

Cíle českého digitálního průmyslu v Digital Single Market

Working paper Institutu pro digitální ekonomiku z kulatého stolu dne 2. listopadu 2017

Jana Adamcová, Jan Klesla

Názory prezentované v této studii jsou soukromými názory autorů a nejsou oficiálními stanovisky spolupracujících organizací.

Úvod – Digital Single Market a české (nejen) digitální podnikání

Iniciativa Evropské komise nazvaná Digital Single Market je známá především díky diskutovanému nařízení o ochraně osobních údajů **GDPR** a směrnici **e-privacy**. Ty jsou svými dopady, hrozícími sankcemi a novými povinnostmi pro české firmy zcela klíčové. Mohou však do velké míry i aktivně zasáhnout do jejich podnikání a obchodních modelů, které dnes do velké míry stojí na zpracování dat uživatelů, a to nejen v reklamě a jejím cílení, ale také především v e-commerce, například v customizaci obsahu a nabídky.

Aktuální je nyní otázka dojednávání **e-privacy** směrnice, která trpí podle českých firem některými zásadními neduhy. Například není jasně vymezeno, která úprava spadá do práva soukromého a veřejného, který soud tedy bude příslušný a jaký bude konečný výklad. Citlivá je dlouhodobě otázka regulace **cookies**, které se prezentují jako negativní nástroj k zásahu do soukromí. Firmy však zdůrazňují, že jsou ku prospěchu uživatele, především zjednodušují nakupování nabídkami na míru a zapamatováním si předchozích uživatelských voleb. Právě cookies bylo téma velmi diskutované na půdě Evropského parlamentu a jejich úprava rozdělila poslance. Oni samotní pak upozorňují na nedostatečnou edukaci uživatelů a chápání významu ochrany soukromí. Podle některých je nakonec e-privacy směrnice v některých částech příliš extrémní a je potřeba pracovat s textem na úrovni členských států.

Dalším problémem je dvojsečnost regulace obchodních sdělení a emailového marketingu, která dopadá na národní subjekty, ale ty mimo EU postihovány nejsou. A to především kvůli nefunkční přeshraniční spolupráci dozorových úřadů.

Ministerstvo průmyslu a obchodu připravuje kulaté stoly, které by měly pokrýt část otázek spadajících do balíčku Digital Single Market, konkrétně právě k e-privacy a také k online platformám. Další otázky nicméně zůstávají zatím ve stínu ochrany osobních údajů, i když některé firmy se na ně pomalu začínají připravovat.

Především otázka zákazu **geoblockingu**, který má být nástrojem odbourání bariér přeshraničního obchodu jak s online, tak i s fyzickým zbožím. Podle zástupců průmyslu však neřeší dostatečně některé detaily, například umístění skladů a kamenných provozoven v jiných členských státech EU, či platnosti ochranných známek, které mohou být platné jen v některém z členských států EU.

V současnosti jsou diskutovány především tři následující oblasti spojené s konkrétními legislativními návrhy. Celkem nás nicméně čeká 43 iniciativ, z toho 23 legislativních.

1. Volný pohyb dat

Jedna ze zásadních iniciativ se dotýká otázky **volného pohybu dat** v přeshraničním styku mezi zeměmi EU. Ta pokrývá klíčové regulatorní oblasti "vlastnictví dat", jejich sběru, užití, přístupu k nim a odpovědnosti za nakládání s osobními údaji v jiném státě EU. Cílem iniciativy je podpořit volný pohyb dat, ale zároveň stanovit pravidla a omezení tak, aby nebyla ohrožena ochrana osobních údajů a zachována ochrana práv občanů. Odstraněna by měla být i lokalizace dat v jednom státě EU, s určitými výjimkami, kdy si stát může lokalizaci (údaj o umístění dat) vyžádat. Tyto výjimky budou nyní diskutovány.

Dojednání nařízení k volnému pohybu dat je prioritou estonského předsednictví. Na české straně je přímo odpovědný úřad vlády a rámcová pozice České republiky je připravena. V zásadě česká strana návrh nařízení podporuje, klíčové je především pro ministerstvo spravedlnosti.

