcov (2014).
⁵ Ú. v. EÚ L 304, 22.11.2011, s.64.

⁶ Pozri najmä dokument Expertná skupina pre zmluvy o cloud computingu – podrobné informácie o zložení skupiny expertov a zápisnice zo zasadnutia, k dispozícii na: http://ec.europa.eu/justice/contract/cloud-computing/expert-group/index_en.htm.

⁷ Ú. v. ES L 95, 21.4.1993, s. 29.

⁸ Ú. v. ES L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁹ Podrobné vysvetlenie pravidiel EÚ o rozhodnom práve a súdnej právomoci v rámci jednotného digitálneho trhu možno nájsť v prílohe 7 k pracovnému dokumentu útvarov Komisie obsahujúcej posúdenie vplyvu – Sprievodný dokument k návrhu smernice Európskeho parlamentu a Rady o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu, a k návrhu smernice Európskeho parlamentu a Rady o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o online a iných predajoch tovaru na diaľku, SWD(2015) 275.

¹⁰ Ú. v. EÚ L 351, 20.12.2012, s. 1.

č. 593/2008 z 17. júna 2008 o rozhodnom práve pre zmluvné záväzky (Rím I)¹¹, ktoré stanovujú pravidlá na určenie súdnej príslušnosti a rozhodného práva, sa uplatňujú aj v digitálnom prostredí. Tieto nástroje boli prijaté len nedávno a v legislatívnom procese sa dôkladne posudzoval vplyv internetu. Niektoré pravidlá berú osobitný zreteľ na internetové transakcie, najmä pravidlá týkajúce sa spotrebiteľských zmlúv. Cieľom týchto pravidiel je okrem iného ochrana spotrebiteľov na jednotnom digitálnom trhu poskytnutím výhody vychádzajúcej z bezpodmienečných pravidiel členského štátu, v ktorom majú obvyklý pobyt. Spolu s navrhovanými novými zmluvnými pravidlami pre nákup digitálneho obsahu, ako sa stanovujú v tomto návrhu, existujúce pravidlá medzinárodného práva súkromného vytvárajú jasný právny rámec pre nákup a predaj na európskom digitálnom trhu, ktorý zohľadňuje záujmy spotrebiteľov aj podnikov. Tento legislatívny návrh si preto nevyžaduje žiadne zmeny súčasného rámca EÚ v oblasti medzinárodného práva súkromného, vrátane nariadenia (ES) č. 593/2008 (Rím I).

• Súlad s ostatnými politikami Únie

Zámerom digitálnej stratégie jednotného trhu je odstrániť všetky hlavné prekážky rozvoja cezhraničného elektronického obchodu na jednotnom digitálnom trhu holistickým spôsobom. Tento návrh by sa mal vnímať v kontexte tohto holistického prístupu. Stratégia zahŕňa okrem iného iniciatívy zamerané na cezhraničnú prenosnosť obsahu, úlohu platforiem, voľný tok údajov, európsky cloud, záťaž súvisiacu s DPH a doručovanie balíkov. Najmä v kontexte cezhraničnej prenosnosti obsahu a európskeho cloudu sa v stratégii plánujú rozhodné kroky na zabezpečenie prenosnosti a interoperability obsahu, čo má kľúčový význam pre dodávanie digitálneho obsahu v rámci EÚ. Táto stratégia zahŕňa aj iniciatívy týkajúce sa presadzovania práva/nápravy, t. j. sprevádzkovanie platformy riešenia sporov online¹² a revíziu nariadenie (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa)¹³. Plne harmonizované pravidlá zmluvného práva v EÚ uľahčia najmä koordinované opatrenia na presadzovanie práva prijaté orgánmi spolupráce v oblasti ochrany spotrebiteľa¹⁴. Návrh bude v súlade aj so všeobecným rámcom EÚ o autorských právach a nebudú ním dotknuté žiadne práva a povinnosti podľa autorského práva.

Napokon ochranu jednotlivcov pri spracovaní osobných údajov upravuje smernica Európskeho parlamentu a Rady 1995/46/ES z 24. októbra 1995 o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe takýchto údajov¹⁵ a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002 týkajúca sa spracovávaní osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií¹⁶, ktoré sú v plnom rozsahu uplatniteľné aj na dodávanie digitálneho obsahu. Uvedené smernice už v súčasnosti stanovujú právny rámec v oblasti ochrany osobných údajov v Únii. Uplatňovanie a zavádzanie tohto návrhu by malo byť plne v súlade s uvedeným právnym rámcom.

¹¹ Ú. v. EÚ L 177, 4.7.2008, s. 6.

¹² Nariadenie (EÚ) č. 524/2013 z 21. mája 2013 o riešení spotrebiteľských sporov online, ktorým sa mení nariadenie (ES) č. 2006/2004 a smernica 2009/22/ES (nariadenie o riešení spotrebiteľských sporov online) (Ú. v. EÚ L 165, 18.6.2013, s. 1).

¹³ Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1.

¹⁴ Touto smernicou sa zmení nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa s cieľom doplniť odkaz na túto smernicu v prílohe k uvedenému nariadeniu, aby sa umožnili koordinované vynucovacie opatrenia zo strany orgánov na ochranu spotrebiteľa v oblasti pokrytej touto smernicou.

¹⁵ Ú. v. ES L 281, 23.11.1995, s. 31 – 50 [nahradí sa všeobecným nariadením o ochrane údajov] a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002, týkajúca sa spracovávaní osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách).

¹⁶ Ú. v. ES L 201, 31.7.2002, s. 37 – 47.

2. PRÁVNÝ ZÁKLAD, SUBSIDIARITA A PROPORCIONALITA

• Právny základ

Právnym základom tohto návrhu je článok 114 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a jeho hlavným cieľom je zlepšenie vytvárania a fungovania vnútorného trhu.

Pri dodávaní digitálneho obsahu spotrebiteľom v iných členských štátoch sa podniky stretávajú s rozdielnymi obligatónnymi pravidlami zmluvného práva. Zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu patria v jednotlivých členských štátoch do rôznych kategórií. V závislosti od členského štátu sa tieto zmluvy považujú za kúpne zmluvy, zmluvy o službách alebo nájomné zmluvy. Zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu sa okrem toho niekedy zaraďujú do odlišných kategórií aj v rámci toho istého členského štátu v závislosti od druhu ponúkaného digitálneho obsahu¹⁷. V dôsledku toho vnútroštátne práva a povinnosti, ako aj nápravné opatrenia pre spotrebiteľov, súvisiace s digitálnym obsahom, sa v jednotlivých členských štátoch líšia. Zatiaľ čo niektoré z týchto vnútroštátnych predpisov sú nepovinné a strany ich môžu upraviť zmluvne, iné majú obligatórny charakter.

Okrem toho niektoré členské štáty nedávno prijali alebo sa chystajú prijať osobitné obligatórne pravidlá pre zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu. Tieto vnútroštátne pravidlá sa líšia čo do rozsahu pôsobnosti aj obsahu. Možno takisto predpokladať, že ostatné členské štáty budú nasledovať tento trend. Ak EÚ nebude konať, podniky budú čoraz väčšmi konfrontovaní s rozdielnymi obligatónnymi pravidlami spotrebiteľského zmluvného práva platnými pre dodávanie digitálneho obsahu.

Existujúca a budúca roztrieštenosť vytvára prekážky pre podniky pri cezhraničnom predaji, pretože musia znášať náklady súvisiace so zmluvným právom. Podniky takisto nevedia, aké sú ich práva a povinnosti. Má to priamy účinok na budovanie a fungovanie vnútorného trhu a negatívne ovplyvňuje hospodársku súťaž. Vzhľadom na rôznorodosť online trhu s digitálnym obsahom by bolo pre samotný trh ťažké túto fragmentáciu prekonať.

• Subsidiarita (v prípade iných ako výlučných právomocí)

Návrh je preto v súlade so zásadou subsidiarity podľa článku 5 Zmluvy o Európskej únii.

Ciele tohto návrhu nie je možné uspokojivo dosiahnuť na úrovni jednotlivých členských štátov.

Všeobecným cieľom iniciatívy je odstrániť bariéry v oblasti zmluvného práva spotrebiteľov v online svete a pomôcť vytvoriť skutočný jednotný digitálny trh v prospech podnikov a spotrebiteľov. Členské štáty nemôžu z vlastnej iniciatívy v dostatočnom rozsahu odstrániť bariéry, ktoré existujú medzi vnútroštátnymi právnymi predpismi. Iniciatívou na úrovni EÚ možno lepšie dosiahnuť tento cieľ.

Konkrétnejšie je cieľom tejto iniciatívy poskytnúť spotrebiteľom špecifické práva koordinovaným spôsobom a vytvoriť právnu istotu pre podniky, ktoré chcú predávať svoj digitálny obsah v iných členských štátoch. Pri vypracúvaní osobitných predpisov týkajúcich sa dodávania digitálneho obsahu by jednotlivé členské štáty neboli samy schopné zabezpečiť celkový súlad svojich vnútroštátnych právnych predpisov s predpismi iných členských štátov. Iniciatíva na úrovni EÚ by preto pomohla zabezpečiť zosúladenú tvorbu špecifických práv spotrebiteľov týkajúcich sa digitálneho obsahu.

Opatrenie na úrovni EÚ bude účinnejšie než opatrenia na úrovni členských štátov.

¹⁷

Porovnávacia štúdia spoločnosti DLA Piper o zmluvách týkajúcich sa cloud computingu (2014), s. 33 a nasl.; Analýza uplatniteľných právnych rámcov a návrhy na hlavné črty vzorového systému ochrany spotrebiteľa, pokiaľ ide o zmluvy o digitálnom obsahu; Amsterdamská univerzita: stredisko štúdií európskeho zmluvného práva (CSECL), Inštitút pre informačné právo (IViR): Amsterdamské stredisko pre právo a ekonomiku (ACLE), s. 32 a nasl.

Okrem toho sa iniciatívou na úrovni EÚ zabezpečí uplatňovanie práv spotrebiteľov koherentným spôsobom a zároveň sa zabezpečí, aby všetci spotrebitelia v EÚ mohli využívať rovnako vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa. Vytvorí sa právna istota pre podniky, ktoré chcú predávať svoj digitálny obsah v iných členských štátoch. Takáto iniciatíva poskytne konzistentný právny základ pre koordinované akcie zamerané na presadzovanie práva, pretože navrhovaná smernica bude zahrnutá v prílohe k nariadeniu (ES) č. 2006/2004¹⁸ o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa. Jednotné plne harmonizované pravidlá by okrem toho do veľkej miery uľahčili vykonávanie opatrení na presadzovanie práva. Tým by sa posilnilo presadzovanie právnych predpisov EÚ v prospech spotrebiteľov EÚ. Takýto výsledok sa dá dosiahnuť len prostredníctvom opatrení na úrovni EÚ.

- **Proporcionalita**

Návrh je v súlade so zásadou proporcionality stanovenou v článku 5 Zmluvy o Európskej únii, pretože neprekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné na dosiahnutie uvedených cieľov.

Návrh nezabezpečí harmonizáciu všetkých aspektov týkajúcich sa zmlúv na dodávanie digitálneho obsahu; okrem mnohých iných príkladov nebudú upravené ani pravidlá uzavretia zmluvy. Namiesto toho sa bude zameriavať iba na harmonizáciu na úrovni Únie, a to iba zacielených, kľúčových obligatórnych ustanovení spotrebiteľského zmluvného práva EÚ, ktoré majú zásadný význam pri uskutočňovaní cezhraničných transakcií online, ktoré zainteresované strany označili za prekážky obchodu a ktoré sú potrebné na vybudovanie dôvery spotrebiteľov pri online nákupoch v zahraničí. Okrem toho výber právnej formy smernice namiesto nariadenia bude mať za následok podstatne menej zásahov do vnútroštátnych právnych predpisov (pozri ďalej v časti „Výber nástroja“), keďže sa ňou členským štátom ponecháva voľnosť na prispôsobenie vykonávania v medziach ich vnútroštátneho práva.

- **Výber nástroja**

Komisia predkladá súbor dvoch plne harmonizovaných smerníc: smernicu o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv na dodávanie digitálneho obsahu a smernicu o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o online a iných predajoch tovaru na diaľku.

Výber smernice ponecháva členským štátom voľnosť na prispôsobenie vykonávania v medziach ich vnútroštátneho práva. V návrhu sa napríklad neurčuje, či sa má zmluva na dodávanie digitálneho obsahu považovať za kúpnu zmluvu, zmluvu o službách, nájomnú zmluvu alebo zmluvu *sui generis*; toto rozhodnutie by sa prenechalo členským štátom. Nariadenie by si vyžadovalo oveľa podrobnejší a komplexnejší režim než smernica, aby jeho účinky boli priamo uplatniteľné. V dôsledku toho by sa výrazne viac zasahovalo do vnútroštátnych právnych predpisov. Takisto to môže ohroziť nadčasový charakter tohto nástroja, keďže na rozdiel od smernice by sa muselo ísť do podrobností na takej úrovni, ktorá by nedávala priestor na prispôsobenie uplatňovania plne harmonizovaných pravidiel na technologicky a komerčne rýchlo sa rozvíjajúcom trhu, akým je trh s digitálnym obsahom.

Výsledkom voľby úplnej harmonizácie budú jednoduché a moderné normy, ktoré odstránia bariéry v oblasti zmluvného práva, vytvoria priaznivý právny rámec pre podniky a zároveň zabezpečia, aby spotrebitelia mali možnosť využívať rovnako vysokú úroveň ochrany spotrebiteľov v celej EÚ.

Nezáväzným nástrojom, ako by bol napríklad dobrovoľný vzor zmluvy, by sa nedosiahol cieľ dosiahnuť zlepšenie v rámci vytvárania a fungovania vnútorného trhu. Obchodníci by boli aj

18

Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1.

naďalej povinní dodržiavať rozdielne obligatórne vnútroštátne pravidlá podľa krajiny bydliska spotrebiteľa, pokiaľ daná krajina poskytuje vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa než vzorová zmluva, preto by aj naďalej čelili nákladom súvisiacim so zmluvným právom.

