

# Studie poskytovatelů zprostředkovatelských služeb podle Nařízení DSA

Český telekomunikační úřad

Číslo smlouvy: CTU/2024\_0032

25. října 2024



# Obsah

Seznam zkratk	4
Manažerské shrnutí	5
1. Úvod	6
1.1. Nařízení DSA	6
1.1.1. Přehled a základní definice	7
1.1.2. Asymetričnost regulace a povinnosti	8
1.2. Role koordinátora digitálních služeb	10
1.3. Cíl studie	11
2. Metodologie a výběr dat	12
2.1. Společné parametry pro všechny služby	12
2.2. Služby “prostého přenosu”	13
2.2.1. Analýza vývoje právní úpravy po Rozhodnutí McFadden v. Sony Music	14
2.3. Služby ukládání do mezipaměti	15
2.4. Služby hostingu, online platform a online tržiště	15
2.4.1. Vyhledávání subjektů DSA podle relevance kódů CZ-NACE	16
2.5. Třídění relevantních subjektů	17
2.6. Metodika identifikace a verifikace subjektů	17
2.6.1. Problematika “nepodstatné funkce”	18
2.6.2. Hodnocení vnějších znaků	18
2.6.3. Usazení v ČR	19
2.7. Limitace metodiky a interpretace výsledků	19
2.7.1. Sebeidentifikace	19
2.7.2. Stav dat v registrech veřejné správy	20
2.7.3. Identifikace velikosti podniku	20
2.7.4. Usazení	20
2.7.5. Využití studie a vzniklého seznamu jinými správními úřady	21
2.8. Návrh doporučených postupů při budoucí aktualizaci studie a seznamu	21
3. Počet poskytovatelů zprostředkovatelských služeb	23
3.1. Celkový počet identifikovaných poskytovatelů	23
3.2. Počet poskytovatelů služby prostého přenosu	24
3.3. Počet poskytovatelů služby ukládání do mezipaměti	24
3.4. Počet poskytovatelů hostingu	24
3.5. Počet poskytovatelů online platform	25
3.6. Počet poskytovatelů online tržiště	25
3.7. Počet poskytovatelů služby internetových vyhledávačů	26
3.8. Odhad celkového počtu poskytovatelů služeb zasažených Nařízením DSA	26
4. Odhad velikosti části české digitální ekonomiky zasažené regulací DSA	28
4.1. Vliv poskytovatelů digitálních služeb neusazených v ČR	29
4.1.1. Odhad podle návrhu zákona o dani z digitálních služeb	29
4.1.2. Odhad podle dostupných tržeb globálních hráčů	29
4.1.3. Odhad podle inzertních výkonů	30

4.1.4.	Odhad podle běžného účtu platební bilance ČR .....	30
4.1.5.	Závěr .....	30
5.	Případové studie .....	31
5.1.	Zprostředkovatelské služby prostého přenosu .....	31
5.1.1.	Příklad poskytovatele služeb – AUPARK Hradec Králové s.r.o.....	31
5.1.2.	Příklad poskytovatele služeb – NIX.CZ.....	32
5.2.	Ukládání do mezipaměti.....	33
5.2.1.	Příklad poskytovatele služeb – Sledování TV .....	33
5.2.2.	Příklad poskytovatele služeb – Nginx .....	34
5.3.	Hostingové služby .....	34
5.3.1.	Příklad poskytovatele služeb – VSHosting, s.r.o. ....	35
5.3.2.	Příklad poskytovatele služeb – VLTAVA LABE MEDIA a.s. ....	36
5.4.	Online platformy .....	36
5.4.1.	Příklad poskytovatele služeb – POMO Media Group s.r.o. ....	37
5.4.2.	Příklad poskytovatele služeb – Bazoš.cz .....	38
5.5.	Online tržiště .....	38
5.5.1.	Příklad poskytovatele služeb – AUKRO s.r.o.....	39
5.5.2.	Příklad poskytovatele služeb – IRSnet CZ s.r.o.....	40
5.6.	Vyhledávače .....	40
5.6.1.	Příklad poskytovatele služeb – Seznam.cz.....	41
6.	Závěry .....	43
7.	Seznam příloh .....	44

# Seznam zkratek

<b>APEK</b>	Asociace pro elektronickou komerci
<b>ARES</b>	Administrativní registr ekonomických subjektů
<b>CZ-NACE</b>	Klasifikace ekonomických činností (fr. <i>Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne</i> )
<b>ČR</b>	Česká republika
<b>ČTÚ</b>	Český telekomunikační úřad
<b>DIA</b>	Digitální a informační agentura
<b>DNS</b>	Systém doménových jmen (angl. <i>Domain Name System</i> )
<b>Doporučení Komise 2003/361</b>	Doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 týkající se definice mikropodniků, malých a středních podniků
<b>DPH</b>	Daň z přidané hodnoty
<b>DSC</b>	Koordinátor digitálních služeb (angl. <i>Digital Services Coordinator</i> )
<b>ERÚ</b>	Energetický regulační úřad
<b>IPTV</b>	Internetová televize (angl. <i>Internet Protocol television</i> )
<b>ISSN</b>	Mezinárodní standardní číslo seriálové publikace (angl. <i>International Standard Serial Number</i> )
<b>Nařízení DSA</b>	Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES (Nařízení o digitálních službách) (angl. <i>Digital Services Act</i> )
<b>OSVČ</b>	Osoba samostatně výdělečně činná
<b>SDEU</b>	Soudní dvůr Evropské unie
<b>SERP</b>	Stránka výsledků vyhledávání (angl. <i>Search Engine Results Page</i> )
<b>Směrnice CER</b>	Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2557 ze dne 14. prosince 2022 o odolnosti kritických subjektů a o zrušení směrnice Rady 2008/114/ES
<b>Směrnice NIS2</b>	Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2555 ze dne 14. prosince 2022 o opatřeních k zajištění vysoké společné úrovně kybernetické bezpečnosti v Unii a o změně nařízení (EU) č. 910/2014 a směrnice (EU) 2018/1972 a o zrušení směrnice (EU) 2016/1148
<b>SPIR</b>	Sdružení pro internetový rozvoj
<b>ÚOOÚ</b>	Úřad pro ochranu osobních údajů
<b>VLOP</b>	Velmi velké online platformy (angl. <i>Very Large Online Platform</i> )
<b>VLOSE</b>	Velmi velké online vyhledávače (angl. <i>Very Large Online Search Engine</i> )
<b>VPN</b>	Virtuální privátní síť (angl. <i>Virtual Private Network</i> )

# Manažerské shrnutí

Studie poskytovatelů zprostředkovatelských služeb podle Nařízení DSA, vypracovaná pro Český telekomunikační úřad, se zaměřuje na identifikaci poskytovatelů digitálních služeb v České republice, kteří podléhají Nařízení DSA. Cílem Nařízení DSA je sjednocení pravidel pro poskytovatele digitálních služeb na evropském trhu a posílení bezpečnosti a transparentnosti digitálního prostředí. Studie byla vypracována společností PricewaterhouseCoopers Česká republika s cílem pomoci ČTÚ identifikovat subjekty, které podléhají tomuto nařízení, a podpořit tak regulaci digitálních služeb v souladu s tímto předpisem.

V České republice působí velké množství subjektů, které poskytují digitální služby a spadají pod Nařízení DSA. Identifikováno bylo celkem 2 659 poskytovatelů, kteří pokrývají široké spektrum služeb od základních služeb prostého přenosu informací, přes ukládání do mezipaměti a hostingové služby, až po online platformy a tržiště. Mezi identifikovanými subjekty bylo 1 976 poskytovatelů prostého přenosu, 3 poskytovatelé ukládání do mezipaměti, 564 poskytovatelů hostingů, 182 online platform, 76 online tržišť a 1 vyhledávač. Díky subjektům spadajícím pod Nařízení DSA má digitální sektor v České republice významný vliv na ekonomiku; jejich tržby dosáhly v roce 2023 přibližně 375,8 mld. Kč, což odpovídá podílu 4,93 % na HDP ČR. Tento podíl podtrhuje rostoucí význam digitální ekonomiky v každodenním životě občanů a firem. Identifikace subjektů probíhala v období srpna 2024.

Nařízení DSA přináší přímo účinné regulační požadavky na digitální služby v EU, což znamená, že poskytovatelé digitálních služeb musí splňovat řadu povinností. Tyto povinnosti se týkají zveřejňování kontaktních údajů, zavedení mechanismů pro odstraňování nelegálního obsahu a pro střední a velké subjekty také různých dalších opatření, například přizpůsobení uživatelského rozhraní nebo nastavení procesů na ochranu dětí a mladistvých. Větší poskytovatelé, jako jsou online platformy a tržiště, čelí přísnějším regulačním požadavkům, zvláště pokud spadají mezi tzv. velmi velké online platformy nebo velmi velké online vyhledávače, které podléhají přímému dohledu Evropské komise.

Studie také popisuje metodologii identifikace poskytovatelů, která zahrnuje využití ekonomických registrů a datových zdrojů v kombinaci s kritérii, jako je obrat přesahující 2 miliony Kč ročně a další ekonomické ukazatele. Tyto parametry umožnily zúžit okruh subjektů na ty, které mají skutečný význam pro českou digitální ekonomiku. Bylo také potvrzeno, že někteří větší poskytovatelé pokrývají více než jeden typ digitálních služeb, například kombinují hosting a provoz online platform nebo tržišť.

Studie představuje důležitý nástroj pro ČTÚ, který díky ní získává přehled o poskytovatelích digitálních služeb a může tak efektivněji řídit své dohledové aktivity. Tento přehled umožňuje ČTÚ prioritizovat své zdroje v rámci kontrolní činnosti a lépe pochopit strukturu digitálních služeb v České republice. Doporučené postupy, obsažené ve studii, zahrnují návrhy na pravidelnou aktualizaci seznamu poskytovatelů, což by mělo usnadnit identifikaci nových subjektů, které podléhají Nařízení DSA.

Celkově tato studie potvrzuje, že digitální ekonomika hraje klíčovou roli v českém hospodářství a představuje nezanedbatelnou část národního trhu. Nařízení DSA zásadním způsobem ovlivňuje provoz digitálních služeb v EU a poskytuje nástroje pro zajištění bezpečnějšího online prostředí. Díky této regulaci se zvyšuje transparentnost digitálních služeb, což přispívá k ochraně uživatelů a zároveň podporuje další rozvoj digitální ekonomiky. Tato regulace je nezbytná pro udržení bezpečnosti a ochrany uživatelů v rychle se měnícím digitálním prostředí a poskytuje základní rámec pro růst digitálních platform a tržišť v České republice i v celé Evropské unii.

# 1. Úvod

## 1.1. Nařízení DSA

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES (nařízení o digitálních službách) - dále v této studii také **“Nařízení DSA”** - je přímo účinné evropské nařízení, jehož cílem je sjednotit unijní pravidla pro digitální služby, udržovat bezpečné online prostředí a chránit základní práva uživatelů. Těchto cílů dosahuje zavedením nových povinností a regulací pro služby informační společnosti a nejrůznější formy platformem, které fungují jako zprostředkovatelé služeb.

Nařízení DSA vstoupilo plně v účinnost od 17. února 2024. Zavádí povinnosti pro různé typy digitálních služeb, od služeb prostého přenosu (“mere conduit”), přes ukládání do mezipaměti (caching), vyhledávače a hosting, včetně speciálních kategorií hostingu, jako jsou online platformy a online platformy umožňující spotřebitelům uzavírat s obchodníky smlouvy na dálku podle práva v oblasti ochrany spotřebitele (často označované jako takzvaná “online tržiště”). Tyto povinnosti zahrnují například zřízení kontaktních míst pro uživatele a úřady, oznamování trestných činů, zajištění transparentnosti v oblasti reklamy, doporučovacích systémů a rozhodování o moderování obsahu.

Mezi hlavní cíle nařízení patří ochrana uživatelů před nezákonným obsahem, podpora bezpečnosti na internetu a zvýšení transparentnosti algoritmů využívaných online platformami. Nařízení se rovněž zaměřuje na odpovědnost poskytovatelů zprostředkovatelských služeb a online platformem, kdy jim ukládá povinnost zamezit šíření nezákonného obsahu, pokud se o něm dozvědí, umožnit efektivní moderaci obsahu nahrávaného uživateli.

Některé platformy pak nařízení označuje jako “Velmi velké online platformy” či “Velmi velké online vyhledávače” - pro které se vžily zkratky **“VLOP”** či **“VLOSE”** z anglického “Very Large Online Platform” a “Very Large Online Search Engine”. Tyto platformy, u kterých evropský zákonodárce identifikoval významný dopad na společnost a z toho vyplývající vyšší systémová rizika, pak podléhají další přísnější regulaci, a také dohled ze strany samotné Evropské komise. Mají mnoho dalších povinností – například musí vyhodnocovat rizika vyplývající z možnosti významného šíření nezákonného obsahu a významného vlivu na základní práva, jako je svoboda projevu, svoboda médií a pluralita, diskriminace, ochrana spotřebitele a práva dětí, veřejná bezpečnost, volební procesy, násilí na základě pohlaví, veřejné zdraví, ochrana mládeže a duševní i fyzické pohody.

Účinnost od 17. února 2024 stanovuje termín, od kterého musí všechny digitální služby působící na území EU splňovat pravidla a podmínky DSA, čímž se zajistí vyšší úroveň bezpečnosti a ochrany pro uživatele internetu napříč Evropskou unií.

Struktura Nařízení DSA je rozdělena do pěti hlavních kapitol a celkem 93 článků, které detailně upravují povinnosti a pravidla pro poskytovatele digitálních služeb. Nařízení DSA nereguluje samotný obsah, ale proces, na základě kterého jednotliví provozovatelé zprostředkovatelských služeb a služeb informační společnosti k obsahu přistupují. Umožňuje rovněž významné zapojení občanské společnosti prostřednictvím institutů “prověřených výzkumných pracovníků”, “důvěryhodných oznamovatelů” nebo neziskových subjektů, které pověří příjemci zprostředkovatelských služeb zastupováním pro výkon svých práv, která jim dle Nařízení DSA byla udělena.

Nová pravidla zavedená Nařízením DSA tak výrazně ovlivní podobu online prostředí v následujících letech.

## 1.1.1. Přehled a základní definice

DSA se zaměřuje na širokou škálu digitálních služeb a platforem, od poskytovatelů infrastruktury po VLOP a VLOSE. Tyto digitální služby jsou klíčovými hráči na současném trhu a významně ovlivňují, jak uživatelé komunikují, konzumují obsah, obchodují a pracují. Zásadní je, že Nařízení DSA klade důraz na rozlišení mezi různými druhy služeb a stanovuje pravidla podle jejich specifických funkcí. Například služby prostého přenosu, jako jsou poskytovatelé internetového připojení nebo služby pro Voice over Internet Protocol hovory, mají minimální povinnosti, protože pouze přenášejí informace bez jejich modifikace. Na druhou stranu služby hostingové, které ukládají a spravují uživatelský obsah, podléhají přísnějším pravidlům.

Pro potřeby DSA jsou digitální služby rozděleny do tří základních kategorií:

### 1.1.1.1. Služby prostého přenosu

Služby prostého přenosu (“mere conduit”) slouží výhradně k přenosu informací bez ovlivnění jejich obsahu nebo volby příjemce. Příklady, které uvádí Nařízení DSA, jsou obecné kategorie služeb, jako jsou výměnné uzly internetu, bezdrátové přístupové body, virtuální soukromé sítě, služby a resolversy systému doménových jmen (**DNS**), registry názvů domén nejvyšší úrovně, registrátoři, certifikační orgány vydávající digitální certifikáty, internetová telefonie a jiné interpersonální komunikační služby<sup>1</sup>. Dalšími typickými příklady jsou poskytovatelé internetového připojení a veřejné Wi-Fi sítě.

### 1.1.1.2. Služby ukládání do mezipaměti

Služby „ukládání do mezipaměti“ jsou takové služby, které dočasně ukládají informace s cílem zrychlit přenos obsahu k uživatelům, aniž by obsah měnily. Tyto služby zajišťují rychlejší přístup k často vyžadovanému obsahu. Nařízení DSA uvádí jako příklady pouhé poskytování sítí pro doručování obsahu, reverzní proxy služby nebo proxy služby k úpravě obsahu. Poskytovatel nenes odpovědnost, pokud informace nemění, dodržuje pravidla přístupu a odstraní nelegální obsah, jakmile se o něm dozví.

### 1.1.1.3. Služby hostingu

Hostingové služby ukládají informace poskytnuté uživateli na jejich žádost. Do této kategorie spadají například cloudová úložiště nebo sociální sítě, které umožňují veřejnou distribuci informací. Nařízení DSA uvádí jako příklady hostingových služeb kategorie služeb, jako jsou cloud computing, webhosting, placené referenční služby nebo služby umožňující sdílení informací a obsahu online, včetně ukládání a sdílení souborů.

Nařízení DSA také zohledňuje speciální kategorii hostingových služeb, a to online platformy. To jsou takové hostingové služby, které kromě uchování informací poskytovaných příjemci služby na jejich žádost tyto informace také na žádost příjemců služby rovněž veřejně šíří. Na online platformy jsou pak kladeny další zvláštní požadavky nad rámec požadavků na služby hostingu. Zároveň ale Nařízení DSA zavádí určitý limit tohoto označování, který spočívá v tom, že je-li veřejné šíření pouze “nepodstatným a čistě vedlejším prvkem neoddělitelně spjatým s jinou službou nebo nepodstatnou funkcí hlavní služby a tento prvek nebo funkci nelze z objektivních technických důvodů použít bez této jiné, hlavní služby, a začlenění tohoto prvku nebo funkce neznamená obcházení použitelnosti pravidel stanovených v tomto nařízení”<sup>2</sup>, není nutné označit takový hosting zároveň za online platformu a přísněji jej regulovat. Typickým příkladem jsou komentáře pod články v internetových novinách.

---

<sup>1</sup> Recitál 29 Nařízení DSA

<sup>2</sup> Článek 3 odstavec i) Nařízení DSA.

## 1.1.2. Asymetričnost regulace a povinnosti

Jedním z klíčových principů Nařízení DSA je tzv. asymetričnost regulace, která zohledňuje, že střední a velké společnosti poskytující digitální služby mají větší vliv na společnost, jsou-li online platformami nebo tržišti než ti menší. Čím větší je daná zprostředkovatelská služba a čím větší může mít uživatelský obsah, který ukládá a případně i šíří, vliv na společnost, tím přísnější na ni platí podmínky. To je obzvláště relevantní pro VLOP a VLOSE.

