



**Evropské
spotřebitelské
centrum
pro ČR**

ECC-Net



Sít' Evropských spotřebitelských center – elektronický obchod

© 2006 ESC při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR

- I. Hlavní cíle a poslání
Evropských spotřebitelských
center**

- II. Elektronický obchod z
pohledu Evropských
spotřebitelských center**

HLAVNÍ CÍLE A POSLANÍ ESC

- **Spotřebitelé musí mít možnost využívat výhod nejlepších obchodů, které nabízí Evropská unie, a musí mít pocit důvěry při nákupech jak doma, tak za hranicemi**
- **Sít' Evropských spotřebitelských center je sít' působící v rámci EU, jež poskytuje informace o přeshraničních nákupech, zajišťuje informovanost spotřebitelů o jejich právech a poskytuje jim podporu v případě stížnosti**

Kontext a potřeba postupu na evropské úrovni

1. Co znamená výraz přeshraniční nákupy?
2. Proč Evropská unie podporuje spotřebitele, aby nakupovali za hranicemi?
3. Co omezuje přeshraniční obchod?

Co znamená výraz přeshraniční nákupy?

Přeshraniční nákup je **každý nákup**, který občané EU (buď osobně nebo na dálku) uskuteční u maloobchodníků nebo poskytovatelů **v jiném členském státě**.

Proč Evropská unie podporuje spotřebitele, aby nakupovali za hranicemi?

- Vnitřní trh Evropské unie a zavedení eura umožnily rozvoj nakupování po internetu.
- V Evropské unii je **450 milionů spotřebitelů**
- V EU v současné době využívá výhod plynoucích z nákupu **zboží nebo služeb od obchodníků v jiných členských státech zhruba čtvrtina spotřebitelů.**

Výsledky průzkumu podle Eurobarometru

(Consumer protection in the Internal Market –
September 2006)

Počet občanů EU nakupujících přes hranice (v %)

Lucembursko 67%	Irsko 33%	Kypr 23%
Rakousko 56%	Spojené království 33%	Polsko 17%
Dánsko 54%	Česká republika 31%	Itálie 16%
Švédsko 54%	Slovensko 30%	Maďarsko 16%
Finsko 49%	Malta 27%	Lotyšsko 15%
Belgie 45%	EU (25) 26%	Španělsko 11%
Nizozemsko 44%	Francie 25%	Portugalsko 11%
Slovinsko 44%	Estonsko 25%	Řecko 7%
SRN 34%	Litva 24%	

Co omezuje přeshraniční obchod?

- **Spotřebitelé nemají stejný stupeň důvěry v obchodníky z jiných zemí EU.**
- **Mnoho občanů odrazují přeshraniční transakce vzhledem k nutnosti používat cizí jazyk.**
- **Jednotlivci nejsou informováni o možnostech a podpoře, která jim je k dispozici**

Důležité údaje

- V průzkumu z roku 2004 uvedla **více než polovina spotřebitelů EU**, že by využili spotřebitelské sítě pro získání **informací o řešení sporů** a více než 50% souhlasilo s tím, že by využili této sítě k **podání a projednání žaloby**.
- V roce 2005 obdržela síť ESC více než **42 000 žádostí** o informace, o vyřešení stížností a sporů.
- **Nejvyšší počet stížností**, které dostala síť Evropských spotřebitelských center, pochází **od pasažérů leteckých společností**, což tvoří přibližně 10% celkových případů řešených v roce 2005.

POSTUP EVROPSKÉ UNIE

- 1. Co to je síť Evropských spotřebitelských center a kdy byla založena?**
- 2. Jaká je úloha sítě ESC a jaké poskytuje služby?**
- 3. Jakým způsobem probíhá financování sítě ESC?**

Co to je síť Evropských spotřebitelských center a kdy byla založena?

V roce **2005** zahájila Evropská unie projekt vytvoření sítě Evropských spotřebitelských center (ECC—Net)

V současné době je do sítě zapojeno **27** Evropských spotřebitelských center (ESC), včetně Islandu a Norska

Jaká je úloha sítě ESC a jaké poskytuje služby?

Sít' ESC informuje spotřebitele o možnostech, které jim nabízí vnitřní trh, a poskytuje informace o předpisech EU i jednotlivých států.

Poskytuje konzultace a podporu jednotlivcům při řešení stížností a sporů.

Na požádání zajišťuje sít' občanům pomoc při překladu jejich stížností do cizího jazyka.

Sít' ESC často poskytuje pomoc spotřebitelům při dosažení dohody prostřednictvím alternativního řešení sporů (Alternative Dispute Resolution — ADR).