3. VÝSLEDKY EX POST HODNOTENÍ, KONZULTÁCIÍ SO ZAJINTERESOVANÝMI STRANAMI A POSÚDENÍ VPLYVU

• Konzultácie so zainteresovanými stranami

Konzultačný postup

Bola vypracovaná rozsiahla konzultačná stratégia s cieľom zabezpečiť širokú účasť počas celého cyklu tvorby politiky tejto iniciatívy. Táto stratégia bola založená na kombinácii verejných a cielených konzultácií. Komisia sa usilovala získať širokú a vyváženú škálu názorov na túto otázku tým, že poskytla príležitosť všetkým príslušným stranám (podnikom, spotrebiteľom, vnútroštátnym orgánom), právnikom a akademickým pracovníkom, aby vyjadrili svoje stanoviská¹⁹.

– Verejná konzultácia: V rámci verejnej online konzultácie, ktorá bola otvorená 12 týždňov, došlo 189 odpovedí od všetkých kategórií zainteresovaných strán z celej EÚ.

– Cílené konzultácie: Konzultačnú skupinu zainteresovaných strán tvorilo 22 organizácií zastupujúcich široké spektrum záujmov. Skupina sa stretla 7-krát.

Od júna do augusta 2015 sa viedli aj hĺbkové rozhovory s podnikmi s cieľom zhromaždiť údaje o nákladoch súvisiacich so zmluvným právom, ktorým čelia podniky pri predaji do zahraničia.

V rámci stratégie jednotného digitálneho trhu sa dva prieskumy, prieskum verejnej mienky²⁰, prieskum obchodu²¹ využili v roku 2015 na zber údajov slúžiacich na zistenie hlavných cezhraničných prekážok jednotného digitálneho trhu.

Napokon v rámci ekonomickej štúdie o digitálnom obsahu pre spotrebiteľov boli spotrebiteľia a podnikatelia požiadaní, aby uviedli druhy problémov, s ktorými sa stretli pri nákupe digitálneho obsahu²².

– Konzultácie s členskými štátmi: medzi júnom a októbrom 2015 boli zorganizované tri workshopy v členskými štátmi. Príslušné otázky boli prediskutované aj s vnútroštátnymi orgánmi presadzovania práva na zasadnutí Výboru pre spoluprácu v oblasti ochrany spotrebiteľa (apríl 2015) a vnútroštátnymi orgánmi zodpovednými za spotrebiteľskú politiku v rámci siete pre spotrebiteľskú politiku (máj 2015).

Zhrnutie výsledkov

Väčšina podnikateľskej verejnosti zastáva stanovisko, že je nutné, aby opatrenia EÚ malo formu úplnej harmonizácie; stanovisko odvetvia informačných technológií je rôznorodejšie. Spotrebiteľské organizácie takisto uznávajú potrebu konať a podporujú úplnú harmonizáciu za predpokladu, že bude zabezpečená vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa. Väčšina členských štátov, ktoré sa vyjadrili, takisto víta opatrenia na úrovni EÚ týkajúce sa digitálneho obsahu. Niektoré z nich uvádzajú, že by uprednostnili úplnú harmonizáciu alebo cielenú úplnú harmonizáciu. Iné členské štáty by uprednostnili lepšie presadzovanie práva a posúdenie

19

Viac podrobností o konzultáciách nájdete na adrese: http://ec.europa.eu/justice/newsroom/contract/opinion/index_en.htm.

20

Prieskum spoločnosti GfK pre Európsku komisiu Spotrebiteľský prieskum na zistenie hlavných cezhraničných prekážok jednotného digitálneho trhu a oblastí, kde prekážajú najviac, 2015.

21

Flash Eurobarometer č. 413 „Spoločnosti zapojené do online činností“ (2015), http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_413_en.pdf.

22

Economic study on consumer digital Content products (Ekonomická štúdia o digitálnom obsahu pre spotrebiteľov), ICF International, 2015.

existujúcich pravidiel. Mnohé z nich vyjadrili potrebu zabezpečiť súlad medzi pravidlami pre tovar a pravidlami pre digitálny obsah.

Prevažná väčšina respondentov podporuje prístup, ktorý sa zameriava iba na zmluvy medzi podnikmi a spotrebiteľmi. Prevažná väčšina spotrebiteľov, členské štáty a právnické povolania sa prikláňajú k zahrnutiu digitálneho obsahu dodávaného nielen za určitú cenu, ale aj výmenou za (osobné a iné) údaje poskytované spotrebiteľom. Stanoviská podnikateľskej verejnosti sú v tejto otázke rôznorodejšie.

Pokiaľ ide o podstatu pravidiel, spotrebiteľia a právnické povolania tvrdia, že používatelia by mali mať možnosť ukončiť zmluvu ako prvý prostriedok nápravy. Podnikateľská verejnosť zdôrazňuje, že dodávatelia digitálneho obsahu by mali mať pred poskytnutím možnosti ukončiť zmluvu možnosť uviesť tovar do súladu. Podľa niektorých združení IT by spotrebiteľia mali mať právo odstúpiť od zmluvy a dostať späť zaplatenú sumu, ale nie právo žiadať uvedenie obsahu do súladu, keďže to môže byť príliš nákladné pre obchodníkov. Iné združenia považujú možnosti nápravy v prípade nesúladu za úplne nevhodné v prípade digitálneho obsahu. Členské štáty takmer jednomyselne podporujú zahrnutie všetkých prostriedkov nápravy, ktoré sú už v súčasnosti dostupné pre tovar. Veľká väčšina respondentov sa zhodla na tom, že obchodníci by mali mať možnosť modifikovať vlastnosti dodaného digitálneho obsahu za určitých podmienok (napríklad po predchádzajúcom informovaní spotrebiteľa) a že spotrebiteľia by mali mať možnosť ukončiť dlhodobé zmluvy.

• **Získavanie a využívanie expertízy**

Expertná skupina pre zmluvy o cloud computingu sa stretla sedemkrát, najmä počas roku 2014. Expertná skupina bola zriadená v rámci európskej stratégie cloud computingu a tvoria ju odborníci z praxe a organizácie zastupujúce poskytovateľov služieb cloud computingu a zákazníkov, ako aj zástupcovia právnických profesií alebo členovia akademickej obce, ktorí majú odborné znalosti v oblasti zmlúv o cloud computingu a v otázkach ochrany osobných údajov súvisiacich so zmluvami o cloud computingu.

Zmluvy o cloud computingu zohrávali mimoriadne dôležitú úlohu pri identifikovaní zmluvných problémov relevantných pre túto smernicu. Tieto otázky, o ktorých sa zoširoka rokovalo v pracovnej skupine, sa týkajú kvality, zodpovednosti alebo zmeny zmlúv²³.

Komisia vychádzala aj z viacerých ekonomických a právnych štúdií, ktoré boli buď zadané na osobitné účely tejto iniciatívy, alebo ako súčasť stratégie jednotného digitálneho trhu²⁴.

• **Posúdenie vplyvu**

Regulačný kontrolný výbor vydal prvé stanovisko k návrhu posúdenia vplyvu 16. októbra 2015, ktorý následne na základe pripomienok výboru upravil a opätovne predložil. Druhé stanovisko, v ktorom schvaľuje návrh posúdenia vplyvu s výhradou pripomienok, bolo doručené Rade 9. novembra 2015²⁵.

²³ Expertná skupina pre zmluvy o cloud computingu – podrobné informácie o zložení skupiny a zápisnice zo zasadnutia, k dispozícii na: http://ec.europa.eu/justice/contract/cloud-computing/expert-group/index_en.htm.

²⁴ Pozri najmä dokumenty:
– prieskum spoločnosti GfK pre Európsku komisiu: Spotrebiteľský prieskum na zistenie hlavných cezhraničných prekážok jednotného digitálneho trhu a oblasti, kde prekážajú najviac, 2015;
– prieskum Eurostatu o používaní IKT v domácnostiach a zo strany jednotlivcov (2014);
– porovnávacia štúdia spoločnosti DLA Piper o zmluvách týkajúcich sa cloud computingu (2014), s. 33 a nasl.; analýza uplatniteľných právnych rámcov a návrhy na hlavné črty vzorového systému ochrany spotrebiteľa, pokiaľ ide o zmluvy o digitálnom obsahu; Amsterdamská univerzita: stredisko štúdií európskeho zmluvného práva (CSECL), Inštitút pre informačné právo (IViR): Amsterdamské stredisko pre právo a ekonomiku (ACLE), s. 32 a nasl.
– Flash Eurobarometer č. 413 „Spoločnosti zapojené do online činnosti“ (2015), http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_413_en.pdf.
– Ekonomická štúdia o spotrebiteľských výrobkoch s digitálnym obsahom, ICF International, 2015.

²⁵ Stanovisko Regulačného kontrolného výboru je k dispozícii na adrese: http://ec.europa.eu/justice/contract/index_en.htm.

Revidovaná správa o posúdení vplyvu a zhrnutie sú uverejnené spolu s návrhmi²⁶.

Preskúmané politické alternatívy

Popri skúmaní dôsledkov nezmenenej politiky sa v posúdení vplyvu preskúmali tieto možnosti politiky: i) možnosť 1: cielené, plne harmonizované pravidlá pre digitálny obsah a tovar; ii) možnosť 2: cielené, plne harmonizované pravidlá pre digitálny obsah a uplatňovanie práva obchodníka v spojení s existujúcimi harmonizovanými predpismi o tovare; iii) možnosť 3: cielené, plne harmonizované pravidlá o digitálnom obsahu a žiadna zmena politiky pre tovar; iv) možnosť 4: minimálne harmonizačné pravidlá pre digitálny obsah a žiadna zmena politiky pre tovar; v) možnosť 5: dobrovoľná európska vzorová zmluva kombinovaná so značkou dôvery EÚ.

Na základe porovnávacej analýzy zameranej na účinky uvedených možností sa v správe o posúdení vplyvu dospelo k záveru, že politické ciele by najlepšie spĺňala možnosť 1. Touto možnosťou sa znížia náklady obchodníkov súvisiace so zmluvným právom a uľahčí sa cezhraničný elektronický obchod. Podniky sa budú môcť pri cezhraničnom predaji opierať vo veľkej miere o právo vlastnej krajiny, keďže hlavné pravidlá rozhodujúce pre cezhraničný obchod budú vo všetkých členských štátoch rovnaké. Hoci nové pravidlá pre digitálny obsah môžu predstavovať určité dodatočné náklady pre podniky, tieto náklady budú v porovnaní so súčasnou situáciou pomerne nízke, keďže nové práva budú plne harmonizované. Podnikom preto poskytnú právnu istotu a priaznivé podnikateľské prostredie. Spotrebitelia budú mať jasný súbor práv v celej EÚ, a preto budú mať väčšiu istotu pri cezhraničnom nákupe tovaru alebo získavaní prístupu k digitálnemu obsahu. Bude to prínosom pre podniky aj spotrebiteľov. Hospodárska súťaž sa zvýši, čo povedie k celkovému nárastu obchodu a následne aj k väčšiemu a lepšiemu výberu za konkurenčné ceny so značným makroekonomickým prínosom pre EÚ.

Absencia politických zmien by neprispela k dosiahnutiu cieľov jednotného digitálneho trhu a existuje riziko, že by mala negatívny hospodársky vplyv v porovnaní so súčasnou situáciou.

Možnosť 2 by mala pozitívny vplyv v podobe plne harmonizovaných pravidiel pre digitálny obsah. V prípade tovaru by viedla k zvýšeniu stimulov pre cezhraničné dodávanie, pretože obchodníci by mohli predávať svoje výrobky cez hranice výlučne na základe ich vlastných právnych predpisov. Spotrebitelia môžu do určitej miery profitovať z väčšieho výberu a nižších cien. V rámci tejto možnosti však už spotrebitelia nebudú môcť využívať vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa, než poskytujú ich vlastné vnútroštátne právne predpisy. Spotrebitelia by však, naopak, mohli využívať potenciálne vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa v rámci práva obchodníka, ak toto právo ide nad rámec ich vlastných vnútroštátnych právnych predpisov v niektorých osobitných otázkach.

Možnosť 3 by mala pozitívny vplyv v podobe plne harmonizovaných pravidiel pre digitálny obsah, ale pri tovare by prekážky cezhraničného obchodu súvisiace so zmluvným právom pretrvávali.

Možnosťou 4 by sa vytvorili minimálne práva pre spotrebiteľov určené pre zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu v EÚ, čím by sa do určitej miery zvýšila dôvera spotrebiteľov. Členské štáty by mali možnosť prijať prísnejšie pravidlá. Táto možnosť by však neznižila náklady pre obchodníkov, ktorí by aj naďalej museli dodržiavať rozdielne vnútroštátne obligatórne pravidlá spotrebiteľského zmluvného práva, ktoré poskytujú vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa pri predaji v iných členských štátoch.

²⁶

Správa o posúdení vplyvu a jej zhrnutie sú dostupné na adrese: http://ec.europa.eu/justice/contract/index_en.htm.

Možnosť 5 by mohla pomôcť podnikom predávať digitálny obsah v celej EÚ a poskytovať spotrebiteľom uspokojivú úroveň ochrany spotrebiteľa, ktorá by bola veľmi závislá od obsahu vzorových zmluvných pravidiel, ktoré by sa mali dohodnúť v rámci sektora, a od stupňa využitia a prijatia značky dôvery podnikmi v EÚ. Spotrebiteľia by mohli mať väčšiu dôveru pri nakupovaní od zahraničných obchodníkov, ktorým bola udelená značka dôvery EÚ. Obchodníci by však boli aj naďalej povinní dodržiavať rozdielne obligatórne vnútroštátne pravidlá podľa krajiny obvyklého pobytu spotrebiteľa, pokiaľ dané pravidlá poskytujú vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa než vzorová zmluva, preto by mohli aj naďalej čeliť nákladom súvisiacim so zmluvným právom.

Hlavné vplyvy návrhu

V posúdení vplyvu sa rozoberá vplyv obidvoch návrhov, teda smernice o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu a smernice o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o online a iných predajoch tovaru na diaľku.