Provozovatelé služeb prostého přenosu tak nenesou odpovědnost za obsah, pokud do něj nezasahují. Provozovatelé služeb ukládání do mezipaměti nenesou odpovědnost, pokud informace nemění, dodržují pravidla přístupu a odstraní nelegální obsah, jakmile se o něm dozví. Poskytovatelé hostingu pak nenesou odpovědnost, pokud nemají konkrétní povědomí o protiprávní činnosti nebo nezákonném obsahu nebo pokud urychleně přijmou opatření k odstranění nezákonného obsahu nebo znemožnění přístupu k němu. Všechny služby mohou být justičním nebo správním orgánem požádány, aby přerušily protiprávní jednání nebo mu předešly.

V případě online platform a online tržišť se pak drtivá většina dalších povinností, které se na ně vztahují nad rámec obecných služeb hostingu, nevztahuje na firmy, které jsou klasifikované jako mikropodniky a malé podniky dle Doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 týkající se definice mikropodniků, malých a středních podniků (**Doporučení Komise 2003/361**). Tím by mělo být zajištěno, aby na tyto podniky nedopadala nadměrná administrativní a byrokratická zátěž.

Povinnosti jsou tak následující:

### 1.1.2.1. Povinnosti pro všechny zprostředkovatelské služby

- Zřízení jednotného kontaktního místa pro přímou elektronickou komunikaci s dozorovými orgány v členských státech, s Komisí i s uživateli;
- Firmy ze zemí mimo EU musí ustanovit svého právního zástupce;
- Zprostředkovatelské služby musí informovat ve smluvních podmínkách o všech omezeních, která uplatňují – například o moderaci obsahu, rozhodování založeném na algoritmech a pravidlech pro vyřizování stížností;
- Alespoň jednou ročně jsou poskytovatelé povinni zveřejnovat zprávy o veškerém moderování obsahu, které služba provedla v příslušném období (konkrétní požadavky se liší dle typu služby).

### 1.1.2.2. Povinnosti pro hostingové služby

- Poskytovatelé hostingových služeb musí navíc k předchozím povinnostem zavést i mechanismus oznamování nezákonného obsahu, který umožní uživatelům nahlášovat obsah, který považují za nezákonný;
- Poskytovatelé služeb musí na každé takové nahlášení reagovat a v případě smazání či jakéhokoli znepřístupnění uživatelského obsahu poskytnout uživateli, který obsah nahlásil, odůvodnění;
- Hostingové služby mají také povinnost informovat donucovací nebo justiční orgány v případě, že se dozví informace vedoucí k podezření na trestný čin ohrožující život či bezpečnost osob.



### 1.1.2.3. Povinnosti pro online platformy

Nad rámec výše uvedených povinností mají online platformy, které zároveň nejsou mikropodniky nebo malé podniky, následující povinnosti:

- Musí zřídit interní systém pro vyřizování stížností, který umožní uživatelům elektronicky a bezplatně se odvolat se proti rozhodnutí platformy ohledně odstranění jejich obsahu;
- Uživatelé mají při sporu s online platformou právo obrátit se na jakýkoliv subjekt mimosoudního řešení sporů, který byl certifikovaný příslušným koordinátorem digitálních služeb.
- Platformy také musí přednostně reagovat na oznámení podaná "důvěryhodnými oznamovateli". Status "důvěryhodných oznamovatelů" uděluje koordinátor digitálních služeb;
- Poskytovatelé online platformem jsou dále povinni zavést určitá opatření proti zneužití služby. Jde především o to, že musí po předchozím upozornění zabránit využívání služby na určitou dobu uživatelům, kteří často nahrávají zjevně nezákonný obsah, ale také se bránit proti uživatelům, kteří zasílají zjevně neodůvodněná oznámení;
- Ve svých každoročních zprávách musí poskytovatelé online platformem navíc uvádět informace o proběhlých mimosoudních řešení sporů a o pozastaveních účtů;
- Každých půl roku musí online platformy zveřejnit informace o "měsíčním počtu aktivních příjemců služby v Unii". Bez ohledu na velikost podniku musí platformy tento počet na vyžádání sdělit Evropské komisi nebo koordinátorovi digitálních služeb v zemi usazení;
- Platformy mají zakázáno využívat takzvané "dark patterns" tedy koncipovat online rozhraní tak, že by klamalo či manipulovalo jejich uživatele (typicky jde o obtížné zrušení předplatného nebo účtu, zvyrazňování určitých voleb, opakované žádosti a podobně);
- Platformy také musí být schopné uživatelům sdělit, proč je na ně cílená reklama a kdo za ni zaplatil. Uživatel musí být také jasně schopen rozpoznat, zda je obsah sponzorován nebo propagován. Nařízení DSA také zakazuje platformám cílit reklamu na základě citlivých osobních údajů, jako je etnický původ, náboženství nebo sexuální orientace. Zakazuje také cílit reklamu na nezletilé osoby na základě profilování;
- Zároveň mají platformy povinnost týkající se transparentnosti doporučovacích systémů – musejí uvést ve smluvních podmínkách hlavní kritéria, podle čeho se doporučovací systémy rozhodují;
- Poskytovatelé online platformem musí také zajistit vysokou míru soukromí, bezpečnosti a ochrany nezletilých osob.

### 1.1.2.4. Povinnosti pro online tržiště

- Online tržiště mají další povinnosti, pokud nejsou malým podnikem nebo mikropodnikem;
- Musí zajistit před tím, než umožní některému obchodníkovi využít své rozhraní a platformu zajistit, že obchodníci poskytnou kontaktní informace a také autocertifikaci, že nabízí jen takové výrobky a služby, které jsou v souladu s právem Unie;
- Poskytovatelé online tržišť musí mít takové uživatelské rozhraní, které umožní obchodníkům snadno zobrazit své jméno, logo, ochrannou známku nebo podobnou identifikaci a informovat o své adrese, spojení a o tom, že plní povinnosti týkající se např. Bezpečnosti či souladu s předpisy. Tržiště musí také náhodně ověřovat, zda nejsou nabízené výrobky nebo služby označené za nezákonné (např. v oficiálních veřejně přístupných databázích typu RAPEX);
- Tržiště musí informovat spotřebitele, pokud se dozví, že výrobek, který obchodník prodal jeho prostřednictvím, je nezákonný a o způsobu nápravy.

### 1.1.2.5. Povinnosti pro velmi velké online platformy a velmi velké online vyhledávače

VLOP a VLOSE jsou předmětem dalších povinností, nad rámec výše uvedených. Jde o subjekty, které mají více uživatelů v EU než 45 milionů. Tyto služby musejí především posuzovat rizika, která jsou s jejich službou spojena, a následně přijmout opatření pro jejich zmírnění a poté tato opatření podrobit nezávislým auditům.

Nařízení DSA také zavádí mechanismus reakce na krize v případech hrozby pro veřejné zdraví a bezpečnostní krize. Dalšími povinnostmi pro VLOP a VLOSE jsou například umožnění využívání doporučovacího systému bez profilování, vedení archivu reklam nebo poskytování přístupu k datům koordinátorovi digitálních služeb, Komisi a prověřeným výzkumným pracovníkům.

VLOP a VLOSE musí také ve své organizační struktuře zavést relativně nezávislý útvar zajišťování souladu, který má za úkol monitorovat dodržování pravidel vyplývajících z Nařízení DSA. Dále musí vydávat zprávy o transparentnosti každých šest měsíců, ve kterých uvádí nad rámec obecných povinností výše také údaje o lidských zdrojích, které věnují moderování obsahu pro každý úřední jazyk jednotlivých členských států EU nebo informace o kvalifikaci a jazykových znalostech těchto pracovníků.

VLOP a VLOSE musí každoročně platit Evropské komisi poplatek za dohled.

## 1.2. Role koordinátora digitálních služeb

Koordinátorem digitálních služeb (**DSC**) je orgán odpovědný za uplatňování a prosazování Nařízení DSA v každém členském státě. DSC mají společně s Komisí přispívat ke sledování prosazování Nařízení DSA. Mají pravomoc požadovat přístup k údajům VLOP/VLOSE, nařídit inspekce a ukládat pokuty v případě protiprávního jednání. Odpovídají také za certifikaci „důvěryhodných oznamovatelů“ a mimosoudních orgánů pro řešení sporů.

DSC v České republice je Český telekomunikační úřad (**ČTÚ**). ČTÚ je pověřen dohlížet na dodržování pravidel stanovených v Nařízení DSA pro poskytovatele služeb usazené v České republice (mimo ty poskytovatele, kteří byli označeni jako VLOP/VLOSE), je kontaktním místem pro vyřizování podnětů, stížností a dotazů veřejnosti, certifikuje subjekty mimosoudního řešení sporů, důvěryhodné oznamovatele a prověřené výzkumné pracovníky. Spolu s DSC ostatních členských států je členem Sboru pro digitální služby, kterému předsedá Evropská komise (Evropská komise ale nemá hlasovací právo).

Koordinátor ale neposuzuje zákonnost, nezákonnost či „škodlivost“ samotného obsahu a nerozhoduje spory mezi poskytovateli služeb a uživateli. Nemá ani pravomoc nařídit odstranění nezákonného obsahu ani zablokování internetových stránek.

Některé specifické oblasti, které jsou spojené s ochranou osobních údajů, mají dle návrhu nového zákona o digitální ekonomice, kterým se na národní úrovni implementuje Nařízení DSA, svěřit do působnosti Úřadu pro ochranu osobních údajů (**ÚOOÚ**). Jde zejména o články, které se týkají ochrany dat v rámci online reklamy.

Na DSC se mají také právo obrátit příjemci služby či jejich zástupci se stížností na poskytovatele zprostředkovatelských služeb kvůli údajnému porušení tohoto nařízení. Koordinátor digitálních služeb stížnost posoudí a tam, kde je to vhodné, ji postoupí koordinátorovi digitálních služeb v zemi usazení a ve vhodných případech k ní připojí stanovisko, případně ji postoupí jinému úřadu ve svém členském státě, pokud se to dotýká jeho působnosti.

## 1.3. Cíl studie

Cílem této studie je dle zadání ČTÚ identifikovat a kategorizovat poskytovatele zprostředkovatelských služeb působících v České republice, kteří podléhají regulaci podle Nařízení DSA. Studie má za úkol podpořit ČTÚ v plnění jeho dozorových funkcí dle tohoto nařízení.

Pro účely této studie a na základě požadavku zadavatele byly poskytovatelé zprostředkovatelských služeb rozděleni do šesti hlavních kategorií:

- **Zprostředkovatelské služby prostého přenosu**, zahrnující poskytovatele přístupových bodů, služby virtuálních privátních sítí (**VPN**) nebo služby přenosu dat;
- **Služby ukládání do mezipaměti (caching)**, které zahrnují poskytovatele sítí pro doručování obsahu a reverzní proxy služby;
- **Hostingové služby**, do kterých patří webhosting, cloud computing a další formy ukládání dat;
- **Online platformy**, mezi něž patří sociální sítě a platformy pro sdílení obsahu;
- **Online tržiště**, která umožňují spotřebitelům uzavírat smlouvy s obchodníky na dálku;
- **Vyhledávače**, které pomáhají uživatelům nalézt a zpřístupnit informace na internetu.

Identifikace poskytovatelů proběhla na základě ekonomických kritérií stanovených ČTÚ, konkrétně podle výše obratu a počtu uživatelů. Studie je zaměřena především na subjekty s ročním obratem přesahujícím 2 miliony Kč nebo na ty, jejichž službu měsíčně využívá více než 9 000 uživatelů. Tato data pomohou ČTÚ lépe pochopit strukturu českého trhu s digitálními službami a efektivněji nastavit dozorové kapacity, což podpoří účinné provádění regulací dle Nařízení DSA.

## 2. Metodologie a výběr dat

V této kapitole shrnujeme popis metodického přístupu k vyhledávání relevantních subjektů spadajících pod Nařízení DSA, použitých vstupních dat, parametrů a jejich vyhodnocování a zpracování. Uvádíme, jak jsme přistupovali k vyhledávání relevantních subjektů, jaké jsme identifikovali limity s ohledem na dostupná data a další informace vedoucí k vytvoření finálního seznamu subjektů dle zadání.

Cílem je identifikovat co největší počet firem spadajících pod Nařízení DSA. V tomto ohledu bylo cílem zpracovatele Studie zajistit, aby v automatizovaném procesu nedošlo k odfiltrování potenciálně relevantního subjektu důvodu špatné kvality vstupních dat. Proto byl první krok vyhledávacího procesu vždy obecnější a seznam takto získaných subjektů byl dále zpracováván.

Primárním zdrojem dat o jednotlivých poskytovatelích jsou otevřená data různých datasetů veřejné správy, která umožňují získat informace o počtu zaměstnanců (v určitém rozmezí), obratu společností (pokud jej zveřejňují), a o jejich převažující ekonomické činnosti (s mírou chybovosti, kterou popisujeme v kapitole 2.7 *Limitace metodiky a interpretace výsledků*). Pro usnadnění práce s daty jsme využili placenou databázi Merk společnosti Imper s.r.o. Důvodem je, že tato databáze obsahuje data dostupná z různých registrů provozovaných státními orgány na jednom místě a s možností vyhledávání. Prostřednictvím dostupného API rozhraní dochází k automatickému vyhledávání firem podle stanovených parametrů, tak aby byly filtrovány pouze firmy potenciálně spadající pod Nařízení DSA.

Data o poskytovatelích (jak z datasetů otevřených dat, tak z dalších zdrojů, které uvádíme níže) byla shromažďována v období mezi 1. 8. do 31. 8. 2024. Poté probíhalo jejich zpracování. Případné další poskytovatele jsme přidávali na základě vstupů od zadavatele.

V identifikaci jsme využili i poznatků od ostatních koordinátorů digitálních služeb, kteří vydali neformální vodítka k Nařízení DSA, jako je např. nizozemský regulátor ACM.<sup>3</sup>

### 2.1. Společné parametry pro všechny služby

Společné parametry pro všechny služby jsou následující:

- Služba musí být provozována subjektem, který je usazen v ČR (má sídlo v ČR, respektive české IČ/DIČ). Není rozhodující, zda tato firma má zahraničního vlastníka, rozhodující je, zda službu v ČR poskytuje firma, která je usazená v ČR (manuální odstranění významných poskytovatelů služeb, kteří evidentně poskytují služby ze zahraničí a nejsou usazeni v ČR, popisujeme níže).
- Obrat subjektu v roce 2022 nebo 2023 přesáhl 2.000.000 Kč bez DPH anebo její služby měsíčně využívá více než 9.000 uživatelů. Údaje o počtu uživatelů není možné v otevřených datech dohledat a zadavatel je chtěl využít pouze jako pomocný parametr při identifikaci subjektů, proto jsme se po konzultaci se zadavatelem rozhodli vypsát všechny dostupné poskytovatele bez ohledu na návštěvnost služby.
- Služba musí být provozována plátcem DPH. Hranice rozhodného obratu pro DPH se od roku 2023 posunula na 2 miliony Kč za posledních 12 měsíců, do té doby byla 1 milion Kč. Zúžení poskytovatelů pouze na plátce DPH umožnilo vyřadit takové poskytovatele, kteří nemusí uvádět obrat, ale jistě nespádají do limitu 2 milionů Kč, který pro označení poskytovatele jako "relevantního" stanovil ČTÚ (typicky jde o takové poskytovatele služeb, kteří jsou osoby samostatně výdělečně činné a živnostníci).

<sup>3</sup> ACM publishes for consultation its DSA guidelines for providers of online services, dostupné z: <https://www.acm.nl/en/publications/acm-publishes-consultation-its-dsa-guidelines-providers-online-services>

## 2.2. Služby “prostého přenosu”

Pro klasifikaci služeb prostého přenosu jsme využili příklady z recitálu 29 Nařízení DSA, tedy jde o takové služby, které splňují definici “výměnné uzly internetu, bezdrátové přístupové body, virtuální soukromé sítě, služby a resolversy DNS, registry názvů domén nejvyšší úrovně, registrátoři, certifikační orgány vydávající digitální certifikáty, internetová telefonie a jiné interpersonální komunikační služby”.

Základní hypotézou je, že nejčastěji se vyskytující službou “prostého přenosu” bude služba bezdrátových přístupových bodů. Pro tyto účely jsme provedli právní analýzu, zda jde o službu, kterou lze vůbec považovat za službu informační společnosti (analýzu uvádíme v kapitole 2.2.1 *Analýza vývoje právní úpravy po Rozhodnutí McFadden v. Sony Music*). Nařízení totiž uvádí, že služby informační společnosti jsou takové, které jsou poskytovány “zpravidla za úplatu, na dálku, elektronicky a na individuální žádost příjemce.”<sup>4</sup>

Analýza nepřinesla důvod, proč by tato služba neměla být službou hospodářské povahy. Proto jsme se soustředili na nejčastější stroje vyhledatelné reprezentanty této služby. Identifikovali jsme je jako hotely, penziony a podobná ubytovací zařízení. Na základě průzkumu mezi 30 náhodně vybranými hotely a penziony z vybraného datasetu jsme zjistili, že službu “Wi-Fi” či ekvivalentní poskytují všichni. Dále jsme jako vysoce pravděpodobné poskytovatele této služby identifikovali osobní dopravce. Proto jsme zvolili následující kódy CZ-NACE:

Kategorie	Podkategorie	Kód CZ-NACE
Zprostředkovatelské služby „prostého přenosu“	bezdrátové přístupové body	Ubytování v hotelích a podobných ubytovacích zařízeních
Zprostředkovatelské služby „prostého přenosu“	bezdrátové přístupové body	Železniční osobní doprava meziměstská
Zprostředkovatelské služby „prostého přenosu“	bezdrátové přístupové body	Meziměstská pravidelná pozemní osobní doprava
Zprostředkovatelské služby „prostého přenosu“	bezdrátové přístupové body	Mezinárodní pravidelná letecká osobní doprava

Protože častými poskytovateli služby bezdrátových přístupových bodů jsou obchodní centra a úřady, snažili jsme se identifikovat, zda i tyto subjekty poskytují tuto službu. Zkoumali jsme také velké maloobchodní řetězce (obchody s potravinami). Identifikované poskytovatele jsme zařadili do seznamu.