Sít' ESC spolupracuje s ostatními sítěmi působícími na úrovni EU.

Poskytováním přímé zpětné vazby ohledně konkrétních otázek týkajících se spotřebitelů sít' ESC zároveň poskytuje Evropské komisi cenné informace v oblasti spotřebitelské politiky.

Jakým způsobem probíhá financování sítě ESC?

Na financování sítě ESC se podílejí jednotlivé členské státy a Evropská unie.

V roce 2006 přispívá EU na podporu Evropských spotřebitelských center částkou přibližně **4 milióny eur**.

Shrnutí základních činnosti Evropských spotřebitelských center

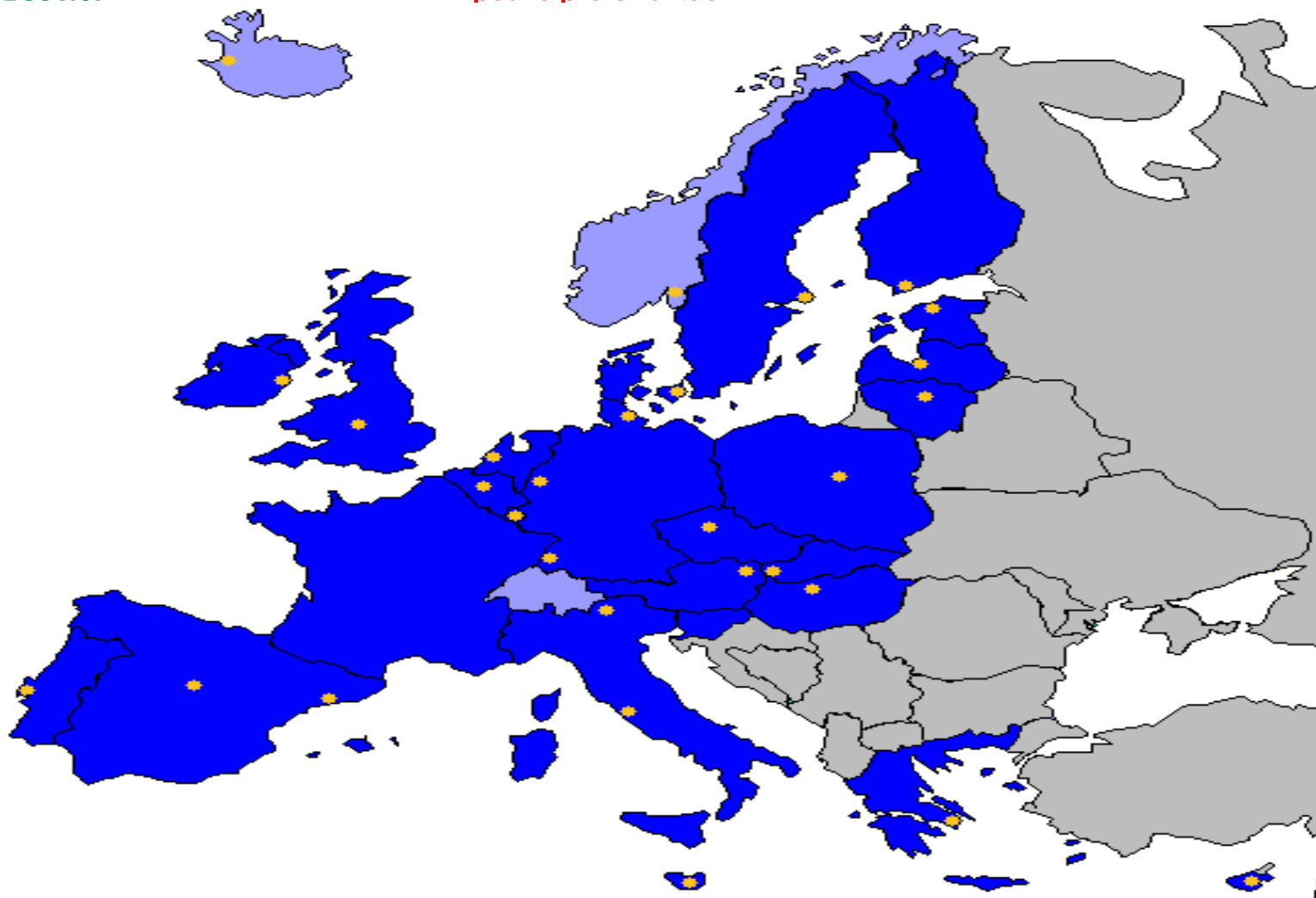
- Evropská spotřebitelská centra spolupracují s celou řadou ostatních evropských sítí.
- Informují občany o jejich právech, která mají jako spotřebitelé.
- Pomáhají spotřebitelům řešit problémy v oblasti přeshraničních nákupů.
- V případě potřeby pomáhají ESC spotřebitelům sepsat stížnost.
- Mohou také upozornit spotřebitele na možnost alternativního řešení sporů (ADR).
- Pokud je zahájen proces alternativního řešení sporů, přechází stížnost do kategorie sporu.
- Fungují jako zdroj vstupních informací pro novou spotřebitelskou politiku EU.