Týmito dvoma návrhmi sa odstránia prekážky cezhraničného online obchodu súvisiace so zmluvným právom, a to tak pre spotrebiteľov, ako aj pre obchodníkov. Odstránenie týchto prekážok je stimulom pre cezhraničný obchod: ak by sa odstránili prekážky súvisiace so zmluvným právom, ďalších 122 000 podnikov by predávalo online cez hranice. Vývoz v rámci EÚ by sa zvýšil približne o 1 miliardu EUR. Zvýšená konkurencia v oblasti maloobchodu online by viedla k zníženiu maloobchodných cien vo všetkých členských štátoch, a to v priemere o -0,25 % na úrovni EÚ. Dôsledkom tohto poklesu cien a vyššej dôvery spotrebiteľov z titulu jednotného práva EÚ bude aj ďalší rast spotrebiteľského dopytu. Spotreba domácností, ktorá odzrkadľuje životnú úroveň spotrebiteľov, by vzrástla v každom členskom štáte EÚ v priemere o 0,23 %, čo zodpovedá približne €18 mld. EUR. Ďalších 7,8 až 13 miliónov ďalších spotrebiteľov by začalo nakupovať online cez hranice. Priemerná ročná suma vynaložená jedným cezhraničným kupujúcim by sa takisto zvýšila, a to o 40 EUR. Toto zvýšenie ponuky a dopytu bude mať priamy vplyv na hlavné makroekonomické ukazovatele v každom členskom štáte a v EÚ ako celku. Celkový reálny HDP EÚ by podľa očakávaní mal vzrásť približne o 4 miliardy EUR ročne.

Koho a ako sa vplyv dotkne

Podniky budú čeliť nákladom na dosiahnutie súladu s novou smernicou, ale v konečnom dôsledku budú ešte väčšmi profitovať z plne harmonizovaných pravidiel pri vývoze tovaru alebo digitálneho obsahu v rámci celej EÚ. Malé a stredné podniky (MSP) nebudú z pôsobnosti novej legislatívy vyňaté: výnimky by znížovali dôveru spotrebiteľov pri nákupe od nich. Nie je žiadny dôvod na to, aby mali spotrebiteľia nižšiu úroveň ochrany pri nákupoch od MSP oproti nákupom od väčších dodávateľov. Výnimka by ohrozila aj prínosy, ktoré pre MSP vyplývajú z jednotného súboru pravidiel platných v celej EÚ. Naopak, táto iniciatíva bude osobitne prínosná pre MSP, ktoré sú viac postihnuté nákladmi spojenými s nutnosťou prispôbiť svoje zmluvy obligatórnym pravidlám iných členských štátov a ktoré sú častejšie viazané na svoj domáci trh než ich väčší konkurenti. Cezhraničný obchod pre ne predstavuje dôležitý spôsob, ako využiť výhody úspor z rozsahu. MSP čelia problémom pri hľadaní zákazníkov. Ľahšie by sa to dalo zvládnuť v online prostredí, pretože internet umožňuje online predaje pri nižších nákladoch v porovnaní s offline obchodom.

• Základné práva

Návrh týkajúci sa dodávania digitálneho obsahu bude mať pozitívny vplyv na viaceré práva chránené Chartou základných práv Európskej únie, najmä článkom 38 o ochrane spotrebiteľa a článkom 16 o slobode podnikania.

Cielený súbor plne harmonizovaných pravidiel pre digitálny obsah bude spĺňať cieľ článku 38 Charty základných práv zvýšením ochrany spotrebiteľa v celej EÚ, keďže poskytne spotrebiteľom v EÚ jasné a konkrétne práva pri nákupe/získavaní prístupu k digitálnemu obsahu v rámci vlastnej krajiny alebo z iných členských štátov.

Súbor plne harmonizovaných pravidiel pre kľúčové aspekty dodávania digitálneho obsahu takisto prispeje k dosiahnutiu cieľa článku 16, pretože podniky, ktoré predávajú digitálny obsah v EÚ doma aj v zahraničí, budú mať uľahčenú prácu. Ich schopnosť rozšíriť svoje podnikanie preto bude potrebné posilniť.

Napokon jasné zmluvné práva prispievajú k naplneniu cieľa článku 47 (Právo na účinný prostriedok nápravy), pretože sa nimi zvýši schopnosť uplatniť si právo na účinný prostriedok nápravy pred súdom. Nové pravidlá by mali spresniť prostriedky nápravy v prípade sporov.

4. VPLYV NA ROZPOČET

Návrh nebude mať žiadny vplyv na rozpočet.

5. INÉ PRVKY

- **Plány vykonávania a monitorovanie, hodnotenie a predkladanie správ**

Členské štáty budú povinné zasielať Komisii opatrenia na implementáciu smernice o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu. Tieto opatrenia budú stanovovať znenie prijímaných právnych predpisov členských štátov. Komisia bude monitorovať tieto opatrenia s cieľom zabezpečiť ich súlad so smernicou.

Komisia začne monitorovanie a hodnotenie s cieľom posúdiť, nakoľko účinne sa dosahujú ciele smernice. Výsledky tohto hodnotenia sa premietnu do procesu preskúmania, ktoré sa má vykonať 5 rokov po nadobudnutí účinnosti smernice a v rámci ktorého sa preskúma účinnosť smernice.

- **Vysvetľujúce dokumenty**

V súlade so spoločným politickým vyhlásením členských štátov a Komisie z 28. septembra 2011 k vysvetľujúcim dokumentom sa členské štáty zaviazali v odôvodnených prípadoch pripojiť k svojim oznámeniam transpozičných opatrení jeden alebo viacero dokumentov vysvetľujúcich vzťah medzi prvkami smernice a zodpovedajúcimi časťami vnútroštátnych transpozičných nástrojov. V súvislosti s touto smernicou sa usudzuje, že zasielanie takýchto dokumentov je odôvodnené.

- **Podrobné vysvetlenie konkrétnych ustanovení návrhu**

Návrh sa skladá z 20 článkov.

V článku 1 sa stanovuje predmet úpravy smernice, ktorým je dosiahnuť úplnú harmonizáciu súboru kľúčových pravidiel týkajúcich sa zmlúv o dodaní digitálneho obsahu. V uvedenom článku sa objasňuje, že smernica obsahuje pravidlá upravujúce súlad digitálneho obsahu, prostriedky nápravy dostupné pre spotrebiteľov v prípade nesúladu digitálneho obsahu so zmluvou, ako aj niektoré aspekty týkajúce sa práva na ukončenie dlhodobých zmlúv a modifikácie digitálneho obsahu.

Článok 2 obsahuje vymedzenie pojmov, s ktorými sa pracuje v smernici. Niektoré vymedzenia pojmov vychádzajú zo súčasného *acquis*, ako je napríklad definícia spotrebiteľa, alebo z návrhu nariadenia o spoločnom európskom kúpnom práve. Ostatné vymedzenia pojmov odrážajú osobitosti digitálneho obsahu a zohľadňujú rýchly technologický a komerčný vývoj. Napríklad vymedzenie digitálneho obsahu je zámerne široké a zahŕňa všetky typy digitálneho obsahu, napríklad aj sťahovanie alebo webstreaming filmov, cloudové

služby na uchovávanie, sociálne médiá alebo vizuálne modelovacie súbory na 3D tlač, aby toto vymedzenie bolo nadčasové, zabránilo sa narúšaniu hospodárskej súťaže a aby sa vytvorili rovnaké podmienky.

Článok 3 stanovuje na základe predmetu úpravy rozsah osobnej a vecnej pôsobnosti smernice. Smernica sa vzťahuje len na transakcie medzi podnikmi a spotrebiteľmi. Problémy súvisiace so zmluvným právom vo vzťahoch medzi podnikmi, najmä vo vzťahu k špecifickým potrebám MSP, boli uznané v stratégii pre jednotný digitálny trh a budú predmetom analýzy v kontexte ďalších opatrení uvedených v stratégii. Smernica rieši dodávanie všetkých druhov digitálneho obsahu. Vzťahuje sa aj na digitálny obsah dodávaný nielen za peňažnú platbu, ale aj výmenou za (osobné a iné) údaje, ktoré poskytnú spotrebiteľia, okrem prípadov, keď boli údaje zhromažďované na výlučný účel splnenia zákonných požiadaviek. Smernica sa nevzťahuje na služby vykonávané s významným prvkom ľudského zásahu ani na zmluvy upravujúce špecifické sektorové služby ako zdravotná starostlivosť, hazardné hry alebo finančné služby. V článku 3 sa zároveň spresňuje, že v prípade rozporu medzi ustanoveniami smernice a iného aktu má prednosť tento iný akt Únie. V návrhu sa konkrétne spresňuje, že smernicou nie sú dotknuté pravidlá ochrany údajov. V návrhu sa napokon objasňuje, že smernica nemá vplyv na vnútroštátne právne predpisy v rozsahu, v akom nie sú upravené v tejto smernici, napríklad vnútroštátne pravidlá stanovujúce záväzky spotrebiteľa voči dodávateľovi digitálneho obsahu alebo upravujúce kategorizáciu, uzatváranie alebo platnosť zmlúv.

V článku 4 sa stanovuje, že predkladaná smernica je úplne harmonizovanou smernicou. V rozsahu svojej pôsobnosti zabraňuje členským štátom, aby prijímali alebo zachovávali právne predpisy, ktoré nedosahujú alebo presahujú rámec požiadaviek smernice. Zmyslom článku 4 spojením s článkom 1 je okrem iného určiť, že v iných oblastiach, ktoré nie sú zahrnuté v rozsahu pôsobnosti tejto smernice, môžu členské štáty ustanoviť vnútroštátne riešenia.

V článku 5 sa spresňuje spôsob a čas dodávania digitálneho obsahu. Digitálny obsah sa musí dodať spotrebiteľovi alebo tretej strane, ktorá prevádzkuje fyzický alebo virtuálny nástroj umožňujúci spracovanie, prístup alebo prenos digitálneho obsahu konečnému spotrebiteľovi a s ktorou je daný spotrebiteľ v zmluvnom vzťahu. Štandardným pravidlom by malo byť, že sa digitálny obsah dodá ihneď, pokiaľ sa strany nedohodnú inak.

Článok 6 obsahuje zmes zmluvných a zákonných kritérií súladu, podľa ktorých sa posudzuje kvalita digitálneho obsahu. Digitálny obsah musí predovšetkým zodpovedať tomu, čo bolo prisľúbené v zmluve. Pri neexistencii takýchto výslovných kritérií sa súlad digitálneho obsahu musí posúdiť podľa nejakého objektívneho kritéria, t. j. musí byť vhodný na účely, na ktoré by sa digitálny obsah rovnakého druhu bežne používal. V článku 6 sa takisto spresňuje, že keď sa digitálny obsah dodáva za určité obdobie, digitálny obsah musí byť v súlade so zmluvou po celý čas trvania zmluvy a že verzia digitálneho obsahu dodaná spotrebiteľovi musí byť najnovšou verziou dostupnou v čase uzatvorenia zmluvy.

V článku 7 sa ozrejmuje, že nesúlad digitálneho obsahu vyplývajúci z nesprávnej integrácie do hardvéru a softvéru spotrebiteľa by sa malo rovnať nesúladu samotného digitálneho obsahu, ak sú dôvody nesprávnej integrácie v oblasti pôsobnosti dodávateľa.

Článok 8 obsahuje dodatočnú požiadavku súladu, podľa ktorej sa na digitálny obsah nesmú viazať žiadne práva tretích strán, vrátane tých, ktoré sú založené na duševnom vlastníctve.

V článku 9 sa ukladá dôkazné bremeno neexistencie nesúladu dodávateľovi s výnimkou prípadu, keď digitálne prostredie spotrebiteľa nie je kompatibilné s digitálnym obsahom. Toto prenesenie dôkazného bremena nie je časovo obmedzené, keďže digitálny obsah nepodlieha opotrebovaniu. V článku 9 sa stanovuje, že spotrebiteľ musí spolupracovať s dodávateľom,

aby dodávateľ mohol overiť digitálne prostredie spotrebiteľa. Povinnosť spolupracovať sa obmedzuje na čo najmenej rušivé prostriedky technicky dostupné dodávateľovi.

V článku 10 sa uvádzajú prípady zodpovednosti dodávateľa voči spotrebiteľovi, konkrétne keď digitálny obsah nie je v súlade so zmluvou alebo dodávateľ nedodal digitálny obsah. Vzhľadom na to, že digitálny obsah môže byť dodávaný počas určitého obdobia, dodávateľ by mal byť zodpovedný aj za každý nesúlad, ku ktorému dôjde počas tohto obdobia.

Článok 11 dáva spotrebiteľovi právo okamžite ukončiť zmluvu, ak dodávateľ nedodal digitálny obsah podľa článku 5.

V článku 12 sa uvádza zoznam prostriedkov nápravy, ktoré má spotrebiteľ k dispozícii v prípade nedodania alebo nesúladu digitálneho obsahu. V prvom rade má spotrebiteľ nárok na digitálny obsah na v primeranej lehote a bez závažných ťažkostí a bez akýchkoľvek nákladov. Spotrebiteľ má ďalej nárok na zľavu z ceny a ukončenie zmluvy, ak sa nesúlad týka hlavných výkonnostných charakteristík.

V článku 13 sú podrobne uvedené dôsledky ukončenia zmluvy z dôvodu nesúladu digitálneho obsahu. Napríklad sa v ňom stanovuje, že dodávateľ vráti zaplatenú sumu, alebo ak protiplnením boli údaje, zdrží sa používania týchto údajov a akýchkoľvek iných informácií, ktoré spotrebiteľ poskytol výmenou za digitálny obsah. Takisto sa v ňom spresňuje, že sa spotrebiteľ musí takisto zdržať ďalšieho využívania digitálneho obsahu po ukončení zmluvy.

V článku 14 sa stanovuje právo na náhradu škody obmedzené na prípady, keď bol poškodený digitálny obsah a hardvér spotrebiteľa. Určuje však, že členské štáty stanovia podrobné pravidlá pre výkon práva na náhradu škody.

V článku 15 sa uvádza zoznam podmienok, napríklad predchádzajúce dohody a predchádzajúce informácie spotrebiteľa alebo právo spotrebiteľa ukončiť zmluvu, podľa ktorých dodávateľ môže zmeniť zmluvu o dodávaní digitálneho obsahu, pokiaľ ide o hlavné výkonnostné charakteristiky.

V článku 16 sa stanovujú podmienky, za ktorých má spotrebiteľ právo na ukončenie zmluvy uzavretej na dobu neurčitú alebo na čas dlhší ako 12 mesiacov a na základe čoho môže prejsť k inému poskytovateľovi. Spotrebiteľ napríklad musí informovať dodávateľa 14 dní predtým, než ukončenie nadobudne účinnosť. V článku 16 sa takisto podrobne opisujú dôsledky vypovedania dlhodobej zmluvy. Stanovuje sa v ňom tiež, že dodávateľ sa musí zdržať používania údajov a akýchkoľvek iných informácií, ktoré spotrebiteľ poskytol výmenou za digitálny obsah.

