

Veźměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

# **Rozhodné právo a soudní pravomoc u obchodních transakcí prostřednictvím Internetu, I.**

Pro ilustraci problémů, s nimiž se společnosti obchodující prostřednictvím Internetu setkávají, bych uvedl nedávný spor mezi americkou společností Yahoo!, Inc. („Yahoo“) a několika zájmovými organizacemi z Francie.

Yahoo je poskytovatelem služeb na Internetu provozujícím několik webových stránek a služeb umožňujících přístup k službám sítě Internet.

Internet má stále větší význam pro mezinárodní obchodní činnost, přes řadu úpadků významných internetových firem v celém světě, k nimž došlo v posledních dvou letech. Statistické přehledy a prognózy říkají, že do roku 2005 by měla být na celém světě téměř miliarda uživatelů Internetu. Největší počet uživatelů je v USA, které jsou následovány Evropou a Asijsko-Pacifickým regionem. Objem transakcí prováděných prostřednictvím Internetu dosahuje již nyní řádu stovek bilionů dolarů ve vztahu k transakcím mezi podnikateli a jen o něco méně ve spotřebitelských transakcích.

Internet je svojí povahou mezinárodním médiem a velká část transakcí prováděných prostřednictvím Internetu obsahuje jeden nebo více mezinárodních prvků – ať již jde o pouhé prohlížení různých webových stránek na Internetu nebo např. nakupování odborných knih ze zahraničí, rezervace zahraniční dovolené aj. Mezinárodním prvkem může přitom být sídlo dodavatele, umístění serveru, na němž je provozována webová stránka, nebo bydliště zákazníka. Rozdílem oproti jiným formám mezinárodních obchodních transakcí je to, že v případě Internetu současně dochází k mnoha transakcím v nejrůznějších zemích, neboť jedna webová stránka obsahující příslušnou obchodní aplikaci je dostupná z celého světa a ze všech počítačů připojených k Internetu.

S rostoucím významem Internetu, jako prostředku obchodu a obchodní činnosti, rostou potřeby podnikatelů znát regulační rámec, kterým se obchodní transakce prostřednictvím Internetu řídí a které mají vztah k mnoha zemím světa, z nichž jsou stávající nebo potenciální zákazníci. V případě sporu by strany měly vědět, před jakými soudy je možné vymoci své nároky, jaké jsou požadavky na uznání a výkon cizích soudních rozhodnutí a jaké jiné mimosoudní možnosti řešení svých sporů jsou k dispozici (rozhodci nebo mediátoři).

Výše uvedené otázky, které si pokládají podnikatelé při přípravě svých obchodních plánů pro oblast Internetu, se zdají v současné době být velmi složitými a stávající soudní praxe ve světě se teprve vyvíjí. Soudní rozhodnutí jsou známa pouze z USA a z některých zemí EU. Pro ilustraci problémů, s nimiž se společnosti obchodující prostřednictvím Internetu setkávají, bych uvedl nedávný spor mezi americkou společností Yahoo!, Inc. („Yahoo“) a několika zájmovými organizacemi z Francie.

Yahoo je poskytovatelem služeb na Internetu provozujícím několik webových stránek a služeb umožňujících přístup k službám sítě Internet. Yahoo provozuje webovou stránku [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) vedenou v anglickém jazyce. Pobočky společnosti Yahoo provozují řadu webových stránek v jiných světových jazycích v nejrůznějších zemích světa (Francie, Indie, Jižní Korea, aj.). Služby poskytované Yahoo zahrnují internetové vyhledávače, hostování osobních webových stránek, e-mail, automatizované aukce, tzv. chat rooms, aj. Společnost Yahoo prakticky nekontroluje ani nemonitoruje, jaké předměty nebo dokumenty zákazníci zpřístupňují či nechávají prodat prostřednictvím aukce na webových stránkách provozovaných Yahoo, aj. Kromě jiného je tak možné na stránce Yahoo.com v aukci koupit předměty spojené s nacismem a knihy jej propagující. V řadě zemí, např. ve Francii, je přitom zakázáno takové knihy či předměty nabízet k prodeji. Několik

francouzských zájmových organizací se proto v roce 2000 obrátilo na francouzský soud s požadavkem, aby přikázal americké firmě Yahoo zamezit přístup občanů Francie na webovou stránku nabízející tyto nacistické memorabilie. Soud rozhodl, že společnost Yahoo porušila francouzské zákony, zakazující nabízení nacistických memorabilií za účelem prodeje, s odůvodněním, že webová stránka [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) je přístupná francouzským občanům buď přímo nebo nepřímo prostřednictvím propojení (tzv. link) s webovou stránkou francouzské pobočky Yahoo [www.yahoo.fr](http://www.yahoo.fr). Byl vydán soudní příkaz, pokrývající všechny požadavky žalobců, navíc soudní příkaz obsahoval pokutu 100 000 Euro denně, pokud firma Yahoo příkaz nesplní.

