



Poskytovatelia sprostredkovateľských služieb a ich povinnosti podľa P2B

Úvod

Online sprostredkovateľské služby a internetové vyhľadávače zohrávajú čoraz významnejšiu úlohu v digitálnej ekonomike. **Komerčným používateľom** umožňujú jednoduchý vstup na nové trhy a prístup k obchodným príležitostiam bez nutnosti vysokých počiatočných investícií, zatiaľ čo spotrebiteľom poskytujú širší výber tovarov a služieb. Tým podporujú obchodnú výmenu a prispievajú k udržaniu konkurenčného prostredia na trhu.

Komerčný používateľ je fyzická osoba konajúca v obchodnom alebo profesijnom postavení alebo právnická osoba, ktorá používa online platformu na ponúkanie tovaru alebo služieb spotrebiteľom na účely súvisiace s jej obchodnou, podnikateľskou, remeselnou alebo odbornou činnosťou.

S rastúcim počtom transakcií uskutočnených prostredníctvom online sprostredkovateľských služieb však narastá aj závislosť komerčných používateľov na týchto službách.

Poskytovatelia sprostredkovateľských služieb (online platforiem) majú často silnejšiu vyjednávaciu pozíciu, čo im umožňuje jednostranne **uplatňovať pravidlá a praktiky, ktoré môžu byť v rozpore** so záujmami komerčných používateľov a nepriamo aj spotrebiteľov.

Preto bolo prijaté **nariadenie Európskeho parlamentu a Rady EÚ 2019/1150 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb** (ďalej len „**nariadenie P2B**“). Toto nariadenie nadobudlo účinnosť 12. júla 2020. Jeho úplné znenie je [dostupné online](#).

Online sprostredkovateľská služba je služba informačnej spoločnosti, ktorá umožňuje komerčným používateľom ponúkať tovar alebo služby spotrebiteľom a uľahčuje začatie priamych transakcií medzi nimi. Nezáleží pritom na tom, kde sa tieto transakcie nakoniec uzavru. Poskytovanie týchto služieb je založené na zmluvnom vzťahu medzi poskytovateľom online sprostredkovateľských služieb a komerčnými používateľmi, ktorí spotrebiteľom ponúkajú svoje produkty alebo služby.

Nariadenie P2B zabezpečuje, aby komerční používatelia mohli využívať online platformy a online vyhľadávače na oslovenie spotrebiteľov v konkurenčnom, spravodlivom a transparentnom online ekosystéme.

Ďalšími európskymi právnymi predpismi, ktoré regulujú online platformy, sú [Akt o digitálnych trhoch](#) (Digital Markets Act; DMA), ktorý upravuje činnosť veľkých digitálnych platforiem s postavením „gatekeeperov“¹, a [Akt o digitálnych službách](#) (Digital Services Act; DSA).

¹ Veľká digitálna platforma, ktorá spĺňa určité kritériá a zohráva významnú úlohu v digitálnej ekonomike tým, že kontroluje prístup k základným službám digitálneho trhu. Tieto platformy majú silné postavenie, ktoré im umožňuje ovplyvňovať trh, konkurenciu aj koncových používateľov. V súčasnosti (máj 2025) je pod DMA dezinovaných 6 gatekeeperov: Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta a Microsoft.

Čo je cieľom nariadenia P2B?

Cieľom nariadenia je zabezpečiť, aby komerční používatelia neboli znevýhodnení voči poskytovateľom online služieb, ktorí môžu mať silnejšiu vyjednávaciu pozíciu. Nariadenie zavádza pravidlá, ktoré bránia neodôvodneným zmenám obchodných podmienok zo strany platforiem, umožňujú komerčným používateľom lepšie porozumieť fungovaniu platforiem a poskytujú mechanizmy na riešenie sporov.

Spotrebiteľ je akákoľvek fyzická osoba, ktorá kupuje alebo objednáva tovary či služby na bežné osobné použitie, a nie preto, aby ich používala v práci, v podnikaní alebo pri výkone povolania.

Na koho sa nariadenie P2B vzťahuje?

Nariadenie sa vzťahuje na poskytovateľov online sprostredkovateľských služieb a internetových vyhľadávačov, ak prostredníctvom týchto online platforiem a vyhľadávačov ponúkajú komerčným používateľom možnosť ponúkať tovar alebo služby spotrebiteľom nachádzajúcim sa v Európskej únii, bez ohľadu na miesto usadenia alebo miesto pobytu poskytovateľov týchto služieb.

1. Poskytovatelia online platforiem

Poskytovateľ online platformy je povinný dodržiavať pravidlá stanovené v nariadení P2B, ak spĺňa všetky nasledujúce kritériá:

- ponúka **službu informačnej spoločnosti**, teda službu, ktorá je poskytovaná spravidla za **odplatu, na diaľku, elektronicky a na individuálnu žiadosť** prijímateľa tejto služby;
- umožňuje komerčným používateľom ponúkať tovar alebo služby spotrebiteľom s cieľom uľahčiť začatie priamych transakcií medzi týmito komerčnými používateľmi a spotrebiteľmi, bez ohľadu na to, kde sú tieto transakcie nakoniec uzavreté. K uzavretiu zmluvy môže dôjsť ako online, tak aj offline;
- služby sú poskytované komerčným používateľom na základe zmluvného vzťahu medzi poskytovateľom týchto služieb a komerčným používateľom, ktorý ponúka tovar alebo služby spotrebiteľom.

Zásadným kritériom na určenie toho, či poskytovateľ musí dodržiavať pravidlá stanovené v nariadení P2B, je, či služby poskytuje komerčným používateľom.