Článok 17 poskytuje dodávateľovi právo na nápravu v prípade konania alebo opomenutia zo strany osoby v predchádzajúcich článkoch reťazca transakcií, ktoré mali za následok zodpovednosť dodávateľa za nesúlad alebo za nedodanie predmetu zmluvy spotrebiteľovi. Spôsoby uplatňovania tohto práva sú upravené vo vnútroštátnych právnych predpisoch členských štátov.

Článok 18 ukladá členským štátom zabezpečiť, aby existovali primerané a účinné prostriedky na zabezpečenie súladu s touto smernicou.

Článok 19 obsahuje doložku o obligatórnom charaktere spotrebiteľského zmluvného práva, t. j. uvádza, že žiadna výnimka z požiadaviek obsiahnutých v smernici, ktorá je na úkor spotrebiteľa, nie je pre spotrebiteľa záväzná.

Článok 20 stanovuje zmeny ďalších právnych predpisov EÚ. Mení sa ním smernica 1999/44/ES s cieľom zabrániť prekryvaniu medzi týmito dvoma nástrojmi. V článku 20 sa okrem toho pridáva odkaz na túto smernicu v prílohe k nariadeniu (ES) č. 2006/2004 s cieľom uľahčiť cezhraničnú spoluprácu pri presadzovaní tejto smernice. Dopĺňa sa ním aj odkaz na

túto smernicu do prílohy I k smernici Európskeho parlamentu a Rady 2009/22/ES²⁷ s cieľom zabezpečiť, aby kolektívne záujmy spotrebiteľov stanovené v tejto smernici boli chránené.

V článku 21 sa stanovuje lehota na transpozíciu členskými štátmi.

V článku 22 sa stanovuje povinnosť Komisie preskúmať uplatňovanie tejto smernice najneskôr 5 rokov po nadobudnutí jej účinnosti.

V článku 23 sa stanovuje dátum nadobudnutia účinnosti smernice.

V článku 24 sa uvádzajú adresáti smernice.

²⁷

Ú. v. EÚ L 110, 1.5.2009, s. 30.

Návrh

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY**o určitých aspektoch týkajúcich sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu**

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

so zreteľom na Zmluvu o fungovaní Európskej únie, a najmä na jej článok 114,

so zreteľom na návrh Európskej komisie,

po postúpení návrhu legislatívneho aktu národným parlamentom,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru²⁸,

konajúc v súlade s riadnym legislatívnym postupom,

keďže:

- (1) Potenciál rastu elektronického obchodu zatiaľ nie je plne využitý. Stratégia pre jednotný digitálny trh v Európe²⁹ komplexne rieši hlavné prekážky rozvoja cezhraničného elektronického obchodu v Európskej únii s cieľom uvoľniť tento potenciál. Zabezpečenie lepšieho prístupu spotrebiteľov k digitálnemu obsahu a uľahčenie dodávania digitálneho obsahu pre podniky je potrebné na podporu digitálneho hospodárstva Únie a na stimuláciu celkového rastu.
- (2) Na dosiahnutie skutočného jednotného digitálneho trhu je nevyhnutná harmonizácia určitých aspektov zmlúv na dodávanie digitálneho obsahu, pričom základom je vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa.
- (3) Rozdiely vo vnútroštátnych obligatórnych pravidlách spotrebiteľského zmluvného práva a neexistencia jasných pravidiel zmluvného práva patria medzi hlavné prekážky, ktoré bránia rozvoju digitálneho obsahu, keďže na úrovni Únie existuje len veľmi málo pravidiel prispôbených na daný účel. Podniky musia znášať dodatočné náklady vyplývajúce z rozdielov vo vnútroštátnych obligatórnych pravidlách spotrebiteľského zmluvného práva a z právnej neistoty pri predaji digitálneho obsahu cez hranice. Podniky takisto znášajú náklady spojené s prispôbovaním svojich zmlúv osobitným obligatórnym pravidlám dodávania digitálneho obsahu, ktoré sa objavujú už v niekoľkých členských štátoch, čo vytvára rozdiely medzi rozsahom a obsahom osobitných vnútroštátnych pravidiel, ktorými sa tieto zmluvy riadia. V členských štátoch, v ktorých zatiaľ neexistujú osobitné predpisy týkajúce sa dodávania digitálneho obsahu, obchodníci zamýšľajúci predávať cezhranične čelia neistote, pretože často nevedia, aké pravidlá sa uplatňujú na digitálny obsah v členskom štáte, do ktorého chcú vyvážať, ani obsah týchto pravidiel a či sú obligatórne.

28

Ú. v. EÚ C , , s. .

29

COM(2015) 192 final.

- (4) Spotrebitelia nemajú istotu pri cezhraničných nákupoch, najmä pri nákupoch online. Jedným z hlavných faktorov, ktoré zapríčiňujú tento nedostatok dôvery, je neistota týkajúca sa ich kľúčových zmluvných práv a chýbajúci jasný zmluvný rámec pre digitálny obsah. Mnohí spotrebitelia digitálneho obsahu sa stretli s problémami súvisiacimi s kvalitou alebo prístupom k digitálnemu obsahu. Napríklad dostávajú nesprávny alebo chybný digitálny obsah, alebo im nefunguje prístup k danému digitálnemu obsahu. V dôsledku toho vzniká spotrebiteľom finančná a nefinančná ujma.
- (5) S cieľom napraviť tieto problémy by podniky aj spotrebitelia mali mať možnosť opierať sa o plne harmonizované pravidlá pre dodávanie digitálneho obsahu stanovením celouniových zmluvných práv, ktoré sú nevyhnutné pre tento typ transakcií.
- (6) Plne harmonizované pravidlá zmluvného práva vo všetkých členských štátoch uľahčia podnikom možnosť ponúknuť digitálny obsah naprieč hranicami. Budú mať stabilné zmluvné právo pri online a iných predajoch na diaľku do iných členských štátov. Plne harmonizované pravidlá špecifické pre digitálny obsah v celej EÚ odstránia zložitosť spôsobenú rozdielnymi vnútroštátnymi pravidlami, ktoré sa v súčasnosti uplatňujú na zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu. Takisto umožnia predísť právnej fragmentácii, ktorá by inak vznikala zavádzaním nových vnútroštátnych právnych predpisov špecificky upravujúcich digitálny obsah.
- (7) Prínosom pre spotrebiteľov budú plne harmonizované práva pre digitálny obsah pri vysokej úrovni ochrany. Spotrebitelia budú mať jasné práva, keď budú dostávať digitálny obsah alebo prístup k nemu kdekoľvek v EÚ. Tým sa zvýši ich dôvera pri nákupoch digitálneho obsahu. Zároveň to prispeje k zníženiu ujmy spotrebiteľov, ktorá im v súčasnosti vzniká, pretože bude k dispozícii súbor jasných práv, ktoré im umožnia riešiť problémy, ktorým čelia v súvislosti s digitálnym obsahom.
- (8) Táto smernica by mala v plnej miere harmonizovať súbor kľúčových pravidiel, ktoré zatiaľ nie sú regulované na úrovni Únie. Mala by preto obsahovať aj pravidlá týkajúce sa súladu digitálneho obsahu, prostriedky nápravy dostupné pre spotrebiteľov v prípade nesúladu digitálneho obsahu so zmluvou a určité postupy na uplatnenie týchto prostriedkov nápravy. Táto smernica by mala harmonizovať niektoré aspekty týkajúce sa práva na ukončenie dlhodobých zmlúv, ako aj určité aspekty týkajúce sa modifikácie digitálneho obsahu.
- (9) Tým, že sa úplne harmonizujú všetky požiadavky vzťahujúce sa na otázky upravené touto smernicou, sa členským štátom zabráni, aby v rámci rozsahu pôsobnosti smernice stanovili ďalšie formálne alebo hmotnoprávne požiadavky, napríklad obdobie, počas ktorého sa musí prejaviť nesúlad, povinnosť spotrebiteľa informovať dodávateľa o nesúlade v určitej lehote alebo povinnosť spotrebiteľa zaplatiť za využívanie digitálneho obsahu až do okamihu ukončenia zmluvy z dôvodu nesúladu so zmluvou.
- (10) Smernicou by nemali byť dotknuté vnútroštátne právne predpisy v rozsahu, v akom táto smernica neupravuje riešené otázky, napríklad vnútroštátne pravidlá stanovujúce povinnosti spotrebiteľa voči dodávateľovi digitálneho obsahu alebo upravujúce kategorizáciu, uzatváranie a platnosť zmlúv alebo zákonnosť obsahu. Členské štáty by mali mať aj naďalej možnosť stanoviť vlastné pravidlá určujúce podrobné podmienky výkonu práva, napríklad právo na náhradu škody v rozsahu, v akom ho smernica neupravuje, alebo pravidlá, ktorými sa určujú dôsledky ukončenia zmluvy a ktoré sa uplatňujú popri pravidlách na vrátenie plnenia upravených touto smernicou.

- (11) Smernica by mala riešiť problematiku jednotlivých kategórií digitálneho obsahu a jeho dodávania. S cieľom reagovať na rýchly technologický vývoj a udržanie nadčasového charakteru pojmu digitálny obsah by mal byť daný pojem použitý v tejto smernici širší než v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ³⁰. Mala by predovšetkým zahŕňať služby, ktoré umožňujú vytváranie, spracovanie alebo uchovávanie dát. Hoci existuje veľa spôsobov dodávania digitálneho obsahu, napríklad prenos na trvanlivom nosiči, jeho sťahovanie spotrebiteľmi na ich zariadenia, internetové vysielanie, umožnenie prístupu k skladovacím kapacitám digitálneho obsahu alebo prístup k využívaniu sociálnych médií, táto smernica by sa mala uplatňovať na všetok digitálny obsah bez ohľadu na médium použité na jeho prenos. Rozlišovanie medzi jednotlivými kategóriami na tomto technologicky rýchlo sa meniacom trhu nie je žiaduce, pretože by sotva bolo možné zabrániť diskriminácii medzi dodávateľmi. Mali by byť zabezpečené rovnaké podmienky medzi dodávateľmi rôznych kategórií digitálneho obsahu. Táto smernica by sa však nemala vzťahovať na digitálny obsah, ktorý tvorí súčasť tovaru takým spôsobom, že funguje ako neoddeliteľná súčasť tovaru a jeho funkcie sú podriadené hlavným funkciám tovaru.
- (12) S cieľom splniť očakávania spotrebiteľov a zabezpečiť jasný a jednoduchý právny rámec pre dodávateľov digitálneho obsahu ponúkaného na trvanlivom nosiči v súvislosti s požiadavkami súladu a prostriedkov nápravy dostupných pre spotrebiteľov v prípade nesúladu by sa táto smernica mala vzťahovať na tovary, ako sú DVD a CD nosiče obsahujúce digitálny obsah takým spôsobom, aby tento tovar bol považovaný len za nosič digitálneho obsahu. S cieľom vyhnúť sa fragmentácii medzi rôznymi distribučnými kanálmi by sa táto smernica mala vzťahovať na digitálny obsah dodávaný na trvanlivom nosiči bez ohľadu na to, či sa predáva na diaľku alebo pri osobnej účasti. Smernica 2011/83 by sa mala aj naďalej vzťahovať na uvedený tovar vrátane povinností týkajúcich sa dodávok tovaru, prostriedkov nápravy v prípade nedodania a povahy zmluvy, podľa ktorej sa predmetný tovar dodáva. Smernicou nie sú dotknuté ani práva šírenia uplatniteľné na tieto tovary podľa autorského práva.
- (13) V digitálnom hospodárstve sú informácie o jednotlivcoch často a v čoraz väčšej miere vnímané účastníkmi trhu ako hodnoty porovnateľné s hodnotou peňazí. Digitálny obsah sa často dodáva nie za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny, ale za nefinančné protiplnenie, napr. za sprístupnenie osobných údajov alebo iných údajov. Tieto osobitné obchodné modely sa v rôznych formách uplatňujú v rámci značnej časti trhu. Zavedením diferenciácie podľa povahy protiplnenia by sa diskriminovali niektoré obchodné modely; vytvoril by sa nespravodlivý stimul pre podniky, ktoré majú tendenciu ponúkať digitálny obsah za dáta. Mali by sa zabezpečiť rovnaké podmienky. Nedostatky výkonnostných charakteristík digitálneho obsahu dodaného za nefinančné protiplnenie môžu okrem toho ovplyvniť hospodárske záujmy spotrebiteľov. Uplatniteľnosť pravidiel tejto smernice by preto nemala závisieť od toho, či sa za predmetný digitálny obsah platí určitá cena.
- (14) Pokiaľ ide o digitálny obsah, ktorý nebol dodaný za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny, ale za nefinančné protiplnenie, táto smernica by sa mala vzťahovať len na zmluvy, v prípade ktorých dodávateľ žiada a spotrebiteľ priamo alebo nepriamo aktívne poskytuje dodávateľovi dáta, napríklad meno a e-mailovú adresu alebo fotografie, napríklad prostredníctvom individuálnej registrácie alebo na základe zmluvy, ktorá umožňuje prístup k fotografiám spotrebiteľov. Táto smernica by sa nemala vzťahovať na situácie, keď dodávateľ zhromažďuje údaje potrebné na

30

Ú. v. EÚ L 304, 22.11.2011, s. 64.

fungovanie digitálneho obsahu v súlade so zmluvou, napríklad údaje o geografickej polohe, ak je to potrebné pre riadne fungovanie mobilnej aplikácie, alebo výlučne na účel splnenia zákonných požiadaviek, napríklad keď je registrácia spotrebiteľa povinná z dôvodu bezpečnosti a na identifikačné účely podľa príslušných právnych predpisov. Táto smernica by sa takisto nemala vzťahovať na situácie, keď dodávateľ zhromažďuje informácie vrátane osobných údajov, ako je IP adresa alebo iné automaticky vygenerované informácie, napríklad informácie zhromaždené a prenášané cez cookie bez toho, aby ich spotrebiteľ aktívne dodal, hoci spotrebiteľ akceptuje cookie. Takisto by sa nemala vzťahovať na situácie, keď je spotrebiteľ vystavený reklamným oznamom výlučne s cieľom získať prístup k digitálnemu obsahu.

