|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TABUĽKA ZHODY smernice ES/EÚ s ustanoveniami všetkých všeobecne záväzných právnych predpisov, ktoré danú smernicu preberajú | | | | | | | | | |
| Názov smernice: | | | Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“) | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Článok  (Č, O,  V, P) | Text | Spôsob transp.  (N, O, D, n.a.) | Číslo | Článok (Č, §, O, V, P) | Text | Zhoda | Admin. infraštr. | Poznámky  (pri návrhu predpisu – predpokladaný dátum účinnosti\*\*) | Štádium legislatívneho procesu |
| Č:1 | Účelom tejto smernice je prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a dosiahnuť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa aproximáciou zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách poškodzujúcich ekonomické záujmy spotrebiteľov. | N |  | § 1  § 1 | Účelom tohto zákona je ochrana ekonomických záujmov spotrebiteľa pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľa (ďalej len „nekalá obchodná praktika“) v každom štádiu uskutočnenia obchodnej transakcie vo vzťahu k výrobku alebo službe (ďalej len „výrobok“), ktoré priamo súvisia s ovplyvňovaním rozhodnutia o obchodnej transakcii spotrebiteľa.  Tento zákon ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami klamlivej reklamy a neprípustnej porovnávacej reklamy a reklamy, ktorá je nekalou obchodnou praktikou a pôsobnosť orgánov štátnej správy pri výkone dozoru nad dodržiavaním tohto zákona. Tento zákon sa použije, ak osobitný zákon neustanovuje inak. 1) | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov  Zákon č. .../2007 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:a | Na účely tejto smernice:  „spotrebiteľ“ je akákoľvek fyzická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce mimo rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti; | N |  | § 2  P:a | 1. spotrebiteľom 2. fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá nakupuje výrobky alebo používa služby pre osobnú potrebu alebo pre potrebu príslušníkov svojej domácnosti | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:b | „obchodník“ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka; | N |  | § 2  P:b | 1. predávajúcim 2. podnikateľ, ktorý spotrebiteľovi ponúka alebo predáva výrobky alebo poskytuje služby, 3. fyzická osoba, ktorá predáva spotrebiteľovi rastlinné a živočíšne výrobky z vlastnej drobnej pestovateľskej činnosti alebo chovateľskej činnosti alebo lesné plodiny, 4. fyzická osoba, ktorá predáva vlastné použité výrobky okrem potravín | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:3  P:c | „produkt“ je akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľností, práva a záväzku; | N |  | § 2  P:f  P:i | výrobkom nová, použitá alebo upravená hnuteľná vec, ktorá bola vyrobená, vyťažená alebo inak získaná, bez ohľadu na stupeň jej spracovania, a ktorá, je určená na ponuku spotrebiteľovi alebo pri ktorej možno predpokladať, že ju spotrebiteľ použije, ak sa táto vec dodáva za odplatu alebo bezodplatne; výrobkom je aj hnuteľná vec, ktorá je súčasťou alebo príslušenstvom inej hnuteľnej alebo nehnuteľnej veci, elektrina, plyn, voda alebo teplo určené pre spotrebiteľa,  službou akákoľvek činnosť alebo výkon, ktorý je ponúkaný spotrebiteľovi odplatne alebo bezodplatne s výnimkou činností upravených osobitnými predpismi, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:d | „obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom“ (ďalej tiež „obchodné praktiky“) sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu  spotrebiteľom; | N |  | § 2  P:p | obchodnou praktikou konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu predávajúceho, priamo spojené s propagáciou, ponukou, predajom a dodaním výrobku spotrebiteľovi, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:e | „podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa“ je využitie obchodnej praktiky na značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí,  že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil; | N |  | § 2  P:r | podstatným narušením ekonomického správania spotrebiteľa využitie obchodnej praktiky na značné obmedzenie schopnosti spotrebiteľa urobiť rozhodnutie, ktoré by pri dostatku informácii inak neurobil, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:f | „kódex správania“ je dohoda alebo súbor pravidiel, ktoré nie sú uložené zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením členského štátu, ktoré vymedzujú správanie obchodníkov, ktorí sa zaviazali dodržiavať tento kódex vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikám alebo obchodným odvetviam; | N |  | § 2  P:s | kódexom správania dohoda alebo súbor pravidiel, ktoré vymedzujú správanie predávajúceho, ktorý sa zaviazal dodržiavať tento kódex správania vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikám alebo obchodným odvetviam, ak tieto nie sú ustanovené zákonom alebo iným právnym predpisom alebo opatrením orgánu štátnej správy, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:g | „tvorca kódexu“ je akýkoľvek subjekt vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali dodržiavať ho; | N |  | § 2  P:t | tvorcom kódexu správania subjekt, vrátane predávajúceho alebo skupiny predávajúcich, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a zmenu kódexu správania alebo za kontrolu jeho dodržiavania tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:h | „odborná starostlivosť“ je úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníkovej činnosti; | N |  | § 2  P:u | odbornou starostlivosťou úroveň osobitnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od predávajúceho pri konaní vo vzťahu k spotrebiteľovi, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňovanej v jeho oblasti činnosti, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:i | „výzva na kúpu“ je akákoľvek obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov produktu a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, a tým umožňuje spotrebiteľovi uskutočniť  kúpu; | N |  | § 2  P:v | výzvou na kúpu obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov výrobku a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, umožňujúcou spotrebiteľovi uskutočniť kúpu, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:j | „neprimeraný vplyv“ je využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak dokonca i bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované  rozhodnutie; | N |  | § 2  P:w | neprimeraným vplyvom využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak aj bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:k | „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu vcelku alebo v častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania; | N |  | § 2  P:z | rozhodnutím o obchodnej transakcii rozhodnutie spotrebiteľa o tom či, ako a za akých podmienok výrobok kúpi, zaplatí zaň vcelku alebo po častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo si uplatní práva zo záväzkového vzťahu vo vzťahu k výrobku bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:2  P:l | „regulované povolanie“ je odborná činnosť alebo skupina odborných činností, ku ktorým je prístup, vykonávanie alebo spôsob výkonu priamo alebo nepriamo podmienený získaním osobitnej odbornej kvalifikácie podľa zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení. | N |  | § 3  P:i | regulovaným povolaním odborná činnosť alebo skupina odborných činností, ku ktorým je prístup, vykonávanie alebo spôsob výkonu priamo alebo nepriamo podmienený získaním osobitnej odbornej kvalifikácie podľa zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení, | U |  |  |  |