Nariadenie **nestanovuje minimálny počet komerčných používateľov**, ktorí musia využívať online platformu, aby sa na poskytovateľa vzťahovali jeho povinnosti. To znamená, že **nariadenie sa uplatňuje aj na online platformy s len niekoľkými komerčnými používateľmi, ako aj na platformy, ktoré svoje služby poskytujú súčasne komerčným používateľom aj priamo spotrebiteľom.**

Príklad 0: Na platforme QWERTY môžu svoje domy a byty inzerovať profesionálne realitné kancelárie² a zároveň aj jednotlivci³. Platformu síce využíva len **malý počet** realitných kancelárií, no poskytuje tým svoje služby **aj komerčným používateľom**, a preto sa na ňu vzťahujú pravidlá nariadenia P2B.

Príkladmi online platforiem, na ktoré sa vzťahuje nariadenie P2B, sú:

- **online trhoviská**, na ktorých komerční používatelia ponúkajú tovar alebo služby – napr. jedlo, ubytovacie služby, oblečenie a pod.;
- **online služby softvérových aplikácií** – napr. obchody s aplikáciami;
- **online rezervačné platformy** – napr. pre reštaurácie, kaderníctva alebo lekárov;
- **internetové porovnávacie stránky** – napr. stránky na porovnávanie cien nehnuteľností, leteniek, dodávateľov energie a iného tovaru a služieb;
- **online služby sociálnych médií**, v ktorých používatelia ponúkajú tovar a služby.

2. Poskytovatelia online vyhľadávačov

Poskytovateľom online vyhľadávača je subjekt, ktorý ponúka digitálnu službu, ktorá umožňuje používateľom zadávať otázky s cieľom prehľadávať v zásade všetky webové stránky alebo všetky webové stránky v určitom jazyku.

Spotrebiteľia online vyhľadávače často využívajú na vyhľadávanie tovaru alebo služieb, preto môžu tieto vyhľadávače **významne a výrazne ovplyvniť úspešnosť spoločností**, ktoré ponúkajú tovar alebo služby spotrebiteľom prostredníctvom webových stránok.

Vstupná požiadavka môže byť zameraná na akúkoľvek tému a môže mať formu kľúčového slova, hlasovej požiadavky, frázy alebo iného typu vstupu. Výsledky požiadavky sa vrátia v akomkoľvek formáte, ktorý obsahuje relevantné informácie týkajúce sa požadovaného obsahu.

Na aké služby sa nariadenie P2B nevzťahuje?

Príkladmi služieb, na ktoré sa nariadenie P2B nevzťahuje, sú:

- peer-to-peer online sprostredkovateľské služby bez prítomnosti komerčných používateľov;
- online platobné služby;
- online reklamné nástroje a online reklamné burzy, ktoré nie sú poskytované s cieľom uľahčiť iniciovanie priamych transakcií a ktoré nezahŕňajú zmluvný vzťah so spotrebiteľmi;
- technologické funkcie a rozhrania, ktoré len spájajú hardvér a aplikácie (napr. mobilné operačné systémy);
- online sprostredkovateľské služby medzi podnikmi, ktoré nie sú ponúkané spotrebiteľom;
- služby optimalizácie pre internetové vyhľadávače alebo služby zamerané na blokovanie reklamy.

² A teda komerční používatelia.

³ V tomto prípade spotrebiteľia.



1. **Pravidla pro obchodní podmínky** - Zmluvné podmínky musia byť ľahko dostupné, podrobné, transparentné a napísané jasným a zrozumiteľným jazykom. Zmeny podmienok musí poskytovateľ oznámiť najmenej 15 dní vopred na trvalom nosiči.



2. **Viditeľnosť komerčných používateľov** - Identita komerčného používateľa musí byť na online platforme jasne viditeľná.



3. **Postup pri obmedzení, pozastavení alebo ukončení poskytovania služieb** - Obmedzenie, pozastavenie alebo ukončenie poskytovania služieb musí byť oznámené komerčnému používateľovi na trvalom nosiči, a to vrátane odôvodnenia s odkazom na porušené ustanovenia podmienok. Ukončenie poskytovania služieb musí poskytovateľ oznámiť najmenej 30 dní vopred.



4. **Poradie zobrazenia ponúk alebo výsledkov vyhľadávania** - Poskytovateľ je povinný vopred poskytnúť opis hlavných parametrov, ktoré určujú poradie, a vysvetliť ich relatívny význam vo vzťahu k ostatným parametrom. Musí tiež uviesť, ako každá priama alebo nepriama odplata ovplyvní poradie.



5. **Transparentnosť v prípade rozdielneho zaobchádzania** - Poskytovateľ je povinný transparentne uvádzať všetky prípady rozdielneho zaobchádzania v súvislosti s ponukami tovarov a služieb komerčných používateľov vo vzťahu k vlastným ponukám alebo ponukám používateľov, nad ktorými má kontrolu.



6. **Obmedzenia predaja mimo online platformy** - Podmienky musia jasne opisovať všetky uplatňované obmedzenia pre komerčných používateľov, ak sa rozhodnú ponúkať rovnaký tovar alebo služby mimo online platformy poskytovateľa.



7. **Povinnosť zaviesť vnútorný systém vybavovania sťažností** - Poskytovateľ musí poskytnúť komerčným používateľom jednoduchý prístup k bezplatnému riešeniu problémov súvisiacich s poskytovaním služieb.



8. **Mediácia** - Poskytovateľ v podmienkach uvedie aspoň dvoch mediátorov, s ktorými je ochotný spolupracovať pri mimosúdnom riešení sporov.

1. Pravidlá pre obchodné podmienky

Poskytovatelia online platforiem sú povinní prispôbiť svoje obchodné podmienky požiadavkám nariadenia P2B. **Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Prečo je dôležitá transparentnosť obchodných podmienok?

