

Pozměňovací návrh poslance Petra Dolínka

k vládnímu návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony (Sněmovní tisk 1084/0)

1. Novelizační body 282, 283, 284 a 285 se vypouštějí bez náhrady.
2. V čl. II. Přejícná ustanovení se vypouští bod 15. Následující body 16, 17, 18, 19, 20, 21 a 22 se označují jako body 15, 16, 17, 18, 19, 20 a 21.

Odůvodnění:

1. Vládní návrh zákona primárně do právního řádu ČR transponuje povinnosti vyplývající ze Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972 ze dne 11. prosince 2018, kterou se stanoví evropský kodex pro elektronické komunikace (dále též jen „Směrnice stanovící evropský kodex“).

Kromě toho však vládní návrh zákona upravuje i některé další oblasti, které nejsou provedením požadavků uvedené směrnice.

2. **Mezi návrhy úprav, které nejsou založeny na požadavcích Směrnice stanovící evropský kodex, patří i nově navrhovaná úprava kontaktování účastníků za účelem marketingu. Požadavek na tuto úpravu z uvedené směrnice nevyplývá.**

Směrnice stanovící evropský kodex v otázce uvádění údajů uživatelů v účastnických seznamech pouze v PŘÍLOZE VIII POŽADAVKY NA INFORMACE, KTERÉ MAJÍ BÝT POSKYTNUTY V SOULADU S ČLÁNKEM 102 (POŽADAVKY NA INFORMACE U SMLUV) uvádí požadavek na poskytovatele veřejně dostupných interpersonálních komunikačních služeb založených na číslech poskytnout mj. i informace o právu „*koncových uživatelů rozhodnout o tom, zda mají být jejich osobní údaje uvedeny v účastnickém seznamu, a to, o jaké druhy údajů se jedná, v souladu s článkem 12 směrnice 2002/58/ES*“.

Navrhovaný pozměňovací návrh tak není v rozporu s požadavky vyplývajícími ze Směrnice stanovící evropský kodex; navrhovaný pozměňovací návrh není v rozporu ani s požadavky jiných právních předpisů EU a ani v rozporu s požadavky vyplývajícími z právního řádu ČR.

3. Návrh úpravy kontaktování účastníků za účelem marketingu se týká oblasti, která je již delší dobu považována za problémovou, a to i ze strany Úřadu pro ochranu osobních údajů a Českého telekomunikačního úřadu. **Je tedy žádoucí tuto oblast upravit.**

4. **Úprava obsažená ve vládním návrhu však nepředstavuje skutečné, dlouhodobé a funkční řešení a má navíc významný dopad na veškeré poskytovatele služeb spočívajících v kontaktování osob pro marketingové účely – provozovatele „call center“.** Tito provozovatelé by dle vládního návrhu museli fakticky ukončit svou činnost, aniž by tento dopad byl kompenzován přínosem pro spotřebitele, resp. dle terminologie novelizované právní úpravy uživatele. Ohroženo je tak cca 30 % z celkového počtu 6.000 pracovních míst přímo a dalších

10 % nepřímo z důvodu uzavření celých společností, a to vč. osob se zdravotním postižením, když mnohé z nich provozovatelé „call center“ zaměstnávají, a také vč. osob ve výkonu trestu odnětí svobody.

Osoby se zdravotním postižením v současnosti zaměstnávají např. tito provozovatelé call center: Comdata PRO s.r.o., SDZP družstvo, Linnet eu, s.r.o. nebo sales24, s.r.o. Z důvodu zdravotních omezení nemohou mnohé z těchto osob psychicky zvládnout náročnější aktivity, nebo jim to ani časově neumožňuje jejich fyzické omezení. Provozovatelé call center tyto osoby zaměstnávají většinou v rámci projektů zaměřených na první kontakt, který je pro dané osoby jednoduchý a současně je flexibilní k jejich omezení (mnohdy potřebují např. návštěvu lékaře nebo jen odpočinek, což u běžného zákaznického servisu možné není).