| Č:3  O:1 | Táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu. | N |  | § 1 | Účelom tohto zákona je ochrana ekonomických záujmov spotrebiteľa pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľa (ďalej len „nekalá obchodná praktika“) v každom štádiu uskutočnenia obchodnej transakcie vo vzťahu k výrobku alebo službe (ďalej len „výrobok“), ktoré priamo súvisia s ovplyvňovaním rozhodnutia o obchodnej transakcii spotrebiteľa. | Ú |  |  |  |
| Č:3  O:2 | Táto smernica sa nedotýka zmluvného práva, a najmä pravidiel o platnosti, uzavieraní alebo účinkoch zmluvy. | N |  | § 2  P:a | Tento zákon sa nevzťahuje na  a) záväzkovo právne vzťahy, vrátane ustanovení o uzatváraní zmlúv, ich platnosti a právnych účinkoch, | Ú |  |  |  |
| Č:3  O:3 | Táto smernica sa nedotýka právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov týkajúcich sa zdravotných a bezpečnostných požiadaviek na produkty. | N |  | § 2  P:b | Tento zákon sa nevzťahuje na   1. b) zdravotné a bezpečnostné požiadavky na výrobky, | Ú |  |  |  |
| Č:3  O:4 | V prípadoch rozporu medzi ustanoveniami tejto smernice a inými právnymi predpismi Spoločenstva upravujúcimi osobitné aspekty nekalých obchodných praktík majú prednosť a na tieto osobitné aspekty sa použijú iné právne predpisy Spoločenstva. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:3  O:5 | Počas šiestich rokov od 12.6.2007 môžu členské štáty pokračovať v uplatňovaní v oblasti, ktorú aproximuje táto smernica, vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica a ktoré vykonávajú smernice obsahujúce klauzuly o minimálnej harmonizácii. Tieto opatrenia musia byť zásadné pre zabezpečenie náležitej ochrany spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami a musia byť primerané k dosiahnutiu tohto cieľa. Preskúmanie uvedené v článku 18 môže v prípade potreby obsahovať návrh na predĺženie tejto odchýlky na ďalšie obmedzené obdobie. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:3  O:6 | Členské štáty bezodkladne oznámia Komisii akékoľvek vnútroštátne predpisy, ktoré sa uplatňujú na základe odseku 5. | N |  | § 19 O:2  P:h  B:3 | Ministerstvo vo veciach ochrany spotrebiteľa  h) informuje Komisiu Európskych spoločenstiev (ďalej len „Komisia“) o  3. prijatí všeobecne záväzných právnych predpisov a opatrení v oblasti ochrany spotrebiteľa; ak sa opatrenie týka nebezpečnej napodobeniny, informácia obsahuje opis príslušného výrobku a dôvody rozhodnutia, | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:3  O:7 | Táto smernica sa nedotýka predpisov, podľa ktorých sa určuje právomoc súdov. | N |  | § 2 P:d | Tento zákon sa nevzťahuje na   1. d) právne predpisy určujúce právomoc súdov, | Ú |  |  |  |
| Č:3  O:8 | Táto smernica sa nedotýka podmienok usadenia sa alebo režimov vydávania povolení alebo deontologických kódexov správania alebo iných osobitných predpisov upravujúcich regulované povolania s cieľom zachovať vysokú mieru mravnej bezúhonnosti odborníkov, ktoré môžu členské štáty vyžadovať od odborníkov v súlade s právom Spoločenstva. | N |  | § 2 P:e | Tento zákon sa nevzťahuje na   1. e) povoľovanie pobytov v súvislosti s regulovanými povolaniami, | Ú |  |  |  |
| Č:3  O:9 | Vo vzťahu k „finančným službám“ definovaným v smernici 2002/65/ES a vo vzťahu nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:3  O:10 | Táto smernica sa nevzťahuje na uplatňovanie zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa certifikácie a označovania miery rýdzosti predmetov z drahých kovov. | N |  | § 2 P:f | Tento zákon sa nevzťahuje na  f) certifikáciu a označovanie miery rýdzosti výrobkov z drahých kovov. | Ú |  |  |  |
| Č:4  O:1 | Členské štáty neobmedzia slobodu poskytovať služby ani neobmedzia voľný pohyb tovarov z dôvodov, ktoré spadajú do oblasti, ktorú aproximuje táto smernica. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:5  O:1 | Nekalé obchodné praktiky sú zakázané. | N |  | § 7  O:1  § 3  O:4 | Nekalé obchodné praktiky sú zakázané.  Reklama nesmie mať znaky nekalej obchodnej praktiky. | U |  | Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov Zákon č. .../2007 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame |  |
| Č:5  O:2 | Obchodná praktika je nekalá, ak:  a) je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti a  b) podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov. | N |  | § 7  O:2  P:a  P:b | Obchodná praktika je považovaná za nekalú, ak   1. je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti, 2. podstatne narušuje alebo môže podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k výrobku, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:5  O:3 | Obchodné praktiky, ktoré sú spôsobilé podstatne narušiť ekonomické správanie iba jasne identifikovateľnej skupiny spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní touto praktikou alebo základným produktom z dôvodu ich duševnej poruchy alebo fyzickej vady, veku alebo dôverčivosti spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predpokladať, sa posudzujú z pohľadu priemerného člena tejto skupiny. Tým nie sú dotknuté bežné a oprávnené reklamné praktiky, akými sú zveličujúce vyhlásenia alebo vyhlásenia, ktoré nie sú mienené doslovne. | N |  | § 7  O:3 | Obchodná praktika, ktorá môže podstatne narušiť ekonomické správanie skupiny spotrebiteľov, ktorí sú osobitne zraniteľní z dôvodu ich duševnej poruchy alebo telesnej vady, veku alebo dôverčivosti spôsobom, ktorý môže predávajúci rozumne predpokladať, sa posudzuje z pohľadu priemerného člena tejto skupiny. Tým nie je dotknutá bežná a oprávnená reklamná praktika, akou je zveličujúce vyhlásenie alebo vyhlásenie, ktoré nie je mienené doslovne. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:5  O:4 | Za nekalé obchodné praktiky sa považujú najmä tie, ktoré:  a) sú klamlivé v zmysle článkov 6 a 7,  alebo  b) sú agresívne v zmysle článkov 8 a 9. | N |  | § 7  O:4 | Za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:5  O:5 | Príloha I obsahuje výpočet tých obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé. Ten istý jediný výpočet sa uplatňuje vo všetkých členských štátoch a môže byť upravený iba novelizáciou tejto smernice. | N |  | § 7  O:4 | Zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé je v prílohe č. 1. | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:6  O:1 | Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom, vrátane celkového prevedenia, uvádza do omylu alebo je spôsobilá uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj keď je táto informácia vecne správna vo vzťahu k jednému alebo viacerým nasledujúcim prvkom, pričom v obidvoch prípadoch zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil:  a) existencia alebo povaha produktu;  b) hlavné znaky produktu, ako je jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkom po predaji tovaru a vybavovanie sťažností, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na produkte;  c) rozsah záväzkov obchodníka, motívy pre obchodnú praktiku a charakter procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia obchodníka alebo produktu;  d) cena alebo spôsob výpočtu ceny, alebo existencia osobitnej cenovej výhody;  e) potreba servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy;  f) osoba, vlastnosti a práva obchodníka alebo jeho zástupcu, ako je jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v združeniach alebo jeho väzby a vlastníctvo práv priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania;  g) práva spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného tovaru alebo vrátenie peňazí podľa smernice Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES z 25. mája 1999 o určitých aspektoch predaja spotrebného tovaru a záruk na spotrebný tovar alebo riziká, ktorým môže byť vystavený. | N |  | § 8  O:1  P:a  P:b  P:c  P:d  P:e  P:f  P:g | Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj ak je táto informácia vecne správna vo vzťahu k   1. existencii výrobku alebo povahe výrobku, 2. hlavným znakom výrobku, ako sú jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkovi po predaji výrobku a vybavovanie reklamácie, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na výrobku, 3. rozsahu záväzkov predávajúceho, motívom pre obchodnú praktiku a charakteru procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia predávajúceho alebo výrobku, 4. cene alebo spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody, 5. potrebe servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy, 6. osobe, vlastnosti a právu predávajúceho alebo jeho splnomocnenca, ako sú jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v organizáciách alebo jeho väzby a vlastníctvo práv vyplývajúcich z priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania, alebo 7. právu spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného výrobku alebo vrátenie peňazí podľa osobitného predpisu alebo rizikám, ktorým môže byť vystavený. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:6  O:2 | Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, a zahŕňa:  a) akýkoľvek marketing produktu, vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámeny s akýmkoľvek iným produktom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže;  b) neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa obchodník zaviazal, ak:  i) nejde iba o snahu zaviazať sa, ale o jednoznačný záväzok, ktorý môže byť preverený,  a  ii) obchodník uvedie v obchodnej praktike, že je viazaný týmto kódexom. | N |  | § 8  O:2  P:a  P:b | Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil a zahŕňa:   1. marketing výrobku, vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámeny s akýmkoľvek iným výrobkom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže, 2. neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa predávajúci zaviazal, ak nejde iba o snahu zaviazať sa, ale ide o jednoznačný záväzok, ktorý môže byť preverený a predávajúci uvedie v obchodnej praktike, že je viazaný týmto kódexom správania. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:7  O:1 | Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty, okolnosti a obmedzenia komunikačného prostriedku, opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. | N |  | § 8  O:3 | Obchodná praktika sa tiež považuje za klamlivú, ak opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:7  O:2 | Za klamlivé opomenutie sa taktiež považuje, ak obchodník skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedené v odseku 1, vzhľadom na okolnosti popísané v uvedenom odseku, alebo neoznámi obchodný účel obchodnej praktiky, ak už nie je zrejmý z kontextu, a tam, kde v jednom alebo druhom prípade toto spôsobí alebo je pravdepodobné, že spôsobí, že priemerný spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal. | N |  | § 8  O:4 | Za klamlivé opomenutie sa tiež považuje, ak predávajúci skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedené v odseku 1 alebo neoznámi obchodný účel obchodnej praktiky, ibaže je zrejmý z kontextu, pričom v dôsledku klamlivého opomenutia priemerný spotrebiteľ príjme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:7  O:3 | Ak prostriedok použitý na oznamovanie obchodnej praktiky ukladá priestorové alebo časové obmedzenia, pri rozhodovaní o tom, či bolo poskytnutie informácie opomenuté, sa vezmú do úvahy tieto obmedzenia a akékoľvek opatrenia prijaté obchodníkom na sprístupnenie informácií spotrebiteľom inými prostriedkami. | N |  | § 8  O:5 | Ak prostriedok použitý na oznamovanie obchodnej praktiky vytvára priestorové alebo časové obmedzenia, pri rozhodovaní o tom, či bolo poskytnutie informácie opomenuté, berú sa do úvahy tieto obmedzenia ako aj opatrenia prijaté predávajúcim na sprístupnenie informácií spotrebiteľovi inými prostriedkami. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:7  O:4 | V prípade výzvy na kúpu sa za podstatné považujú nasledujúce informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu:  a) hlavné vlastnosti produktu, v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a produktu;  b) adresa a totožnosť obchodníka, ako napríklad jeho obchodné meno a prípadne adresa a totožnosť obchodníka, v mene ktorého koná;  c) cena vrátane daní, alebo ak vzhľadom na povahu produktu nemožno cenu rozumne stanoviť vopred, spôsob, ktorým sa vypočíta, ako aj v prípade, že je to vhodné, všetky ďalšie náklady na dopravu, dodanie alebo poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno rozumne stanoviť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady;  d) dojednania o spôsobe platby, dodaní, predvedení a vybavovaní sťažností, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti;  e) pre produkty a transakcie zahŕňajúce právo odstúpenia od zmluvy alebo vypovedania zmluvy, existencia tohto práva. | N |  | § 8  O:6  P:a  P:b  P:c  P:d  P:e | 1. Pri výzve na kúpu sa za podstatné informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu, považujú informácie o    * 1. hlavných vlastnostiach výrobku, v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a výrobku,      2. údajoch o predávajúcom, obchodné meno a adresa alebo údajoch o jeho splnomocnencovi,      3. cene vrátane dane, alebo ak vzhľadom na povahu výrobku nemožno cenu rozumne určiť vopred, spôsobe, ktorým sa vypočíta, ako aj ďalších nákladoch na dopravu, dodanie alebo poštovné alebo, ak tieto náklady nemožno určiť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady,      4. dohode o spôsobe platby, podmienkach dodania, vyhotovenia a vybavovania reklamácie, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti,      5. existencii práva pre výrobky alebo transakcie, na odstúpenie od zmluvy alebo vypovedanie zmluvy. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:7  O:5 | Požiadavky na informácie zavedené právom Spoločenstva vo vzťahu k obchodnej komunikácii vrátane reklamy alebo marketingu, ktorých demonštratívny výpočet je uvedený v prílohe II ,sa považujú za podstatné. | N |  | § 8  O:7 | Podstatné požiadavky na informácie vo vzťahu k obchodnej komunikácií vrátane reklamy alebo marketingu ustanovujú osobitné predpisy. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:8  O:1 | Obchodná praktika sa považuje za agresívnu, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, obťažovaním, nátlakom vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilá významne zhoršiť slobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. | N |  | § 2  P:q | agresívnou obchodnou praktikou konanie, ktoré obťažovaním, nátlakom, vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilé významne zhoršiť slobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k výrobku, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:9  O:1 | Pri určení, či používa obchodná praktika obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, sa berie do úvahy:  a) jej načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania;  b) použitie hrozby alebo hanlivého jazyka alebo správania;  c) zneužívanie obchodníkom akéhokoľvek osobitného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú také vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, čoho si je obchodník vedomý, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt;  d) akékoľvek nevýhodné alebo neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré ukladá obchodník v prípade, že si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy, vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka;  e) akákoľvek hrozba podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne. | N |  | § 9  P:a  P:b  P:c  P:d  P:e | Pri určení, či sa v agresívnej obchodnej praktike používa obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, sa berú do úvahy   * 1. jej načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania,   2. použitie hrozby alebo hanlivého jazyka alebo správania,   3. zneužívanie predávajúcim osobného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú predávajúcemu známe a ktoré sú také vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na výrobok,   4. sťažujúce alebo neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré dáva predávajúci, ak si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy, vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť výrobok alebo predávajúceho,   5. hrozba podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne. | U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:10 | Táto smernica nevylučuje kontrolu nekalých obchodných praktík tvorcami kódexu, ktorú môžu podporovať členské štáty, ani možnosť osôb alebo organizácií uvedených v článku 11 obrátiť sa na tieto orgány, ak sa konania pred týmito orgánmi vykonávajú nezávisle od súdnych alebo správnych konaní uvedených v tom článku.  Opravný prostriedok adresovaný takýmto kontrolným orgánom nie je nikdy považovaný za rovnocenný prostriedok súdneho  alebo správneho odvolania podľa článku 11. | N |  | § 10  § 8  O:1 a 2 | 1. Kontrolu použitia nekalej obchodnej praktiky môže uskutočniť aj tvorca kódexu správania alebo osoby alebo združenia prostredníctvom tvorcu kódexu správania. Takúto činnosť možno vykonať nezávisle od súdnych konaní alebo správnych konaní. 2. (1) Tento zákon nevylučuje kontrolu použitia nekalej obchodnej praktiky tvorcom kódexu správania, ani možnosť osôb alebo organizácií uvedených v osobitnom predpise obrátiť sa na tvorcu kódexu správania, ak takéto konanie vykonávajú nezávisle od súdnych konaní alebo správnych konaní. 3. (2) Opravný prostriedok adresovaný tvorcovi kódexu správania podľa odseku 1 nie je považovaný za rovnocenný prostriedok so súdnym konaním alebo správnym konaním. | Č  U |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:11  O:1  P:a  P:b  O:2  P:a  P:b | Členské štáty zabezpečia existenciu vhodných a účinných prostriedkov na boj proti nekalým obchodným praktikám s cieľom vynútiť súlad s ustanoveniami tejto smernice v záujme spotrebiteľov.  Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na boji proti nekalým obchodným praktikám, vrátane účastníkov hospodárskej  súťaže:  a) podať na súde žalobu proti takejto nekalej obchodnej praktike a/alebo  b) napadnúť takú nekalú obchodnú praktiku na správnom orgáne, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného konania na súde.  Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 10. Tieto možnosti musia byť k dispozícii bez ohľadu na to, či sú poškodení spotrebitelia na území toho členského štátu, kde má sídlo obchodník, alebo v inom členskom štáte.  Je na každom členskom štáte, aby rozhodol,  a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetvia a  b) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorcovi kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek.  2. Na základe ustanovení uvedených v odseku 1 zveria členské štáty súdom alebo správnym orgánom právomoci, ktoré ich v prípadoch, ktoré považujú za nevyhnutné, a so zreteľom na všetky dotknuté záujmy, najmä verejný záujem, oprávňujú na to, aby:  a) nariadili zastavenie nekalých obchodných praktík alebo začali príslušné konanie na súde, ktorým sa prikáže ich zastavenie, alebo  b) ak nekalá obchodná praktika nebola doposiaľ vykonaná, ale jej vykonanie bezprostredne hrozí, zakázali takúto praktiku alebo začali príslušné konanie smerujúce k jej zákazu, a to aj bez dôkazu o skutočnej strate či škode alebo úmyslu, či nedbanlivosti na strane obchodníka.  Členské štáty ďalej stanovia, že opatrenia uvedené v prvom pododseku môžu byť prijaté v skrátenom konaní ako:  — predbežné opatrenia alebo  — konečné opatrenia,  pričom každý členský štát sám rozhodne, ktorú z týchto dvoch možností zvolí.  Okrem toho členské štáty môžu preniesť na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich oprávňujú, aby na účely odstránenia pretrvávajúcich vplyvov nekalých obchodných praktík, ktorých zastavenie bolo nariadené konečným rozhodnutím, mohli:  a) vyžadovať zverejnenie tohto rozhodnutia v plnom alebo skrátenom znení a vo forme, ktorú považujú za náležitú;  b) vyžadovať okrem toho zverejnenie opravného vyhlásenia.  3. Správne orgány uvedené v odseku 1 musia:  a) byť vytvorené tak, aby nevznikali pochybnosti o ich nestrannosti;  b) mať pri rozhodovaní o sťažnostiach dostatočné právomoci na to, aby mohli účinne kontrolovať a vynucovať dodržiavanie svojich rozhodnutí;  c) svoje rozhodnutia odôvodňovať.  Ak sú právomoci uvedené v odseku 2 vykonávané výlučne správnym orgánom, musí byť jeho rozhodnutie vždy odôvodnené. V tomto prípade sa musia ďalej prijať ustanovenia o postupoch, prostredníctvom ktorých môže byť predmetom súdneho preskúmania nesprávny alebo neodôvodnený výkon právomocí správnym orgánom, alebo nesprávne či neodôvodnené zanedbanie výkonu uvedených právomocí. | N |  | § 21  O:1, 2 a 3  Č:2  § 8  O:1  P:f | (1) Orgán dozoru zakáže predbežným opatrením uvádzanie výrobku, ktorý nie je bezpečný na trh alebo nariadi zastavenie nekalej obchodnej praktiky. Predbežné opatrenie písomne predloží orgán dozoru tomu, proti komu smeruje s uvedením skutočností, na základe ktorých získal podozrenie o bezpečnosti výrobku alebo o nekalej obchodnej praktike.  (2) Predbežné opatrenie sa následne doručuje ďalším dotknutým osobám. Proti predbežnému opatreniu možno podať do troch dní písomné námietky. Námietky nemajú odkladný účinok. O námietkach rozhodne nadriadený orgán orgánu dozoru, ktorý predbežné opatrenie vydal do piatich dní od ich doručenia. Proti rozhodnutiu nadriadeného orgánu nemožno podať opravný prostriedok.  (3) Orgán dozoru primerane použije ustanovenia odsekov 1 a 2 aj v prípade iných vážnych kontrolných zistení a proti tvorcovi kódexu správania.  f) zakáže nekalú obchodnú praktiku, ktorá ešte nebola vykonaná, ale jej vykonanie bezprostredne hrozí, a to aj bez dôkazu o skutočnej strate, škode, úmyslu alebo nedbanlivosti. | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov. Zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa v znení neskorších predpisov. |  |