Transparentnosť obchodných podmienok zlepšuje predvídateľnosť pre komerčných používateľov. Tí tak majú k dispozícii podrobnejšie informácie, na základe ktorých sa môžu rozhodnúť, či a akým spôsobom chcú online platformu používať. Požiadavky na transparentnosť zároveň chránia komerčného používateľa pred nepredvídateľným správaním zo strany poskytovateľov online platforiem počas zmluvného vzťahu.

To prispieva k zabezpečeniu spravodlivého, udržateľného a dôveryhodného online podnikateľského prostredia. Transparentnosť môže byť napokon prostriedkom, ktorým sa poskytovatelia online platforiem môžu odlíšiť z hľadiska užívateľskej prívetivosti.

Aké požiadavky musia spĺňať obchodné podmienky podľa nariadenia P2B?

Z hľadiska **formy a dostupnosti** stanovuje P2B dve hlavné požiadavky, ktoré musia obchodné podmienky v každom prípade spĺňať. Musia byť:

- vypracované jednoduchým a zrozumiteľným jazykom;
- ľahko dostupné.

Obchodné podmienky musia byť **jasné, zrozumiteľné a konkrétne**, aby komerční používatelia presne vedeli, aké pravidlá sa vzťahujú na ich zmluvný vzťah. Musia podrobne opisovať obchodné transakcie, čím zabezpečia komerčným používateľom **istotu a predvídateľnosť**. Zároveň nesmú byť formulované spôsobom, ktorý by mohol používateľov **zavádzať alebo uvádzať do omylu**.

Obchodné podmienky musia byť tiež **ľahko dostupné** pre používateľov **vo všetkých fázach obchodného vzťahu**. To okrem iného znamená, že používateľ alebo potenciálny používateľ musí mať možnosť oboznámiť sa s obchodnými podmienkami aj pred tým, ako vstúpi do zmluvného vzťahu, a to **bez toho, aby sa musel prihlásiť alebo registrovať**.

Z hľadiska **obsahu** nariadenie P2B vyžaduje, aby obchodné podmienky poskytovania online sprostredkovateľských služieb zahŕňali:

- dôvody pre pozastavenie, ukončenie alebo obmedzenie poskytovania online sprostredkovateľských služieb komerčným používateľom;
- informácie o dodatočných distribučných kanáloch a pridružených programoch, ktoré umožňujú poskytovateľom online služieb uvádzať na trh tovar a služby komerčných používateľov;
- informácie o právach duševného vlastníctva komerčných používateľov a ich kontrole nad týmito právami;
- podmienky, za ktorých môžu komerční používatelia ukončiť zmluvný vzťah s poskytovateľom online služieb;
- opis doplňujúcich tovarov a služieb a podmienky, za ktorých môžu komerční používatelia ponúkať vlastný doplňujúci tovar a služby;

- opis technického a zmluvného prístupu k údajom, ktoré sa uchovávajú po ukončení zmluvy, alebo informácia, že tento prístup neexistuje (týka sa údajov generovaných alebo poskytovaných komerčnými používateľmi).

Poskytovatelia online platforiem sú povinní vo svojich podmienkach uviesť, ku ktorým osobným alebo iným údajom majú prístup – či už ide o údaje, ktoré im poskytujú komerční používatelia alebo spotrebitelia, alebo o údaje, ktoré vznikajú pri používaní ich služieb. Ak takýto prístup nemajú, sú povinní to výslovne uviesť.

Medzi tieto údaje môžu patriť, napríklad, recenzie, štatistiky o predajoch, informácie o spotrebiteľoch alebo to, **či sú tieto údaje zdieľané s tretími stranami**.

Tento proces neovplyvňuje dodržiavanie nariadenia GDPR.

Zmeny v obchodných podmienkach musia byť komerčným používateľom oznámené a poskytnuté na trvalom nosiči.

Trvalý nosič je akýkoľvek nástroj, ktorý umožňuje komerčným používateľom uchovávať informácie adresované osobne spôsobom im prístupným pre budúce použitie, napríklad e-mail.

Redakčné úpravy, ktoré nemenia obsah alebo význam podmienok, sa za zmeny nepovažujú. Oznámenie o navrhovaných zmenách musí byť komerčným používateľom poskytnuté **minimálne 15 dní vopred**. Lehota musí byť primeraná povahe a rozsahu zmien.

Ak sú od komerčných používateľov požadované technické alebo obchodné úpravy, lehota na oznámenie sa musí predĺžiť. Komerčný používateľ má právo zrušiť zmluvu pred uplynutím tejto lehoty.

Príklady:

Príklad 1: Komerčný používateľ, ktorý využíva online platformu na predaj, sa rozhodne rozšíriť svoju ponuku o nové produkty a služby. Chce si prečítať aktuálne zmluvné podmienky platformy, aby si overil, za akých podmienok tak môže urobiť. Na webovej stránke však nenájde žiadny priamy odkaz na zmluvné podmienky. Po kliknutí na sekciu „Pomoc“ sa dozvie, že podmienky sú dostupné len po registrácii a po prihlásení sa do účtu. Zmluvné podmienky mu následne platforma pošle e-mailom.

Vysvetlenie: V tomto prípade došlo k porušeniu nariadenia, pretože obchodné podmienky nie sú ľahko dostupné a prístup k nim sa podmieňuje registráciou a prihlásením sa do účtu. Obchodné podmienky musia byť ľahko dostupné kedykoľvek počas používania sprostredkovateľskej služby, nielen po vytvorení účtu, aby si ich komerčný používateľ mohol v prípade nejasností preštudovať.

Príklad 2: Poskytovateľ online platformy mení svoje obchodné podmienky. Komerční používatelia online platformy sú o tom informovaní nasledujúcou správou:

"Vážení komerční uživatelé X, do 30 dní vykonáme niekoľko zmien v našich obchodných podmienkach. Nové obchodné podmienky nájdete na našej webovej stránke."