U služeb výměnné uzly internetu a registry názvů domén nejvyšší úrovně jsme dle předpokladů identifikovali jednoho poskytovatele. Služby registrátorů jsme získali ze seznamu registrátorů vedeného na stránkách sdružení CZ.NIC<sup>5</sup>. Pro seznam certifikačních orgánů vydávajících digitální certifikáty jsme využili vyhledávání na Google. U služeb a resolverů DNS, internetové telefonie a jiných interpersonálních komunikačních služeb jsme neidentifikovali jiné poskytovatele než ty, kteří jsou zároveň poskytovateli služeb nebo sítí elektronických komunikací a zároveň jsou usazeni v ČR. Seznam těchto poskytovatelů poskytl ČTÚ, aby je bylo možné vložit do seznamu.

<sup>4</sup> Recitál 5 Nařízení DSA

<sup>5</sup> Dostupné z: <https://www.nic.cz/whois/registrars/>

## 2.2.1. Analýza vývoje právní úpravy po Rozhodnutí McFadden v. Sony Music

Předmětem této analýzy je otázka, zda nadále platí, že zprostředkování přístupu k síti (poskytnutí bezplatného Wi-Fi připojení) jako vedlejší činnost podnikatele je službou informační společnosti, jak bylo rozhodnuto Soudním dvorem Evropské unie (**SDEU**) ve věci *McFadden vs. Sony Music Entertainment Germany GmbH* (C-484/14). Jde o to, že po deseti letech došlo k zásadnímu vývoji na trhu elektronických komunikací a na příbuzných trzích (zavedení přístupu roam-like-at-home, výrazné rozšíření služeb neomezených dat v mobilních sítích). Otázkou tak je, zda je z tohoto hlediska stále služba bezplatného Wi-Fi připojení službou hospodářské povahy.

Rozhodnutí se opírá o interpretaci směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES o určitých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu (dále jen „Směrnice“), která byla nedávno nahrazena Nařízením DSA.

Rozhodnutí SDEU ve věci *McFadden vs. Sony* se zaměřovalo na otázku, zda provozovatel obchodu, který poskytuje bezplatné Wi-Fi připojení, může být odpovědný za protiprávní činnosti, které uživatelé této sítě spáchají (v tomto případě šlo o porušení autorských práv). Soudní dvůr vycházel z ustanovení Směrnice, zejména článku 12, který upravoval odpovědnost poskytovatelů služeb prostého přenosu, tedy poskytovatelů přístupu k internetu.

Podle tohoto ustanovení poskytovatelé služeb prostého přenosu nejsou odpovědní za informace přenášené prostřednictvím jejich sítě, pokud splňují určité podmínky:

- Přenos iniciuje příjemce služby, nikoliv poskytovatel;
- Přenos probíhá automaticky a bez selekce přenášených informací;
- Poskytovatel neuchovává přenášené informace po dobu delší, než je nezbytné pro jejich přenos.

Soudní dvůr však také zdůraznil, že pokud poskytovatel Wi-Fi připojení nebyl účinně seznámen s protiprávní činností, nebo pokud nepřijal vhodná opatření k zabránění protiprávnímu jednání, může být povinen přijmout preventivní opatření, jako například zabezpečení své Wi-Fi sítě pomocí hesla, aby omezil riziko opakování porušení práv.

Tato pravidla byla nyní převzata a aktualizována v rámci nařízení DSA, které ve člancích 4–6 věrně kopíruje základní principy stanovené Směrnicí. Článek 4 DSA, který odpovídá článku 12 Směrnice, uvádí, že poskytovatel zprostředkovatelských služeb, který zprostředkovává prostý přenos informací, nenesie odpovědnost za obsah přenášený jeho uživateli, pokud splňuje uvedené podmínky. DSA navíc v článku 8 výslovně stanoví, že poskytovatelé zprostředkovatelských služeb nejsou povinni monitorovat informace, které přenášejí nebo ukládají, ani aktivně vyhledávat skutečnosti či okolnosti, které by nasvědčovaly protiprávní činnosti. Toto ustanovení slouží k ochraně poskytovatelů před nepřiměřenými požadavky na sledování aktivit jejich uživatelů, avšak zároveň ponechává možnost, aby soudní nebo správní orgán uložil poskytovateli povinnost ukončit protiprávní jednání nebo mu předejít.

V souladu s těmito principy lze konstatovat, že podnik, který poskytuje bezplatné Wi-Fi připojení jako vedlejší službu, je považován za poskytovatele zprostředkovatelských služeb, což je kategorie služeb informační společnosti definovaná v článku 3 písm. g) bod i) DSA. Z toho vyplývá, že takový podnikatel musí dodržovat pravidla a podmínky stanovené v DSA, zejména s ohledem na odpovědnost za obsah přenášený prostřednictvím jeho sítě a povinnost reagovat na soudní či správní příkazy týkající se protiprávního obsahu.

Vedle nařízení DSA jsme se rovněž zabývali vývojem rozhodovací praxe po přijetí rozhodnutí ve věci *McFadden vs. Sony*, nicméně žádné z rozhodnutí neobsahuje v zásadě ani náznak odklonu od nastolených závěrů SDEU.



Na základě analýzy rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie ve věci *McFadden vs. Sony*, navazující judikatury a aktuální právní úpravy stanovené Nařízením DSA lze dospět k závěru, že zprostředkování přístupu k síti prostřednictvím bezplatné Wi-Fi sítě jako vedlejší činnost podnikatele představuje službu informační společnosti.

## 2.3. Služby ukládání do mezipaměti

Dle předpokladů uvedených v návrhu metodiky jsou služby ukládání do mezipaměti (pouhé poskytování sítí pro doručování obsahu, reverzní proxy služby nebo proxy služby k úpravě obsahu) usazené v drtivé většině mimo Českou republiku. Jako služby sítí pro doručování obsahu jsme identifikovali poskytovatele IPTV nabízející tyto služby jako dodavatele pro poskytovatele služeb elektronických komunikací. O identifikaci potenciálních dalších poskytovatelů (např. proxy serverů) jsme usilovali prostřednictvím statistik jako např. *W3Techs.com*<sup>6</sup>, ale neidentifikovali jsme žádné poskytovatele, kteří by byli usazeni v ČR.

## 2.4. Služby hostingu, online platformem a online tržišť

Služby hostingu jsme vyhledávali kombinací automatizovaného a ručního vyhledávání. Pro automatizované vyhledávání jsme využili databázi ARES (s využitím služby Merk) prostřednictvím následujících CZ-NACE kódů:

Kategorie	Podkategorie	Popis
Hostingové služby	cloud computing	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem
Hostingové služby	webhosting	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem
Hostingové služby	služby umožňující sdílení informací a obsahu online, včetně ukládání a sdílení souborů	Maloobchod prostřednictvím internetu

Dále jsme pro vyhledání služeb “hostingu”, “online platformem” a “online tržišť” využili následující dostupné seznamy:

- Seznam “Poskytovatelé cloud computingu zapsaní dle ZoISVS platného od 1/9/2021” dostupná na stránkách Digitální a informační agentury (**DIA**);<sup>7</sup>
- Seznam subjektů v kategorii elektronická média Národního centra ISSN. Tento seznam obsahoval 448 digitálních magazínů a jejich poskytovatelů. Poté jsme provedli manuální kontrolu, zda jde o poskytovatele služby hostingu (zda umožňují ukládat obsah uživatelů). Vyřadili jsme ty poskytovatele, kde nebyl dohledatelný provozovatel, či chyběl název poskytovatele;
- Seznam členů Asociace pro elektronickou komerci (**APEK**).<sup>8</sup> V rámci jeho zpracování jsme vyřadili přidružené členy (např. advokátní kanceláře) a hledali takové subjekty, u kterých je

<sup>6</sup> Dostupné z: <https://w3techs.com/>

<sup>7</sup> Dostupné z: <https://www.dia.gov.cz/oha/katalog-cloud-computingu/poskytovatele-cloud-computingu-zapsani-dle-zoisvs-platneho-od-1-9-2021/>

<sup>8</sup> Dostupné z: <https://www.apek.cz/seznam-clenu>

vysoká pravděpodobnost, že budou spadat pod Nařízení DSA (tedy primárně subjekty v oboru e-commerce);

- Registr zprostředkovatelů vedený energetickým regulačním úřadem (**ERÚ**);
- Seznam samostatných zprostředkovatelů dle zákona č. 170/2018 o distribuci pojištění a zajištění.

Mimo toto strojové vyhledávání jsme využili běžně dostupné databáze, jako Firmy.cz, kde jsme hledali v kategoriích, kde byla největší pravděpodobnost nalezení maxima poskytovatelů spadajících pod kategorii hostingu, online platform a online tržišť. Jde například o zprostředkování zaměstnání, zprostředkování dovolených, online bazary, online diskusní fóra, zprostředkování jízdenek a vstupenek a podobně. Zároveň jsme vyhledávali po identifikaci největších poskytovatelů v daných kategoriích jejich obchodní jména pomocí vyhledávače Google (snažili jsme se využít praxe, kdy poskytovatelé určitých služeb objednávají reklamu cílenou na klíčová slova obsahující i název či značku jejich konkurentů).

Vyhledané subjekty jsme zařadili do databáze a provedli na nich analýzu, zda je možné identifikovat společné znaky pro služby hostingu, online platform či online tržišť. Postup analýzy uvádíme v kapitole *2.4.1 Vyhledávání subjektů DSA podle relevance kódů CZ-NACE*.

### 2.4.1. Vyhledávání subjektů DSA podle relevance kódů CZ-NACE

Na základě seznamu 699 subjektů – členů APEK jsme identifikovali 321 relevantních a 378 nerelevantních subjektů. Společnost byla označena jako relevantní, pokud obsahovala recenze nebo hodnocení uživatelů na svých stránkách nebo zprostředkovala smlouvy třetím stranám.

K seznamu byly přiřazeny IČO a u 272 společností jsme na základě dat z databáze Merk (tedy z ARES) získali údaje o CZ-NACE kódech hlavní činnosti a vedlejších činností. Nepárované subjekty měly buď zahraniční IČO, nebo šlo o OSVČ.

Analýza pomocí business intelligence nástroje Alteryx ukázala následující:

- **Nejčastější kódy hlavních oborů:** Nejčastějšími kategoriemi byly "Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení" a "Nespecializovaný velkoobchod", přičemž každá se vyskytovala u 27 společností, což představuje menší část z relevantních subjektů;
- **Nejčastější první dvě číslice kódů hlavních oborů:** Kategorie s kódem začínajícím na 47 ("Maloobchod, kromě motorových vozidel") měla 112 společností, tedy téměř polovinu relevantních subjektů. Další kategorií bylo číslo 46 ("Velkoobchod, kromě motorových vozidel") s 79 společnostmi. Ostatní kódy se objevovaly ve výrazně menším počtu;
- **Nejčastější kódy dalších oborů:** "Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení" se vyskytovalo u 94 společností, "Nespecializovaný velkoobchod" u 88 a "Reklamní činnosti" u 83, což představuje významné podíly;
- **Kombinace kódů hlavní činnosti a kódů vedlejší činnosti:** Nejčastější kombinací byla kategorie "Maloobchod v nespecializovaných prodejnách" a "Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení" s 14 výskyty;
- **Nejčastější kombinace kódů vedlejší činnosti:** Nejčastější kombinací bylo "Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení" a "Reklamní činnosti" (41 případů), následované "Nespecializovaný velkoobchod" a "Reklamní činnosti" (40 případů).

Další analýzy zjistily, že žádné kódy se nevyskytovaly výhradně mezi nerelevantními subjekty ve významném počtu (což by indikovalo, že bychom mohli opomenout některé typické "vzorce" firem). Z kombinací kódů byly identifikovány nejpoužívanější a využitelné vzory.

Při analýze seznamu všech firem v ČR byly testovány různé přístupy:

- Celkový počet firem s pěti nejčastějšími kódy hlavní činnosti činil 75 028, což vedlo k vyhodnocení tohoto přístupu jako nepoužitelného;



- Pět nejčastějších kódů vedlejší činnosti se vyskytovalo u 109 604 firem, což rovněž vedlo k zamítnutí tohoto přístupu;
- Kombinace kódu hlavní činnosti a dvou kódů vedlejší činnosti u deseti nejpoužívanějších kombinací relevantních firem ukázala na 4 780 subjektů, což bylo vyhodnoceno jako nevhodnější přístup.

Na základě těchto kombinací jsme vytvořili základní seznam potenciálně relevantních firem, který obsahoval i informace o počtu zaměstnanců a ročním obratu.

## 2.5. Třídění relevantních subjektů

Základní třídění nad seznamem relevantních subjektů vyplývalo ze zadání ČTÚ. Nejdříve jsme provedli třídění dle primárních kritérií – tedy zda je subjekt usazený v České republice (má české IČ a DIČ) a zda jde o službu, která má roční obrat vyšší než 2 miliony Kč a zda je evidován jako plátce DPH.

Dále jsme k subjektům přiřadili na základě jejich IČ poslední známý obrat či odhadované rozpětí obratu dle nástroje Merk. Protože Merk neumožňuje filtrovat firmy s odhadovaným obratem nad 2 miliony Kč (rozsah je 1–3 miliony Kč), z důvodu opatrnosti jsme u firem, které nezveřejnily obrat, zahrnuli poskytovatele s odhadovaným obratem od 1 milionu Kč.

U některých služeb jsme stanovili jejich zařazení mezi služby spadající pod Nařízení DSA fikcí - šlo především o subjekty “prostého přenosu”, tedy provozovatele služeb bezdrátových přístupových bodů (Wi-Fi), poskytovatelů služeb elektronických komunikací předaných ze strany ČTÚ a u subjektů, kteří mají jako svou hlavní činnost poskytování hostingu (“Činnosti související se zpracováním dat a hostingem”) a subjektů, které jsou evidované jako poskytovatelé cloud computingu dle Zákona č. 365/2000 o informačních systémech veřejné správy.

Proběhla kontrola na entity, které jsou sice evidovány jako živnostníci, ale patří mezi zásadní poskytovatele služeb informační společnosti v ČR (typickým příkladem je např. server bazos.cz nebo portál navolnenoze.cz), zda nebyly omylem vyřazeny.

K daným poskytovatelům jsme poté přiřadili počet zaměstnanců a obraty. Počet zaměstnanců jsme vyhodnotili jako nejlepší identifikátor toho, zda je danou společností možné považovat za mikropodnik, malý podnik, střední podnik či velký podnik. Stanovení velikosti podniku je důležité z důvodu, že některé povinnosti vyplývající z Nařízení DSA se vztahují jen na střední a velké podniky.

Velikost podniku jsme vyhodnotili dle Doporučení Komise 2003/361, které definuje malé a střední podniky jako společnosti, jejichž počty zaměstnanců a ekonomická váha spadají pod určité limity:

- Střední podnik má maximálně 250 zaměstnanců, obrat nepřesahující 50 milionů EUR a rozvahu nepřesahující 43 milionů EUR;
- Malý podnik má maximálně 50 zaměstnanců a obrat nebo rozvahu nepřesahující 10 milionů EUR;
- Mikropodnik má maximálně 10 zaměstnanců a obrat nebo rozvahu nepřesahující 2 miliony EUR.

Nad ostatními identifikovanými poskytovateli jsme provedli analýzu jejich činnosti, zda je možné je považovat za poskytovatele, kteří spadají do působnosti Nařízení DSA.

## 2.6. Metodika identifikace a verifikace subjektů

Klíčovým následujícím krokem byla analýza zbývajících subjektů, zda jde o poskytovatele služeb informační společnosti a především rozlišení, zda jde o hosting, online platformy či online tržiště.

Identifikace proběhla manuálně procházením webové prezentace každé služby, kde jsme zkoumali základní znaky, které napovídají tomu, že jde o digitální službu regulovanou Nařízením DSA. Základním znakem v tomto případě je, zda služba umožňuje vložení uživatelem generovaného obsahu, což z ní činí hosting (“ukládání informací poskytovaných příjemcem služby na jeho žádost”), informace veřejně šíří (“zpřístupňování informací na žádost příjemce služby, který informace poskytl, potenciálně neomezenému počtu třetích stran”), což z ní činí online platformu (“služba, která na žádost příjemce služby ukládá a veřejně šíří informace, ledaže je tato činnost nepodstatným a pouze pomocným prvkem jiné služby nebo nepodstatnou funkcí hlavní služby a z objektivních a technických důvodů ji nelze používat bez této jiné služby a integrace tohoto prvku nebo této funkce do této jiné služby není prostředkem k obcházení použitelnosti tohoto nařízení”) nebo je online tržištěm (umožňuje uzavírat smlouvu nad dálku).

Za “uživatelem generovaný obsah” přitom považujeme vše, co je generované uživatelem služeb. Uživatelem služeb nemusí nutně být pouze zákazník, ale obecně původce informací (Nařízení DSA v definici uvádí, že “příjemcem služby“ je jakákoli fyzická nebo právnická osoba, která využívá zprostředkovatelskou službu, zejména pro vyhledávání či zpřístupňování informací). Klíčové tak je, zda daná služba umožňuje ukládání obsahu a případně jeho veřejné šíření. Obsahem může být prakticky cokoli.

Někteří poskytovatelé (jde ale o jednotky) výslovně uvádí kategorii dle Nařízení DSA ve svých obchodních podmínkách a identifikují se takto veřejně. Zařadili jsme je proto do kategorie, za kterou se samy považují.

### 2.6.1. Problematika “nepodstatné funkce”

Zvláštní pozornost jsme věnovali při identifikaci online platform tomu, zda je činnost veřejného šíření “nepodstatným a pouze pomocným prvkem jiné služby nebo nepodstatnou funkcí hlavní služby”. Pro řadu subjektů by to znamenalo rozdíl mezi mírnější a přísnější regulací. Samo Nařízení DSA hovoří o tom, že cílem této výjimky je, “aby se však zabránilo uložení příliš obecných povinností”<sup>9</sup>. U řady služeb je stanovení, zda na ně je možné aplikovat tuto výjimku, poměrně jednoduché – typicky jde o služby vydavatelů online publikací, kteří u svého editoriaálního obsahu nabízejí pro čtenáře možnost vyjádřit se v komentářích v diskusních fórech. Toto je nakonec i typický příklad této výjimky, který uvádí i Nařízení DSA<sup>10</sup> (“Takový prvek může představovat například sekce pro komentáře v internetových novinách, je-li zřejmé, že se jedná o vedlejší prvek hlavní služby představované vydáváním novin v rámci redakční odpovědnosti vydavatele”).