- (15) S obsahom vytváraným spotrebiteľmi by sa malo zaobchádzať rovnako ako s akýmkoľvek iným digitálnym obsahom, ktorý spotrebiteľ poskytuje alebo uchováva počas celej doby trvania zmluvy, ako napríklad hudobné a video súbory, obrázky, hry alebo aplikácie. Obsah vytváraný spotrebiteľmi obsahuje širokú škálu príkladov, ku ktorým patria digitálne obrázky, videá a zvukové súbory, blogy, diskusné fóra, textové formáty spolupráce, posty, chat, tweety, protokoly, podcasting, obsah vytvorený na mobilných zariadeniach, obsah vytvorený v rámci online virtuálneho prostredia, hodnotenia a zbierky linkov odkazujúcich na online obsah.
- (16) S cieľom zabezpečiť spoločný súbor práv pre spotrebiteľov a rovnaké podmienky pre podniky by spotrebiteľia mali mať rovnaké prostriedky nápravy v prípade digitálneho obsahu, ktorý nie je v súlade so zmluvou, a to bez ohľadu na spôsob, ako bol obsah vytvorený. Smernica by sa preto mala uplatňovať na zmluvy týkajúce sa rozvoja digitálneho obsahu prispôbené na mieru podľa osobitných požiadaviek spotrebiteľa vrátane softvéru na mieru. Táto smernica by sa mala takisto uplatňovať na dodávanie vizuálnych modelovacích súborov vyžadovaných na 3D tlač. Touto smernicou by sa však nemal upravovať tovar vyrobený s využitím technológie 3D tlače alebo škody spôsobené na ňom.
- (17) Digitálny obsah má veľký význam v rámci internetu vecí. Treba však samostatne riešiť osobitné otázky zodpovednosti súvisiace s internetom vecí vrátane zodpovednosti za dáta a zmlúv o interakcii medzi strojmi.
- (18) Zmluvy môžu obsahovať všeobecné podmienky dodávateľa, ktoré spotrebiteľ musí prijať. Pri niektorých druhoch digitálneho obsahu dodávateľa často opisujú služby a merateľné ciele služieb v dohode o úrovni poskytovaných služieb. Tieto dohody o úrovni služieb sú vo všeobecnosti pripojené k hlavnej zmluve a tvoria dôležitú súčasť zmluvného vzťahu medzi dodávateľom a spotrebiteľom. Mali by byť zahrnuté do vymedzenia pojmu zmluva v rámci tejto smernice, a preto by mali byť v súlade s pravidlami, ktoré sú v smernici stanovené.
- (19) Táto smernica by sa mala uplatňovať len na služby, ktorých hlavným predmetom je poskytovanie digitálneho obsahu. Smernica by sa preto nemala vzťahovať na služby, ktoré dodávateľ poskytuje osobne a pri ktorých sa digitálne prostriedky používajú len na účely prístupu alebo dodania, napríklad na preklad, ktorý ponúka osoba alebo iné služby odborného poradenstva, kde sa iba výstup služby poskytuje spotrebiteľovi digitálnymi prostriedkami.
- (20) V prípade, že dodávateľ ponúka digitálny obsah na základe zmluvy alebo súboru zmlúv v kombinácii s inými službami, ako sú telekomunikačné služby alebo tovary, ktoré nefungujú len ako nosič digitálneho obsahu, táto smernica by sa mala vzťahovať len na digitálny obsah zložky takéhoto balíka. Ostatné prvky by sa mali riadiť uplatniteľnými právnymi predpismi.

- (21) Táto smernica by sa nemala zaoberať autorským právom ani inými aspektmi dodávania digitálneho obsahu súvisiacimi s právami duševného vlastníctva. Preto by ňou nemali byť dotknuté žiadne práva a povinnosti vyplývajúce z autorského práva a iných práv duševného vlastníctva.
- (22) Ochrana jednotlivcov pri spracúvaní osobných údajov sa riadi smernicou Európskeho parlamentu a Rady 95/46/ES³¹ a smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES³², ktoré sú plne uplatniteľné v kontexte zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu. Uvedené smernice už v súčasnosti stanovujú právny rámec v oblasti ochrany osobných údajov v Únii. Implementácia a uplatňovanie tejto smernice by mali byť plne v súlade s uvedeným právnym rámcom.
- (23) Existujú rôzne spôsoby, ako sa môže digitálny obsah dostať k spotrebiteľom. Je vhodné stanoviť jednoduché a jasné pravidlá, pokiaľ ide o spôsoby a lehoty na splnenie hlavnej zmluvnej povinnosti dodávateľa, ktorou je dodanie digitálneho obsahu spotrebiteľovi. Berúc do úvahy, že dodávateľ v zásade nezodpovedá za konanie alebo opomenutie internetového poskytovateľa či elektronickej platformy vybraných spotrebiteľom na dodanie digitálneho obsahu, pre dodávateľa by postačilo, aby dodal digitálny obsah tejto tretej strane. Pokiaľ ide o čas dodania, v súlade s trhovou praxou a technickými možnosťami by sa digitálny obsah mal dodať bezodkladne, pokiaľ sa strany nerozhodli dohodnúť sa inak s cieľom využiť iné modely dodávania.
- (24) V záujme podpory inovácie na jednotnom digitálnom trhu a zohľadnenia technologického vývoja, ktoré sa odrážajú v rýchlo sa meniacich charakteristikách digitálneho obsahu, je opodstatnené, aby digitálny obsah bol v prvom rade v súlade s tým, čo bolo dohodnuté v zmluve.
- (25) V prípadoch, keď zmluva nestanovuje dostatočne jasné a zrozumiteľné kritériá na zistenie súladu digitálneho obsahu so zmluvou, je potrebné stanoviť objektívne kritériá súladu s cieľom zabezpečiť, aby spotrebiteľia neboli zbavení svojich práv. V takýchto prípadoch by sa súlad so zmluvou mal posudzovať vzhľadom na účel, na ktorý sa digitálny obsah rovnakého opisu bežne používa.
- (26) Vzhľadom na svoju povahu musí digitálny obsah spolupracovať s inými digitálnymi zariadeniami, aby riadne fungoval; interoperabilita by preto mala byť súčasťou kritérií súladu. Konkrétne musí spolupracovať s hardvérom, pokiaľ ide o rýchlosť procesora a vlastnosti grafickej karty a softvéru, a to vrátane konkrétnej verzie operačného systému alebo konkrétneho multimediálneho prehrávača. Pojem funkčnosti by mal zahŕňať spôsoby, ktorými možno digitálny obsah využívať; mal by zahŕňať aj neprítomnosť či prítomnosť akýchkoľvek technických obmedzení, napríklad ochrany prostredníctvom správy digitálnych práv alebo regionálneho kódovania.
- (27) Hoci služby a technológie založené na údajoch prinášajú významné výhody, vytvárajú aj isté druhy zraniteľnosti. Ako sa uznáva v stratégii jednotného digitálneho trhu, vysoká úroveň bezpečnosti sietí a informácií v celej Európskej únii má zásadný význam z hľadiska zabezpečenia dodržiavania základných práv, ako je právo na súkromie a ochranu osobných údajov, ako aj z hľadiska zvýšenia istoty používateľov a posilnenia ich dôvery v rámci digitálnej ekonomiky. Keďže softvér sa stáva všadeprítomným, prvoradou otázkou sa stávajú aj také vlastnosti ako spoľahlivosť, bezpečnosť a adaptabilita na meniace sa potreby. Preto je čoraz dôležitejšie, aby

31

Ú. v. ES L 281, 23/11/1995, s. 31 – 50) [smernica bude nahradená všeobecným nariadením o ochrane údajov po jeho prijatí].

32

Ú. v. ES L 201, 31.7.2002, s. 37 – 47.

uvedené technológie a služby založené na údajoch zabezpečovali, aby tieto vlastnosti boli zaručené v rozsahu, ktorý je úmerný úlohe a funkcii, ktoré tieto technológie zohrávajú. Najmä vlastnosti z hľadiska bezpečnosti a spoľahlivosti sa stávajú dôležitou otázkou pre inovatívne zmiešané služby, ktoré sa musia opierať o prepojenie rôznych systémov v rôznych doménach.

- (28) Pri uplatňovaní pravidiel tejto smernice by dodávatelia mali využívať normy, otvorené technické špecifikácie, osvedčené postupy a kódexy správania, a to aj pokiaľ ide o bežne používaný formát údajov pre spätné získanie obsahu vytvoreného používateľom alebo akýkoľvek iný obsah, ktorý spotrebiteľ poskytol, či už sú uvedené pravidlá stanovené na medzinárodnej úrovni, na európskej úrovni alebo na úrovni konkrétneho odvetvia. V tejto súvislosti môže Komisia zvažovať, že bude presadzovať vypracovanie medzinárodných a európskych noriem a vypracovanie kódexu správania obchodnými združeniami a inými reprezentatívnymi organizáciami, ktoré by mohli podporiť jednotné uplatňovanie smernice.
- (29) Mnohé druhy digitálneho obsahu sa dodávajú počas určitého obdobia. Napríklad spotrebiteľia majú prístup ku cloudovým službám počas určitého obdobia. Je preto dôležité zabezpečiť, aby bol digitálny obsah v súlade so zmluvou po celý čas trvania zmluvy. Okrem toho vzhľadom na časté vylepšovanie digitálneho obsahu, najmä jeho aktualizáciami, by spotrebiteľovi mala byť dodaná najnovšia verzia dostupná v čase uzavretia zmluvy.
- (30) Aby digitálny obsah riadne fungoval, musí sa správne integrovať do hardvérového a softvérového prostredia spotrebiteľa. Ak je nesúlad digitálneho obsahu so zmluvou dôsledkom nesprávnej integrácie, malo by sa to považovať za nesúlad so samotnou zmluvou o digitálnom obsahu, pokiaľ digitálny obsah bol integrovaný dodávateľom alebo pod jeho kontrolou, alebo spotrebiteľom podľa pokynov dodávateľa pre integráciu, a ak príčinou nesprávnej integrácie boli nedostatky v pokynoch na integráciu. Pri takýchto scenároch je pôvod nesúladu v oblasti pôsobnosti dodávateľa.
- (31) Súlad by sa mal vzťahovať na vecné aj právne nedostatky. Práva tretej strany môžu spotrebiteľom účinne zabraňovať vo využívaní digitálneho obsahu alebo niektorých jeho prvkov podľa zmluvy, ak sa porušujú práva uvedenej tretej strany a keď táto tretia strana oprávnené núti dodávateľa, aby zastavil porušovanie týchto práv a prestal ponúkať digitálny obsah. Právne nedostatky sú obzvlášť dôležité pre digitálny obsah, ktorý už svojím charakterom podlieha právam duševného vlastníctva. Preto by mal dodávateľ povinne zabezpečiť, aby sa na digitálny obsah neviazali žiadne práva tretej strany, napríklad nárok z titulu autorského práva, ktoré bránia spotrebiteľovi využívať digitálny obsah v súlade so zmluvou.
- (32) Vzhľadom na špecifický charakter digitálneho obsahu pri jeho vysokej komplexnosti, ako aj vzhľadom na lepšie vedomosti, prístup k know-how, technickým informáciám a vyspelej technickej pomoci, je to dodávateľ, ktorý je v lepšej pozícii než spotrebiteľ, aby poznal dôvody, pre ktoré digitálny obsah nie je v súlade so zmluvou. Dodávateľ môže takisto lepšie posúdiť, či nesúlad so zmluvou je zapríčinený nekompatibilitou digitálneho prostredia spotrebiteľa s technickými požiadavkami pre digitálny obsah. Preto v prípade sporu by mal dokazovať dodávateľ, že digitálny obsah je v súlade so zmluvou, pokiaľ nepreukáže, že digitálne prostredie spotrebiteľa nie je kompatibilné s digitálnym obsahom. Len v prípade, keď dodávateľ preukáže, že digitálne prostredie spotrebiteľa nezodpovedá požiadavkám na interoperabilitu a ďalším technickým požiadavkám, by mal preukazovať spotrebiteľ, že digitálny obsah nie je v súlade so zmluvou.