| Č:12 | Členské štáty prenesú na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich v občianskom súdnom konaní alebo správnom konaní uvedenom v článku 11 oprávňujú:  a) vyžadovať od obchodníka, aby preukázal správnosť skutkových tvrdení vo vzťahu k obchodnej praktike, ak sa taká požiadavka javí so zreteľom na oprávnený záujem obchodníka a iného účastníka konania ako primeraná vzhľadom na okolnosti daného prípadu, a  b) považovať skutkové tvrdenia za nesprávne, pokiaľ nie je predložený dôkaz v súlade s písmenom a) alebo ak súd alebo správny orgán považuje tento dôkaz za nedostatočný. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:13 | Členské štáty stanovia sankcie za porušenie vnútroštátnych predpisov prijatých na základe tejto smernice a prijmú všetky nevyhnutné opatrenia na zabezpečenie ich vynútiteľnosti. Tieto sankcie musia byť účinné, primerané a odradzujúce. | N |  | § 24  O:1, 2, 3, 4, 5, 6 a 7 | 1. Za porušenie povinností ustanovených týmto zákonom alebo právnymi aktmi Európskych spoločenstiev v oblasti ochrany spotrebiteľa uloží orgán dozoru výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi alebo dodávateľovi alebo osobe uvedenej v § 26 pokutu do 2 000 000 Sk; za opakované porušenie povinnosti počas 12 mesiacov uloží pokutu do 5 000 000 Sk. 2. Orgán dozoru uloží výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi, dodávateľovi alebo osobe uvedenej v § 26, ktorý vyrobil, predal, doviezol alebo dodal výrobok, ktorého vada spôsobila ujmu na živote alebo zdraví, pokutu do 10 000 000 Sk. Rovnakú pokutu uloží tomu, kto takú ujmu spôsobil vadným poskytnutím služby. Pokutu nemožno uložiť osobe, ktorá preukáže, že ujme nemohla zabrániť ani pri vynaložení všetkého úsilia, ktoré od nej bolo možné požadovať. 3. Výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi a dodávateľovi alebo osobe uvedenej v § 26, ktorá marí, ruší alebo inak sťažuje výkon dozoru, prípadne nesplní záväzný pokyn podľa § 20 ods. 3 písm. h), uloží orgán dozoru poriadkovú pokutu do 50 000 Sk, a to aj opakovane. 4. Pokutu podľa odseku 1 nemožno uložiť, ak bola uložená pokuta podľa osobitného zákona alebo ak možno uložiť pokutu podľa odseku 2. 5. Pri určení výšky pokuty sa prihliada najmä na charakter protiprávneho konania, závažnosť porušenia povinnosti, spôsob a následky porušenia povinnosti. 6. Výnosy pokút uložených podľa odsekov 1 až 3 sú príjmom štátneho rozpočtu. 7. Pokutu možno uložiť do jedného roku odo dňa kedy orgán dozoru zistil porušenie povinnosti podľa tohto zákona, najneskôr do troch rokov podľa odsekov 1 a 3 a do desiatich rokov podľa odseku 2 odo dňa, keď k porušeniu povinnosti došlo. | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:14 | Zmeny a doplnenia smernice 84/450/EHS  Smernica 84/450/EHS sa týmto mení a dopĺňa takto:  1. Článok 1 sa nahrádza takto:  *„Článok 1*  Účelom tejto smernice je chrániť obchodníkov proti klamlivej  reklame a jej nekalým následkom a ustanoviť podmienky, za ktorých je porovnávacia reklama povolená.“  2. V článku 2:  — Odsek 3 sa nahrádza takto:  „3. ‚obchodník’ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, remeselnej podnikateľskej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka.“  — Vkladá nový odsek:  „4. ‚tvorca kódexu’ je akýkoľvek subjekt, vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať.“  3. Článok 3a sa nahrádza takto:  *„Článok 3a*  1. Porovnávacia reklama, pokiaľ ide o porovnávanie, je povolená, ak sú splnené tieto podmienky:  a) nie je klamlivá v zmysle článku 2 ods. 2, článku 3 a článku 7 ods. 1 tejto smernice alebo článkov 6 a 7 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (\*);  (\*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“  b) porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel;  c) objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností týchto tovarov a služieb, ktoré môžu zahŕňať cenu;  d) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišovacie znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti účastníka hospodárskej súťaže;  e) pre produkty s označením pôvodu sa vzťahuje v každom prípade na produkty s rovnakým označením;  f) nevyužíva nečestnú výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov účastníka hospodárskej súťaže alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov;  g) nepredstavuje tovary alebo služby ako imitácie alebo kópie tovarov alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodným menom;  h) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi zadávateľom reklamy a účastníkom hospodárskej súťaže alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami zadávateľa reklamy a účastníka hospodárskej súťaže.  4. Článok 4 ods. 1 sa nahrádza takto:  „1. Členské štáty zabezpečia existenciu primeraných a účinných prostriedkov, ako bojovať proti klamlivej reklame s cieľom vynútiť dodržiavanie ustanovení o porovnávacej reklame v záujme obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže. Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na boji proti klamlivej reklame alebo regulovaní porovnávacej reklamy:  a) podať súdnu žalobu proti takejto reklame alebo  b) napadnúť takúto reklamu pred správnym orgánom, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného súdneho konania.  Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii, a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 5.  Je na každom členskom štáte, aby rozhodol:  a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetvia, a  b) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorcovi kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek.“  5. Článok 7 ods. 1 sa nahrádza takto:  „1. Táto smernica nebráni členským štátom, aby si zachovali alebo prijali ustanovenia s cieľom zabezpečiť rozsiahlejšiu ochranu obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže, pokiaľ ide o klamlivú reklamu.