Obtížnější je stanovení, zda na se poskytovatele vztahuje podobná výjimka, u recenzí a hodnocení zboží v internetových obchodech, případně služby poradny a diskuse o daném zboží a jeho funkcích a parametrech. APEK uvádí v tiskové zprávě z 19. srpna 2021, že uživatelské recenze ovlivní až 94 % nakupujících na internetu.<sup>11</sup> APEK zkoumal v rámci panelového výzkumu, jak moc ovlivňují recenze internetové uživatele při jejich rozhodování o on-line nákupu a vyhodnotil, že význam uživatelských hodnocení je vysoký. Nicméně primární službou internetových obchodů je stále prodej zboží nebo služeb. Po konzultaci se zadavatelem jsme tak vyhodnotili, že ačkoli jsou recenze pro uživatele důležité, stále jde o nepodstatný a pouze pomocný prvek jiné služby.

### 2.6.2. Hodnocení vnějších znaků

Služby jsme obecně hodnotili na základě vnějších znaků dané služby – například zda sama ve své webové prezentaci tvrdí, že poskytuje některé služby, které jsou zjevně službou hostingu (webhosting,

<sup>9</sup> Recitál 13 Nařízení DSA

<sup>10</sup> Recitál 13 Nařízení DSA

<sup>11</sup> Dostupné z: <https://www.apek.cz/clanky/uzivatelske-recenze-ovlivni-az-94-nakupujicich-n>

poskytování cloud computingu, služby datových center). Služby, které umožňují recenze produktů či diskuse k produktům není jejich hlavní činností, jsme vzhledem k výjimce popsané výše označovali rovněž za služby hostingu. Za online platformy jsme označili pouze takové poskytovatele, u kterých je veřejné šíření obsahu zásadní. Typicky jde o diskusní fóra, zprostředkovatele pracovních nabídek, katalogy zboží (odkazující na jiné internetové obchody) a podobně. U online tržišť jsme zkoumali, zda dochází ke zprostředkování smlouvy a k transakci mezi oběma stranami tak dochází s použitím služby provozovatele.

### 2.6.3. Usazení v ČR

Během analýzy jsme zkoumali, zda služba není poskytována provozovatelem, který je usazený v zahraničí. Problematika usazení je pro stanovení odpovědného koordinátora digitálních služeb zásadní. Nařízení DSA uvádí: “Aby byla zajištěna jednoznačnost, jednoduchost a účinnost, měla by být pravomoc dohlížet na plnění povinností podle tohoto nařízení a vymáhat je svěřena příslušným orgánům členského státu, v němž se nachází hlavní provozovna poskytovatele zprostředkovatelských služeb, totiž kde má své ústředí nebo sídlo, ve kterém vykonává hlavní finanční funkce a provozní řízení.”<sup>12</sup>

Primárním kritériem pro stanovení, zda je subjekt usazený v ČR, je to, že se tak identifikuje. Jako nejspolehlivější indikátor splnění takového kritéria považujeme identifikaci subjektu v provozních, obchodních či jiných podmínkách použití, které jsou k dispozici na webových prezentacích dané služby. Vyřadili jsme tak ty subjekty, kde je výslovně uvedeno, že jde o poskytovatele usazeného v zahraničí (typickým příkladem může být Kaufland Marketplace, poskytovaný společností Kaufland Marketplace GmbH se sídlem ve Spolkové republice Německo). Obecně ale při stanovení relevantních subjektů počítáme s tím, že pokud jsou české společnosti s českým IČ poskytovateli dané služby, která je provozovaná v ČR, jsou v ČR i usazení (tedy že klíčová rozhodnutí týkající se dané služby a její řízení jsou vykonávané v rámci subjektu usazeného v ČR), a to bez ohledu na to, zda jde o poskytovatele, kteří působí i v jiné zemi EU či jejichž mateřské společnosti mají sídlo v jiné zemi EU.

## 2.7. Limitace metodiky a interpretace výsledků

Jakkoli považujeme zvolený metodický postup za ten nejlepší, který byl pro splnění zadání od ČTÚ možný, jsme si vědomi jeho určitých limitací.

### 2.7.1. Sebeidentifikace

Nařízení DSA je koncipováno jako “sebeidentifikační”, povinné subjekty si tedy musí samy po analýze svého obchodního modelu a svého fungování stanovit, že na ně dopadají určité povinnosti dle nařízení a ty pak samy dodržovat, aniž by měly povinnost se kamkoli registrovat. S ohledem na potenciální množství subjektů je to v případě Nařízení DSA logický krok, který brání nadměrné administrativní zátěži podnikatelů.

Představuje ale významné omezení pro jejich identifikaci třetí stranou, respektive riziko, že dojde k chybné identifikaci subjektu. Pro účely této studie dochází k určení subjektu, u kterého předpokládáme, že je povinný subjekt dle Nařízení DSA, na základě splnění určitých definičních znaků, které vypočítáváme v metodice. K těmto znakům patří např. příslušný kód CZ-NACE, charakter uživatelského nebo webového rozhraní, veřejná prezentace služeb na webových stránkách nebo přítomnost v určitém registru, který vede orgán veřejné moci. Z logiky věci není možné mít detailní povědomí o obchodním modelu jednotlivých subjektů. Je tak možné, že některé subjekty nebyly ve studii zohledněny a některé jsou naopak označeny, aniž by na ně Nařízení DSA mělo dopadat. Vzhledem k ruční kontrole výsledků

<sup>12</sup> Recitál 123 Nařízení DSA

se domníváme, že takových subjektů nebude mnoho, především co se týká subjektů s významným postavením na trhu.

### 2.7.2. Stav dat v registrech veřejné správy

Stav některých registrů veřejné správy je dalším omezením, ze kterého vyplývá jistá nespolehlivost vstupních dat a nutnost kontroly výsledků. Využití kódů CZ-NACE je optimální pro identifikaci subjektů, protože tyto kódy mají alespoň rámcově odpovídat činnosti daných ekonomických subjektů. Bohužel tomu tak velmi často není. I když existuje CZ-NACE kód “47.91.1 Maloobchod prostřednictvím internetu”, velká část online platforem (e-shopů) a online tržišť ho nemá, ačkoli prokazatelně provozují maloobchod prostřednictvím internetu. Například jeden z větších online zprostředkovatelů zájezdů má jako hlavní obor činnosti “Činnosti v oblasti informačních technologií” a jako vedlejší “Výroba hnojiv a dusíkatých sloučenin”. Společnost VSHosting, kterou popisujeme v rámci studií typických poskytovatelů služeb informační společnosti v daných kategoriích, nemá mezi svými obory činnosti kód 6311 “Činnosti související se zpracováním dat a hostingem”. Tento nesoulad mezi klasifikací ekonomických činností dle CZ-NACE a reálnou ekonomickou činností výrazně znesnadnil výběr vhodných parametrů pro zachycení dalších poskytovatelů, které se nepodařilo postihnout vyhledáváním v různých databázích nebo v seznamech, jak jsme uvedli v metodice. Bylo tak nutné více spoléhat na přítomnost poskytovatelů ve veřejně přístupných databázích, jako jsou “Firmy.cz” a na vyhledávání na Google.

### 2.7.3. Identifikace velikosti podniku

Omezení vyplývající z dostupných dat se projevuje i u stanovení velikosti podniku. Doporučení Komise 2003/361 bylo primárně určené pro definici podniků pro účely státní podpory, nikoli za účelem stanovení míry regulace, která na daný subjekt spadá. Klíčové informace pro stanovení, zda jde o mikropodnik, malý podnik nebo střední podnik tak žadatelé dokládají v případě žádosti o dotace identifikací propojených podniků, spolupracujících podniků, podílů na hlasovacích právech a podobně. Tyto informace v dostupných registrech v podobě, která by byla použitelná pro relativně snadné vytvoření algoritmu, na jehož základě by bylo možné stanovit velikost podniku, neexistují.

Protože rozdíly mezi rozsahem regulace u online platforem a online tržišť jsou u mikropodniků a malých podniků na straně jedné a středních a velkých podniků na straně druhé poměrně zásadní, přistupujeme ke stanovení velikosti podniku spíše opatrně. Kategorii, která je dostupná z Registru ekonomických subjektů v případě, že je u daných subjektů uvedena, je počet zaměstnanců. Ten je možné použít ke stanovení velikosti podniku, protože kritérium počtu zaměstnanců je dle Doporučení Komise 2003/361 pro toto stanovení klíčové. U kritérií obratu a bilanční sumy je problematická jejich nižší spolehlivost a případně nedostupnost.

Velikost podniku je dále ovlivněna i velikostí mateřské společnosti či společností, partnerských podniků a podobně. Doporučení Komise 2003/361 poskytuje poměrně jasné vodítko k tomu, jak se má v tomto ohledu počítat velikost podniku, informace o velikosti mateřské společnosti ale v drtivé většině případů nejsou veřejně dostupné.

### 2.7.4. Usazení

Problematika usazení je klíčová pro stanovení, pod kterého koordinátora digitálních služeb daný poskytovatel spadá. U řady subjektů je problematika usazení naprosto jasná, jde o poskytovatele se sídlem v ČR a v ČR se také nachází jeho “ústředí nebo sídlo, ve kterém vykonává hlavní finanční funkce a provozní řízení”.

U řady poskytovatelů, kteří jsou součástí velkých nadnárodních skupin a působí ve více členských státech EU, může být usazení nejasné. Mohou v ČR vlastnit či spoluvlastnit pobočku, která zde působí

pouze jako marketingové zastoupení či subjekt, který vyplácí mzdy místním zaměstnancům a nejde tak o entitu, která vykonává pro ČR hlavní finanční funkce a provozní řízení. I subjekty s českým IČ, které jsou např. smluvní stranou obchodních podmínek, tak nemusí být “hlavní provozovnou” pro službu, která je poskytována v ČR.

To, že není dostupné vnitřní fungování daných provozovatelů a to, kde se nachází “sídlo ve kterém vykonávají hlavní finanční funkce a provozní řízení” představuje logickou limitaci usazení. Jak jsme uvedli v kapitole 2.6.3 *Usazení v ČR*, předpokládáme, že pokud mají v ČR registrovaný subjekt, který je smluvní stranou obchodních či provozních podmínek či je v podmínkách výslovně uvedený, jako poskytovatel služby, předpokládáme, že jde o poskytovatele usazeného v ČR.

## 2.7.5. Využití studie a vzniklého seznamu jinými správními úřady

Jsme si vědomi toho, že řada subjektů, které jsou regulované Nařízením DSA, mohou být zároveň povinné subjekty dle jiné legislativy. Například některé kategorie poskytovatelů v Nařízení DSA a ve Směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2555 ze dne 14. prosince 2022 o opatřeních k zajištění vysoké společné úrovně kybernetické bezpečnosti v Unii a o změně nařízení (EU) č. 910/2014 a směrnice (EU) 2018/1972 a o zrušení směrnice (EU) 2016/1148 (**Směrnici NIS2**) se mohou shodovat. Totéž platí i pro Směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2557 ze dne 14. prosince 2022 o odolnosti kritických subjektů a o zrušení směrnice Rady 2008/114/ES (**Směrnici CER**). Studie je ale připravovaná pro ČTÚ na základě zadání od ČTÚ a dané poskytovatele jsme analyzovali pouze s ohledem na definice z Nařízení DSA. Například “poskytovatelé služeb cloud computingu“ a “poskytovatelé služeb datových center“ uvedení v Příloze I Směrnice NIS2 se tak nemusí shodovat s poskytovateli služby “hostingu“ v této studii. Stejně tak “poskytovatelé on-line tržišť“, “poskytovatelé internetových vyhledávačů“ a “poskytovatelé služeb platform sociálních sítí“ uvedení v Příloze II Směrnice NIS2 se nemusí shodovat zcela s poskytovateli služby online tržiště, vyhledávače, či online platformy identifikovanými pro účely této studie.

## 2.8. Návrh doporučených postupů při budoucí aktualizaci studie a seznamu

Seznam relevantních poskytovatelů zprostředkovatelských služeb, který je součástí této studie, představuje přehled, který je časově ohraničený dobou, kdy tato studie vznikala. Ve fungující ekonomice samozřejmě i nadále jednotlivé společnosti vznikají, zanikají, spojují se, rozdělují se, jsou převzaty jinými společnostmi, jsou koupeny zahraničními vlastníky (i ze třetích zemí) a podobně. To vše má pochopitelný vliv na věrohodnost dat, která jsou ve studii a v tabulce zmíněna, v čase.

Doporučujeme tak provádět periodicky zcela základní prověření:

- Ověření, zda poskytovatel stále existuje (zda jeho IČ není mezi zaniklými subjekty). Toto je možné ověřit vůči Registru ekonomických subjektů, jehož aktualizace probíhá s měsíční periodicitou;
- Ověření, zda poskytovatel není v insolvenčním řízení (pomocí přístupu k Insolvenčnímu rejstříku);
- Ověření počtu zaměstnanců z důvodu stanovení velikosti podniku.

Vzhledem k tomu, že důležitou limitací při tvorbě studie je kvalita vstupních dat, především těch v registrech, které spravuje stát, doporučujeme ČTÚ iniciovat diskuse s dalšími odpovědnými orgány (primárně zřejmě s Českým statistickým úřadem, který NACE kódy přiděluje) o zvýšení kvality těchto dat tak, aby se zvýšila jejich průkaznost a zároveň nedošlo k nadměrnému administrativnímu zatížení

firem. Zvýšení kvality vstupních dat a lepší identifikaci činnosti firem ve veřejných rejstřících považujeme za klíčový faktor pro přesnější odhad toho, který subjekt je potenciálně regulovaný Nařízením DSA.

Zároveň je důležité při potenciální aktualizaci studie mít na paměti, že Český statistický úřad informoval o tom, že od 1. ledna 2025 vstoupí v účinnost aktualizovaná verze evropské statistické klasifikace ekonomických činností (NACE). Tato aktualizovaná verze je označována "NACE Rev. 2.1".

Podle ČSÚ v současné době probíhá příprava národní verze NACE Rev. 2.1 (CZ-NACE). Ta zřejmě přinese určité změny i v CZ-NACE kódech, které jsme využívali při identifikaci subjektů pro účely této studie. Pro identifikaci nových subjektů (a v případě změny CZ-NACE kódů stávajících subjektů) bude nutné použít od účinnosti nové verze nové kódy.

### 3. Počet poskytovatelů zprostředkovatelských služeb

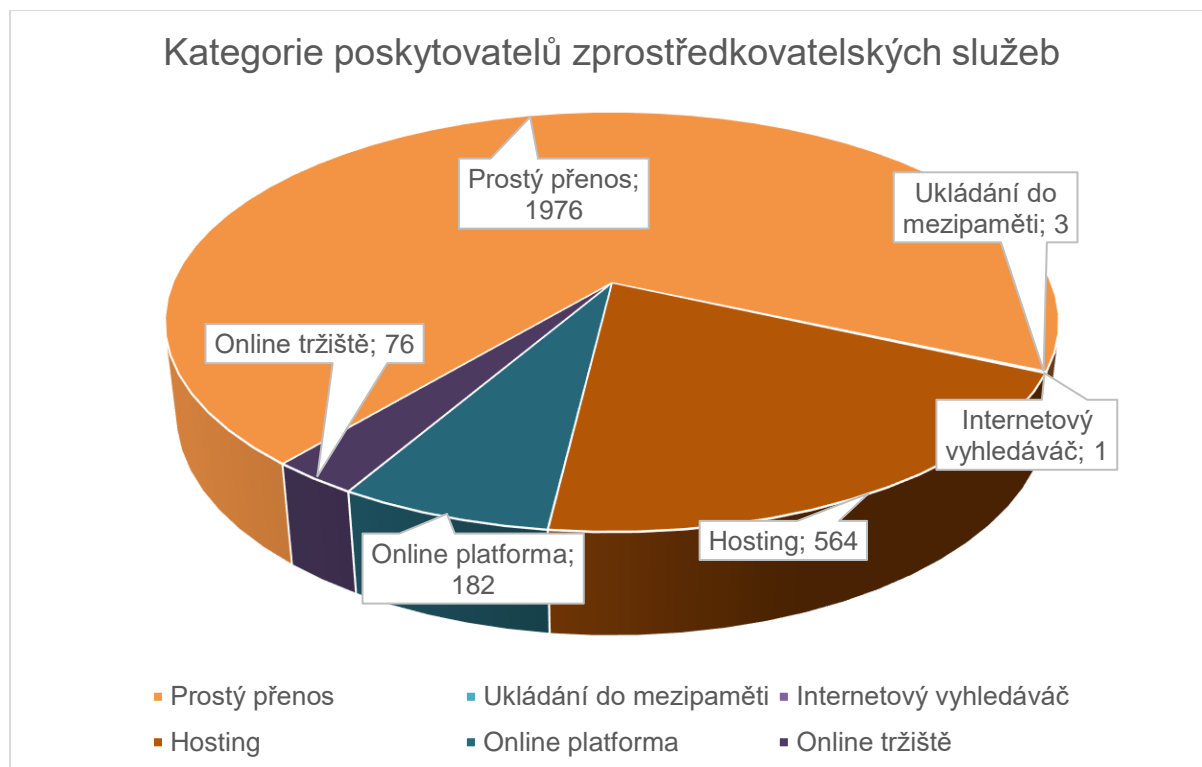
Dle výše uvedené metodiky a postupu a při vědomí omezení, která jsme uvedli, jsme vytvořili seznam poskytovatelů zprostředkovatelských služeb dle článku 3 písmen g) a j) Nařízení DSA usazených na území ČR, a to podle jednotlivých kategorií.

Důležitost toho, vědět co nejpřesněji počet subjektů, které spadají pod regulaci, jejich velikost a s tím související velikost digitální ekonomiky, která spadá pod regulaci DSA, vnímáme i s ohledem na čl. 50 odst. 1 Nařízení DSA:

*Členské státy zajistí, aby jejich koordinátoři digitálních služeb vykonávali své úkoly podle tohoto nařízení nestranně, transparentně a včas. Členské státy zajistí, aby jejich koordinátoři digitálních služeb měli pro plnění svých úkolů k dispozici veškeré nezbytné zdroje, včetně dostatečných technických, finančních a lidských zdrojů, a mohli tak náležitě dohlížet na všechny poskytovatele zprostředkovatelských služeb spadajících do jejich pravomoci. Každý členský stát zajistí, aby měl jeho koordinátor digitálních služeb při správě svého rozpočtu v rámci celkových rozpočtových limitů dostatečnou autonomii, aby nebyla nepříznivě dotčena jeho nezávislost.*

#### 3.1. Celkový počet identifikovaných poskytovatelů

Celkově jsme identifikovali 2 659 poskytovatelů digitálních služeb tedy dohromady všech poskytovatelů služby prostého přenosu, ukládání do mezipaměti, vyhledávačů a hostingu i s ohledem na speciální kategorie online platform a online tržišť. Rozdělení na jednotlivé kategorie ukazuje následující graf:





Zároveň vzhledem k požadované struktuře tabulky jsme primárně přistoupili k identifikaci poskytovatelů digitálních služeb (právnických a fyzických osob). Každý poskytovatel může poskytovat více digitálních služeb, což je u větších poskytovatelů poměrně běžné – mohou mít např. více jednotlivých hostingových služeb (např. více různých e-shopů s možností vkládat uživatelské recenze) či kromě hostingů nabízet např. také služby online platformy.