Provozovatelé call center v současné době zaměstnávají ve věznicích několik stovek osob ve výkonu trestu, konkrétně např. ve věznicích Oráčov, v nejbližší době Bělušice a další). Uplatnění těchto osob na trhu práce vede k jejich resocializaci a zároveň pomáhá zvládnout ekonomicky jejich situaci a mít tak lepší předpoklad dalšího života po ukončení výkonu trestu. Mezi provozovatele call center, kteří takovéto osoby zaměstnávají, patří např. Comdata Czech, a.s., Conectart, s.r.o., či A - GIGA s.r.o.

5. Základním problémem navrhované úpravy je skutečnost, že sice nahrazuje dosavadní princip opt-out (tedy možnost kontaktovat ty uživatele, kteří neuvedli, že si nepřejí být takto kontaktováni) nově principem opt-in (tedy možnost kontaktovat pouze ty uživatele, kteří výslovně uvedli, že si takto přejí být kontaktováni). V tomto směru by se tedy návrh mohl zdát pro uživatele (spotřebitele) přínosný.

Návrh však neodstraňuje základní problém, kterým je existence celé řady účastnických seznamů. Existence řady účastnických seznamů není problémem u běžných seznamů, ale u seznamů, které obsahují rovněž preferenci uživatele ve vztahu ke kontaktování pro marketingové účely, to problém představuje. Vládní návrh sice předpokládá zavedení zcela nulového počtu uživatelů, kteří souhlasí s kontaktováním pro marketingové účely (Viz bod 15 v čl. II Přejí-li seznam účastníků vydán nebo osobní a identifikační údaje účastníků předány podle § 41, 66 nebo § 95 zákona č. 127/2005 Sb., ve znění účinném přede dnem nabytí účinnosti tohoto zákona, má se za to, že účastník si nepřeje být kontaktován za účelem marketingu, a to až do doby, než udělí svůj výslovný souhlas...“). Současně je však zřejmé, že vládní návrh předpokládá postupné získávání souhlasů s takovýmto kontaktováním (jak je ostatně rovněž zřejmé z výše citovaného bodu 15). Lze očekávat, že postupně budou existovat uživatelé, kteří (ať již výměnou za nabídku různých výhod, či z jiných důvodů) u svého kontaktu v účastnickém seznamu uvedou, že si přejí být takto kontaktováni; lze také předpokládat, že počet těchto uživatelů bude postupně narůstat.

Nikdo, ani vládní návrh, tedy nepředpokládá úplný zákaz kontaktování pro marketingové účely. **Právě proto je nezbytné poskytnout takovýmto uživatelům do budoucna jednoduchou a efektivní možnost, jak svůj názor změnit a od okamžiku změny názoru dalšímu kontaktování své osoby zamezit.** Takováto možnost je však při existenci řady účastnických seznamů velmi obtížná, když nelze očekávat, že by si uživatel pamatoval i po delší době, ve kterém účastnickém seznamu (příp. ve kterých účastnických seznamech) takto souhlasil s možností svého kontaktování. Uživatel přitom nebude mít možnost tuto skutečnost jednoduchým způsobem zjistit, pomineme-li nutnost kontaktovat všechny osoby vytvářející jednotlivé účastnické seznamy – s ohledem na navrhované rozšíření definice účastnických

seznamů (nově má mj. být za vytvoření účastnického seznamu považováno i náhodné generování telefonních čísel) lze očekávat, že takovýchto osob bude celá řada.

Výsledkem vládního návrhu by tak byl postupný vznik situace velmi obdobné situaci dnešní, tedy fakticky velmi obtížná možnost uživatelů, kteří s „marketingovým kontaktováním“ jednou souhlasili, svůj názor změnit a dalšímu kontaktování pro tento účel jednoduchým způsobem zamezit.

6. Jako jediné smysluplné řešení se v tomto světle jeví vytvoření jednotného „negativního“ účastnického seznamu (seznamu osob, které si nepřejí být kontaktovány za účelem marketingu), při zachování možnosti existence řady „běžných“ účastnických seznamů.

7. Takováto možnost a její zařazení do některého z relevantních zákonů je aktuálně předmětem diskusí, sledovaným cílem je, aby zápis uživatelů, kteří si nepřejí být kontaktováni za účelem marketingu, do speciálního účastnického seznamu pouze pro tyto účely, byl možný zdarma, současně by tento seznam byl jediným takovýmto „negativním“ seznamem (tedy seznamem osob, které si nepřejí být kontaktovány, často označovaných jako „Robinsoni“), bez ohledu na to, zda tyto osoby byly, či jsou uvedeny v kterémkoli jiném účastnickém seznam, či nikoli.