Historický přehled

- 1. 1991** — Evropská unie začíná zakládat spotřebitelská střediska **Euroguichet** za účelem poskytnutí informací a pomoci v oblasti přeshraničního obchodu.
- 2. 2001** — Zahájení činnosti **Evropské sítě pro mimosoudní urovnání sporů** (European Extra—Judicial Network — EEJ—Net), jejímž úkolem je pomoci spotřebitelům při řešení jejich sporů pomocí alternativního řešení (ADR).
- 3. 2005** — Síť Euroguichet a EEJ—Net se sloučily a vytvořily **sít' Evropských spotřebitelských center** (ECC—Net).

Sít' evropských spotřebitelských center

pouze pro orientaci



II. Elektronický obchod z pohledu Evropských spotřebitelských center

Elektronický obchod v EU

- **Poznátky 22 ESC**
- **Statistické údaje zahrnují pouze přeshraniční elektronické prodeje výrobků**
- **Prezentace podle jednotlivých zemí a souhrnné statistické údaje**
- **Příklady častých stížností**
- **Speciální témata: Podvod, svěřenecké společnosti, aukce na internetu, tipy pro vyhnutí se podvodu, obecné tipy pro nakupování on-line, vymáhání**



Evropský elektronický trh – přehraniční případy v roce 2005



Během roku 2005 síť ESC obdržela **3,780**
přeshraničních případů

z toho **1,946** bylo žádostí o informace

1,834 činily stížnosti a spory

Evropský elektronický trh - stížnosti spotřebitelů 2005

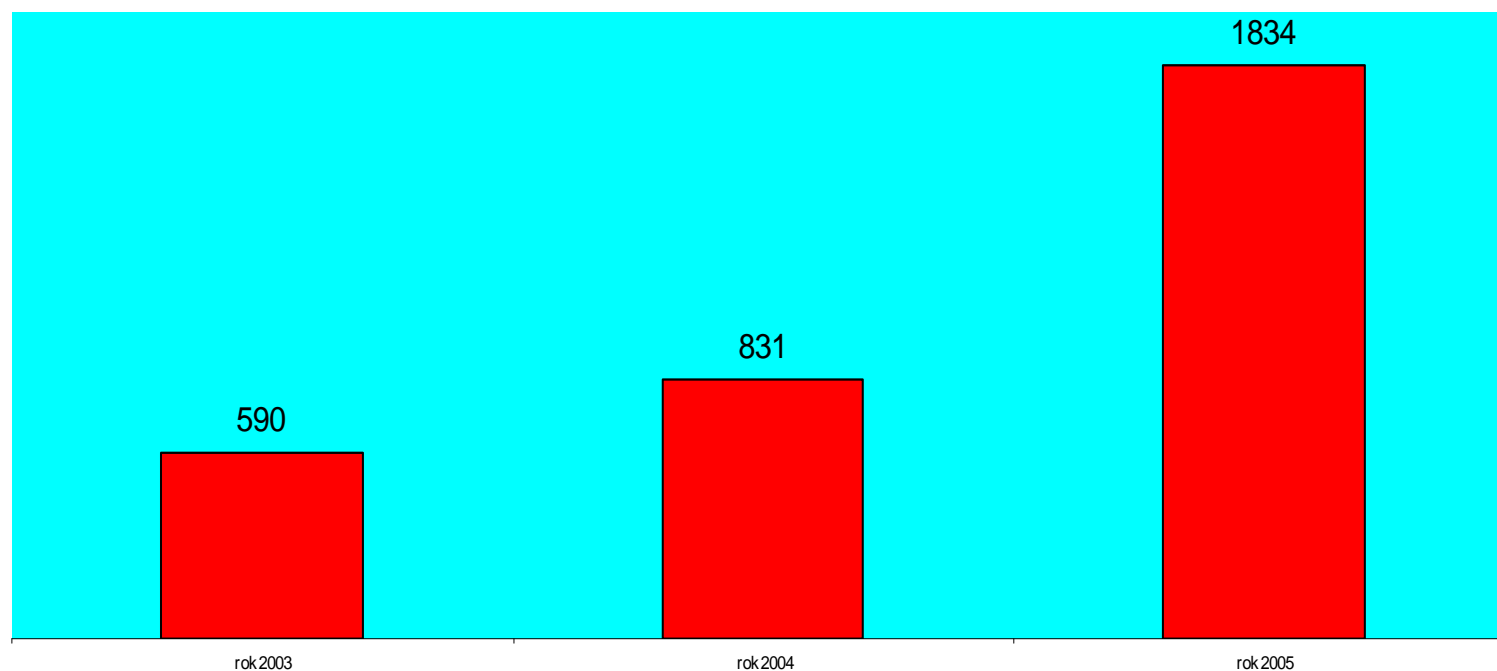
Počet přeshraničních stížností a sporů zaznamenaných sítí ESC:

2003: 590

2004: 831

2005: 1 834

Elektronický obchod - přehraniční stížnosti registrované sítě ESC v letech 2003 -2005



Země původu – obchodníci na internetu 2005

(umístění a počet případů v roce 2004)

■ Německo:	607 případů	(1. místo: 265)
■ Spojené království:	282 případů	(2.: 108)
■ Francie:	256 případů	(3.: 77)
■ Nizozemsko:	108 případů	(5.: 34)
■ Belgie:	61 případů	(7.: 25)
■ USA:	58 případů	(4.: 41)
■ Španělsko:	49 případů	(8.: 20)
■ Itálie:	45 případů	(10.: 12)
■ Irsko:	45 případů	(15.: 5)
■ Švédsko:	42 případů	(11.: 11)

Země původu – spotřebitelé 2005

(umístění a počet případů v roce 2004)

■ Švédsko:	331 případů	(1. místo: 225)
■ Francie:	200 případů	(8.: 29)
■ Irsko:	185 případů	(6.: 48)
■ Finsko:	128 případů	(2. 171)
■ Belgie:	110 případů	(7.: 42)
■ Lucembursko:	110 případů	(4.: 54)
■ UK:	110 případů	(3.: 64)
■ Německo:	93 případů	(9.: 27)
■ Portugalsko:	89 případů	(11.: 25)
■ Španělsko:	75 případů	(13.: 17)

Počet případů elektronického obchodu zaznamenaných ESC Praha (květen-prosinec 2005)

Celkový počet	26
z toho:	
Stížnosti a spory	24
Žádosti o informace	2

Nejobvyklejší důvody pro stížnosti nebo spory

- **Dodání výrobku – 46 %**
 - nedodání zboží 38 %
- **Výrobek – 25 %**
 - vadný výrobek 17 %
 - nebyl v souladu s objednávkou 5 %
- **Cena a platba – 8 %**
- **Smluvní podmínky – 8 %**
 - problémy ohledně lhůty na rozmyšlenou 5 %

Komentář k problematice nedodání zboží

- **695** případů ohlášených síti ECC v roce 2005
- mezi největší příčiny patří pravděpodobně neadekvátní přístup, slabá administrativa nebo internetový obchodník nemá k dispozici (na skladu) zboží, které uvádí v reklamní kampani. Jsou to tedy případy podvodu.

- **Podvod**
- **Svěřenecké společnosti**
- **Aukce na internetu**
- **Tipy pro vyhnutí se podvodu**
- **Obecné tipy pro nakupování on-line**
- **Vymáhání**

Elektronický obchod a „trustmark“

Obecná definice „trustmark“ jako nástroje samoregulace

Cílem „trustmark“ je zejména:

- zvyšovat důvěru spotřebitelů v určitý výrobek, službu, která je považována za důvěryhodnou na základě "trustmark" vydané certifikačním orgánem
- poskytovat spotřebitelům větší možnost posoudit spolehlivost a důvěryhodnost informací o výrobcích a službách.

Závěrečné poznámky

- Zjištění za rok 2005 potvrzují problémy zaznamenané v předchozích letech
- Nárůst stížností je pozoruhodný
- Podvodné aktivity znamenají hrozbu pro důvěru spotřebitelů
- Je nezbytné zlepšit podmínky pro spotřebitele v oblasti mimosoudních řešení sporů nebo iniciovat soudní spory vůči zahraničním internetovým obchodníkům



Nové internetové adresy Evropského spotřebitelského centra Praha



česká verze:

www.mpo.cz/esc

anglická verze:

www.mpocr.eu/ecc

Děkuji Vám za pozornost.

Ing. Zdeněk Sváta

svata@mpo.cz

224062683