## 3.2. Počet poskytovatelů služby prostého přenosu

Celkový počet poskytovatelů pouze služby prostého přenosu je 1 976. Zde ale upozorňujeme, že vzhledem k vysoce pravděpodobnému obrovskému množství podobných poskytovatelů především v oblasti služeb “bezdrátových přístupových bodů” jsme identifikovali pouze takové poskytovatele, které bylo možné zasáhnout vyhledáváním v registrech na základě společných znaků a poté subjekty, které jsme vyhledávali ručně, protože patří dle našeho metodického přístupu mezi ekonomicky nejvýznamnější poskytovatele těchto služeb v ČR (velká města a obchodní centra).

Dle předpokladů i vzhledem ke zvolené metodice bylo nejvíce poskytovatelů identifikováno v oblasti hotelů a ubytování, a dále v oblasti poskytovatelů služeb elektronických komunikací, kteří jsou zároveň již ohlášení u ČTÚ.

Je možné předpokládat, že služby prostého přenosu (především v podobě bezdrátových přístupových bodů) bude poskytovat i řada dalších subjektů. U žádného z dalších odvětví nebylo ale možné nalézt takové společné znaky, které by umožňovaly je snadno identifikovat tak, aby nevzniklo riziko falešně negativních či falešně pozitivních výsledků. Zároveň jde o poskytovatele, kteří jsou v celkovém objemu digitální ekonomiky marginální.

## 3.3. Počet poskytovatelů služby ukládání do mezipaměti

Poskytovatelů služby ukládání do mezipaměti jsme identifikovali 3. Zde je hlavním omezením požadavek na jejich usazení v ČR a zároveň i fakt, že “ukládání do mezipaměti” je službou, která je obvykle poskytovaná jako součást jiných služeb, ale není konkrétně zmiňovaná ve webových prezentacích poskytovatelů. Dá se předpokládat, že řada hostingových služeb (ale i služeb prostého přenosu, jako jsou poskytovatelé služeb elektronických komunikací) poskytuje služby jako proxy servery, reverzní proxy a podobně, někteří poskytovatelé obsahových služeb mohou poskytovat služby sítí pro doručování obsahu apod., ale není to nikde patrné z žádných jejich veřejných prezentací. Protože si tak nemůžeme být jisti tím, že jsou skutečně poskytovatelé služby ukládání do mezipaměti, do tabulky jsme je nezahrnuli.

## 3.4. Počet poskytovatelů hostingu

Poskytovatelů hostingu (kteří nejsou ale zároveň online platformou nebo online tržištěm) jsme identifikovali 564. Většina poskytovatelů hostingu jsou poskytovatelé, kterým svědčí výjimka kvůli tomu, že jejich služba představuje sice ukládání uživatelského obsahu a jeho další veřejné šíření, ale toto veřejné šíření je jen nepodstatnou součástí služby. Nejvíce poskytovatelů je tak z oboru e-commerce, přičemž digitální služba v jejich případě představuje ukládání a zobrazování recenzí zboží nebo služeb od zákazníků, kteří si příslušné produkty nakoupili. Významnou část identifikovaných poskytovatelů představují i poskytovatelé webhostingu a cloud computingu. U nich jsme vycházeli především z toho,



že jsou takto identifikováni v rámci příslušného CZ-NACE kódu, ale také z přítomnosti v seznamu poskytovatelů služeb cloud computingu.

### 3.5. Počet poskytovatelů online platformem

Poskytovatelů online platformem, které nejsou pouze hostingem a zároveň nejsou online tržištěm, jsme identifikovali 182. Typickým poskytovatelem online platformy jsou služby, které nabízí publikaci inzerce, ať už na bazarové zboží, pracovní inzerce, nabídku nemovitostí a podobně. Základním faktorem pro stanovení, zda je daná služba online platformou bylo, že služba veřejného šíření informací je důležitou součástí služby ukládání uživatelských informací a že jde skutečně o obsah nahraný uživateli a nikoli editorialem obsah. V České republice byli zároveň na celoevropské úrovni identifikováni dva provozovatelé VLOP, společnosti WebGroup Czech Republic (provozovatel platformy XVideos) a NKL Associates (provozovatel platformy XNXX). Všechny identifikované online platformy se dají zařadit do následujících kategorií podle velikosti podniku:

Velikost podniku	Počet	%
<b>Velké podniky</b>	8	4,4 %
<b>Střední podniky</b>	9	4,9 %
<b>Malé a mikropodniky</b>	120	65,9 %
<b>Není uvedeno</b>	45	24,7 %
<b>Celkem</b>	<b>182</b>	

Pro ilustraci uvádíme 10 největších identifikovaných online platformem, které zároveň nejsou online tržiště, dle roční výše obrátu za poslední zveřejněné účetní období:

Název podniku	Roční obrat za poslední zveřejněné účetní období (v milionech Kč)
BENU Česká republika s.r.o.	9 152,7
Seznam.cz, a.s.	5 948,1
AGROTEC a.s.	5 709,9
WebGroup Czech Republic, a.s.	3 147,8
MAFRA, a.s.	3 023,7
Pilulka Lékárny a.s.	2 136,4
PEARS HEALTH CYBER, s.r.o.	1 807,5
Alma Career Czechia s.r.o.	1 525,8
VLTAVA LABE MEDIA a.s.	1 492,7
Inspigroup s.r.o.	922,0

### 3.6. Počet poskytovatelů online tržišť

Poskytovatelů online tržišť, které nejsou pouze online platformami nebo hostingem, jsme identifikovali 76. Typickým zástupcem této služby jsou zprostředkovatelé "hospitality" služeb jako jsou zájezdy, letenky, hotely a dovolené, platformy nabízející doručování potravin a pokrmů z restaurací, poté aukční servery a rovněž zprostředkovatelé vstupenek a zprostředkovatelé energií a pojištění, kteří umožňují uzavírání smlouvy mezi zákazníkem a poskytovatelem dané služby. Důležitým rozlišovacím

znakem mezi online platformami a online zprostředkovateli, který jsme identifikovali, je aktivní vstup zprostředkovatele do obchodního vztahu mezi poskytovatelem zboží nebo služby a zákazníkem - jde tedy o umožnění uzavření smlouvy prostřednictvím prostředků daného tržiště, nikoli jen o odkazování na webové stránky se zbožím či službami, které uživatelé hledají. Takové služby jsme ovšem našli také a zařadili je mezi online platformy. Všechna identifikovaná online tržiště se dají zařadit do následujících kategorií podle velikosti podniku:

Velikost podniku	Počet	%
<b>Velké podniky</b>	7	9,2 %
<b>Střední podniky</b>	20	26,3 %
<b>Malé a mikropodniky</b>	35	46,1 %
<b>Není uvedeno</b>	14	18,4 %
<b>Celkem</b>	<b>76</b>	

### 3.7. Počet poskytovatelů služby internetových vyhledávačů

Identifikovali pouze jednu službu internetového vyhledávače, která je usazená v ČR (vyhledávač Seznam.cz). Jeho poskytovatel ale poskytuje i další digitální služby, online platformy i online tržiště. Další služby, které v minulosti disponovaly vlastním internetovým vyhledávačem (například vyhledávač Centrum, dnes součást mediálního domu Economia) využívají služeb vyhledávače Google, takže jsme je nezahrnuli do této studie.

### 3.8. Odhad celkového počtu poskytovatelů služeb zasažených Nařízením DSA

Výše uvedené subjekty odpovídají zadání dle metodiky popsané v kapitole 2 *Metodologie a výběr dat*. Celkový počet poskytovatelů mimo tyto relevantní subjekty bude ale skoro jistě významně vyšší. Drtivá většina z nich budou ale fyzické osoby či velmi malé subjekty. Pro ilustraci toho, kolik subjektů může být v této kategorii, je možné použít např. kategorizaci hostingů dle CZ-NACE kódu 63110 - "Činnosti související se zpracováním dat a hostingem". Celkem jej má přidělený v ČR 367 subjektů, pokud ale vytřídíme ty, které reportovaly za rok 2023 obrát alespoň 1 milion Kč, zbyde jich pouze 53.

Stejně tak odhady počtu "e-shopů" se pohybují ve veřejných zdrojích v desítkách tisíc, to je ale dané tím, že na jeden podnikatelský subjekt mohou být navázány i desítky unikátních domén. Ne každý e-shop musí být nutně zasažen Nařízením DSA (dá se očekávat, že většina těch skutečně malých či velmi specializovaných nebude obsahovat uživatelem generovaný obsah).

Významný "dlouhý chvost"<sup>13</sup> bude skoro jistě přítomný v oblasti poskytovatelů bezdrátových přístupových bodů. Služba Wi-Fi Map<sup>14</sup> jich pro Českou republiku uvádí přes 78 tisíc. Jde o neověřené číslo vzniklé na základě crowdsourcingu, zároveň více přístupových bodů může mít jednoho provozovatele. Ukazuje ale, že je prakticky nemožné identifikovat tento typ poskytovatelů zasažených Nařízením DSA, protože nemají žádné společné znaky (může jít o obchody s módou, restaurace, Wi-Fi v kancelářských budovách určené pro návštěvy, přístupové body ve školách, obecních knihovnách atd.).

<sup>13</sup> Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Dlouh%C3%BD\\_chvost](https://cs.wikipedia.org/wiki/Dlouh%C3%BD_chvost)

<sup>14</sup> Dostupné z: <https://www.wifimap.io/57-czech-republic>

Kvalifikovaným odhadem je tak možné říci, že počet subjektů zasažených DSA se může pohybovat v ČR mezi 30–50 tisíci. Předpokládáme, že většinu budou tvořit fyzické osoby (OSVČ). Vliv takových poskytovatelů digitálních služeb na celkovou velikost digitální ekonomiky odhadujeme na jednotky miliard Kč.

## 4. Odhad velikosti části české digitální ekonomiky zasažené regulací DSA

Pojem “digitální ekonomika” je metodicky neukotvený. Například Český statistický úřad ho používá jako synonymum pro sektor ICT a vydává publikaci “Digitální ekonomika v číslech”, která se věnuje mapování zaměstnanosti, struktury, tržeb, výzkumu a vývoje v ICT sektoru. Tento sektor pochopitelně obsahuje část digitální ekonomiky (především segment telekomunikací, část služeb v informačních technologiích, jako je webhosting). Služby regulované Nařízením DSA ale nemusí být “ICT služby” proto je podobná statistika pro účely této studie obtížně použitelná.

Zjednodušeně je možné význam společnosti či sektoru vyhodnotit jako podíl ročních tržeb daného sektoru na celkovém HDP země za daný kalendářní rok. Tato metodika, ačkoli poskytuje velmi hrubý pohled, má výhodu v dostupnosti dat (jednotlivé subjekty uvádí své tržby v rámci účetních závěrek a velikost HDP je informace dostupná na stránkách Českého statistického úřadu. Jde o běžně využívanou metodiku např. ke stanovení významnosti společnosti v daném státě (běžně se tak objevují odhady podílu společnosti Samsung na HDP Korejské republiky, společnosti Novo Nordisk na HDP Dánska a podobně). Vhodnějším pohledem by byl podíl na přidané hodnotě, tato data ale nejsou snadno dostupná. Datové sady Ministerstva financí “Daň z příjmu právnických osob dle NACE” a “DPH dle NACE”, ze kterých je možné dopočítat přidanou hodnotu, se ukázaly jako nepoužitelné vzhledem k identifikované nespolehlivosti NACE kódů při samotném vyhledávání subjektů poskytujících digitální služby dle Nařízení DSA.

Využili jsme tak objem tržeb v případě, že byly dostupné. U společností, u kterých nebylo možné dohledat tržby, jsme využili střední hodnoty pro kategorii tržeb, pod kterými je klasifikovala služba Merk (např. pokud byla firma zařazená do rozpětí tržeb “5 000 000 – 9 999 999 Kč”, použili jsme pro odhad tržeb částku 7 500 000 Kč).

Zároveň jsme si vědomi, že tržby, které reportují identifikovaní poskytovatelé digitálních služeb, ale i odhadnuté tržby, nejsou pouze z poskytování digitálních služeb. Příkladem může být společnost Lidl Česká republika – ta poskytuje digitální službu v oblasti hostingu (umožňuje vkládání komentářů k výrobkům na svém e-shopu), ale drtivá většina tržeb pochází z provozování maloobchodních prodejen, což není digitální služba.

Snažili jsme se proto u poskytovatelů, které jsme identifikovali v rámci studie, určit hrubým odhadem, jaké procento jejich tržeb tvoří tržby z digitálních služeb. Extrémem na jedné straně jsou služby “prostého přenosu” v podobě poskytování bezdrátových přístupových bodů, které jsou obvykle poskytovány jako “free Wi-Fi” a tržby z nich jsou tak nulové, přináší ale poskytovatelům určitou ekonomickou hodnotu, kterou jsme vyjádřili jako maximálně 1 % z tržeb. Na straně druhé jsou poskytovatelé řady online platforem a online tržišť, pro které tvoří zprostředkování transakcí drtivou většinu jejich příjmů (u nich jsme zahrnuli veškeré tržby). Zároveň jsme využili faktu, že tržby ze služeb elektronických komunikací (které jsou také službou prostého přenosu, a tudíž službou informační společnosti) jsou ČTÚ známé a zahrnuli jsme je do celkových tržeb.

Z dat a analýzy tak vyplynulo, že tržby, které je možné přiřadit digitálním službám dle Nařízení DSA tvoří přibližně 375,8 mld. Kč, což implikuje, že podíl digitálních služeb na českém HDP v roce 2023 byl 4,93 %.

Tím se potvrzuje hypotéza, že digitální služby regulované Nařízením DSA tvoří významnou část české ekonomiky. Stávají se také co do významnosti největším sektorem regulovaným Českým telekomunikačním úřadem. Ostatní sektory jsou v celkových tržbách menší (i když je zároveň nutné brát v úvahu, že služby elektronických komunikací jsou zároveň služby “prostého přenosu” dle Nařízení

DSA). Celkové tržby ze služeb elektronických komunikací činily za rok 2023 dle dat zveřejňovaných ČTÚ v rámci otevřených dat 122,2 mld. Kč. Tržby v sektoru poštovních služeb pak dosáhly 35,3 mld. Kč.

## 4.1. Vliv poskytovatelů digitálních služeb neusazených v ČR

Na základě požadavku zadavatele jsme se pokusili stanovit i významnost poskytovatelů digitálních služeb, kteří nejsou usazeni v ČR, ale poskytují zde běžně své služby. Protože Česká republika je součástí jednotného evropského trhu, své služby zde nabízí i řada poskytovatelů, kteří sice definičně spadají pod Nařízení DSA, ale nejsou usazení v České republice. Jde především o subjekty, které spadají pod definici “VLOP” či “VLOSE”, tedy služby společností jako je Alphabet (Google), Meta (Facebook a Instagram), Apple, Booking, X, zčásti společnosti Microsoft (LinkedIn, Bing Search), TikTok, TEMU, Aliexpress, Shein a další. Pro úplnost se snažíme odhadnout i jejich velikost. Ačkoli z DSA vyplývá, že český koordinátor digitálních služeb (ČTÚ) nebude mít pravomoci nad tím, jak podnikají v ČR, dá se očekávat, že se na něj budou čeští občané obracet s dotazy či stížnostmi, které pak bude postupovat koordinátorovi v zemi usazení či přímo Evropské komisi.

Prozkoumali jsme řadu evropských i národních dokumentů, ze kterých by bylo možné buď získat informace o tržbách VLOP či VLOSE nebo získat alespoň metodický postup použitelný na aktuální data. Ani v SWD dokumentu k návrhu Nařízení DSA či Nařízení DMA nebyl ale proveden žádný pokus o kvantifikaci části ekonomiky, která bude nařízením postižena (z čehož by se alespoň rámcově dalo dopočítat, kolik by to činilo pro Českou ekonomiku).

### 4.1.1. Odhad podle návrhu zákona o dani z digitálních služeb

Určitým vodítkem by mohla být důvodová zpráva k Návrhu zákona o dani z vybraných digitálních služeb. Zákon navrhla vláda v roce 2019, ale jeho projednávání bylo ukončeno s koncem volebního období Poslanecké sněmovny. Subjektem daně měly být právnické osoby nebo jednotky bez právní osobnosti, jejichž celkový konsolidovaný výnos překračoval částku 750 milionů EUR (cca 20 mld. Kč), nebo které takových výnosů dosahují samy, pokud současně v rámci této skupiny nebo samostatně úplatně poskytují na území České republiky zdanitelné služby a úhrn úplat za tyto služby přesahuje ročně částku 50 milionů Kč. Fakticky by tak šlo v době návrhu zákona pouze o subjekty, které odpovídají dnešním VLOP a VLOSE. Do základu daně měla vstoupit pouze poměrná část odpovídající tomu, v jaké míře byla daná služba poskytnuta v České republice. Jednotná sazba daně měla být 7 %. V důvodové zprávě vláda odhadovala, že by daň mohla ročně vynést mezi 1,2–5,4 mld. Kč, aniž by ovšem uvedla jakýkoli výpočet, kterým k tomu došla. Každopádně teoretický výběr spolu s daňovou sazbou by implikoval, že navrhovatel počítal s tím, že základ daně by byl v roce 2021 17,14–77,14 mld. Kč.

### 4.1.2. Odhad podle dostupných tržeb globálních hráčů

Určitý odhad je možné učinit i z dostupných globálních tržeb velkých internetových hráčů, jako je Meta či Google. Meta dosáhla globálně v roce 2023 přibližně 116 mld. dolarů tržeb, z čehož by na Českou republiku, která má přibližně 0,3 % uživatelů Mety připadalo kolem 350 milionů dolarů (8,1 mld. Kč). V případě Google bychom se podobným postupem dostali na přibližně 19,66 mld. Kč. K prakticky stejným číslům bychom se dostali i kdybychom počítali s podílem na tržbách odpovídajícím přibližně podílu ČR na světovém HDP (obě společnosti mají prakticky celosvětovou působnost).