- (33) Bez toho, aby boli dotknuté základné práva na ochranu súkromného života vrátane dôvernosti komunikácií a ochranou osobných údajov spotrebiteľa by mal spotrebiteľ spolupracovať s dodávateľom s cieľom umožniť, aby sa dodávateľ oboznámil s digitálnym prostredím spotrebiteľa pri použití najmenej narúšajúcich prostriedkov, ktoré sú k dispozícii obom stranám za daných okolností. Často tak možno urobiť napríklad tým, že sa dodávateľovi poskytnú automaticky generované správy o incidentoch alebo podrobnosti o internetovom pripojení spotrebiteľa. Len vo výnimočných a riadne odôvodnených prípadoch, keď sa čo najlepšie využili všetky iné prostriedky a iný spôsob už nie je možný, sa to môže urobiť aj umožnením virtuálneho prístupu k digitálnemu prostrediu spotrebiteľa. Ak však dodávateľ preukáže, že spotrebiteľ s ním nespolupracuje, je na spotrebiteľovi, aby preukázal, že digitálny obsah nie je v súlade so zmluvou.
- (34) Dodávateľ by mal byť zodpovedný spotrebiteľovi za nesúlad so zmluvou a za akékoľvek zlyhanie pri dodávaní digitálneho obsahu. Okrem toho, keďže digitálny obsah môže byť dodávaný počas určitého obdobia, je opodstatnené, aby bol dodávateľ zodpovedný aj za každý nesúlad, ku ktorému dôjde počas tohto obdobia.
- (35) Nedodanie digitálneho obsahu spotrebiteľovi podľa zmluvy je vážnym porušením hlavnej zmluvnej povinnosti dodávateľa, ktorý by mal umožniť, aby spotrebiteľ mohol okamžite ukončiť zmluvu. Keď dodávateľ pôvodne nezlyhal pri dodaní digitálneho obsahu, prerušenia dodávok, ktoré spôsobujú, že digitálny obsah krátkodobo nie je dostupný spotrebiteľovi, by sa mali považovať za nesúlad so zmluvou, a nie za nedodanie. Najmä požiadavka náležitej kontinuity digitálneho obsahu by mala zahŕňať aj viac než len zanedbateľné krátkodobého prerušenia dodávok.
- (36) V prípade nesúladu so zmluvou by spotrebiteľia mali mať ako prvú možnosť nárok na uvedenie digitálneho obsahu do súladu so zmluvou. V závislosti od technických charakteristík digitálneho obsahu si dodávateľ môže vybrať konkrétny spôsob uvedenia digitálneho obsahu do súladu so zmluvou, napríklad vydaním aktualizácií, alebo požiadať spotrebiteľa, aby sa pripojil na novú kópiu digitálneho obsahu. Vzhľadom na rozmanitosť digitálneho obsahu nie je vhodné stanoviť pevné lehoty na výkon práv alebo splnenie povinností súvisiacich s digitálnym obsahom. Takéto lehoty by nemuseli zohľadňovať túto rozmanitosť a v závislosti od prípadu by mohli byť buď príliš krátke, alebo príliš dlhé. Preto je vhodnejšie odkazovať na primerané lehoty. Digitálny obsah by sa mal uviesť do súladu so zmluvou v rámci primeranej lehoty a bez toho, aby z toho vyplynuli akékoľvek náklady; spotrebiteľ by predovšetkým nemal znášať nijaké náklady spojené s vývojom aktualizovanej verzie digitálneho obsahu.
- (37) V rámci druhej možnosti by mal mať spotrebiteľ nárok na zníženie ceny alebo na ukončenie zmluvy. Právo spotrebiteľa na ukončenie zmluvy by malo byť obmedzené na prípady, keď napríklad nie je možné uviesť digitálny obsah do súladu a nesúlad znižuje hlavné výkonnostné charakteristiky digitálneho obsahu. Ak spotrebiteľ ukončí zmluvu, dodávateľ by mu mal vrátiť zaplatenú sumu, alebo ak sa digitálny obsah nedodáva za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny, ale za prístup k údajom, ktoré spotrebiteľ poskytol, dodávateľ by sa mal zdržať ich používania, ich postúpenia tretím stranám alebo umožnenia tretím stranám, aby k nim mali prístup po ukončení zmluvy. Splnenie povinnosti zdržať sa použitia údajov v prípade, keď protiplnenie predstavujú osobné údaje, znamená, že dodávateľ by mal prijať všetky opatrenia na zabezpečenie súladu s pravidlami o ochrane údajov ich vymazaním alebo anonymizovaním tak, aby spotrebiteľa nebolo možné identifikovať nijakými prostriedkami, pri ktorých existuje primeraná pravdepodobnosť, že ich použije dodávateľ alebo akákoľvek iná osoba. Bez

toho, aby boli dotknuté povinnosti prevádzkovateľa podľa smernice 95/46/ES, dodávateľ by nemal byť povinný podniknúť žiadne ďalšie kroky v súvislosti s údajmi, ktoré dodávateľ zákonne poskytol tretím stranám v priebehu trvania zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu.

- (38) Po ukončení zmluvy by sa mal dodávateľ takisto zdržať používania obsahu vytvoreného spotrebiteľom. V prípadoch, keď konkrétny obsah vytvoril viac než jeden spotrebiteľ, však má dodávateľ právo aj naďalej využívať obsah vygenerovaný spotrebiteľom, ak ho využívajú aj uvedení ostatní spotrebiteľia.
- (39) S cieľom zabezpečiť, aby spotrebiteľ mohol využívať účinnú ochranu v súvislosti s právom ukončiť zmluvu, by mal dodávateľ umožniť spotrebiteľovi získať späť všetky údaje, ktoré zaslal formou uploadu a ktoré vytvoril s využitím digitálneho obsahu alebo ktoré boli vygenerované používaním digitálneho obsahu spotrebiteľom. Táto povinnosť by sa mala rozšíriť aj na údaje, ktoré je dodávateľ povinný uchovávať v rámci zmluvy o dodávaní digitálneho obsahu, ako aj na údaje, ktoré má dodávateľ fakticky uchovávať podľa zmluvy.
- (40) V prípade, že dodávateľ po ukončení zmluvy z dôvodu nesúladu so zmluvou poskytol spotrebiteľovi technické prostriedky na spätné získanie údajov, spotrebiteľ by mal byť oprávnený získať späť tieto údaje bez akýchkoľvek nákladov, napríklad nákladov na použitie bežne používaného formátu údajov, s výnimkou nákladov, ktoré spotrebiteľovi vznikli v súvislosti s jeho vlastným digitálnym prostredím, vrátane nákladov na sieťové pripojenie, keďže tieto nie sú konkrétne spojené so spätným získavaním údajov.
- (41) Ak sa zmluva ukončí, spotrebiteľ by nemal mať povinnosť platiť za využívanie digitálneho obsahu, ktorý nie je v súlade so zmluvou, pretože by to zbavovalo spotrebiteľa účinnej ochrany.
- (42) Vzhľadom na potrebu vyvážiť legitímne záujmy spotrebiteľov a dodávateľov v prípade, že digitálny obsah dodávaný počas určitého časového obdobia výmenou za zaplatenie ceny dáva dôvod na ukončenie zmluvy, spotrebiteľ by mal byť oprávnený vypovedať iba časť zmluvy, ktorá zodpovedá času, keď digitálny obsah nebol v súlade so zmluvou. Keď sa však digitálny obsah poskytuje za nefinančné protiplnenie, čiastočné ukončenie nie je uskutočniteľné, pretože nefinančné protiplnenie nie je možné alikvótne rozdeliť.
- (43) Digitálny obsah vzhľadom na svoju povahu nepodlieha opotrebovaniu, keďže sa používa a často dodáva počas určitého obdobia, a nie ako jednorazová dodávka. Je preto odôvodnené nestanovovať lehotu, počas ktorej by mal dodávateľ zodpovedať za každý nesúlad, ktorý existuje v čase dodania digitálneho obsahu. Členské štáty by preto mali upustiť od zachovania alebo zavedenia takéhoto obdobia. Členské štáty by mali mať aj naďalej možnosť riadiť sa vnútroštátnymi pravidlami o premlčaní, aby sa zabezpečila právna istota vzhľadom na nároky založené na nesúlade digitálneho obsahu.
- (44) Zásada zodpovednosti dodávateľa za škody je základným prvkom zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu. S cieľom zvýšiť dôveru spotrebiteľov v digitálny obsah by preto táto zásada mala byť upravená na úrovni Únie, aby sa zabezpečilo, že spotrebiteľom nevznikne ujma na úkor ich hardvéru alebo softvéru, ak sa poškodia digitálnym obsahom, ktorý nie je v súlade so zmluvou. Dodávateľ zodpovedá spotrebiteľovi za všetky škody spôsobené digitálnemu prostrediu spotrebiteľa, zapríčinené nesúladom so zmluvou alebo nedodaním digitálneho obsahu. Malo by však byť vecou členských

štátov, aby stanovili podrobné podmienky na uplatnenie nároku na náhradu škody a pritom zohľadniť skutočnosť, že zľavy na cenách za budúce dodávky digitálneho obsahu, najmä v prípadoch, keď ich dodávatelia ponúkajú ako výlučnú možnosť kompenzácie strát, nemusia spotrebiteľovi zaistiť situáciu, ktorá by sa čo najviac priblížila k situácii, v ktorej by spotrebiteľ bol, keby mu bol digitálny obsah dodaný riadne a v súlade so zmluvou.

- (45) Z technologických alebo iných dôvodov môže byť dodávateľ nútený zmeniť vlastnosti digitálneho obsahu dodávaného počas určitého obdobia. Tieto zmeny sú často v prospech spotrebiteľa, keďže vylepšujú digitálny obsah. Preto zmluvné strany môžu zahrnúť do zmluvy zodpovedajúce ustanovenia, ktoré dovoľujú dodávateľovi vykonať modifikácie. Ak však takéto zmeny negatívne vplyvajú na spôsob, akým spotrebiteľ využíva hlavné výkonnostné charakteristiky digitálneho obsahu, môžu dané zmeny narušiť zmluvnú rovnováhu alebo povahu plnenia na základe zmluvy v rozsahu, pri ktorom by spotrebiteľ pravdepodobne nebol uzavrel takúto zmluvu. Tieto modifikácie by preto v takýchto prípadoch mali podliehať určitým podmienkam.
- (46) Hospodárska súťaž je dôležitým prvkom dobre fungujúceho jednotného digitálneho trhu. S cieľom stimulovať takýto druh hospodárskej súťaže by spotrebiteľia mali mať možnosť odpovedať na konkurenčné ponuky a zmeniť dodávateľa. Na to, aby to fungovalo v praxi, by mali mať možnosť tak urobiť bez toho, aby im to komplikovali právne, technické alebo praktické prekážky vrátane zmluvných podmienok alebo nedostatku prostriedkov na spätné získanie všetkých údajov, ktoré spotrebiteľ zaslal formou uploadu, ktoré spotrebiteľ vytvoril s využitím digitálneho obsahu alebo ktoré boli vygenerované používaním digitálneho obsahu spotrebiteľom. Dôležité je však aj chrániť existujúce investície a dôveru v uzavreté zmluvy. Spotrebiteľia by preto mali mať právo ukončiť dlhodobé zmluvy za určitých vyvážených podmienok. Tým sa nevylučuje, že sa spotrebiteľské zmluvy môžu uzatvárať na dlhšie zmluvné obdobia. Spotrebiteľ by však mal byť oprávnený ukončiť zmluvný vzťah, ktorý celkovo trvá dlhšie než 12 mesiacov. S cieľom zabrániť obchádzaniu tohto práva by sa toto právo malo vzťahovať na každú zmluvu, ktorá má za následok, že by spotrebiteľ bol viazaný zmluvou na viac než 12 mesiacov, a to bez ohľadu na to, či je zmluva uzavretá na dobu neurčitú alebo sa obnovuje automaticky či na základe dohody medzi zmluvnými stranami.
- (47) Nesúlad konečnej verzie digitálneho obsahu so zmluvou, ktorá bola dodaná spotrebiteľovi, je často spôsobený niektorou z transakcií v reťazci od pôvodného navrhovateľa ku konečnému dodávateľovi. Hoci konečný dodávateľ by mal byť zodpovedný voči spotrebiteľovi v prípade nesúladu so zmluvou medzi týmito dvoma stranami, je dôležité zaistiť, aby dodávateľ mal primerané právo voči jednotlivým členom reťazca transakcií, aby sa mohol pokryť svoju zodpovednosť voči spotrebiteľovi. Malo by to byť však vecou platných vnútroštátnych právnych predpisov, aby určovali členov reťazcov transakcií, na ktorých sa konečný dodávateľ môže obrátiť a spôsoby a podmienky takýchto konaní.
- (48) Osoby alebo organizácie, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov legitímny záujem na ochrane zmluvných práv spotrebiteľov, by mali mať právo podať návrh na začatie konania či už pred súdom, alebo správnym orgánom, ktorý má právomoc rozhodovať o sťažnostiach, alebo dať podnet na začatie príslušného právneho konania.

- (49) Žiadnym ustanovením tejto smernice by nemalo byť dotknuté uplatňovanie pravidiel medzinárodného práva súkromného, najmä nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008³³ a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1215/2012³⁴.
- (50) Smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES³⁵ by mala byť zmenená tak, aby odrážala rozsah pôsobnosti tejto smernice, pokiaľ ide o trvanlivý nosič s digitálnym obsahom, ak sa používa výhradne ako nosič digitálneho obsahu pre spotrebiteľov.
- (51) Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004³⁶ by malo byť zmenené tak, aby v prílohe obsahovalo odkaz na túto smernicu s cieľom uľahčiť cezhraničnú spoluprácu pri presadzovaní tejto smernice.
- (52) Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2009/22/ES³⁷ by mala byť zmenená tak, aby obsahovala odkaz na túto smernicu vo svojej prílohe s cieľom zabezpečiť, aby kolektívne záujmy spotrebiteľov stanovené v tejto smernici boli chránené.
- (53) V súlade so spoločným politickým vyhlásením členských štátov a Komisie z 28. septembra 2011 k vysvetľujúcim dokumentom³⁸ sa členské štáty zaviazali v odôvodnených prípadoch pripojiť k svojim oznámeniam transpozičných opatrení jeden alebo viacero dokumentov vysvetľujúcich vzťah medzi jednotlivými ustanoveniami smernice a zodpovedajúcimi časťami vnútroštátnych transpozičných nástrojov. V súvislosti s touto smernicou sa zákonodarca domnieva, že zasielanie takýchto dokumentov je odôvodnené.
- (54) Keďže ciele tejto smernice, a to prispieť k fungovaniu vnútorného trhu konzistentným odstraňovaním prekážok súvisiacich so zmluvným právom týkajúcim sa dodávania digitálneho obsahu, a zároveň predísť právnej fragmentácii, nemôžu uspokojivo dosiahnuť členské štáty, ale z dôvodov zabezpečenia celkového súladu vnútroštátnych právnych predpisov prostredníctvom harmonizovaných pravidiel zmluvného práva, ktorým by sa zároveň uľahčili koordinované opatrenia na presadzovanie práva, ich možno lepšie dosiahnuť na úrovni Únie, môže Únia prijať opatrenia v súlade so zásadou subsidiarity stanovenou v článku 5 Zmluvy o Európskej únii. V súlade so zásadou proporcionality podľa uvedeného článku táto smernica neprekračuje rámec nevyhnutný na dosiahnutie daných cieľov.
- (55) Táto smernica rešpektuje základné práva a dodržiava zásady uznané najmä v Charte základných práv Európskej únie, a to najmä v jej článkoch 16, 38 a 47,

PRIJALI TÚTO SMERNICU:

Článok 1

Predmet úpravy

Touto smernicou sa stanovujú určité požiadavky týkajúce sa zmlúv o dodávaní digitálneho obsahu spotrebiteľom, najmä pravidiel súvisiace so súladom digitálneho obsahu so zmluvou, s prostriedkami nápravy v prípade neexistencie takéhoto súladu a postupmi na uplatnenie týchto prostriedkov nápravy, ako aj so zmenami a ukončením takýchto zmlúv.

³³ Ú. v. EÚ L 177, 4.7.2008, s. 6 – 16.

³⁴ Ú. v. EÚ L 351, 20.12.2012, s. 1.