8. Řešení prostřednictvím jediného seznamu „Robinsonů“ je v praxi jediným řešením, které umožní všem uživatelům jednoduchým a efektivním způsobem zamezit svému kontaktování za účelem marketingu, a to bez ohledu na to, zda v minulosti s takovýmto kontaktováním souhlasili. Toto řešení je také řešením skutečně dlouhodobým, na rozdíl od řešení obsaženého ve vládním návrhu.

Současně toto řešení nebude mít v praxi likvidační dopad na provozovatele služeb založených na kontaktování osob pro marketingové účely.

Popsané řešení také nevyžaduje žádné úpravy zákona č. 127/2005 Sb. o elektronických komunikacích, když navazuje na jeho stávající úpravu, jakož i na jeho úpravu po novelizaci dle předloženého vládního návrhu, s výjimkou tří bodů zmíněných v tomto pozměňovacím návrhu.

9. Kromě dopadu na provozovatele call center má **vládní návrh zásadní dopad na všechny podnikatele, kteří by chtěli kontaktovat zákazníky telefonicky, resp. „prostřednictvím sítí nebo služeb elektronických komunikací“, a to včetně svých stávajících zákazníků a „nabízet marketingovou reklamu nebo jiný obdobný způsob nabídky zboží nebo služeb“.** Takovéto nabízení zboží a služeb vládní návrh zcela zakazuje, výjimkou jsou pouze osoby, které budou zveřejněny v některém veřejném telefonním seznamu a současně v takovém seznamu uvedou, že si výslovně přejí být kontaktovány za účelem marketingu. **Zákaz je tedy absolutní a není pravdou, že by jej bylo možno překlenout výkladem, jedinou možností je úprava textu.** Jak již zdůrazněno výše, **takto striktní úprava nejenže není obvyklá v právních rádech členských států EU, ale současně ani není provedením úpravy Směrnice stanovící evropský kodex a ani jiného předpisu práva EU.**

10. Kromě výše uvedeného bude mít vládní návrh za následek **omezení hospodářské soutěže na trzích, jakými jsou energetika, pojistné produkty, finanční služby apod.,** v důsledku výrazně snížené možnosti kontaktovat zákazníky s nabídkou nového poskytovatele. S ohledem na velmi vysoké procento zákazníků v těchto odvětvích, kteří jsou nově získáváni s využitím call center, je potenciální dopad této právní úpravy na dané trhy velice výrazný. Ostatně **před**

tímto dopadem vládního návrhu varoval také pan předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže JUDr. PhDr. Petr Mlsna, Ph.D. ve svém stanovisku z 15.4.2021, důsledkem vládního návrhu budou podle jeho stanoviska „zvláště citelné dopady i na konečné spotřebitele“.

11. O neprovázanosti vládního návrhu v oblasti kontaktování uživatelů pro marketingové účely se zbytkem samotného vládního návrhu jako celku svědčí mj. i nově navrhované znění § 66 odst. 1 obsažené ve vládním návrhu, které v rámci úpravy informačních a operátorských služeb výslovně počítá s možností, aby *„účastník výslovně uvedl, že si přeje být kontaktován za účelem marketingu“*, přičemž *„Není-li v účastnickém seznamu tato informace uvedena nebo v něm nejsou uvedeny žádné osobní a identifikační údaje účastníka, anebo tyto údaje nebyly předány, má se za to, že si účastník kontakt za účelem marketingu nepřeje“* – navrhované znění novelizačních bodů 282 a 284 přitom vychází z opačného principu, jak podrobně vysvětleno výše. Vládní návrh tak lze označit za vnitřně rozporný, je zřejmé, že úprava „marketingového kontaktování“ v bodech 282 a 284 do něj byla včleněna dodatečně, bez provázanosti se zbytkem obsahu vládního návrhu.

12. S ohledem na skutečnost, že vládní návrh v novelizačních bodech 282, 283, 284 a 285 **není provedením požadavků směrnice stanovící evropský kodex ani jiného právního předpisu práva EU, jeví se v dané situaci jako jediné možné řešení tyto novelizační body bez náhrady vypustit.**