Přeshraniční tržiště (Aliexpress, Shein, Temu, Kaufland, Allegro) pak podle odhadů citovaných Hospodářskými novinami představují tržby v hodnotě asi 30 mld. Kč<sup>15</sup>.

### 4.1.3. Odhad podle inzertních výkonů

Sdružení pro internetový rozvoj (**SPIR**) každoročně uveřejňuje odhad výdajů do online reklamy. Podle posledního průzkumu<sup>16</sup> v roce 2023 dosáhly výdaje do online reklamy téměř 60 mld. Kč a meziročně vzrostly o 5 %. Výzkum inzertních výkonů internetové reklamy pro SPIR realizuje agentura Median.

Protože Google i Meta dosahují svých tržeb z drtivé většiny z reklamy a v online reklamě jsou dominantními hráči, dá se předpokládat, že i v České republice mají signifikantní podíl. Ten je významně umenšen tím, že na českém trhu podniká významný lokální konkurent v oblasti reklamy – Seznam.cz, ale stále bude dle našich odhadů činit minimálně 50 %. Znamenalo by to roční tržby kolem 30 mld. Kč (u těchto dvou VLOP / VLOSE). K nim by bylo nutné přičíst ještě další VLOP (cca 30 mld. Kč dalších platform).

### 4.1.4. Odhad podle běžného účtu platební bilance ČR

Určitý pohled na podnikání zahraničních platform může poskytnout i běžný účet platební bilance ČR v teritoriálním členění. Protože většina VLOP a VLOSE je usazená v Irsku a jde o subjekty s významným postavením na českém trhu, budou s velkou pravděpodobností tvořit velmi dominantní část debetu (peněžních prostředků placených z ČR do Irsku za import těchto služeb) v položce “Telekomunikační služby, služby v oblasti počítačů a informační služby” a “Odborné služby a poradenské služby v oblasti řízení” (do kterých spadají i reklamní služby). Dohromady tyto položky představovaly v roce 2023 24 mld. Kč. Protože toto číslo nezahrnuje všechny velké poskytovatele digitálních služeb usazených v zahraničí, bereme jej spíše jako spodní hranici odhadu.

### 4.1.5. Závěr

Odhadujeme tak, že poskytovatelé digitálních služeb, kteří nejsou usazeni v ČR, dosahují v ČR tržeb mezi 45–70 mld. Kč. Významný rozptyl pramení z toho, že je obtížné stanovit odhad podílu digitální ekonomiky od poskytovatelů neusazených v České republice bez přístupu k interním datům minimálně největších společností.

<sup>15</sup> Mareš, Michael: Neuvěřitelně nízké ceny, nekalé praktiky. Česká e-commerce se sešikovala proti zahraničním tržištím Temu a spol., Hospodářské noviny, 2. 10. 2024, dostupné z:

<https://archiv.hn.cz/c1-67405080-neuveritelne-nizke-ceny-nekale-praktiky-ceska-e-commerce-se-sesikovala-proti-zahranicnim-trzistim-temu-a-spol>

<sup>16</sup> Dostupné z: <https://www.inzertnivykony.cz/>

## 5. Případové studie

### 5.1. Zprostředkovatelské služby prostého přenosu

Služby prostého přenosu dle článku 3 odstavce g bodu i) Nařízení o digitálních službách jsou definované jako takové služby, které spočívají “v přenosu informací poskytovaných příjemcem služby v komunikační síti nebo ve poskytování přístupu ke komunikační síti.”

Mezi služby prostého přenosu patří celá řada služeb, jako jsou výměnné uzly internetu, bezdrátové přístupové body, virtuální soukromé sítě, služby a resolversy systému doménových jmen (DNS), registry názvů domén nejvyšší úrovně, registrátoři, certifikační orgány vydávající digitální certifikáty, internetová telefonie a jiné interpersonální komunikační služby, ale rovněž poskytovatelé přístupu k službám elektronických komunikací (ISP).

Jednou z takových služeb vyjmenovaných i v recitálu 29 je i služba spočívající v poskytování přístupu k internetu prostřednictvím bezdrátových přístupových bodů (obvykle nazývaná jako “Free Wi-Fi”).

Bezdrátový přístup k internetu je poskytován prostřednictvím přístupových bodů v různých prostředích – v kancelářských budovách, v podnicích, na veřejných místech, jako jsou úřady, parky, letiště, kavárny nebo v hotelích. Zásadní roli hraje bezpečnost – k zajištění integrity a důvěrnosti přenášených dat se používají různé metody šifrování, jako je WPA (Wi-Fi Protected Access) a WPA2. Některé bezdrátové přístupové body konfiguruje jejich poskytovatelé tak, aby umožňovali segmentaci síťového provozu a řízení přístupu hostů, případně brání přístupu na některé typy stránek.

Obchodní model poskytování této služby je obvykle založen na tom, že jde o dodatečnou službu poskytovanou zákazníkům vyhledávající jiné, nesouvisející služby. Jde například o “Wi-Fi zdarma” v obchodních centrech či na úřadech. Specifickou formou poskytování služby bezdrátových přístupových bodů je její poskytování v hotelích a ubytovacích zařízeních, kde se stala takřka integrální součástí poskytované ubytovací služby. Z analýzy na náhodně vybraném vzorku poskytovatelů ubytovacích služeb v ČR jsme zjistili, že službu “Wi-Fi” (a tedy službu bezdrátového přístupového bodu splňujícího klasifikaci “prostého přenosu” dle nařízení DSA) poskytují všichni.

Dalšími typickými poskytovateli této služby jsou organizace jako jsou centrální, regionální i místní úřady, školy a podobně, kteří poskytují bezdrátové sítě studentům či návštěvníkům, případně obchody a obchodní centra, pohostinství a další zařízení tohoto typu, pro které je poskytování bezdrátového přístupového bodu součástí služby, která jim přináší určitou ekonomickou výhodu oproti konkurenci (či by představovala konkurenční nevýhodu v případě jejího neposkytování, protože ze strany zákazníků jde o službu, kterou očekávají automaticky).

#### 5.1.1. Příklad poskytovatele služeb – AUPARK Hradec Králové s.r.o.

Poskytovatelem služby bezdrátového přístupového bodu je tak například společnost AUPARK Hradec Králové s.r.o., která provozuje v Hradci Králové stejnojmenné obchodní centrum. V nákupním centru Aupark je k dispozici bezdrátové připojení k internetu v přízemí, prvním a druhém patře.

Poskytovatel služby bezdrátového přístupového bodu si zároveň vyměňuje několik podmínek, za kterých službu poskytuje. Tyto podmínky jsou zobrazeny uživateli před tím, než je mu umožněno využívat službu, formou takzvané “landing page”. Podmínky jsou dostupné i na stránkách



provozovatele<sup>17</sup>. Uživatel se dle podmínek zavazuje, že je bude dodržovat po celou dobu používání služby. Tyto předběžné souhlasy jsou časté především u větších poskytovatelů služeb bezdrátových přístupových bodů a jsou obvyklé právě v obchodních centrech nebo některých hotelových řetězcích.

Dle podmínek se například uživatel zavazuje, že bude Wi-Fi používat pouze ze svého mobilního telefonu, tabletu nebo notebooku a nikoli například pomocí Wi-Fi routeru či opakovače. Uživatelé také dle poskytovatele nesmí: *“...navštěvovat internetové stránky, i) jejichž obsah porušuje autorská práva, (ii) na něž je zakázán přístup mladistvým, zejména internetové stránky s pornografickým obsahem, stránky obsahující nebo propagující drogy a násillí, iii) které propagují nebo podporují extremistické názory, iv) které propagují nebo podporují terorismus, v) které propagují nebo podporují potlačování základních práv a svobod, vi) které umožňují jakékoli hazardní hry, sázky a podobně, vii) na kterých jsou zadávány jakékoli platební údaje uživatele nebo třetích stran, viii) které jsou svou povahou nebo účelem podobné některému z předchozích bodů.”*

Omezení přístupu na některé webové stránky (nevhodný nebo nelegální obsah) je často používanou limitací služeb bezdrátových přístupových bodů, stejně jako stanovení povinnosti neprovádět činnosti, které by mohly vést k ohrožení či narušení funkčnosti Wi-Fi.

Poskytovatel dále uvádí v podmínkách používání služby kontaktní e-mail, který je možné z praktického hlediska považovat za splnění povinností dle článku 12 DSA (ačkoli to tam není výslovně uvedeno: *“Uživatel může hlásit poruchy Wi-Fi na následující adrese [marketing@hbreavis.com](mailto:marketing@hbreavis.com) s předmětem „AUPARK – Feedback“.*

## 5.1.2. Příklad poskytovatele služeb – NIX.CZ

Výměnné uzly internetu obvykle poskytují takzvaný “peering”. Peering propojuje sítě přes vlastní infrastrukturu, která není součástí páteřní a tranzitní sítě. Vybudování peeringových uzlů představuje pro operátory náklady, ale výhody jsou zásadní – snížení latence (data neputují přes tranzitní sítě, které mohou přenášet provoz i přes jiný kontinent) a ušetření nákladů díky tomu, že nemusí využít služeb poskytovatelů IP tranzitu. Peeringy se mezi jednotlivými sítěmi sjednávají nejčastěji jako bezplatná dohoda o výměně dat. V ČR můžeme považovat za usazené dva poskytovatele peeringu - NIX.CZ a Peering.cz

NIX.CZ je neziskové zájmové sdružení právnických osob, které sdružuje české i zahraniční poskytovatele internetových služeb za účelem vzájemného propojení jejich sítí. Připojení do infrastruktury sdružení je umožněno z několika lokalit – v ČR jde o největší datová centra v Praze. Český propojovací uzel vznikl 1. října 1996. Od roku 2015 provozuje NIX.CZ peeringový uzel v Bratislavě (NIX.SK). Tento uzel byl v roce 2019 spojen s uzlem v Praze, což připojeným sítím umožňuje peerovat se společnostmi připojenými v jedné nebo druhé zemi. V roce 2021 byl pak s oběma uzly propojen i nový bod ve Vídni. K 31. prosinci 2022 propojoval NIX.CZ 200 připojených sítí. Sdružení tak zajišťuje propojení přibližně dvou třetin veškerých datových toků v České republice. NIX.CZ je největším neutrálním výměnným uzlem internetu (IXP) v České republice a řadí se mezi 20 největších IXP v Evropě. V roce 2022 dosahoval maximální datový tok více než 2,8 Tbps

Sdružení je financováno z poplatků za služby, které jsou stanovené transparentně ceníkem. Dle výroční zprávy tvořily jeho příjmy v roce 2022 (poslední rok, za který jsou dostupné informace z výkazu zisků a ztrát) 54,272 milionů a hospodářský výsledek po zdanění 5,362 milionu.

IXP představuje jednoho z typických poskytovatelů služby informační služby “prostého přenosu” dle článku 4 DSA - platí, že IXP není původcem přenosu, nevolí příjemce přenášených informací a nevolí a nemění obsah přenášených informací.

<sup>17</sup> Dostupné z: <https://www.aupark.cz/zasady-a-podminky-pouzivani-verejne-site-wifi/>



## 5.2. Ukládání do mezipaměti

Ukládání do mezipaměti spočívá dle Nařízení DSA (článek 3 bod g) ii) „v přenosu informací poskytovaných příjemcem služby v komunikační síti a zahrnující automatické dočasné přechodné ukládání informací, které slouží pouze pro co nejučinnější následný přenos informací jiným příjemcům na jejich žádost“. Recitál 29 pak vypočítává tři typické obchodní modely takových služeb – „pouhé poskytování sítí pro doručování obsahu, reverzní proxy služby nebo proxy služby k úpravě obsahu“. Uvádí dále, že „tyto služby mají zásadní význam pro zajištění hladkého a efektivního přenosu informací poskytovaných na internetu“.

Článek 5 poté stanovuje, jak musí služby „ukládání do mezipaměti“ fungovat, aby jejich provozovatelé nebyli odpovědní za automatické, přechodné a dočasné ukládání těchto informací, které slouží pouze pro účelnější či bezpečnější následný přenos informací jiným příjemcům služby na jejich žádost. Klíčové jsou zejména body a) a e):

### a) tyto informace nemění

Nepozměnění informací znamená, že obsah ukládaný v mezipaměti neprochází žádnými změnami ze strany provozovatele. Například obsah, který by uživatel získal z centrálního serveru určité služby, neprochází změnou pokud je získán z cache serveru, který daná služba využívá, aby uživatelům nabídla nižší dobu odezvy.

### b) urychleně přijme opatření vedoucí k odstranění jím uložených informací nebo ke znemožnění přístupu k nim, jakmile zjistí, že tyto informace byly na výchozím místě přenosu ze sítě odstraněny nebo k nim byl znemožněn přístup nebo justiční nebo správní orgán nařídil odstranění těchto informací nebo znemožnění přístupu k nim

Tento bod zavazuje poskytovatele, že pokud se dozví, že obsah na zdrojovém serveru byl odstraněn či k nim byl zamezen přístup z důvodu právního opatření, musí jej promptně také odstranit. Obecně se dá říci, že služba „ukládání do mezipaměti“ předpokládá (logicky) určitou synchronizaci mezi „výchozím místem přenosu ze sítě“ (což je většinou zdrojový server) a mezipamětí (cache) tak, aby v ní nezůstávaly informace, které již na zdrojovém místě neexistují.

Typicky jde v případě služby „ukládání do mezipaměti“ o aplikace, které pomáhají na internetu rozložit zátěž provozu na více serverů či pomáhají doručit obsah rychleji a levněji. Jde tak například o služby Akamai, Cloudflare či CDN77 pro síť pro doručování obsahu (CDN), NGINX nebo Apache Traffic Server pro reverzní proxy služby. Většina poskytovatelů těchto služeb je nabízí v kombinaci s jinými službami (často s hostingem či poskytováním služeb elektronických komunikací) a není usazena v České republice.

### 5.2.1. Příklad poskytovatele služeb – Sledování TV

Sledování TV je poskytovatelem internetové televize (IPTV), která umožňuje šíření televizního vysílání pomocí internetového připojení. Služby tohoto poskytovatele využívají především regionální a lokální poskytovatelé služeb elektronických komunikací (menší a střední ISP), kterým tak umožňuje konkurovat velkým národním operátorům, kteří nabízí rovněž kombinaci poskytování internetu a televize ve formě balíčku.

Klíčovou částí poskytování služby Sledování TV je síť pro doručování obsahu (CDN). V oblasti poskytování IPTV jde fakticky o nezbytnou součást služby. Operátorům, kteří mají více zákazníků využívajících službu Sledování TV, to umožňuje méně zatížit páteřní propojení, které mají obvykle pronajaté od poskytovatele páteřní konektivity. Případně není nutné jej posílit, což není vždy možné

(pokud partnerovi poskytujícímu toto propojení chybí kapacita), či je nákladné. Zároveň snížení zatížení na páteřním propojení snižuje požadavky na záložní propojení pro případ výpadku.

Společnost tak nabízí svým obchodním partnerům poskytnutí individuálních CDN serverů přímo v jejich datovém centru. Obvyklý obchodní model nejen u Sledování TV, ale i ostatních poskytovaných CDN (jako jsou Google, Netflix, Facebook a další) je poskytnutí těchto serverů zdarma, přičemž partner (operátor) se stará pouze o housing, připojení a napájení – investiční náklady jdou za poskytovatelem služby, provozní náklady za operátorem. CDN se umísťuje za peeringový propoj, aby byly náklady na propojení či tranzit co nejmenší či nulové.

CDN poté může fungovat různým způsobem, zvláště u kombinace živého vysílání a přehrávání obsahu ze záznamu. Obvykle je, že CDN u operátora odbavuje živé přenosy (televizní kanály). Výhodné je to i pro samotného poskytovatele služby Sledování TV – tím, že část provozu odbavuje pomocí CDN blíže k operátorovi, snižuje náročnost na své centrální řešení, které je tak nutné budovat méně nákladně a robustně.

Velmi podobně fungují i další menší poskytovatelé služby IPTV, kteří jsou konkurenty služby Sledování TV.

### 5.2.2. Příklad poskytovatele služeb – Nginx

Z důvodu, že jsme neidentifikovali dalšího zásadního typického poskytovatele služeb v ČR, který by svým obchodním modelem byl zásadně odlišný od výše uvedeného Sledování TV, využijeme jednoho z nejčastěji používaných poskytovatelů služby „ukládání v mezipaměti“ Nginx. Nginx je open-source software pro webový server, který může také fungovat jako reverzní proxy, vyvažovač zátěže, mail proxy a HTTP cache. Je navržen pro vysoký výkon a škálovatelnost, často se používá k poskytování statického obsahu, efektivnímu zpracování současných připojení a jako brána mezi uživateli a backendovými aplikacemi nebo službami.

Jednou z klíčových vlastností Nginx je reverzní proxy: Nginx může směřovat požadavky klientů na backendové servery (např. aplikační servery), což pomáhá rozložit zátěž na více serverů, což zlepšuje spolehlivost a výkon. Další funkcí je HTTP cache. Nginx může ukládat odpovědi do cache, což snižuje zátěž na backendové servery a zlepšuje dobu odezvy pro často požadovaný obsah.

Dle statistik W3Techs.com<sup>18</sup> je Nginx využíván na skoro 34 % serverů, což z něj činí nejčastěji využívanou technologii před Apache a Cloudflare Server.

Obchodní model je u Nginx obdobný, jako u ostatních open-source aplikací. Základní verze je dokumentovaná a podporovaná komunitou. Společnost F5, která vývoj zastřešuje, pak nabízí ještě komerční verzi Nginx Plus s placenou podporou a více funkcemi. Nginx Plus nabízí například pokročilé vyvažování zátěže, pokročilý monitoring a metriky, rozšířené možnosti cachingu a bezpečnostní funkce. Nginx Plus je zaměřen na podniky, které vyžadují pokročilé funkce, detailní metriky, dynamickou konfiguraci, rozšířené zabezpečení a komerční podporu pro rozsáhlé produkční aplikace. Zároveň je Nginx nasazován a podporován jako open-source řešení i řadou dalších společností zabývajících se nasazováním a správou webových serverů jako součást jejich komerční nabídky.