³⁵ Ú. v. ES L 171, 7.7.1999, s. 12.

³⁶ Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1.

³⁷ Ú. v. EÚ L 110, 1.5.2009, s. 30.

³⁸ Ú. v. EÚ C 369, 17.12.2011, s. 14.

Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tejto smernice sa uplatňuje toto vymedzenie pojmov:

1. „digitálny obsah“ sú
 - a) dáta, ktoré sa vytvárajú a dodávajú v digitálnej forme, napríklad video, audio, aplikácie, digitálne hry a akýkoľvek iný softvér;
 - b) služby umožňujúce vytváranie, spracovanie alebo uchovávanie dát v digitálnej forme, keď tieto dáta poskytne spotrebiteľ, a
 - c) služby umožňujúce výmenu a akúkoľvek inú interakciu s dátami v digitálnej forme, ktoré poskytujú iní používatelia služby;
2. „integrácia“ je prepojenie rôznych zložiek digitálneho prostredia, aby fungovali ako koordinovaný celok v súlade so zamýšľaným účelom;
3. „dodávateľ“ je každá fyzická alebo právnická osoba bez ohľadu na to, či je v súkromnom alebo verejnom vlastníctve, ktorá koná na účely súvisiace s jej obchodnou, podnikateľskou, remeselnou alebo profesijnou činnosťou, a to aj prostredníctvom inej osoby konajúcej v jej mene alebo na jej účet;
4. „spotrebiteľ“ je každá fyzická osoba, ktorá v zmluvách, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely, ktoré sa netýkajú jej obchodnej ani podnikateľskej činnosti, remesla ani povolania;
5. „náhrada škody“ je peňažná suma, na ktorú môžu mať spotrebiteľia nárok ako odškodnenie za hospodárske škody spôsobené ich digitálnemu prostrediu;
6. „cena“ je peňažná suma, ktorá sa má zaplatiť ako protiplnenie za dodaný digitálny obsah;
7. „zmluva“ je dohoda, z ktorej majú vyplynúť záväzky alebo iné právne účinky;
8. „digitálne prostredie“ je hardvér, digitálny obsah a akékoľvek sieťové pripojenie v rozsahu, v akom je pod kontrolou používateľa;
9. „interoperabilita“ znamená schopnosť digitálneho obsahu vykonávať všetky svoje funkcie v súčinnosti s konkrétnym digitálnym prostredím;
10. „dodávanie“ je poskytovanie prístupu k digitálnemu obsahu alebo zabezpečenie dostupnosti digitálneho obsahu;
11. „trvanlivý nosič“ je akýkoľvek prostriedok, ktorý umožňuje spotrebiteľovi alebo dodávateľovi uchovávať informácie osobne určené uvedenej osobe spôsobom dostupným pre budúce použitie na obdobie primerané účelu týchto informácií a ktorý umožňuje nezmenenú reprodukciu uložených informácií.

Článok 3

Rozsah pôsobnosti

1. Táto smernica sa vzťahuje na každú zmluvu, v rámci ktorej dodávateľ dodáva digitálny obsah spotrebiteľovi alebo sa zaväzuje tak urobiť, a výmenou za to sa má zaplatiť cena alebo spotrebiteľ aktívne poskytne nefinančné protiplnenie vo forme osobných údajov alebo akýchkoľvek iných údajov.

2. Táto smernica sa vzťahuje na všetky zmluvy o dodávaní digitálneho produktu vyvinutého podľa špecifikácií spotrebiteľa.
3. S výnimkou článkov 5 a 11 sa táto smernica uplatňuje na akékoľvek trvanlivé nosiče s digitálnym obsahom, ak sa trvanlivý nosič používa výhradne ako nosič digitálneho obsahu.
4. Táto smernica sa nevzťahuje na digitálny obsah poskytovaný za nefinančné protiplnenie v prípadoch, keď dodávateľ žiada od spotrebiteľa poskytnutie osobných údajov, ktorých spracovanie je nevyhnutné na plnenie zmluvy alebo na splnenie právnych požiadaviek a dodávateľ ich ďalej nespracúva spôsobom nezlučiteľným s týmto účelom. Rovnako sa nevzťahuje ani na žiadne iné údaje, ktorých poskytnutie dodávateľ žiada od spotrebiteľa s cieľom zabezpečiť, aby bol digitálny obsah v súlade so zmluvou, alebo na splnenie právnych požiadaviek, a dodávateľ nepoužije tieto údaje na komerčné účely.
5. Táto smernica sa nevzťahuje na zmluvy, ktorých predmetom sú:
 - a) služby poskytované s prevládajúcim prvkom ľudských zásahov zo strany dodávateľa v prípade, že digitálny formát sa používa najmä ako nosič;
 - b) služby elektronickej komunikácie, ako sú vymedzené v smernici 2002/21/ES;
 - c) služby zdravotnej starostlivosti podľa vymedzenia v článku 3 bode a) smernice 2011/24/ES,
 - d) služby v oblasti hazardných hier, ktoré zahŕňajú stávky v peňažnej hodnote pri hazardných hrách vrátane tých, ktoré obsahujú prvok zručnosti, napríklad lotérie, kasínové hry, pokrové hry a stávkové transakcie, poskytované elektronickými prostriedkami a na individuálnu žiadosť príjemcu služby;
 - e) finančné služby.
6. V prípade, že zmluva obsahuje aj ďalšie prvky okrem dodania digitálneho obsahu, sa táto smernica vzťahuje iba na záväzky a prostriedky nápravy zmluvných strán ako dodávateľa a spotrebiteľa digitálneho obsahu.
7. Ak je akékoľvek ustanovenie tejto smernice v rozpore s niektorým ustanovením iného aktu Únie, ktorým sa riadi konkrétna oblasť alebo predmet, ustanovenia uvedeného iného aktu Únie majú prednosť pred touto smernicou.
8. Touto smernicou nie je dotknutá ochrana jednotlivcov so zreteľom na spracovanie osobných údajov.
9. Pokiaľ to v tejto smernici nie je konkrétne upravené, táto smernica sa nedotýka vnútroštátneho všeobecného zmluvného práva, napríklad pravidiel týkajúcich sa platnosti alebo účinkov zmlúv vrátane dôsledkov ukončenia zmluvy.

Článok 4

Rozsah harmonizácie

Členské štáty neponechajú v platnosti ani nezavedú ustanovenia, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tejto smernice, vrátane prísnejších či menej prísnych ustanovení, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň ochrany spotrebiteľa.

Článok 5

Dodanie digitálneho obsahu

1. V rámci plnenia zmluvy o dodaní digitálneho obsahu dodávateľ dodá digitálny obsah
 - a) spotrebiteľovi alebo
 - b) tretej strane, ktorá prevádzkuje fyzický alebo virtuálny nástroj umožňujúci dostupnosť digitálneho obsahu spotrebiteľovi alebo prístup k nemu, ktorý si spotrebiteľ zvolil na prijímanie digitálneho obsahu.
2. Dodávateľ dodá digitálny obsah bezprostredne po uzavretí zmluvy, pokiaľ sa strany nedohodli inak. Dodávka sa považuje za uskutočnenú, keď sa digitálny obsah dodá spotrebiteľovi alebo, ak sa uplatňuje odsek 1 písm. b), tretej strane podľa výberu spotrebiteľa, podľa toho, čo nastane skôr.

Článok 6

Súlad digitálneho obsahu so zmluvou

1. Aby bol digitálny obsah v súlade so zmluvou, musí podľa konkrétnych okolností:
 - a) byť v množstve, kvalite, trvaní a verzií a mať funkčnosť, interoperabilitu a iné výkonnostné vlastnosti, ako napríklad prístupnosť, kontinuitu a bezpečnosť, ako sa vyžadujú v zmluve, vrátane predzmluvných informácií, ktoré tvoria neoddeliteľnú súčasť zmluvy;
 - b) byť vhodný na každý konkrétny účel, na ktorý ho spotrebiteľ žiada, s ktorým bol dodávateľ oboznámený v čase uzavretia zmluvy a akceptoval ho;
 - c) byť dodaný spolu s prípadnými pokynmi na použitie a asistenčnými službami zákazníkom, ako sa stanovuje v zmluve, a
 - d) byť aktualizovaný, ako sa stanovuje v zmluve.
2. Pokiaľ zmluva nestanovuje požiadavky na digitálny obsah podľa odseku 1, a to v prípade potreby jasným a vyčerpávajúcim spôsobom, digitálny obsah musí byť vhodný na účely, na ktoré sa digitálny obsah rovnakého charakteru bežne používa vrátane jeho funkčnosti, interoperability a iných výkonnostných vlastností, napríklad prístupnosti, kontinuity a bezpečnosti, berúc pritom do úvahy:
 - a) či sa digitálny obsah dodáva výmenou za zaplatenie ceny alebo za protiplnenie iné než peniaze;
 - b) ak je to relevantné, všetky existujúce medzinárodné technické normy, alebo ak takéto technické normy neexistujú, platné odvetvové kódexy správania a osvedčené postupy, a
 - c) každé verejné vyhlásenie zo strany dodávateľa alebo v jeho mene, alebo osôb z predchádzajúcich článkov reťazca transakcií, pokiaľ dodávateľ nepreukáže, že
 - i) z racionálnych dôvodov si nebol alebo nemohol byť vedomý predmetného vyhlásenia;
 - ii) do uzatvorenia zmluvy bolo vyhlásenie ešte opravené;
 - iii) rozhodnutie nadobudnúť digitálny obsah nemohlo byť ovplyvnené daným vyhlásením.

3. Ak zmluva stanovuje, že sa digitálny obsah dodáva počas určitého obdobia, tento digitálny obsah musí byť v súlade so zmluvou po celý čas trvania daného obdobia.
4. Pokiaľ nie je dohodnuté inak, digitálny obsah sa musí dodať v súlade s najnovšou verziou digitálneho obsahu, ktorá bola k dispozícii v čase uzavretia zmluvy.
5. S cieľom zabezpečiť súlad so zmluvou musí digitálny obsah spĺňať aj požiadavky článkov 7 a 8.

Článok 7

Integrácia digitálneho obsahu

Ak sa digitálny obsah nesprávne integruje do digitálneho prostredia spotrebiteľa, každý nesúlad vyplývajúci z nesprávnej integrácie sa považuje za nesúlad digitálneho obsahu, ak:

- a) digitálny obsah bol integrovaný dodávateľom alebo v rámci jeho zodpovednosti, alebo
- b) digitálny obsah mal integrovať spotrebiteľ a nesprávnu integráciu zapríčinili nedostatky v pokynoch na integráciu, ak boli tieto pokyny dodané v súlade s článkom 6 ods. 1 písm. c) alebo mali byť dodané v súlade s článkom 6 ods. 2.

Článok 8

Práva tretích osôb

1. V čase, keď sa digitálny obsah dodá spotrebiteľovi, sa naň nesmú vzťahovať žiadne práva tretej strany vrátane práv duševného vlastníctva, aby sa tak digitálny obsah mohol používať v súlade so zmluvou.
2. Ak sa digitálny obsah dodáva spotrebiteľovi v priebehu určitého obdobia, dodávateľ zabezpečí, aby sa naň počas trvania tohto obdobia nevzťahovali žiadne práva tretej strany vrátane práv duševného vlastníctva, aby sa tak digitálny obsah mohol používať v súlade so zmluvou.

Článok 9

Dôkazné bremeno

1. Dôkazné bremeno, pokiaľ ide o súlad so zmluvou v čase uvedenom v článku 10, znáša dodávateľ.
2. Odsek 1 sa neuplatní, ak dodávateľ preukáže, že digitálne prostredie spotrebiteľa nezodpovedá požiadavkám interoperability a ďalším technickým požiadavkám digitálneho obsahu a ak dodávateľ informoval spotrebiteľa o takýchto požiadavkách ešte pred uzavretím zmluvy.
3. Spotrebiteľ musí spolupracovať s dodávateľom v rozsahu možnom a potrebnom na určenie digitálneho prostredia spotrebiteľa. Povinnosť spolupracovať sa obmedzuje na technicky dostupné prostriedky, ktoré sú najmenej rušivé pre spotrebiteľa. Ak spotrebiteľ nespolupracuje, dôkazné bremeno, pokiaľ ide o nesúlad so zmluvou, znáša spotrebiteľ.

Článok 10

Zodpovednosť dodávateľa

Dodávateľ zodpovedá spotrebiteľovi za:

- a) akékoľvek zlyhanie pri dodaní digitálneho obsahu;
- b) akýkoľvek nesúlad, ktorý existuje v čase, keď sa digitálny obsah dodáva, a
- c) pokiaľ zmluva stanovuje, že sa digitálny obsah poskytuje v priebehu určitého obdobia, za akýkoľvek nesúlad počas trvania daného obdobia.

Článok 11

Náprava v prípade nedodania

Ak dodávateľ nedodal digitálny obsah podľa článku 5, spotrebiteľ má právo okamžite ukončiť zmluvu podľa článku 13.

Článok 12

Prostriedky nápravy v prípade nesúladu so zmluvou

1. V prípade nesúladu so zmluvou má spotrebiteľ nárok na uvedenie digitálneho obsahu do súladu so zmluvou bezplatne, pokiaľ to nie je nemožné, neprimerané alebo protiprávne.
Uvedenie digitálneho obsahu do súladu so zmluvou sa považuje za neprimerané, ak sú náklady, ktoré z neho vyplývajú dodávateľovi, neúmerné. Pri rozhodovaní o tom, či sú náklady neúmerné, sa berie do úvahy:
 - a) hodnota, ktorú by mal digitálny obsah, ak by bol v súlade so zmluvou, a
 - b) závažnosť nesúladu so zmluvou z hľadiska dosiahnutia účelu, na ktorý by sa digitálny obsah rovnakého druhu bežne používal.
2. Dodávateľ uvedie digitálny obsah do súladu so zmluvou podľa odseku 1 v primeranej lehote od okamihu, keď ho spotrebiteľ informoval o nesúlade so zmluvou, a to bez toho, aby spôsobil spotrebiteľovi závažné ťažkosti, pričom zohľadní povahu digitálneho obsahu a účel, na ktorý spotrebiteľ žiadal tento digitálny obsah.
3. Spotrebiteľ má nárok buď na primerané zníženie ceny spôsobom uvedeným v odseku 4, ak sa digitálny obsah dodáva za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny, alebo na ukončenie zmluvy podľa odseku 5 a článku 13, ak
 - a) prostriedok nápravy s cieľom uviesť digitálny obsah do súladu je nemožný, neprimeraný alebo protiprávny;
 - b) dodávateľ neukončil nápravu v lehote uvedenej v odseku 2;
 - c) prostriedok nápravy s cieľom uviesť digitálny obsah do súladu by bol spojený so značnými ťažkosťami pre spotrebiteľa, alebo
 - d) dodávateľ vyhlásil alebo je na základe daných okolností rovnako zrejmé, že dodávateľ neuvedie digitálny obsah do súladu so zmluvou.
4. Zníženie ceny musí byť úmerné zníženej hodnote digitálneho obsahu, ktorý spotrebiteľ dostal, v porovnaní s hodnotou digitálneho obsahu, ktorý je v súlade so zmluvou.