Úzce související otázkou je pak **přenos dat mimo EU**, zvláště pak do USA a systém Privacy shield vycházející z kompromisu po zrušení předchozího systému (Safe harbor) Soudním dvorem EU v případě Schrems. Související iniciativou je i stanovení pravidel přenosu dat a dalšího uživatelského obsahu mezi jednotlivými online platformami. Cílem regulace interoperability je definovat priority v klíčových oblastech, například v segmentech e-health, dopravy, či v energetice.

2. Kybernetická bezpečnost

Další klíčovou oblastí je regulace velmi komplexního tématu **kybernetické bezpečnosti**. Týká se nejen samotných digitálních firem, ale i partnerství s průmyslem a dalšími odvětvími v oblasti technologií a řešení zabezpečení IT systémů, sítí i uchování dat. Regulace dopadá nejen na celý digitální sektor i prakticky všechny hlavní obory ekonomiky, přičemž skýtá jak řadu nových povinností a nákladů, tak i příležitost zvláště pro technologické společnosti, které se zajištěním kybernetické bezpečnosti zabývají. Kybernetická bezpečnost může být v budoucnu brána také jako konkurenční výhoda jak na úrovni jednotlivých firem, tak i celých států, přičemž Česko může využít své dosavadní dobré pověsti v této oblasti.

Česká republika již má – jako první země v EU – platný **zákon o kybernetické bezpečnosti** a je otázkou nakolik jej bude třeba měnit k uvedení do souladu s novou evropskou legislativou. Změny by tak pravděpodobně neměly být velké, zvláště v souvislosti s poslední novelou zákona, která jej – krom jiného – uvedla i do souladu s aktuální evropskou legislativou.

V tuto chvíli je kybernetická bezpečnost především otázkou k diskusi na evropské úrovni. Je třeba vyřešit především otázku koordinace agentur či třístupňový systém certifikace. Právě **certifikace** by mohla být do budoucna další zajímavou byznysovou příležitostí, protože ji bude poskytovat jen několik certifikačních autorit v celé EU.

Zajištění bezpečnosti, a to včetně té kybernetické je z Ústavy povinností státu. Kybernetické útoky jsou dnes často až na hranici válečného konfliktu a nejde tedy jen o bezpečnostní otázky zajištění soukromých systémů a kritických systémů informační infrastruktury, ale i o zajištění bezpečnosti státu jako celku. V tom je mimo jiné důležité i vzdělávání obyvatelstva a společenský konsensus na rovnováze mezi zajištěním ochrany soukromí a právě bezpečností. V tom mohou být příkladem státy, které si z důvodů

geopolitického tlaku velkých zemí vzaly kybernetickou bezpečnost za celonárodní prioritu, jako je například Taiwan.

3. Audiovize

Revize **audiovizuální směrnice AVMS** otevírá řadu otázek, které se dotknou nejen přímo samotného audiovizuálního oboru. Primárně jde samozřejmě o trh s televizní reklamou, regulaci nevhodného obsahu na internetu, ale i tzv. VoD (*video on demand*) platformy, či zavedení principu země původu díla zasahujícího do dnešního systému fungování autorských práv.

Základem nové úpravy je shoda na tom, že současná úprava audiovize neodpovídá požadavkům online prostředí a novým obchodním modelům a modelům distribuce obsahu, které se navíc dynamicky vyvíjejí a mění. Cílem revize směrnice je tak především zavedení **více flexibilních pravidel**, která by byla jednotná pro televizní vysílání, stejně jako nové způsoby šíření obsahu, především vytvářeného uživateli (tzv. *user generated content*) a především prvně zahrne online platformy.

Směrnice má stanovit limity **reklamy** pro všechny typy vysílání, společnými pravidly na ochranu především dětí před nevhodným obsahem a zároveň pravidla proti šíření nenávisných a jinak ilegálních sdělení. Kontroverzní je přitom návrh na stanovení povinné kvóty pro evropskou produkci ve VoD. Návrh směrnice, který je nyní v dialogu, obsahuje mírnější regulaci obsahu reklamy než prvotní návrh a stále je v jednání možné dosáhnout většího podílu samoregulace. Na tahu jsou nyní členské státy.