## 5.3. Hostingové služby

Podle článku 3 písm. g) bod iii) Nařízení DSA je „hostingová“ služba taková služba, která spočívá „v ukládání informací poskytovaných příjemcem služby na jeho žádost“. Článek 6 pak upravuje, kdy není poskytovatel služby informační společnosti spočívající v ukládání informací poskytovaných

---

<sup>18</sup> Dostupné z: <https://w3techs.com/>

příjemcem služby není poskytovatel služby odpovědný za informace ukládané na žádost příjemce služby:

- a) poskytovatel služby nemá konkrétní vědomost o protiprávní činnosti nebo nezákonném obsahu a s ohledem na nárok na náhradu škody mu nejsou známy skutečnosti nebo okolnosti, z nichž by byly protiprávní činnost nebo nezákonný obsah zjevné, nebo
- b) jakmile poskytovatel služby zjistí protiprávní činnost nebo nezákonný obsah nebo se o nich dozví, urychleně přijme opatření k odstranění dotyčného nezákonného obsahu nebo ke znemožnění přístupu k němu.

Článek 6 obsahuje dvě výjimky z toho, aby poskytovatel služby nebyl odpovědný - první je, pokud příjemce služby jedná z pověření poskytovatele nebo pod jeho dohledem, druhá se použije v případě, že jde o online platformy umožňující spotřebitelům uzavírat s obchodníky smlouvy na dálku podle práva v oblasti ochrany spotřebitele (tzv. „online tržiště“) a pokud tyto online platformy prezentují dotyčné informace či jinak umožní dotyčnou konkrétní transakci způsobem, jenž průměrného spotřebitele vede k domněnce, že informaci nebo výrobek či službu, které jsou předmětem transakce, poskytuje buď samotná online platforma, nebo příjemce služby, který jedná z jejího pověření nebo pod jejím dohledem.

Recitál 29 Nařízení DSA uvádí jako příklady „hostingových“ služeb „cloud computing, webhosting, placené referenční služby nebo služby umožňující sdílení informací a obsahu online, včetně ukládání a sdílení souborů.“

Povinnosti, které vyplývají pro poskytovatele hostingů, popisují články 11-15 Nařízení DSA (Ustanovení vztahující se na všechny poskytovatele zprostředkovatelských služeb) a články 16-18 (Další ustanovení vztahující se na poskytovatele hostingových služeb, včetně online platform). Tato další ustanovení spočívají především v tom, že poskytovatelé mají zavést Mechanismy oznamování a přijímání opatření, které umožní oznamovat takový obsah, který je možné považovat za nelegální. Dále musí mít poskytnout odůvodnění „všem dotčeným příjemcům služby“, pokud omezí informace poskytnuté příjemcem služby z důvodu nezákonného obsahu nebo neslučitelnosti se smluvními podmínkami.

### 5.3.1. Příklad poskytovatele služeb – VSHosting, s.r.o.

Webhosting je službou, která umožňuje zákazníkům poskytovatelů hostingů ukládat a zpřístupnit svůj obsah na internetu. Webhostingové společnosti poskytují obvykle řadu služeb, které s tím souvisí – jako například služby registrace doménových jmen, služby ukládání dat, služby provozu serverů, zabezpečení dat, databáze, CDN (sítě pro doručování obsahu), hosting e-mailu, nebo cloudové služby.

VSHosting (vystupující obchodně jako „vshosting~“) je typickým českým poskytovatelem takové služby a jedním z největších v České republice. Dle informací na svých webových stránkách byl VSHosting založen v roce 2006 a zajišťuje hosting pro stovky internetových projektů v České republice. VSHosting poskytuje různá řešení na fyzických serverech nebo v cloudu (privátní cloud i spravovaný cloud server). Společnost vlastní své datacentrum na okraji Prahy, které poskytuje fyzické zabezpečení i příslušnou vyžadovanou redundanci dodávek energie (záložní napájení i dieselové generátory), tak jak je to běžné v požadavcích na podobná zařízení ve světě. Datové centrum je zároveň propojené čtyřmi nezávislými optickými trasami do peeringových uzlů i k páteřním operátorům.

Co se týče souladu s požadavky Nařízení DSA, v sekci „Dokumenty ke stažení“<sup>19</sup> nabízí VSHosting podrobné vysvětlení svých povinností dle Nařízení DSA i práv uživatelů a způsob oznamování a přijímání opatření ohledně nezákonného obsahu a omezení z důvodu nezákonného obsahu či rozporu se smluvními podmínkami.<sup>20</sup> Společnost nabízí rovněž formulář pro oznámení nezákonného obsahu ve

<sup>19</sup> Dostupné z: <https://vshosting.cz/documents>

<sup>20</sup> Dostupné z: <https://vshosting.cz/content/uploads/2024/03/Narizeni-EU-20222065-o-digitalnich-sluzbach-1.pdf>

formě dokumentu ve formátu Microsoft Word (docx), který má oznamovatel zaslat na příslušnou e-mailovou adresu k tomu určenou a podobně také formulář pro požadavek moderace.

### 5.3.2. Příklad poskytovatele služeb – VLTAVA LABE MEDIA a.s.

Společnost VLTAVA LABE MEDIA a.s. (VLM) patří mezi nejvýznamnější vydavatele periodického tisku v České republice. Zároveň vlastní řadu služeb informační společnosti, jako jsou například webové prezentace svých tištěných publikací nebo online inzertní platformy Annonce.cz či prostřednictvím jí ovládané společnosti Webfarm s.r.o. inzertní platformy cars.cz.

Jednou ze služeb jsou i webové stránky regionálních Deníků denik.cz. Tuto službu uvádíme mezi hostingy, protože obsahuje prostor pro online reklamu a inzerci. Zároveň ale obsahuje online diskusní fórum pod publikovanými články. Tím by mohlo spadat mezi online platformy, protože ty jsou definované jako poskyvatelé hostingových služeb, „kteří nejenže uchovávají informace poskytované příjemci služby na jejich žádost, nýbrž tyto informace na žádost příjemců služby rovněž veřejně šíří.“ Zároveň jde ale o dobrý příklad poskytovatele, o kterém hovoří Nařízení DSA v recitálu 13, kde uvádí výjimku pro takové služby, u kterých je „veřejné šíření jen nepodstatným a čistě vedlejším prvkem neoddělitelně spjatým s jinou službou nebo nepodstatnou funkcí hlavní služby a tento prvek nebo funkci nelze z objektivních technických důvodů použít bez této jiné, hlavní služby, a začlenění tohoto prvku nebo funkce neznamená obcházení použitelnosti pravidel stanovených v tomto nařízení, která se vztahují na online platformy“. Výslovně pak recitál uvádí jako příklad sekci pro komentáře v internetových novinách.

Služba denik.cz obsahuje u každého článku (pokud se redakce nerozhodne tuto možnost vypnout) možnost pro registrované uživatele webu vstoupit do diskuse a vložit k článku komentář. Komentář musí splňovat dle článku 4.2 všeobecných smluvních podmínek (<https://www.vlmedia.cz/podminky>) to, že nejde o příspěvek, který snižuje lidskou důstojnost, porušuje práva na ochranu osobnosti, autorská práva a podobně. VLM si pak vyhrazuje právo filtrovat či odstranit jakýkoli příspěvek v případě, že zjistí, že umístěním takového příspěvku by došlo k porušování právních předpisů. Zároveň u každého příspěvku v diskusi je k dispozici tlačítko „Nahlásit“, a to s následujícími volbami:

- Vulgarismus nebo nevhodné výrazy,
- Útok na osobu nebo rasismus,
- Spam,
- Jiné (prosím napište).

Ostatní uživatelé mohou také příspěvky hodnotit pomocí „smajlíků“ (usměvavý či zamračený).

Diskusní fórum tohoto typu u článků, které jsou redakčním obsahem, splňuje podle nás výjimku, která opravňuje považovat denik.cz za hosting a nikoli online platformu, ačkoli dochází k ukládání informací a jejich následnému šíření. Z hlediska provozovatele jde zjevně o nepodstatný a vedlejší prvek služby, protože tu by bylo možné provozovat i bez něj (webové deníky bez diskusních fór pod články existují v České republice rovněž).

## 5.4. Online platformy

Online platformy definuje Nařízení DSA v článku 3 odstavci i) takto: „online platformou“ je hostingová služba, která na žádost příjemce služby ukládá a veřejně šíří informace, ledaže je tato činnost nepodstatným a pouze pomocným prvkem jiné služby, nebo nepodstatnou funkcí hlavní služby, a z objektivních a technických důvodů ji nelze používat bez této jiné služby a integrace tohoto prvku, nebo této funkce, do této jiné služby není prostředkem k obcházení použitelnosti tohoto nařízení“. Veřejným

šířením je pak dle odstavce k) „zpřístupňování informací na žádost příjemce služby, který informace poskytl, potenciálně neomezenému počtu třetích stran”.

Na online platformy se kromě všech povinností, které mají hostingsy, vztahují ještě další povinnosti podle Oddílu 3 Nařízení DSA (články 19-28), pokud jde o takové podniky, které nejsou mikropodniky a malé podniky. Výjimkou je článek 24 odst. 3, který se vztahuje na všechny online platformy – jde o sdělení průměrného měsíčního počtu aktivních příjemců služby na žádost koordinátorovi digitálních služeb. Tyto články se týkají ochrany nezletilých, transparentnosti algoritmů, reklamy a koncepce uživatelského rozhraní (zákaz tzv. dark patterns), interního systému pro vyřizování stížností a některých dalších částí jejich podnikání. V případě, že online platformy obsluhují více než 45 milionů aktivních měsíčních příjemců služby, jde o “velmi velké online platformy”, na které se vztahuje řada dalších povinností.

Klíčovým definičním znakem online platform je ukládání informací na žádost příjemce a jejich veřejné šíření. Na českém trhu jde nejčastěji o různé hráče v oboru e-commerce, kteří poskytují možnost uživatelům vyjádřit se k nabízeným výrobkům formou recenzí či podobných poznámek k výrobku či službě, které si zakoupili. Další typickou online platformou jsou inzertní servery.

### 5.4.1. Příklad poskytovatele služeb – POMO Media Group s.r.o.

POMO Media Group je provozovatelem platformy CSFD.cz (Česko-Slovenská filmová databáze). Ta se označuje za internetové stránky, které podporují vzdělávání v oblasti kinematografie a propojují filmové fanoušky prostřednictvím diskuzí a nezávislého hodnocení a recenzování filmů a seriálů. Z obsáhlé databáze filmů, seriálů a jejich tvůrců zároveň tvoří informativní mapu jejich kvality napříč žánry a historickými etapami kinematografie.

ČSFD především umožňuje uživatelům hodnotit a komentovat jednotlivé filmy a doplňovat k filmům v databázi související filmy, podobné filmy, přidat obsah filmu, odkazy na jiné filmové recenze a případně i vložit obrázky vztahující se k filmu (např. snímky z traileru nebo fotografie z natáčení). ČSFD dává uživatelům po registraci další možnosti - vytvořit si uživatelský profil, psát si filmový deník a zveřejňovat zápisy v něm uvedené, vést si svou filmotéku a psát si k filmům poznámky, zakládat diskuse či do nich přispívat, vybrat si další uživatele, kteří mají podobný filmový vkus a řadu dalších funkcí.

Platforma stojí především na uživatelských recenzích a hodnoceních filmů. Hodnocení na ČSFD je navíc natolik důležité, že jej integruje do svého elektronického programového průvodce řada provozovatelů IPTV vysílání.

ČSFD v podmínkách užívání<sup>21</sup> uvádí, že uživatelé nesmí vkládat obsah, ke kterému nemá všechny autorskoprávní licence a musí dodržovat etický kodex. Ten zakazuje šířit rasistické, násilnické, xenofobní, pomlouvačné, urážlivé, obscénní či nezákonné komentáře, šířit jakékoli informace, které by mohly přímo nebo nepřímo umožnit identifikaci jména osoby či osoby samotné bez jejího předchozího výslovného souhlasu, jako jsou například příjmení, adresa, e-mailová adresa či telefonní číslo, šířit jakékoli informace či obsah, který by mohl rozrušit nejmladší návštěvníky, zastrašovat či obtěžovat ostatní, dopouštět se jakýchkoli protiprávních činností, včetně činností, které by mohly porušit práva jakékoli osoby k jakémukoli softwaru, fotografiím, obrázkům, textům, videím atd. a šířit obsah (včetně fotografií a videí) zobrazující nezletilé osoby.

K nahlášení takového obsahu, který by toleroval zločiny proti lidskosti, podněcoval k rasové nenávisti či násilí nebo souvisel s dětskou pornografií, nabízí ČSFD formulář “Napiš nám”, kde mohou uživatelé o takovém nelegálním obsahu provozovatele informovat.

<sup>21</sup> Dostupné z: <https://www.csfd.cz/vseobecne-podminky-uzivani/>

## 5.4.2. Příklad poskytovatele služeb – Bazoš.cz

Bazoš.cz je největší český inzertní server určený k bezplatnému podání inzerátů. Služba byla založena v roce 2003 a je čistě určena pro inzerci soukromých osob. V podmínkách využití má explicitně zakázané podnikatelské inzeráty: “Uživatelé nesmí inzerovat přímo podnikatelskou činnost (bez ohledu na to, zda podnikatelskou činnost provádí registrovaně, či ne). Zboží lze inzerovat jen zcela konkrétně, tj. po jednom kuse, jedné barvy, tvaru, typu a velikosti. Například realitní kancelář nesmí inzerovat svou činnost (vykoupíme Váš dům, ...), ale pouze konkrétní nabízenou nemovitost. Autobazar smí inzerovat pouze konkrétní vůz, nikoliv své služby a firmu jako celek.”

Platformu provozuje po celou dobu jeho existence Radim Smička jako soukromá osoba, spolu s několika zaměstnanci a uživatelské rozhraní je velmi podobné, jako na začátku existence Bazoše. Obchodní model spočívá v tom, že inzerování je sice zdarma (kromě sekcí Práce a Služby), ale uživatelé mohou inzeráty “topovat”, tedy za poplatek zvýhodnit jejich pozici. Roční tržby portálu se pohybovaly v roce 2018 dle veřejných zdrojů kolem 80 milionů Kč (živnostníci nemají povinnost zveřejňovat svou účetní závěrku, je tak na samotném provozovateli serveru, zda zveřejní tržby např. v rozhovoru v médiích, či ne). Velmi pravděpodobně bude v současné době významně vyšší, což souvisí s růstem návštěvnosti.

Dle údajů serveru se návštěvnost Bazoš.cz pohybuje nad 500 000 reálných uživatelů denně a denně se na Bazoš přidá kolem 60 000 nových inzerátů. Dle rozhovoru Radima Smičky pro CzechCrunch obsluží platformu asi v “šesti, sedmi lidech, kdybychom to přepočítali na plné úvazky”.

Bazoš.cz v podmínkách využívání služeb explicitně zakazuje inzeráty na zboží a služby, které hrozí být nelegálním obsahem (padělky, kopie napodobeniny, chiptuning, antiradary, erotické inzeráty, léky a potravinové doplňky, cigarety, kryptoměny, herní účty, automatické zbraně a další) a uvádí, že “Inzerent odpovídá za to, že obsahem inzerátu a/nebo fotografiemi či jinými soubory připojenými k inzerátu nebudou dotčena práva třetích osob. Provozovatel za zásahy do práv třetích osob ze strany inzerenta neodpovídá.” U každého inzerátu je možné kliknout na položku “označit špatný inzerát” a do poznámky vložit zdůvodnění, proč tak uživatel činí. Na kontaktní stránce<sup>22</sup> je k dispozici univerzální e-mailová adresa [podpora@bazos.cz](mailto:podpora@bazos.cz) pro komunikaci s provozovatelem platformy.

## 5.5. Online tržiště

Online tržiště nejsou v Nařízení DSA přímo zmíněna pod tímto názvem, ale jsou uváděna jako “online platformy umožňující spotřebitelům uzavírat s obchodníky smlouvy na dálku”. Povinnosti, které se na ně vztahují, jsou stejné jako na online platformy, ale kromě nich ještě platí pro online tržiště celý oddíl 4, který všem takovým poskytovatelům služby přináší ještě mnohé další povinnosti (jsou-li středními a velkými podniky).

Online tržiště musí zajistit sledovatelnost obchodníků před tím, než tito obchodníci začnou využívat služby tržiště. Sledovatelnost spočívá v tom, že tržiště získá informace o jménu, adrese, telefonním čísle a e-mailu obchodníka, totožnost obchodníka, údaje o účtu obchodníka, zápis do rejstříku a autocertifikaci obchodníka, kterou se zavazuje nabízet pouze výrobky nebo služby, jež jsou v souladu s použitelným právem Unie.

Online tržiště poté podle článku 30 odstavce 2 Nařízení DSA má vynaložit maximální úsilí a posoudit, zda jsou výše uvedené informace úplné a pravdivé, k čemuž má využít jakékoli volně dostupné oficiální online databáze nebo online rozhraní či požádat obchodníka, aby poskytl podklady ze spolehlivých

<sup>22</sup> Dostupné z: <https://www.bazos.cz/kontakt.php>



zdrojů. Zároveň ale platí, že za správnost poskytnutých informací odpovídají obchodníci. Rozhraní online tržišť pak musí navrhnout a uspořádat jejich provozovatelé tak, aby obchodníci mohli plnit povinnosti, které vyplývají z práva Unie (zejména aby mohli poskytnout kupujícím jméno, adresu, telefonní číslo a e-mailovou adresu), aby zákazníci mohli jednoznačně identifikovat zboží, obchodníky a označení a značky v oblasti bezpečnosti výrobků. Provozovatelé online tržišť musí také informovat zákazníky, pokud zjistí, že výrobek nebo služba, kterou obchodníci prostřednictvím jejich platformy nabízejí, jsou nezákonné (a informovat také o totožnosti obchodníka a možnosti nápravy).

Typickými online tržišti v českém prostředí mohou být zprostředkovatelské služby pro nákup letenek, zprostředkovatelé dovolených, zprostředkovatelé pojištění, srovnávače cen, které umožňují zprostředkovat transakci mezi internetovým obchodem a zákazníkem, platformy pro ticketing, aukční servery nebo platformy umožňující crowdfunding.