5. Spotrebiteľ môže ukončiť zmluvu iba vtedy, ak nesúlad so zmluvou ohrozuje funkčnosť, interoperabilitu a ostatné hlavné výkonnostné charakteristiky digitálneho obsahu, napríklad jeho prístupnosť, kontinuitu a bezpečnosť, ak sa vyžadujú podľa článku 6 ods. 1 a 2. Dôkazné bremeno, že nesúlad so zmluvou nenaruša funkčnosť, interoperabilitu a ostatné hlavné výkonnostné charakteristiky digitálneho obsahu, znáša dodávateľ.

Článok 13

Ukončenie zmluvy

1. Spotrebiteľ má právo ukončiť zmluvu oznámením zaslaným dodávateľovi akýmkoľvek spôsobom.
2. Ak spotrebiteľ ukončí zmluvu:
 - a) dodávateľ vráti spotrebiteľovi zaplatenú sumu bez zbytočného odkladu a v každom prípade najneskôr do 14 dní od prijatia oznámenia;
 - b) dodávateľ prijme všetky opatrenia, ktoré od neho možno očakávať, aby sa zdržal využitia nefinančného protiplnenia, ktoré spotrebiteľ poskytol výmenou za digitálny obsah, a akýchkoľvek iných údajov zhromaždených dodávateľom v súvislosti s dodaním digitálneho obsahu vrátane všetkého obsahu poskytovaného spotrebiteľom s výnimkou obsahu, ktorý spotrebiteľ vytvoril a naďalej využíva spoločne s inými;
 - c) dodávateľ musí spotrebiteľovi poskytnúť prostriedky na spätné získanie všetkého obsahu, ktorý spotrebiteľ poskytol, a všetkých ostatných údajov, ktoré spotrebiteľ vytvoril alebo ktoré boli vygenerované používaním digitálneho obsahu spotrebiteľom, a to v rozsahu, v akom tieto údaje uchovával dodávateľ. Spotrebiteľ má nárok na spätné získanie obsahu bezplatne a bez závažných ťažkostí v primeranom čase a v bežne používanom formáte údajov;
 - d) ak digitálny obsah nebol dodaný na trvanlivom nosiči, spotrebiteľ sa musí zdržať používania digitálneho obsahu, resp. jeho sprístupňovania tretím stranám, a to najmä tým, že vymaže digitálny obsah alebo ho inak urobí nečitateľným;
 - e) ak bol digitálny obsah dodaný na trvanlivom nosiči, spotrebiteľ musí:
 - i) na žiadosť dodávateľa vrátiť trvanlivý nosič na náklady dodávateľa bez zbytočného odkladu a v každom prípade najneskôr do 14 dní po doručení žiadosti dodávateľa a
 - ii) vymazať všetky použiteľné kópie digitálneho obsahu, urobiť ich nečitateľnými alebo sa inak zdržať ich používania či sprístupňovania tretím stranám.
3. Po ukončení zmluvy môže dodávateľ zabrániť akémukoľvek ďalšiemu používaniu digitálneho obsahu spotrebiteľom, a to najmä tým, že zamedzí prístup spotrebiteľa k digitálnemu obsahu alebo deaktivuje užívateľský účet spotrebiteľa bez toho, aby bol dotknutý odsek 2 písm. c).
4. Spotrebiteľ nie je povinný zaplatiť za prípadné použitie digitálneho obsahu v období pred ukončením zmluvy.

5. Ak bol digitálny obsah dodaný za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny a v priebehu obdobia stanoveného v zmluve, spotrebiteľ môže ukončiť zmluvu len za tú časť obdobia, počas ktorej digitálny obsah nebol v súlade so zmluvou.
6. Ak spotrebiteľ ukončí časť zmluvy v súlade s odsekom 5, uplatňuje sa odsek 2 s výnimkou písm. b), pokiaľ ide o obdobie, počas ktorého bol digitálny obsah v súlade so zmluvou. Dodávateľ vráti spotrebiteľovi časť zaplatenej ceny zodpovedajúcej obdobiu, počas ktorého digitálny obsah nebol v súlade so zmluvou.

Článok 14

Právo na náhradu škody

1. Dodávateľ zodpovedá spotrebiteľovi za všetky hospodárske škody v digitálnom prostredí spotrebiteľa, zapríčinené nesúladosom so zmluvou alebo nedodaním digitálneho obsahu. Náhrada škody musí spotrebiteľovi zaistiť situáciu, ktorá by sa čo najviac priblížila k situácii, v ktorej by spotrebiteľ bol, keby mu bol digitálny obsah dodaný riadne a v súlade so zmluvou.
2. Členské štáty stanovujú podrobné pravidlá pre výkon práva na náhradu škody.

Článok 15

Modifikácia digitálneho obsahu

1. Ak zmluva stanovuje, že sa digitálny obsah bude dodávať v priebehu obdobia stanoveného v zmluve, dodávateľ môže zmeniť funkčnosť, interoperabilitu a ostatné hlavné výkonnostné charakteristiky digitálneho obsahu, napríklad jeho dostupnosť, kontinuitu a bezpečnosť – za predpokladu, že tieto zmeny nemajú nepriaznivý vplyv na prístup alebo používanie digitálneho obsahu spotrebiteľom –, a to iba vtedy, keď:
 - a) tak stanovuje zmluva;
 - b) spotrebiteľ je o modifikácii informovaný v dostatočnom predstihu formou výslovného oznámenia na trvanlivom nosiči;
 - c) spotrebiteľ môže ukončiť zmluvu bez akýchkoľvek sankcií najmenej do 30 dní od prijatia oznámenia a
 - d) po ukončení zmluvy v súlade s písmenom c) spotrebiteľ dostane k dispozícii technické prostriedky na spätné získanie všetkého obsahu poskytnutého v súlade s článkom 13 ods. 2 písm. c).
2. Ak spotrebiteľ ukončí zmluvu v súlade s odsekom 1, podľa konkrétnych okolností
 - a) dodávateľ vráti spotrebiteľovi časť zaplatenej ceny zodpovedajúcej obdobiu po modifikácii digitálneho obsahu;
 - b) dodávateľ sa zdrží využitia nefinančného protiplnenia, ktoré spotrebiteľ poskytol výmenou za digitálny obsah, ako aj všetkých iných údajov zhromaždených dodávateľom v súvislosti s dodaním digitálneho obsahu vrátane akéhokoľvek obsahu, ktorý poskytol spotrebiteľ.

Článok 16

Právo na ukončenie dlhodobých zmlúv

1. Ak zmluva stanovuje dodávanie digitálneho obsahu na dobu neurčitú alebo ak pôvodné trvanie zmluvy alebo akákoľvek kombinácia období predĺženia presahujú 12 mesiacov, spotrebiteľ má nárok ukončiť zmluvu kedykoľvek po uplynutí prvých 12 mesiacov.
2. Spotrebiteľ má právo ukončiť zmluvu oznámením zaslaným dodávateľovi akýmkoľvek spôsobom. Ukončenie zmluvy nadobúda účinnosť 14 dní po prijatí oznámenia.
3. Keď sa digitálny obsah dodáva za protiplnenie spočívajúce v zaplatení ceny, spotrebiteľ je naďalej povinný zaplatiť časť ceny za digitálny obsah dodaný počas obdobia pred nadobudnutím účinnosti ukončenia.
4. Ak spotrebiteľ ukončí zmluvu v súlade s týmto článkom:
 - a) dodávateľ prijme všetky opatrenia, ktoré od neho možno očakávať, aby sa zdržal použitia iného ako peňažného protiplnenia, ktoré spotrebiteľ poskytol výmenou za digitálny obsah, ako aj akýchkoľvek iných údajov zhromaždených dodávateľom a týkajúcich sa digitálneho obsahu vrátane obsahu poskytnutého spotrebiteľom;
 - b) dodávateľ musí spotrebiteľovi poskytnúť všetky prostriedky na spätné získanie všetkého obsahu, ktorý spotrebiteľ poskytol, a všetkých ostatných údajov, ktoré spotrebiteľ vyprodukoval alebo ktoré boli vygenerované používaním digitálneho obsahu spotrebiteľom, a to v rozsahu, v akom tieto údaje uchovával dodávateľ. Spotrebiteľ má nárok na spätné získanie obsahu bezplatne a bez závažných ťažkostí v primeranom čase a v bežne používanom formáte údajov a
 - c) ak je to relevantné, spotrebiteľ vymaže všetky použiteľné kópie digitálneho obsahu, urobí ich nečitateľnými alebo sa inak zdrží ich používania či sprístupňovania tretím stranám.
5. Po ukončení zmluvy môže dodávateľ zabrániť akémukoľvek ďalšiemu používaniu digitálneho obsahu spotrebiteľom, a to najmä tým, že zamedzí prístup spotrebiteľa k digitálnemu obsahu alebo deaktivuje užívateľský účet spotrebiteľa bez toho, aby bol dotknutý odsek 4 písm. b).

Článok 17

Právo na nápravu

Ak dodávateľ nesie voči spotrebiteľovi zodpovednosť za akékoľvek zlyhanie pri dodaní digitálneho obsahu alebo za nesúlad so zmluvou spôsobený konaním alebo opomenutím osoby v predchádzajúcich článkoch reťazca transakcií, dodávateľ má právo uplatniť nárok na nápravu voči zodpovednej osobe alebo osobám v reťazci transakcií. Osoba, voči ktorej sa dodávateľ môže domáhať nápravných opatrení, ako aj príslušné opatrenia a podmienky výkonu, sa určia vo vnútroštátnych právnych predpisoch.

Článok 18

Výkon práva

1. Členské štáty zabezpečia, aby existovali primerané a účinné prostriedky na zabezpečenie súladu s touto smernicou.
2. Prostriedky uvedené v odseku 1 musia obsahovať ustanovenia, ktoré umožnia jednému alebo viacerým z nasledujúcich orgánov určených podľa vnútroštátnych právnych predpisov podať návrh na začatie konania pred súdmi alebo príslušnými správnymi orgánmi s cieľom zabezpečiť uplatnenie vnútroštátnych predpisov na transpozíciu tejto smernice:
 - a) orgány verejnej moci alebo ich zástupcovia;
 - b) spotrebiteľské organizácie, ktoré majú legitímny záujem na ochrane spotrebiteľov;
 - c) profesijné organizácie, ktoré majú legitímny záujem na konaní.

Článok 19

Obligatórny charakter

Pokiaľ sa v tejto smernici neustanovuje inak, pre spotrebiteľa nie sú záväzné žiadne zmluvné podmienky, ktoré na úkor spotrebiteľa vylučujú uplatňovanie vnútroštátnych opatrení, ktorými sa transponuje táto smernica, ktoré sa od nich odchyľujú alebo menia ich účinky predtým, než spotrebiteľ informuje dodávateľa o nesúlade so zmluvou.

Článok 20

Zmeny smernice 1999/44/ES, nariadenia (ES) č. 2006/2004 a smernice 2009/22/ES

1. V článku 1 ods. 2 smernice 1999/44/ES sa písmeno b) nahrádza takto:

„b) spotrebný tovar je akýkoľvek hmotný hnutel'ný predmet s výnimkou:

 - *tovaru predaného formou exekúcie alebo iným spôsobom na základe zákonnej moci,*
 - *vody a plynu, keď sa nepredávajú v obmedzenom objeme alebo stanovenom množstve,*
 - *elektrickej energie,*
 - *trvanlivého nosiča s digitálnym obsahom, ak sa používa výhradne ako nosič digitálneho obsahu pre spotrebiteľa, ako sa uvádza v smernici (EÚ) N/XXX³⁹.“*
2. V prílohe k nariadeniu (ES) č. 2006/2004 sa dopĺňa tento bod:

„21. Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) N/XXX z XX/XX/201X o zmluvách o dodávaní digitálneho obsahu (Ú. v. EÚ...)“
3. V prílohe I k smernici 2009/22/ES sa dopĺňa tento bod:

„16. Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) N/XXX z XX/XX/201X o zmluvách o dodávaní digitálneho obsahu (Ú. v. EÚ...)“

39

Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) N/Xxx z.... o zmluvách na dodávanie digitálneho obsahu (Ú. v. EÚ...).

Článok 21

Transpozícia

1. Členské štáty uvedú do účinnosti zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia potrebné na dosiahnutie súladu s touto smernicou najneskôr do [dátum dva roky po nadobudnutí účinnosti].
2. Členské štáty uvedú priamo v prijatých ustanoveniach alebo pri ich úradnom uverejnení odkaz na túto smernicu. Podrobnosti o odkaze upravujú členské štáty.
3. Členské štáty oznámia Komisii znenie ustanovení vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré prijímajú v oblasti pôsobnosti tejto smernice.

Článok 22

Preskúmanie

Komisia najneskôr do [dátum päť rokov po nadobudnutí účinnosti] preskúma uplatňovanie tejto smernice a predloží správu Európskemu parlamentu a Rade. V správe sa okrem iného preskúmajú dôvody na harmonizáciu pravidiel uplatniteľných na zmluvy na dodávanie digitálneho obsahu za iné protiplnenie, než na ktoré sa vzťahuje táto smernica, najmä pokiaľ ide o dodávky za reklamu alebo nepriame zhromažďovanie údajov.

Článok 23

Nadobudnutie účinnosti

Táto smernica nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom po jej uverejnení v Úradnom vestníku Európskej únie.

Článok 24

Adresáti

Táto smernica je určená členským štátom.

V Bruseli

*Za Európsky parlament
predseda*

*Za Radu
predseda*