Vysvetlenie: Ide o porušenie nariadenia. V tomto prípade sa zmeny obchodných podmienok neposkytujú na trvalom nosiči. Komerční používatelia navyše nebudú môcť zistiť, ktoré konkrétne zmeny sa vykonávajú, pretože nie sú výslovne uvedené. V dokumente s novými obchodnými podmienkami sa odporúča jasne označiť všetky zmeny, aby boli ľahko viditeľné a zrozumiteľné, napr. uviesť odkaz na zmenené články, použiť iné farby, písmo, umiestnenie, rozloženie a pod.

2. Viditeľnosť komerčných používateľov

Poskytovateľ online platformy je podľa čl. 3 ods. 5 nariadenia P2B povinný zabezpečiť, aby bola identita komerčného používateľa, ktorý ponúka tovar alebo služby prostredníctvom jeho služieb, jasne viditeľná. **Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Jasné a transparentné zobrazenie identity pomáha komerčným používateľom **budovať vlastnú značku a posilňuje jeho postavenie voči poskytovateľovi**, pričom zároveň uľahčuje spotrebiteľom orientáciu na trhu.

Príklad 3: Poskytovateľ internetového e-shopu na predaj digitálnych produktov spustil novú službu pre komerčných používateľov, ktorá umožňuje predaj e-kníh, softvéru a ďalších digitálnych produktov prostredníctvom jeho platformy. Poskytovateľ tieto skutočnosti uvádza vo svojich obchodných podmienkach a pri zobrazení jednotlivých produktov sa vedľa ceny zobrazuje označenie „predaj od tretích strán“. Žiadna ďalšia identifikácia komerčného používateľa nie je uvedená.

Vysvetlenie: Poskytovateľ poskytuje komerčným používateľom službu sprostredkovania predaja digitálnych produktov, teda z pôvodného e-shopu s jedným komerčným používateľom sa stáva čiastočne aj platforma, na ktorej predávajú svoje digitálne produkty aj ďalšie subjekty. Poskytovateľ je povinný zabezpečiť, aby bola identita komerčných používateľov jasne viditeľná pri každom digitálnom produkte, ktorý ponúkajú. Označenie „predaj od tretích strán“ na splnenie požiadaviek nariadenia P2B nestačí.

3. Obmedzenie, pozastavenie a ukončenie

Pravidlá pre obmedzenie, pozastavenie a ukončenie poskytovania služieb zo strany poskytovateľa online platformy sú uvedené v článku 3 ods. 1 písm. c), článku 4 a článku 8 písm. c) nariadenia P2B. **Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Ak sa poskytovateľ online platformy rozhodne komerčnému používateľovi obmedziť, pozastaviť alebo ukončiť poskytovanie svojich služieb, môže to mať preňho závažné dôsledky, pretože tieto služby využíva na oslovenie spotrebiteľov. **Preto je dôležité, aby zmluvné podmienky vopred jasne stanovili dôvody**, ktoré môžu viesť k obmedzeniu, pozastaveniu alebo ukončeniu

poskytovania služieb. Týmto spôsobom budú komerční používatelia schopní predvídať, ktoré správanie môže viesť k takýmto opatreniam.

Akékoľvek obmedzenie, pozastavenie alebo ukončenie poskytovania služieb zo strany poskytovateľa **musí spĺňať nasledujúce podmienky**:

- musí byť dotknutému komerčnému používateľovi riadne oznámené;
- musí vychádzať z konkrétneho ustanovenia obchodných podmienok tak, aby s ním boli komerční používatelia vopred oboznámení;
- ak nie je stanovené inak, je nutné dotknutému komerčnému používateľovi poskytnúť úplné odôvodnenie vrátane skutočností, okolností alebo obsahu oznámenia tretích strán, ktoré viedli k prijatiu opatrenia, ako aj príslušné ustanovenia z obchodných podmienok, na základe ktorých došlo k obmedzeniu, pozastaveniu alebo ukončeniu služby;
- odôvodnenie musí byť zaznamenané na trvalom nosiči;
- dotknutému komerčnému používateľovi musí byť poskytnutá možnosť napadnúť sťažnosť prostredníctvom interného systému sťažností (pozri ďalej);
- je tiež dôležité, aby boli dôvody prijatia opatrenia jasne a zrozumiteľne uvedené. Komerčnému používateľovi z nich musí byť zrejmé, ktoré služby už nemôže používať.

Odôvodnenie musí byť konkrétne a podrobné.

Odôvodnenie opatrenia poskytovateľ nie je povinný poskytnúť, ak sa na neho vzťahuje právna alebo regulačná povinnosť neuvádzať konkrétne skutočnosti alebo okolnosti, alebo ak je schopný preukázať, že dotknutý komerčný používateľ **opakovane porušil platné podmienky**, čo viedlo k ukončeniu poskytovania všetkých služieb.

Preto je dôležité, aby boli predchádzajúce porušenia riadne oznámené.

Pravidlá pozastavenia a obmedzenia

Aby sa zaručila proporcionalita, je potrebné (za predpokladu, že je to primerané a technicky uskutočniteľné) najprv zvážiť pozastavenie alebo obmedzenie, ak na to existujú dôvody, **a až potom pristúpiť k ukončeniu poskytovania služby**.

To môže zahŕňať pozastavenie alebo obmedzenie poskytovaných služieb, napríklad **vyradenie tovarov alebo služieb** komerčného používateľa zo zoznamu (aby už neboli viditeľné v zozname ponúk) alebo **skutočné odstránenie tovarov alebo služieb** z výsledkov vyhľadávania.

Ak chce poskytovateľ online platformy pozastaviť alebo obmedziť službu, ktorú poskytuje komerčnému používateľovi, je povinný to zdôvodniť a poskytnúť komerčnému používateľovi odôvodnenie **vopred alebo v okamihu**, keď pozastavenie alebo obmedzenie nadobudne účinnosť.