### 5.5.1. Příklad poskytovatele služeb – AUKRO s.r.o.

Společnost AUKRO provozuje stejnojmenný aukční server Aukro.cz. Server byl založen v roce 2003 a nyní jej vlastní investiční skupina Pale Fire Capital. Aukro funguje jako online tržiště, na kterém prodejci, ať už fyzické nebo právnické osoby nabízejí různé zboží v celé řadě kategorií, jako je elektronika, oblečení, auto-moto, sport, dům a zahrada a další. Server zároveň nabízí specializovanou sekci "Sběratelství & Umění" zaměřenou na předměty jako mince, bankovky, militarie, starožitnosti, poštovní známky, obrazy, pohlednice a další.

Princip fungování Aukro.cz je následující: prodejce se zaregistruje a vystaví své zboží a zvolí, zda jej chce prodávat v aukci či formou okamžitého prodeje za fixní částku. Podle dat Aukra se přibližně 80 % nákupů odehraje formou aukce. Každá aukce má plánovaný konec a prodejcem stanovenou počáteční cenu. To je nejnižší cena, za kterou je možné aukci vyhrát, pokud nemá zájem jiný kupující. Se skončením aukce vyhrává kupující s nejvyšším příhozem. Aukce zároveň dávají možnost rychle reagovat na ostatní přihazující, protože končí nejdříve po 15 sekundách od posledního provedeného příhozu. Plánovaný konec aukce se tak může posunovat, dokud přibývají příhozy. Platí také, že každý příhoz je závazný – kupní smlouva automaticky vzniká s koncem každé aukce.

Aukro nabízí prodejci zobrazení jejich inzerátů a možnost je marketingově podporovat, zároveň nabízí také zprostředkování plateb a odeslání balíčku formou vlastní smluvní dopravy. Kupující pak vydraží či zakoupí danou položku a zaplatí ji.

Aukro nabízí kupujícím několik služeb, které by měly zvýšit jejich bezpečnost. "Ověření prodejci" jsou takoví, u kterých zná Aukro identitu a kontaktní údaje. Zároveň u všech prodejců (i kupujících) umožňuje vložit hodnocení, které napoví, jak byli například s jednáním prodejce spokojeni ostatní uživatelé. Aukro nabízí i službu "Ochrana kupujících", kdy platba zůstává u Aukra, dokud kupující neobdrží dodané zboží, nekontroluje jej a nepotvrdí, že je vše v pořádku. Jde o zpoplatněnou službu (až 5 Kč za transakci + až 5 % z hodnoty zboží).

Aukro o sobě uvádí, že má 12 milionů návštěv každý měsíc a 6 milionů prodejů ročně. Tržiště vydělává primárně na poplatcích od uživatelů, především prodejců – poplatků za vložení nabídky, servisních poplatků placených v případě úspěšně skončené nabídky, poplatcích za propagaci nabídky nebo denních poplatků za přednostní výpis nabídky.

U každé nabídky je možné nahlásit porušení pravidel. Kliknutí na příslušné tlačítko otevře okno s formulářem, kde je možné vybrat jeden z důvodů (zakázané zboží, padělky, nepovolený odkaz, neodpovídající popis zboží nebo kategorie atd). Pomocí tohoto formuláře jde tak nahlásit i nelegální obsah. Aukro má také v obchodních podmínkách pravidla pro komentáře a hodnocení,<sup>23</sup> což je typický uživatelský obsah, který se na platformě objevuje (kromě samotného zboží). Aukro pak umožňuje žádat

<sup>23</sup> Dostupné z: <https://aukro.cz/kontakt/muj-ucet-komentare-a-hodnoceni-prodeje/chci-ohodnotit-prodejce-kupujicich>

o zrušení komentáře (žádost obchodnímu partnerovi o zrušení hodnocení) a zároveň umožňuje zažádat Aukro o odstranění hodnocení. Aukční server uvádí, že v naprosté většině případů do hodnocení nezasahuje. Obsahuje ale formulář pro zrušení hodnocení, které je možné odeslat.<sup>24</sup>

## 5.5.2. Příklad poskytovatele služeb – IRSnet CZ s.r.o

Společnost IRSnet CZ s.r.o je provozovatelem vstupenkového portálu Ticketportal, který je největším prodejcem vstupenek na sportovní a kulturní akce v Česku. Ticketportal představuje online zprostředkovatele mezi pořadateli různých kulturních a sportovních akcí na straně jedné a jejich návštěvníky na straně druhé. Pořadatelům pak nabízí řadu doplňkových služeb, které jsou součástí obchodního modelu platformy, jako propagaci akce, zajištění prodeje, software a hardware pro kontrolu vstupů a datovou platformu.

Samotné online tržiště funguje tak, že si jeho uživatel (zájemce o vstupenku) vybere akci, Ticketportal mu ukáže nabídku dat a časů, po výběru požadovaného data a času si zákazník zvolí místo na dané akci, vstupenku vloží do košíku a zaplatí. Dle obchodních podmínek Ticketportal obstarává pro pořadatele prodej vstupenek na příslušné akce na základě smlouvy s pořadatelem. Zákazník koupí vstupenky uzavírá smluvní vztah s konkrétním pořadatelem akce, jehož obsahem je umožnění osobní účasti držitelů vstupenek na příslušné akci za stanovenou cenu vstupenky.

Obchodní model služby je podobný, jako u většiny online tržišť, tedy servisní poplatek jako procento z ceny prodané služby, v tomto případě vstupenky.

Ticketportal tvrdí v článku 14 podmínek, že jde o online platformu podle čl. 3 písm. i) Nařízení DSA, a to online platformu umožňující spotřebitelům uzavírat s obchodníky smlouvy na dálku (tedy sám sebe identifikuje jako online tržiště).

Platforma má pravidla pro identifikaci, který obsah bude považován za nezákonný či v rozporu s podmínkami služby<sup>25</sup> a systém pro ohlašování závadného obsahu.<sup>26</sup> Zde se nachází i interní systém pro vyřizování stížností ve smyslu článku 20 Nařízení DSA, který mohou využít jak stěžovatelé, kteří nesouhlasí se způsobem vyřízení svého požadavku, i pořadatelé akcí.

Ticketportal uveřejnil i hlavní parametry určující pořadí jednotlivých akcí v rámci nabídky portálu:

- Časové hledisko (akce se řadí podle data konání);
- Bannerová zvýhodněná pozice.

Ticketportal uvádí, že pořadí těchto parametrů bylo zvoleno tak, aby odpovídalo hospodářskému významu pro provozovatele portálu a uživatelské přívětivosti pro uživatele. Mechanismus určování pořadí zohledňuje charakter akce a její relevantnost pro spotřebitele takto: datum konání akce, žánrové a podžánrové seřazení.

## 5.6. Vyhledávače

Vyhledávače definuje Nařízení DSA v článku 3 písm. j) tak, že jde o zprostředkovatelskou službu, „která uživatelům umožňuje vkládat dotazy za účelem vyhledávání v zásadě na všech internetových stránkách nebo na všech internetových stránkách v určitém jazyce na základě dotazu na jakékoli téma v podobě klíčového slova, hlasové žádosti, sousloví nebo jiného zadání a která poskytuje výsledky v jakémkoli formátu, v nichž lze nalézt informace související s požadovaným obsahem.”

<sup>24</sup> Dostupné z: <https://aukro.cz/kontakt/muj-ucet-komentare-a-hodnoceni-prodeje/chci-komentar-smazat>

<sup>25</sup> Dostupné z: <https://www.ticketportal.cz/Article/8284>

<sup>26</sup> Dostupné z: <https://www.ticketportal.cz/Article/2113>



Za důležité považujeme především ono označení „v zásadě na všech internetových stránkách“, protože vyhledávání v sobě obsahuje řada online platform a tržišť, ale je omezené pouze na konkrétní vyhledávání např. mezi e-shopy, mezi nabízeným zbožím a podobně. Vyhledávače podle DSA tak musí splňovat dle definice to, že indexují v zásadě všechny online zdroje a umožňují odpovídat na celou škálu uživatelských dotazů. V České republice jsme identifikovali takto fungující jediný vyhledávač, a to je fulltextové vyhledávání Seznam.cz.

Obchodní model vyhledávačů spočívá především v nabízení reklamy, případně v placení měsíčního paušálu za službu vyhledávače (případně za další služby od poskytovatele služby vyhledávače), díky kterému bude uživateli poskytována služby bez cílené reklamy, případně zcela bez reklamy. Zároveň poskytovatelé služeb vyhledávačů prodávají (licencují) službu některým dalším webovým stránkám (takto je možné například na řadě českých stránek vidět vyhledávač označený jako “powered by Google”). Vyhledávače patří mezi nejvíce navštěvované webové stránky na internetu a nejpoužívanější internetové služby. V České republice jde především o služby vyhledávání Google, vyhledávání Seznam.cz, Yandex, DuckDuckGo a Yahoo. Google má dle statistik společnosti Statcounter podíl na trhu pohybující se kolem 81-84 %, Seznam mezi 13-15 %, podíl zbytku poskytovatelů služby vyhledávání na internetu je zanedbatelný.

Stránka zobrazená internetovým vyhledávačem jako výsledky vyhledávání dle dotazu zadaného uživatelem se označuje jako SERP (Search Engine Results Page). Nachází se na ní obvykle dva druhy výsledků – organické výsledky vyhledávání, které na vyhledávací dotaz nabídne algoritmus vyhledávače a placené výsledky vyhledávání. Ty se zobrazují ve vazbě na vyhledávací dotaz a na klíčová slova stanovená zadavatelem reklamní kampaně. Textová reklama u výsledků vyhledávání obvykle nemá grafické prvky a skládá se z nadpisu, popisku a URL adresy. Obvykle dosahuje výborné konverze, protože cílí na zákazníky v momentě, kdy hledají relevantní informace či produkty.

### 5.6.1. Příklad poskytovatele služeb – Seznam.cz

Seznam.cz je nejstarším internetovým vyhledávačem v České republice a jedním z mála vyhledávačů na světě (kromě ruského Yandexu a čínského Baidu), který je na daném národním trhu schopný konkurovat vyhledávači od Google. Homepage Seznam.cz je nejpoužívanější českou internetovou stránkou s 5 miliony reálných uživatelů denně, což je takřka polovina české internetové populace. Společnost uvádí 3 831 004 aktivních příjemců služby podle článku 24 Nařízení DSA k 31. 7. 2024.

Vyhledávání na Seznamu.cz funguje tak, že vyhledávač nejdříve provede po zadání dotazu automaticky rozšíření dotazu o základní a odvozené tvary zadaných slov. Pro hledání v indexu se pak použije jak zadaný tvar slova, tak všechny jeho ostatní tvary (např. auto se rozšíří na autem, aut, auty aj.). Po rozšíření dotazu vyhledávač vyhledá k němu nejrelevantnější dokumenty a sestaví stránku s výsledky vyhledávání.

Při zadávání dotazu se pod vyhledávacím polem objeví nabídka rozšířených výrazů, tzv. našeptávač (doplňková služba vyhledávače, která ale není službou regulovanou Nařízením DSA, protože jde o vlastní obsah generovaný již přímo vyhledávačem). Navrhované výrazy jsou vybírány ze statistik uživatelských dotazů za určité (zpravidla delší) časové období. V některých případech jsou nejhledanější dotazy doplněny o návrhy dotazů z různých dostupných databází (Firmy.cz, Zboží.cz atd.). Do našeptávače je implementováno několik funkcí, například korekce chybně napsaných dotazů, zohlednění diakritiky (pokud uživatel nezadá žádné písmeno s diakritikou, našeptají se dotazy jak s diakritikou, tak bez), nebo našeptávání znaků +, - a &.

Výsledkem vyhledávání na seznamu je stránka (SERP), která obsahuje více výsledků různého typu. Oblast přirozených výsledků je hlavní částí stránky vyhledávání a běžně se v ní zobrazuje 10 přirozených odkazů. Seznam uvádí, že řazení provádí následujícím způsobem:

Pro řazení přirozených výsledků je klíčový proces strojového učení. Modely strojového učení využívají předem připravené příklady hodnocení stránek k dotazu tzv. anotace dle níže přiložených pravidel. Na základě modelů, které ze strojového učení vznikají, pak Seznam vyhledávání zcela automatizovaně řadí výsledky přirozeného vyhledávání.

Informace, které slouží jako hlavní parametry při vyhodnocování modelů relevance:

- Informace o výskytu slov z dotazu v dokumentu nebo v odkazech;
- Grafové algoritmy nad odkazovou sítí a statistiky zpětných odkazů;
- Zpětná vazba od uživatelů: počet kliků na výsledek, počet kliků na výsledek z webu;
- Shoda jazyka dokumentu s jazykem dotazu;
- Informace o dotazu: jazyk, slovní druhy, vzácnost jednotlivých slov (jak často se vyskytují v textech dokumentů), počet segmentů dotazu, které mají samostatný význam;
- Informace o dokumentu: jazyk, statistiky výskytu html elementů (odstavce, nadpisy, seznamy, obrázky), protokol http/https, velikost dokumentu, velikost bezeztrátově komprimovaného dokumentu, výskyt kódů reklamních systémů.

K určitým výsledkům vyhledávač zobrazuje takzvané “chytré karty” (filmy, seriály, herci, choroby, organismy, recepty, fotbalové a hokejové soutěže a jejich hráči, politici atd. Odpověď na dotaz obsahuje kartu s fotografií, odkazem na wikipedii nebo na některou ze služeb Seznamu (např. sport.cz v případě sportovců) a na další související obsah, jako je počasí, mapy nebo kontakty. Pro některé základní dotazy poskytuje vyhledávač automatickou přímou odpověď (například psč, kódy bank a pojišťoven, přesný čas, důležitá telefonní čísla a další). Seznam využívá rovněž pro vyhledávání AI jazykové modely, které si sám vyvíjí a trénuje.

Na stránce se také zobrazuje reklama systému Sklik – jde o výsledky, u kterých si klient Seznamu zaplatil zobrazování na určitou množinu dotazů. Vždy jsou označené nápisem Reklama. Vyhledávač Seznamu, stejně jako konkurenční Google, stojí komerčně na publikování reklamy.

Kontaktním místem pro oznámení možného nezákonného obsahu pro příjemce služby je dle Seznam.cz kontaktní adresa nebo kontaktní formulář příslušné služby,<sup>27</sup> případně je možný kontakt do datové schránky společnosti Seznam.cz.

---

<sup>27</sup> Dostupné z: <https://napoveda.seznam.cz/cz/services/?srtc=fulltext>

## 6. Závěry

Jak vyplývá z této studie, v České republice působí významné množství subjektů, které spadají pod Nařízení DSA – tedy poskytovatelů digitálních služeb. Nařízení je přímo účinné, tyto subjekty tak musí plnit požadavky, které jsou na ně kladeny. Požadavky se týkají často samotné podstaty fungování regulovaných služeb – jde například o nutnosti zveřejnit kontaktní adresu pro koordinátora digitálních služeb i pro uživatele služeb, nutnost mít postup pro odstraňování nelegálního obsahu či (zvláště u středních a velkých firem) řadu dalších povinností týkajících se například designu uživatelského rozhraní či procesů pro ochranu dětí a mladistvých.

Na základě provedených analýz a dostupných dat jsme zjistili, že digitální služby mají v České republice významný vliv na ekonomiku. Tržby digitálních služeb, jak je definováno dle Nařízení DSA, dosáhly přibližně 375,8 mld. Kč v roce 2023, což odpovídá podílu 4,93 % na českém HDP. Tento podíl ukazuje na rostoucí význam digitálních služeb v kontextu národního hospodářství a zvyšující se integraci digitálních platform a tržišť do každodenního života obyvatel a firem.

V rámci této studie bylo identifikováno 2 659 poskytovatelů digitálních služeb, kteří zahrnují služby prostého přenosu, ukládání do mezipaměti, vyhledávače a hosting. Zahrnuti byli také poskytovatelé online platform a tržišť, což jsou kategorie s různou mírou regulace dle velikosti a vlivu na společnost.

Kategorie	Počet poskytovatelů služeb (srpen 2024)
<b>Služba prostého přenosu</b>	1 976
<b>Ukládání do mezipaměti</b>	3
<b>Hostingové služby</b>	564
<b>Online platformy</b>	182
<b>Online tržště</b>	76
<b>Vyhledávače</b>	1

Primární identifikace se zaměřila na právnické i fyzické osoby, přičemž bylo zjištěno, že větší poskytovatelé často nabízejí více typů služeb. Tento aspekt je zřejmý zejména u hostingových služeb, kdy poskytovatelé nejenže provozují různé e-shopy, ale také mohou nabídnout služby online platformy a online tržště.

Zároveň studie ukazuje, že “digitální ekonomika” – máme-li toto označení použít pro sumu subjektů, které jsou regulované Nařízením DSA – představuje významnou součást české ekonomiky a zahrnuje řadu klíčových hráčů v nejrůznějších odvětvích, jako je maloobchod prostřednictvím internetu, poskytování služeb elektronických komunikací, poskytování zprostředkovatelských služeb v oblasti volného času, médií, nabídek zaměstnání a řady dalších služeb.

Studie by měla být vodítkem pro Český telekomunikační úřad, aby měl lepší přehled o tom, kdo jsou poskytovatelé digitálních služeb v České republice a kteří patří svou velikostí (a obratem) mezi významné. Může sloužit jako nástroj pro to, jak prioritizovat zdroje úřadu v dohledové a kontrolní činnosti i jako zdroj informací k tomu, jaké služby patří mezi typické digitální služby v ČR. I přes svůj nepochybný aktuální přínos studie je rovněž nezbytné zabezpečit její pravidelnou aktualizaci, především aktualizaci přílohy č. 1 Seznam relevantních poskytovatelů zprostředkovatelských služeb podle čl. 3 písm. g) a j) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES (dále jen „nařízení DSA“) usazených v České republice.

## 7. Seznam příloh

- Příloha č. 1 – Seznam relevantních poskytovatelů zprostředkovatelských služeb podle čl. 3 písm. g) a j) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES (dále jen „nařízení DSA“) usazených v České republice
- Příloha č. 2 – Sumarizační prezentace závěrů studie pro účely odborné a mediální komunikace



© 2024 PricewaterhouseCoopers Česká republika, s.r.o. Všechna práva vyhrazena. „PwC“ je značka, pod níž členské společnosti PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) podnikají a poskytují své služby. Společně tvoří světovou síť společností PwC. Každá společnost je samostatným právním subjektem a jednotlivé společnosti nezastupují síť PwCIL ani žádnou jinou členskou společnost. PwCIL neposkytuje žádné služby klientům. PwCIL neodpovídá za jednání či opomenutí jednotlivých společností sítě PwC, ani nemůže kontrolovat výkon jejich profesionální činnosti či je jakýmkoli způsobem ovlivňovat.