“ | N  N  N |  | § 1  § 2  P:t  § 4  O:1, 2 a 3 | Tento zákon ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami klamlivej reklamy a neprípustnej porovnávacej reklamy a reklamy, ktorá je nekalou obchodnou praktikou a pôsobnosť orgánov štátnej správy pri výkone dozoru nad dodržiavaním tohto zákona. Tento zákon sa použije, ak osobitný zákon neustanovuje inak.  tvorcom kódexu správania subjekt, vrátane predávajúceho alebo skupiny predávajúcich, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a zmenu kódexu správania alebo za kontrolu jeho dodržiavania tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať,   1. Porovnávacou reklamou je reklama, ktorá priamo alebo nepriamo označuje iného súťažiteľa alebo jeho produkty. 2. Porovnávacia reklama je prípustná, ak a) porovnáva produkty, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na rovnaký účel,  b) objektívne porovnáva jednu alebo viac konkrétnych, typických, podstatných a overiteľných vlastností produktov vrátane ich ceny; pri produktoch s označením pôvodu 4) porovnáva iba produkty s rovnakým označením,  c) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky, obchodné mená, Ďalšie rozlišovacie znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti účastníka hospodárskej súťaže, d) nevyužíva nečestnú výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov účastníka hospodárskej súťaže alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov,   e) nepredstavuje tovary alebo služby ako napodobeniny   alebo kópie tovarov alebo služieb označených   chránenou ochrannou známkou alebo obchodným   menom,   f) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi   zadávateľmi reklamy a účastníkom hospodárskej súťaže   alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými   menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo   službami zadávateľa reklamy a účastníka hospodárskej   súťaže,  g) nie je klamlivá, 9)  h) nie je nekalou obchodnou praktikou1a) .   1. Iná porovnávacia reklama ako podľa odseku 2 je neprípustná. | Ú  Ú  Č |  | Zákon č. ./2007, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa v znení neskorších predpisov  Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov  Zákon č. ./2007, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa v znení neskorších predpisov |  |
| Č:15 | Zmeny a doplnenia smerníc 97/7/ES a 2002/65/ES  1. Článok 9 smernice 97/7/ES sa nahrádza takto:  *„Článok 9*  Zotrvačný predaj  Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (\*) prijmú členské štáty opatrenia nevyhnutné na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akéhokoľvek protiplnenia v prípadoch nevyžiadanej dodávky, pričom absencia odpovede nepredstavuje  súhlas.  (\*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“  2. Článok 9 smernice 2002/65/ES sa nahrádza takto:  *„Článok 9*  Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (\*) a bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia právnych predpisov členských štátov o konkludentnom predĺžení zmlúv na diaľku, ak tieto právne predpisy umožňujú konkludentné predĺženie, prijmú členské štáty opatrenia na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akýchkoľvek povinností v prípade nevyžiadaných dodávok, pričom absencia odpovede nepredstavuje súhlas.  (\*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“ |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:16 | Zmeny a doplnenia smernice 98/27/ES a nariadenia (ES) č. 2006/2004  1. V prílohe k smernici 98/27/ES sa bod 1 nahrádza takto:  „1. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“.  2. V prílohe k nariadeniu Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa („nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa“) sa dopĺňa nasledujúci bod (1):  „16. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“. |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:17 | Informovanie  Členské štáty prijmú vhodné opatrenia na informovanie spotrebiteľov o transpo-novaní tejto smernice do vnútroštátneho práva a tam, kde je to vhodné, podporia obchodníkov a tvorcov kódexu, aby informovali spotrebiteľov o svojich kódexoch správania. | N |  | § 19  O:2  P:e  § 20  O:6 | Ministerstvo vo veciach ochrany spotrebiteľa  e) informuje spotrebiteľov o ich právach a povinnostiach  Orgán dozoru podporí dobrovoľné aktivity výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov vzťahujúce sa na plnenie ich povinností v oblasti bezpečnosti výrobkov a služieb a ak je to vhodné, vypracuje zásady správnej praxe. | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Č:18 | Preskúmanie  1. Komisia do 12. 6. 2011 predloží Európskemu parlamentu a Rade podrobnú správu o uplatňovaní tejto smernice, najmä článku 3 ods. 9 a článku 4 a prílohy I, o priestore pre ďalšiu harmonizáciu a zjednodušenie práva Spoločenstva týkajúceho sa ochrany spotrebiteľa, a so zreteľom na článok 3 ods. 5 o akýchkoľvek opatreniach, ktoré je potrebné prijať na úrovni Spoločenstva na to, aby sa zabezpečilo udržanie primeranej úrovne ochrany spotrebiteľa. Túto správu bude v prípade potreby sprevádzať návrh novelizácie tejto smernice alebo iných príslušných častí práva Spoločenstva.  2. Európsky parlament a Rada sa budú usilovať konať, v súlade so zmluvou, do dvoch rokov po predložení akéhokoľvek návrhu Komisie podľa odseku 1. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Č:19 | Transpozícia  Členské štáty prijmú a uverejnia zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia potrebné na dosiahnutie súladu s touto smernicou do 12.6.2007. Bezodkladne o tom informujú Komisiu a tiež o akýchkoľvek následných zmenách a doplneniach.  Tieto opatrenia budú platiť od 12.12.2007. Členské štáty uvedú priamo v prijatých opatreniach alebo pri ich úradnom uverejnení odkaz na túto smernicu. Podrobnosti o odkaze upravia členské štáty. | N |  | § 10 | Tento zákon nadobúda účinnosť dňa 1. júla 2007 | Ú |  |  |  |
| Č:20 | Nadobudnutie účinnosti  Táto smernica nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej uverejnenia v Úradnom vestníku Európskej únie. | N |  | § 10 | Tento zákon nadobúda účinnosť dňa 1. júla 2007 | Ú |  |  |  |
| Č:21 | Adresáti  Táto smernica je určená členským štátom. | n. a. |  |  |  |  |  |  |  |
| Príloha I | Obchodné praktiky, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé  Klamlivé obchodné praktiky  1. Tvrdenie obchodníka, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je.  2. Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia.  3. Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je.  4. Tvrdenie, že obchodník (vrátane jeho obchodných praktík) alebo produkt bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by produkt spĺňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia.  5. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu bez toho, že by obchodník zverejnil akékoľvek rozumné dôvody, pre ktoré môže predpokladať, že nebude schopný dodať tieto produkty alebo rovnocenné produkty, alebo zariadiť, aby dodávku uskutočnil iný obchodník, za túto cenu, v čase a v množstve, ktoré sú rozumné vzhľadom na produkt, rozsah reklamy produktu a ponúknutú cenu (vábivá reklama).  6. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu a následné:  a) odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľom, alebo  b) odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase, alebo  c) predvedenie jeho chybnej vzorky s úmyslom podporiť predaj iného produktu (reklama typu nalákať a zmeniť).  