Pravidlá ukončenia

Ukončenie všetkých služieb sa považuje za najkrajnejšie opatrenie. Ide spravidla o zrušenie účtu, čím sa komerčnému používateľovi zabráni ponúkať svoje služby alebo tovar na online platforme.

Poskytovateľ online platformy je povinný poskytnúť komerčnému používateľovi odôvodnenie tohto kroku **najmenej 30 dní** pred nadobudnutím účinnosti ukončenia.

Táto lehota sa neuplatňuje, ak:

- platí iná zákonná alebo regulačná povinnosť, ktorá bráni dodržať lehotu;
- poskytovateľ je schopný preukázať, že komerčný používateľ opakovane porušil príslušné podmienky;
- poskytovateľ ukončí poskytovanie služby zo závažného dôvodu podľa vnútroštátneho práva, ktoré je v súlade s právom Európskej únie.

Tieto výnimky sa môžu uplatniť v prípade závažných foriem **nezákonného alebo nevhodného obsahu, obáv o bezpečnosť tovaru alebo služby, falšovania, podvodu, spamu, zneužitia osobných údajov** a pod.

Ak sa poskytovateľ online platformy rozhodne zmeniť rozhodnutie o obmedzení, pozastavení alebo zrušení – napríklad preto, že pôvodné rozhodnutie bolo neopodstatnené – účet komerčného používateľa musí byť **bezodkladne** obnovený.

Príklad 4: Poskytovateľ online platformy sprostredkovávajúcej predaj leteniek sa rozhodol ukončiť poskytovanie služieb leteckej spoločnosti XYZ a toto rozhodnutie jej oznámil 7 dní vopred. Ako dôvod uviedol, že interný audit odhalil, že letecká spoločnosť v uplynulom roku aspoň 10-krát ponúkala rovnaké lety na svojich webových stránkach za nižšie ceny ako na online platforme, čo je v rozpore s platnými všeobecnými obchodnými podmienkami. Išlo pritom o prvé porušenie podmienok, na ktoré bola letecká spoločnosť upozornená.

Vysvetlenie: Poskytovateľ nepostupoval správne, pretože 30-dňovú výpovednú lehotu pri ukončení poskytovania služieb môže skrátiť iba v prípade, ak je schopný preukázať opakované porušenie podmienok a tieto porušenia komerčnému používateľovi riadne oznámil.

Príklad 5: Poskytovateľ online platformy sprostredkovávajúcej predaj oblečenia obmedzí poskytovanie niektorých služieb komerčnému používateľovi ABC. Dôvodom boli opakované oneskorenia pri odosielaní objednávok zákazníkom. Podľa platných všeobecných obchodných podmienok mal poskytovateľ na takéto opatrenie právo. Svoje rozhodnutie komerčnému používateľovi riadne oznámil a do odôvodnenia uviedol: „Vážení používatelia, z dôvodu opakovaného porušovania zmluvných podmienok Vám odo dňa XY zastavujeme poskytovanie nižšie uvedených služieb...“ Žiadne ďalšie vysvetlenie neposkytol.

Vysvetlenie: Odôvodnenie zaslané poskytovateľom nie je dostatočne konkrétne a podrobné. Nie je z neho jasné, akého konkrétneho pochybenia sa komerčný používateľ dopustil, a nebol uvedený ani odkaz na konkrétne ustanovenie všeobecných obchodných podmienok, ktoré bolo porušené.

4. Poradie zobrazovaných ponúk a výsledkov vyhľadávania

Ak poskytovateľ online platformy alebo online vyhľadávača používa poradie na zobrazovanie dôležitosti tovaru, služieb alebo výsledkov vyhľadávania, je povinný poskytovať informácie v súlade s článkom 5 nariadenia P2B.

Poradím sa rozumie relatívna dôležitosť pripisovaná ponúkanému tovaru alebo službám alebo relevantnosť pripisovaná výsledkom vyhľadávania internetovými vyhľadávačmi, bez ohľadu na technické prostriedky použité na takúto prezentáciu, usporiadanie alebo oznámenie.

Prečo je v súvislosti s poradím dôležitá transparentnosť?

Poradie tovarov a služieb alebo výsledky vyhľadávania majú veľký vplyv na rozhodovanie spotrebiteľov a teda aj na úspech podnikov.

Ak metódy určovania poradia nie sú zverejnené, používateľom webových stránok podnikov a firiem nie je jasné, aké sú dôvody ich umiestnenia v rebríčku a/alebo ako môžu dosiahnuť lepší výsledok, prípadne ako využiť možnosť ovplyvňovať poradie za priamu alebo nepriamu odplatu zaplatenú komerčnými používateľmi.

Je dôležité, aby bolo poradie pre komerčných používateľov predvídateľné. Predvídateľnosť znamená, že poradie nesmie byť určované svojvoľne a popis hlavných parametrov musí byť presný a pravidelne aktualizovaný.

Poskytovatelia online platforiem aj online vyhľadávačov sú povinní vopred poskytnúť opis hlavných parametrov, ktoré určujú poradie ponúk alebo výsledkov vyhľadávania, a zároveň vysvetliť ich relatívnu dôležitosť v porovnaní s inými parametrami.

Tento opis musí byť **ľahko dostupný**, zahrnutý vo **všeobecných obchodných podmienkach** (v prípade platforiem), alebo zverejnený (v prípade vyhľadávačov), a napísaný jednoduchým a zrozumiteľným jazykom. **Za verejne prístupné sa nepovažujú časti webových stránok, ktoré sú dostupné len po registrácii alebo prihlásení.**

Vplyv odplaty na poradie

Ak medzi hlavné parametre, ktoré určujú poradie, patrí aj možnosť ovplyvniť umiestnenie prostredníctvom priamej alebo nepriamej platby, poskytovateľ online platformy alebo online vyhľadávača je povinný komerčných používateľov a používateľov firemných webových stránok o tejto skutočnosti vopred informovať.