Hlavní rozpory se nicméně týkají regulace *user generated content*, a to především v oblasti **závadného obsahu**. Otázkou je, kdo bude zodpovědný za problémy jako je například hate speech. Současný ex post systém nemusí být zachován, což by firmám přineslo značné náklady a mohlo zasáhnout i do rovnosti hospodářské soutěže v online

prostředí. Nový systém by měl stát na přenesení zodpovědnosti – z principu *duty to care* se nově stává *duty to act*, přičemž panují obavy, že se bude jednat o systém cenzury.

Klíčová je přitom definice samotného závadného obsahu, která se liší v jednotlivých státech EU, a to i na základě kulturního pozadí a historické zkušenosti (například v Německu). Firmy se nicméně shodují, že zavedení jakékoliv povinné formy **cenzy** předem by bylo nevhodné, k čemuž se kloní i europoslanci. Někteří se přitom domnívají, že v revizi směrnice se již zašlo v této oblasti příliš daleko.

Podnikatelé odmítají, aby byly online platformy generálně **zodpovědné** z principu fungování samotného Internetu. Tím, že nemá fyzické hranice, je regulace technicky problematická a nastavování pravidel často je iluzorní. Negativně pak dopadají na firmy, které sídlí v EU, která ale na druhou stranu nikoho jiného nedonutí k jejich dodržování. Je proto především třeba řešit regulaci na mezinárodní úrovni. Samotnou odpovědnost za šíření obsahu neodmítají, ale poukazují na její problematické nastavení, a především detaily technických řešení. Kontrola předem je finančně a technicky náročná a těžko proveditelná zvláště u menších a začínajících hráčů a startupů. Odpovědnost, a především řešení by tam měla sdílet veřejná moc se soukromými subjekty, na čemž panuje obecná shoda i s Europoslanci.

Závěr – české firmy v EU

Nejen vzhledem k iniciativě Digital Single Market, ale obecně je stále více nutné, aby se firmy podnikající v online oblasti aktivně zapojovaly do přípravy legislativy na národní i Evropské úrovni, podobně jako subjekty v tradičních, a především regulovaných sektorech. A to jak prostřednictvím státu a volených zástupců, tak i svých oborových organizací nebo napřímo. Především veřejných konzultací se účastní jen minimum domácích hráčů. Velmi silná je například lobby spotřebitelských organizací a naši Europoslanci by ocenili, kdyby i v těch platformách byla viditelná česká pozice. Naopak asociace s českým zastoupením jsou prakticky neviditelné.

Obecně zaznívají ze strany firem výtky, že nálada v EU směřuje k větší regulaci digitálního prostředí než chce byznys. Obdobné výtky zaznívají i ze strany Parlamentu, který vytýká odchýlení se od schválené strategie. Evropa jde podle některých cestou podpory velkých firem, nikoliv MSP a hráčů z menších států. České digitální firmy vnímají snahu velkých evropských hráčů zasáhnout americkou konkurenci, nicméně po takových krocích samy nevolají a chtějí rovná pravidla pro všechny v online prostředí a to tak, aby regulace nebyla handicapem evropských firem.

Z hlediska Komise je v tomto směru klíčový původ legislativní iniciativy; Komise má navíc možnost uvádět delegované akty. Může za nimi stát i konkrétní národní zájem. Z českého hlediska je problém především v neschopnosti tvorby koalic s jinými státy a hlasovacími bloky, například s Německem.

Velkou bolestí je pak podhodnocení české státní správy, a to nejen v samotné digitalizaci státu, ale především v personálním obsazení útvarů zabývajících se digitální ekonomikou a politikou. Úřad vlády disponuje nižšími jednotkami odborníků, ministerstvo průmyslu stejně tak. Předchozí strategie byly odmítnuty a nenaplněny. Je potřeba jasné programové prohlášení vlády k digitální ekonomice a posílení kompetencí a personálního zajištění digitálního koordinátora. Ten má stěžejní roli nejen v negociaci a utváření národní pozice, ale i v následných jednáních.