7. Nepravdivé vyhlásenie, že produkt bude k dispozícii iba veľmi obmedzený čas alebo že bude k dispozícii za špecifických podmienok iba veľmi obmedzený čas, s cieľom vyvolať okamžité rozhodnutie a znemožniť spotrebiteľom, aby mali dostatočnú príležitosť alebo čas na kvalifikovanú voľbu.  8. Záväzok obchodníka, ktorý komunikoval so spotrebiteľmi pred uskutočnením obchodnej transakcie v jazyku, ktorý nie je úradným jazykom členského štátu, v ktorom má obchodník sídlo, že poskytne spotrebiteľom služby po predaji tovaru, a následné poskytnutie tejto služby iba v inom jazyku bez toho, že by to bolo spotrebiteľovi jasne oznámené pred tým, ako sa zaviazal k obchodnej transakcii.  9. Vyhlásenie alebo iným spôsobom vytvorenie dojmu, že produkt možno legálne predávať, pričom tomu tak nie je. Prezentovanie práv, ktoré spotrebiteľom prislúchajú podľa právnych predpisov, ako charakteristickej črty ponuky obchodníka.  11. Využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu produktu, keď obchodník zaplatil za podporu predaja, bez toho, že by to bolo vysvetlené v obsahu alebo obrazom, alebo zvukom jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa (skrytá reklama). Toto platí bez toho, aby bola dotknutá smernica 89/552/EHS (1).  (1) Smernica Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania (Ú. v. ES L 298, 17.10. 1989, s. 23). Smernica zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 97/36/ES (Ú. v. ES L 202, 30.7.1997, s. 60).  12. Vecne nesprávne tvrdenie o povahe a rozsahu rizika pre osobnú bezpečnosť spotrebiteľa alebo jeho rodiny, ak si spotrebiteľ nekúpi produkt.  13. Propagovanie podobného produktu, ako je produkt vyrobený konkrétnym výrobcom, a to spôsobom, ktorý úmyselne zavádza spotrebiteľa, aby sa domnieval, že produkt vyrobil rovnaký výrobca, aj keď to tak nie je.  14. Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov.  15. Tvrdenie obchodníka, že sa chystá skončiť svoju činnosť alebo premiestniť svoju prevádzkareň, pričom tomu tak nie je.  16. Tvrdenie, že produkty sú schopné uľahčiť výhru v hazardných hrách.  17. Nepravdivé tvrdenie, že produkt je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia.  18. Poskytnutie vecne nesprávnej informácie o podmienkach na trhu alebo o možnosti nájsť produkt s úmyslom donútiť spotrebiteľa, aby získal produkt za menej výhodných podmienok, ako sú normálne podmienky na trhu.  19. Tvrdenie v obchodnej praktike, že obchodník ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísané ceny udelil alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu.  20. Opísanie produktu ako „gratis“, „zadarmo“, „bez poplatku“ alebo podobne, pričom spotrebiteľ musí zaplatiť čokoľvek iné okrem nevyhnutných nákladov na odpovedanie na obchodnú praktiku a vyzdvihnutie tovaru alebo zaplatenie za jeho doručenie.  21. Zahrnutie do reklamného materiálu faktúry alebo obdobného dokumentu, ktorý požaduje zaplatenie sumy a ktorý vzbudzuje u spotrebiteľa dojem, že si už objednal predávané produkty, pričom tomu tak nie je.  22. Nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že obchodník nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ.  23. Vytvorenie falošného dojmu, že servis produktu po jeho predaji je dostupný v členskom štáte inom ako ten, v ktorom sa produkt predáva.  Agresívne obchodné praktiky  24. Vytváranie dojmu, že spotrebiteľ nemôže opustiť priestory predtým, ako sa uzatvorí zmluva.  25. Osobné navštevovanie domácnosti spotrebiteľa, ignorujúc žiadosť spotrebiteľa odísť alebo sa nevracať, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku.  26. Vykonávanie vytrvalých a nechcených žiadostí telefonicky, faxom, elektronickou poštou alebo inými diaľkovými médiami, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku.  Toto platí bez toho, aby bol dotknutý článok 10 smernice 97/7/ES a smernice 95/46/ES (1) a 2002/58/ES.  27. Žiadanie od spotrebiteľa, ktorý si chce uplatniť nárok z poistnej zmluvy, aby predložil dokumenty, ktoré nie je možné rozumne považovať za relevantné pri určení platnosti nároku, alebo systematicky neodpovedať na naliehavú korešpondenciu s cieľom odradiť spotrebiteľa od výkonu jeho zmluvných práv.  28. Zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty. Toto ustanovenie nemá vplyv na článok 16 smernice 89/552/EHS o televíznom vysielaní.  29. Žiadanie spotrebiteľa, aby vykonal okamžité alebo odložené platby za produkty dodané obchodníkom alebo aby ich vrátil alebo uschoval, pričom si ich spotrebiteľ neobjednal, okrem prípadu, že tento produkt je náhradným tovarom dodaným v súlade s článkom 7 ods. 3 smernice 97/7/ES (zotrvačný predaj).  30. Výslovné informovanie spotrebiteľa, že ak si nekúpi tovar alebo službu, bude ohrozené zamestnanie alebo živobytie obchodníka.  31. Vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, vyhrá, alebo potom, čo niečo urobí, vyhrá cenu alebo získa iný rovnocenný prospech, keď v skutočnosti:  — neexistuje cena alebo iný rovnocenný prospech,  alebo  — akákoľvek činnosť smerujúca k získaniu ceny alebo iného rovnocenného prospechu je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady. | N |  | Príloha č. 1 | Obchodné praktiky, ktoré sa za každých okolností považujú za nekaléKlamlivé obchodné praktiky  1. Tvrdenie predávajúceho, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je. 2. Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia. 3. Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je. 4. Tvrdenie, že predávajúci vrátane jeho obchodných praktík alebo výrobok bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo iným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by výrobok spĺňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia. 5. Výzva na kúpu výrobkov za stanovenú cenu bez toho, že by predávajúci zverejnil akékoľvek rozumné dôvody, pre ktoré môže predpokladať, že nebude schopný dodať tieto výrobky alebo rovnocenné výrobky, alebo zariadiť, aby dodávku uskutočnil iný predávajúci, za túto cenu, v čase a v množstve, ktoré sú rozumné vzhľadom na výrobok, rozsah reklamy výrobku a ponúknutú cenu (vábivá reklama). 6. Výzva na kúpu výrobkov za stanovenú cenu a následné 7. odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľom, 8. odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase, 9. predvedenie jeho chybnej vzorky s úmyslom podporiť predaj iného výrobku (reklama typu nalákať a zmeniť). 10. Nepravdivé vyhlásenie, že výrobok je k dispozícii iba veľmi obmedzený čas alebo že je k dispozícii za špecifických podmienok iba veľmi obmedzený čas, s cieľom vyvolať okamžité rozhodnutie a znemožniť spotrebiteľovi, aby mal dostatočnú príležitosť alebo čas na kvalifikované rozhodnutie. 11. Záväzok predávajúceho, ktorý komunikoval so spotrebiteľom pred uskutočnením obchodnej transakcie v štátnom jazyku, že poskytne spotrebiteľovi službu po predaji výrobku a následné poskytnutie tejto služby je iba v inom jazyku bez toho, že by to bolo spotrebiteľovi jasne oznámené pred tým, ako sa zaviazal k obchodnej transakcii. 12. Vyhlásenie alebo iným spôsobom vytvorenie dojmu, že výrobok možno legálne predávať, pričom tomu tak nie je. 13. Prezentovanie práv, ktoré spotrebiteľovi prislúchajú podľa právnych predpisov, ako charakteristickej črty ponuky predávajúceho. 14. Využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu výrobku, keď predávajúci zaplatil za podporu predaja, bez toho, že by to bolo vysvetlené v obsahu alebo obrazom, alebo zvukom jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa (skrytá reklama). 15. Vecne nesprávne tvrdenie o povahe a rozsahu rizika pre osobnú bezpečnosť spotrebiteľa alebo jeho rodiny, ak si spotrebiteľ výrobok nekúpi. 16. Propagovanie podobného výrobku, ako je výrobok vyrobený konkrétnym výrobcom, a to spôsobom, ktorý úmyselne zavádza spotrebiteľa, aby sa domnieval, že výrobok vyrobil rovnaký výrobca, pričom tomu tak nie je. 17. Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby výrobkov. 18. Tvrdenie predávajúceho, že sa chystá skončiť svoju činnosť alebo premiestniť svoju prevádzkareň, pričom tomu tak nie je. 19. Tvrdenie, že výrobok je schopný uľahčiť výhru v hazardných hrách. 20. Nepravdivé tvrdenie, že výrobok je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia. 21. Poskytnutie vecne nesprávnej informácie o podmienkach na trhu alebo o možnosti nájsť výrobok s úmyslom donútiť spotrebiteľa, aby získal výrobok za menej výhodných podmienok, ako sú normálne podmienky na trhu. 22. Tvrdenie v obchodnej praktike, že predávajúci ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísanú cenu udelil alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu. 23. Opísanie výrobku ako „gratis“, „zadarmo“, „bez poplatku“ alebo podobne, pričom spotrebiteľ musí zaplatiť čokoľvek iné okrem nevyhnutných nákladov na odpovedanie na obchodnú praktiku a vyzdvihnutie tovaru alebo zaplatenie za jeho doručenie. 24. Zahrnutie do reklamného materiálu faktúry alebo obdobného dokumentu, ktorý požaduje zaplatenie sumy a ktorý vzbudzuje u spotrebiteľa dojem, že si už objednal predávané výrobky, pričom tomu tak nie je. 25. Nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že predávajúci nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ. 26. Vytvorenie falošného dojmu, že servis výrobku po jeho predaji je dostupný v členskom štáte inom ako ten, v ktorom sa výrobok predáva.  Agresívne obchodné praktiky 1. Vytváranie dojmu, že spotrebiteľ nemôže opustiť priestor   predtým, ako sa uzatvorí zmluva.  2. Osobné navštevovanie domácnosti spotrebiteľa, ignorujúc   žiadosť spotrebiteľa odísť alebo sa nevracať, okrem prípadov   a v rozsahu odôvodnenom na účely vymáhania zmluvného   záväzku.  3. Vykonávanie vytrvalých a nechcených žiadostí telefonicky,   faxom, elektronickou poštou alebo inými diaľkovými   médiami, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom na   účely vymáhania zmluvného záväzku.  4. Žiadanie od spotrebiteľa, ktorý si chce uplatniť nárok   z poistnej zmluvy, aby predložil dokumenty, ktoré nie je   možné rozumne považovať za relevantné pri určení platnosti   nároku, alebo systematicky neodpovedať na naliehavú   korešpondenciu s cieľom odradiť spotrebiteľa od výkonu   jeho zmluvných práv.  5. Zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si   kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných   dospelých, aby im kúpili propagované výrobky.  6. Žiadanie spotrebiteľa, aby vykonal okamžité alebo odložené   platby za výrobky dodané predávajúcim alebo aby ich vrátil   alebo uschoval, pričom si ich spotrebiteľ neobjednal, okrem   prípadu, že tento výrobok je náhradným tovarom dodaným   podľa osobitného predpisu.  7. Výslovné informovanie spotrebiteľa, že ak si nekúpi výrobok   alebo službu, bude ohrozené zamestnanie alebo živobytie   predávajúceho.  8. Vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, vyhrá,   alebo potom, čo niečo urobí, vyhrá cenu alebo získa iný   rovnocenný prospech, keď v skutočnosti   * 1. neexistuje cena alebo iný rovnocenný prospech,   2. činnosť smerujúca k získaniu ceny alebo iného rovnocenného prospechu je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady. | Ú |  | Zákon o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov |  |
| Príloha II | Ustanovenia práva spoločenstva, ktoré ustanovujú pravidlá reklamy a obchodných komunikácií  Články 4 a 5 smernice 97/7/ES  Článok 3 smernice Rady 90/314/EHS z 13. júna 1990 o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb (1)  Článok 3 ods. 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 94/47/ES z 26. októbra 1994 týkajúcej sa ochrany kupujúcich v súvislosti s niektorými prvkami zmlúv o kúpe práva na časovo vymedzené užívanie nehnuteľností (2)  Článok 3 ods. 4 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi (3)  Články 86 až 100 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/83/ES zo 6. novembra 2001, ktorou sa ustanovuje zákonník Spoločenstva o humánnych liekoch (4)  Články 5 a 6 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (5)  Článok 1 písm. d) smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/7/ES zo 16. februára 1998, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 87/102/EHS o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov vzťahujúcich sa na spotrebiteľský úver (6)  Články 3 a 4 smernice 2002/65/ES  Článok 1 ods. 9 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/107/ES z 21. januára 2002, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 85/611/EHS o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa podnikov kolektívneho investovania do prevoditeľných cenných papierov (PKIPCP) s cieľom upraviť správcovské spoločnosti a zjednodušené  prospekty (7)  Články 12 a 13 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/92/ES z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia (8)  Článok 36 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/83/ES z 5. novembra 2002 o životnom poistení (9)  (1) Ú. v. ES L 158, 23.6.1990, s. 59.  (2) Ú. v. ES L 280, 29.10.1994, s. 83.  (3) Ú. v. ES L 80, 18.3.1998, s. 27.  (4) Ú. v. ES L 311, 28.11.2001, s. 67. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou 2004/27/ES (Ú. v. EÚ L 136, 30.4.2004, s. 34).  (5) Ú. v. ES L 178, 17.7.2000, s. 1.  (6) Ú. v. ES L 101, 1.4.1998, s. 17.  (7) Ú. v. ES L 41, 13.2.2002, s. 20.  (8) Ú. v. ES L 9, 15.1.2003, s. 3.  (9) Ú. v. ES L 345, 19.12.2002, s. 1. Smernica zmenená a doplnená smernicou Rady 2004/66/ES (Ú. v. EÚ L 168, 1.5.2004, s. 35).  L 149/38 SK Úradný vestník Európskej únie 11.6.2005  Článok 19 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/39/ES z 21. apríla 2004 o trhoch s finančnými nástrojmi (1)  Články 31 a 43 smernice Rady 92/49/EHS z 18. júna 1992 o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa priameho poistenia s výnimkou životného poistenia (2) (tretia smernica o neživotnom poistení)  Články 5, 7 a 8 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2003/71/ES zo 4. novembra 2003 o prospekte, ktorý sa zverejňuje pri verejnej ponuke cenných papierov alebo ich prijatí na obchodovanie (3)  (1) Ú. v. EÚ L 145, 30.4.2004, s. 1.  (2) Ú. v. ES L 228, 11.8.1992, s. 1. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2002/87/ES (Ú. v. EÚ L 35, 11.2.2003, s. 1).  (3) Ú. v. EÚ L 345, 31.12.2003, s. 64. |  |  |  |  |  |  |  |  |