V takom prípade je zároveň povinný poskytnúť opis týchto možností.

Okrem toho je potrebné jasne vysvetliť, ako táto odmena ovplyvňuje umiestnenie v rebríčku.

Používateľ firemných webových stránok je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá používa online rozhranie, čo znamená akýkoľvek softvér vrátane webovej stránky alebo jej časti a aplikácií, vrátane mobilných aplikácií, na ponúkanie tovaru alebo služieb spotrebiteľom na účely súvisiace s jej obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou.

Hlavné parametre sa týkajú všeobecných kritérií, procesov, konkrétnych ukazovateľov začlenených do algoritmov alebo iných mechanizmov úpravy alebo degradácie, ktoré sa používajú v súvislosti s poradím.

Medzi hlavné parametre patrí napríklad **cena, poloha, značka, hodnotenie spotrebiteľov, popularita ponúk, výška poplatkov či vizuálne prvky prezentácie na zariadeniach**

používateľov, ktoré nemusia priamo súvisieť s ponúkaným tovarom alebo službou. Zoradenie môže byť ovplyvnené tiež náhodným alebo personalizovaným usporiadaním.

Podrobnejší prehľad faktorov, ktoré určujú poradie, je uvedený v [Prílohe I usmernení Európskej komisie](#), a to vrátane praktických odporúčaní na správne uplatňovanie pravidiel hodnotenia.

Opis hlavných parametrov musí komerčnému používateľovi poskytnúť primeraný prehľad o mechanizme hodnotenia. Typy a počet hlavných parametrov sa môžu značne líšiť, ale ich opis musí poskytnúť aspoň prehľad o:

- **spôsobe, akým mechanizmus zaraďovania zohľadňuje vlastnosti tovaru a služieb**, ktoré podnik alebo používateľ firemnej webovej stránky ponúka;
- **ich význame pre spotrebiteľov**, ktorí používajú konkrétnu online platformu alebo online vyhľadávače;
- **rozsahu, v akom poskytovateľ online vyhľadávača zohľadnil charakteristiky dizajnu webovej stránky**, ktorú používajú používatelia firemných webových stránok.

Nariadenie **P2B nevyžaduje zverejňovanie algoritmov ani informácií, ktoré by s primeranou istotou viedli k umožneniu klamania spotrebiteľov alebo poškodenia spotrebiteľov prostredníctvom zmanipulovania výsledkov vyhľadávania.**

Komerční používatelia nemôžu od poskytovateľa požadovať, aby im sprístupnil detailné fungovanie hodnotiaceho mechanizmu vrátane algoritmov.

5. Transparentnosť pri rozdielnom zaobchádzaní

Poskytovateľ online platformy alebo internetového vyhľadávača, ktorý uplatňuje akékoľvek rozdielne zaobchádzanie medzi:

- vlastnými ponukami tovaru a služieb alebo ponukami komerčných používateľov, nad ktorými má kontrolu, a
- ponukami iných (nekontrolovaných) komerčných používateľov,

je povinný dodržiavať pravidlá stanovené v **článku 7 nariadenia P2B**.

Poskytovateľ online platformy alebo internetového vyhľadávača môže **sám ponúkať určité tovary a služby**, čím priamo konkuruje iným komerčným používateľom, ktorí využívajú jeho platformu. To ho **môže viesť k uprednostňovaniu vlastných ponúk alebo ponúk spoločností, nad ktorými má kontrolu** (napríklad formou väčšinového podielu v spoločnosti, ktorá platformu tiež využíva).

Je dôležité zdôrazniť, že povinnosti stanovené v nariadení P2B **nijako nezasahujú do posúdenia zákonnosti takéhoto rozdielneho zaobchádzania** podľa iných právnych predpisov, najmä podľa článku 6 ods. 5 nariadenia DMA, ktorý zakazuje rozdielne zaobchádzanie zo strany tzv. gatekeeperov, alebo podľa platných predpisov o ochrane hospodárskej súťaže.

Nariadenie P2B nehodnotí, či je rozdielne zaobchádzanie oprávnené, ale stanovuje, že ak k nemu dôjde, musí byť transparentné.

Čo hovorí nariadenie P2B o rozdielnom zaobchádzaní?

Poskytovatelia online platforiem alebo online vyhľadávačov sú povinní poskytnúť opis akéhokoľvek rozdielneho zaobchádzania, ktoré uplatňujú alebo by mohli uplatňovať.

Opis rozdielneho zaobchádzania musí byť **jasný a zrozumiteľný** a napísaný **jednoduchým jazykom**. **Poskytovateľ online platformy** je povinný tento opis uviesť v obchodných podmienkach a **poskytovateľ online vyhľadávača** je povinný ho sprístupniť verejne dostupným spôsobom.

Poskytovateľ online platformy navyše v opise uvedie aj **hlavné ekonomické, obchodné alebo právne aspekty rozdielneho zaobchádzania**⁴. Je nevyhnutné transparentne informovať o akejkoľvek forme rozdielneho zaobchádzania, či už ide o vlastnú ponuku poskytovateľa online platformy, ponuku komerčných používateľov pod jeho kontrolou alebo o produkty a/alebo služby poskytované komerčnými používateľmi webových stránok, nad ktorými poskytovateľ kontrolu nemá.

Nariadenie P2B uvádza štyri konkrétne situácie rozdielneho zaobchádzania:

- **prístup k údajom**, ktoré komerční používatelia alebo spotrebitelia poskytujú online platformám a internetovým vyhľadávačom, alebo ktoré sa generujú pri poskytovaní týchto služieb;
- **poradie alebo iné nastavenia uplatňované poskytovateľom**, ktoré ovplyvňujú prístup spotrebiteľov k tovaru alebo službám;
- **akákoľvek priama alebo nepriama odplata účtovaná za využívanie služieb poskytovateľa**;
- **prístup k službám, funkciám alebo technickým rozhraniám**, ktoré sú priamo spojené s poskytovanými službami alebo sú s nimi spojené ako doplnok, alebo podmienky pre ich využívanie, či akákoľvek priama alebo nepriama úplata účtovaná za ich využívanie.