Firma Yahoo se odvolala s tím, že příkaz není technicky proveditelný. Webová stránka [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) je přístupná po celém světě a splnění požadavků francouzského soudu by v praxi znamenalo znemožnění přístupu k příslušným materiálům komukoliv. Francouzský soud si vyžádal posudek soudního znalce a na jeho základě potvrdil svůj příkaz. Firma Yahoo přesto podmínky francouzského soudního příkazu nesplnila. Sice zpřísnila podmínky, k nimž se její zákazníci musí zavázat před tím, než začnou provozovat své webové stránky hostované Yahoo (tyto podmínky výslovně zakazují provádět aukce nacistických nebo rasistických memorabilií), a dále Yahoo zveřejnila podrobnou informaci o francouzských zákonech proti propagaci nacismu a rasové nesnášenlivosti, na webové stránce své francouzské pobočky [www.yahoo.fr](http://www.yahoo.fr). Firma Yahoo požádala soud v USA o vydání rozhodnutí o nevykonatelnosti francouzského soudního příkazu vůči Yahoo v USA. Americký soud v roce 2001 požadavek Yahoo potvrdil. V odůvodnění rozhodnutí odkázal na americké právo pro uznání a výkon cizích soudních rozhodnutí. Splnění podmínek francouzského soudního příkazu by podle něj znamenalo, že přístup na danou webovou stránku by byl znemožněn i občanům USA, což odporuje ústavě USA a v ní deklarované svobodě projevu. Uznání francouzského soudního rozhodnutí by tak bylo v rozporu s veřejnými zájmy USA.

Výše uvedené rozhodnutí ukazuje jeden z možných přístupů ke sporům souvisejícím s Internetem. Totiž že i pouhá pasivní dostupnost webové stránky umožňuje soudu nalézt svou pravomoc projednávat daný spor a rozhodnout o použití národního práva tohoto soudu. Tento přístup však v praxi vede k velkým obtížím, neboť znamená, že firmy, působící na Internetu, by musely znát a dodržovat místní právní předpisy ve všech státech světa, což samozřejmě není možné. Na druhé straně je hodnota takovýchto rozhodnutí sporná, neboť jejich výkon v zemi sídla provozovatele příslušné webové stránky (ve většině případů USA) bývá pravidelně odmítnut s odkazem na ochranu veřejných zájmů, chráněných v příslušném státě.

Mezi hlavní problémy, které brání jednotnějšímu přístupu k otázkám rozhodného práva a soudní pravomoci na Internetu patří následující:

1. Jak posuzovat internetový prostor neboli Cyberspace?

Je to místo, prostředek komunikace nebo technologie? Např. Uživatel přistupuje ke vzdálenému serveru a z něj stahuje materiály (např. knihu). Znamená v tomto případě internetová technologie, že uživatel při nákupu knihy on-line vkročil do jiného místa, kde je umístěn server, nebo se jedné pouze o odlišnou formu komunikace k realizaci nákupu obdobnou jako je telefon, fax nebo satelit?

2. Kde se nachází sídlo nebo bydliště prodávajícího nebo poskytovatele služby prostřednictvím Internetu? Je to tam, kde sídlí nebo se obvykle zdržuje, nebo tam kde je umístěn jeho server, nebo spíše tam, odkud je přístupná webová stránka?

3. Má příslušná transakce prostřednictvím Internetu charakter prodeje zboží nebo poskytnutí služby? V případě nákupu on-line fyzických předmětů je snadno určitelné, zda se jedná o zboží nebo o službu. Nicméně významně roste podíl zboží, které dosud známe spíše či pouze ve fyzické podobě, které v prostředí Internetu je dodáváno v podobě elektronické (např. knihy, softwarové produkty, hudební nahrávky aj.). U těchto předmětů je mnohem obtížněji určitelné, zda se jedná o zboží či službu. Při tom odpověď na tuto otázku je významná pro určení rozhodného práva a aplikovatelné soudní pravomoci.

4. Jakým právem se řídí reklamní a marketingová činnost při získávání zákazníků na Internetu? Jaký je daňový režim internetových transakcí? Bude rozhodné právo reklamy, marketingu a zdanění shodné s právem příslušných obchodních transakcí?

5. Jak ovlivní stanovení rozhodného práva a soudní pravomoci používání inteligentních elektronických robotů, kteří zákazníkům umožňují porovnat ceny a smluvní podmínky dodavatelů z celého světa?

6. Kdy a kde dochází k uzavření smlouvy prostřednictvím Internetu?

Všechny výše uvedené otázky komplikují používání zavedených postupů a standardních pravidel. Ve druhé části bychom chtěli ukázat na to, jak jsou tyto relativně nové problémy řešeny v zahraničí – zejména v zemích EU a v USA. Chtěli bychom rovněž provést srovnání se současným českým právem.

Zbyněk Loebel, Central European Advisory Group

© EPRAVO.CZ - Sbíрка zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Nová „tlačítková“ povinnost pro e-shopy](#)
- [Digital Omnibus: Revoluce v datech, nebo jen nová zátěž pro podnikatele?](#)
- [Darování pro případ smrti nemovité věci zapsané v katastru nemovitostí a určení výše odměny soudního komisaře](#)
- [Flotilová novela: Kdo a kdy musí nově získat licenci k distribuci pojištění?](#)
- [Nová pravidla pro ground handling v EU a jejich dopady na letecký sektor](#)
- [Právní due diligence nemovitostí: na co se v praxi skutečně zaměřit](#)
- [Hmotněprávní opatrovník obchodní korporace: mezi efektivní ochranou a zásahem do korporační autonomie](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 32.: Konkurenční doložka](#)
- [Skryté ujednání v realitní smlouvě - zbytečná hra na schovávanou](#)
- [Odpovědnost člena voleného orgánu dle § 159 OZ a vymezení škody způsobené právnické osobě](#)
- [Vnosy do společného jmění manželů a jejich valorizace v aktuální judikatuře Nejvyššího soudu a Ústavního soudu](#)