Príklad 6: Cestovná kancelária ABC, ktorá ponúka zájazdy cez online platformu, získa prístup k podrobným štatistikám o správaní spotrebiteľov na platforme vrátane dát o kliknutiach a preferenciách. Avšak ďalší komerční používatelia, ktorí ponúkajú podobné služby, nemajú prístup k týmto údajom, alebo ich majú len v obmedzenej miere. Poskytovateľ online platformy je povinný túto skutočnosť uviesť vo svojich podmienkach pre komerčných používateľov, aby bola zaistená transparentnosť a spravodlivosť.

Vysvetlenie: Ak poskytovateľ online platformy poskytuje jednej cestovnej kancelárii výhody, ako je prístup k podrobným údajom, ktoré iní komerční používatelia nemajú, je povinný túto informáciu uviesť vo svojich všeobecných obchodných podmienkach a vysvetliť, prečo to tak je, aby sa predišlo podozreniam zo zvýhodňovania.

Príklad 7: Poskytovateľ online platformy na predaj elektroniky ponúka komerčným používateľom, ktorí predávajú produkty pod jeho vlastnou značkou, možnosť zviditeľnenia na hlavnej stránke označením „Odporúčané produkty“, čím majú tieto produkty väčšiu šancu

⁴ Na poskytovateľov online vyhľadávačov sa táto dodatočná požiadavka nevzťahuje.

na predaj. Ostatní komerční používatelia, ktorí na platforme predávajú, túto výhodu nemajú. Vo všeobecných obchodných podmienkach poskytovateľ uvádza len, že produkty môžu byť zobrazené na rôznych miestach platformy, ale neuvádza konkrétne pravidlá pre zvýraznenie produktov.

Vysvetlenie: Poskytovateľ porušil povinnosti podľa nariadenia P2B, pretože komerčných používateľov v podmienkach neinformoval o rozdielnom zaobchádzaní pri zviditeľňovaní produktov a nezverejnil dôvody tohto rozdielneho zaobchádzania.

Príklad 8: Platforma elektronického obchodu XYZ umožňuje ponúkať spotrebiteľom 24-hodinové doručenie iba pre produkty z vlastnej ponuky. Komerční komerční používatelia túto možnosť nemajú. Vo všeobecných obchodných podmienkach nie sú o tejto skutočnosti uvedené žiadne informácie.

Vysvetlenie: Poskytovateľ platformy je povinný transparentne informovať vo všeobecných obchodných podmienkach, že uplatňuje rozdielne zaobchádzanie v súvislosti s možnosťou ponúkať spotrebiteľom 24-hodinové doručenie. Musí tiež uviesť dôvody tohto rozdielneho zaobchádzania. Rozdielne zaobchádzanie môže viesť k tomu, že spotrebiteľia uprednostnia nákup výrobku ponúkaného priamo poskytovateľom online platformy.

6. Obmedzenie predaja mimo online platformu

Ak poskytovateľ online platformy ukladá komerčným používateľom obmedzenia týkajúce sa ponuky rovnakého tovaru a služieb mimo svojej platformy, vzťahujú sa na neho povinnosti podľa **článku 10 nariadenia P2B. Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Komerční používatelia môžu predávať tovar alebo poskytovať služby spotrebiteľom prostredníctvom viacerých predajných kanálov vrátane vlastných internetových stránok. V tejto súvislosti sa komerčný používateľ môže napríklad rozhodnúť, že bude na rôznych predajných kanáloch uplatňovať rôzne zmluvné podmienky alebo ceny.

Ak sa poskytovateľ online platformy rozhodne **znemožniť komerčným používateľom uplatňovanie výhodnejších podmienok** na iných predajných kanáloch, než je ním prevádzkovaná platforma, je **povinný** o tom komerčným používateľom transparentne informovať.

Uvedené obmedzenia **musia byť uvedené v obchodných podmienkach** poskytovateľa. Spolu s obmedzeniami musí poskytovateľ uviesť aj dôvody, ktoré ho k tomuto kroku viedli, vrátane **hlavných ekonomických, obchodných alebo právnych dôvodov.**

Komerční používatelia musia mať **jasne vysvetlené**, aké obmedzenia sa na nich vzťahujú pri ponuke tovarov a služieb cez iné predajné kanály a **prečo** boli tieto obmedzenia zavedené. Obmedzenia musia byť opísané **jasným a zrozumiteľným jazykom**, a musia byť **konkrétne a podrobné.**

Na rozdiel od iných povinností podľa nariadenia P2B musí byť tento popis **jednoducho prístupný** nielen všetkým komerčným používateľom, ale aj pre **širokú verejnosť.**

Priklad 9: Poskytovateľ stravovacej platformy vo svojich všeobecných obchodných podmienkach uvádza, že ak komerční používatelia ponúkajú stravu aj na svojich vlastných webových stránkach, platia pre nich obmedzenia. Reštaurácia XY chce vedieť, čo tieto obmedzenia zahŕňajú. Vo všeobecných obchodných podmienkach však nachádza iba všeobecné vyjadrenie, že reštaurácie sú obmedzené v uplatňovaní rôznych podmienok na svojich vlastných webových stránkach – bez ďalších podrobností.

Vysvetlenie: Ide o porušenie nariadenia P2B, pretože ak poskytovateľ online platformy uvedie len, že existujú obmedzenia, nejde o konkrétne ani podrobné vysvetlenie podmienok. Opis musí jasne vysvetľovať, čo presne tieto obmedzenia zahŕňajú a prečo ich poskytovateľ zavádza. Ak sa obmedzenie týka napr. stanovenia nižších cien na vlastnej webovej stránke komerčného používateľa, musí to byť uvedené v opise vrátane vysvetlenia zavedenia tohto obmedzenia.

7. Povinnosť zaviesť vnútorný systém vybavovania sťažností

Poskytovateľ online platformy, ktorý podľa prílohy k odporúčaniu Komisie 2003/361/ES nie je malým podnikom, je podľa článku 11 nariadenia P2B povinný vytvoriť vnútorný systém na vybavovanie sťažností komerčných používateľov. **Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Malý podnik – je podnik, ktorý zamestnáva menej ako 50 zamestnancov a ktorého ročný obrat alebo bilančná suma neprekračuje 10 miliónov eur.

Cieľom vnútorného systému vybavovania sťažností je zabezpečiť, aby komerční používatelia mali **prístup k okamžitej a účinnej náprave**, ak potrebujú objasniť sporné skutočnosti alebo napadnúť rozhodnutie poskytovateľa. Vnútorný systém vybavovania sťažností musí byť pre komerčných používateľov **ľahko prístupný a bezplatný**, napr. ako súčasť používateľského rozhrania.

Sťažnosti by sa mali vybavovať v primeranom čase podľa ich dôležitosti a zložitosti. Všetky relevantné informácie o prístupe k vnútornému systému vybavovania sťažností a o jeho fungovaní je poskytovateľ povinný transparentne **uviesť v obchodných podmienkach**.

Poskytovateľ je zároveň povinný zabezpečiť **rovnaké zaobchádzanie v rovnakých situáciách**. Systém musí byť prístupný všetkým komerčným používateľom vrátane tých, ktorých služby boli obmedzené, pozastavené alebo ukončené. Nie je vylúčené ani určité využívanie automatizovaných postupov za predpokladu, že vnútorný systém naďalej spĺňa požiadavky článku 11 nariadenia P2B.

Poskytovateľ je povinný umožniť komerčným používateľom podávať prostredníctvom vnútorného systému vybavovania sťažností prinajmenšom sťažnosti týkajúce sa:

- nedodržiavania povinností uložených poskytovateľom podľa nariadenia P2B, ktoré majú vplyv na sťažovateľa;
- technických problémov priamo súvisiacich s poskytovaním online sprostredkovateľských služieb, ktoré majú vplyv na sťažovateľa;
- konania alebo správania poskytovateľa priamo súvisiaceho s poskytovaním online sprostredkovateľských služieb, ktoré majú vplyv na sťažovateľa.

Poskytovateľ je povinný predložené sťažnosti riadne posúdiť a v prípade potreby prijať následné opatrenia. Výsledok procesu vybavovania sťažnosti musí byť sťažovateľovi oznámený individuálnym spôsobom, jasným a zrozumiteľným jazykom.

Najmenej raz ročne je poskytovateľ povinný zverejniť informácie o fungovaní a účinnosti svojho vnútorného systému vybavovania sťažností a zabezpečiť k nim jednoduchý prístup pre verejnosť.

Poskytovateľ je povinný uviesť najmä **celkový počet prijatých sťažností a ich hlavné typy, priemerný čas potrebný na ich vybavenie a súhrnné informácie o výsledku** sťažností. Účelom tejto povinnosti je oboznámiť komerčných používateľov s najčastejšími problémami, ktoré môžu vzniknúť pri poskytovaní služieb.

8. Mediácia

Poskytovateľ online platformy, ktorý nie je malým podnikom podľa prílohy k odporúčaniu Komisie 2003/361/ES, je podľa článku 12 nariadenia P2B povinný uviesť vo svojich podmienkach dvoch alebo viacerých mediátorov, s ktorými je ochotný spolupracovať pri mimosúdnom riešení sporov s komerčnými používateľmi, ktoré vznikli v súvislosti s poskytovaním jeho služieb. **Táto povinnosť sa nevzťahuje na poskytovateľov internetových vyhľadávačov.**

Určení mediátori môžu byť verejné alebo súkromné subjekty, ktoré spĺňajú tieto požiadavky:

- sú nestranní a nezávislí;
- ich služby sú cenovo dostupné pre komerčných používateľov;
- sú schopní poskytovať služby v jazyku, v ktorom sú vypracované podmienky upravujúce zmluvný vzťah medzi poskytovateľom a komerčným používateľom;
- sú ľahko dostupní buď fyzicky v mieste sídla alebo v mieste sídla komerčného používateľa, alebo na diaľku pomocou komunikačných technológií;
- sú schopní poskytovať svoje služby bezodkladne;
- dostatočne rozumejú všeobecným vzťahom medzi podnikmi.

Cieľom stanovenia minimálneho počtu mediátorov je posilniť ich neutralitu. V prípade sporu sa však poskytovateľ môže dohodnúť s komerčným používateľom na výbere akéhokoľvek iného mediátora. Okrem toho sa uplatňuje zásada, že mediácia je dobrovoľná a že jej začatím nie je dotknutá možnosť domáhať sa nápravy inými prostriedkami.

V každom prípade **poskytovatelia online sprostredkovateľských služieb znášajú pomernú časť celkových nákladov** na mediáciu.

Záver

Tento manuál má **informačný charakter a neslúži ako právne záväzný výklad** nariadenia Európskeho parlamentu a Rady EÚ 2019/1150 (nariadenie P2B). Jeho cieľom je zrozumiteľným spôsobom priblížiť hlavné povinnosti poskytovateľov online sprostredkovateľských služieb a online vyhľadávačov.

Úplné znenie nariadenia je [dostupné na webovej stránke Európskej únie](#).

V prípade otázok môžete kontaktovať Radu pre mediálne služby na adrese: office@rpms.sk