**DÔVODOVÁ SPRÁVA**

**A. Všeobecná časť**

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame v znení neskorších predpisov predkladajú poslanci Národnej rady Slovenskej republiky Igor Matovič, Erika Jurinová, Martin Fecko, Jozef Viskupič.

Ide o zavedenie povinnosti predávajúceho, resp. poskytovateľa služby, aby pri reklame uvádzal celkovú konečnú cenu ponúkaných služieb, ktorú spotrebiteľ skutočne zaplatí. V praxi totiž často dochádzalo k situáciám, že spotrebiteľ bol reklamou uvedený do omylu, resp. cena uvádzaná v reklame vzbudzovala dojem, že je nižšia ako bola následná konečná cena, ktorú mal spotrebiteľ za zájazd a s ním súvisiace služby poskytované predávajúcim, uhradiť. Súčasťou návrhu je aj zabezpečenie výkonu dohľadu nad predmetným ustanovením. Prechodné ustanovenie zabezpečuje, aby sa § 9a nevzťahoval na propagačné materiály, ktoré boli objednané a zadané do tlače pred nadobudnutím účinnosti tohto zákona.

Návrh zákona je v súlade s Ústavou SR, ústavnými zákonmi a medzinárodnými zmluvami, ktorými je Slovenská republika viazaná, ako aj s ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi. Súlad návrhu zákona s právom EÚ je uvedený v doložke zlúčiteľnosti.

Predpokladaný dopad návrhu zákona na rozpočet verejnej správy, na životné prostredie, na zamestnanosť, na podnikateľské prostredie a na informatizáciu spoločnosti je uvedený v doložke vybraných vplyvov.

**DOLOŽKA  ZLUČITEĽNOSTI**

**návrhu zákona s právom Európskej únie**

1. **Navrhovateľ zákona:**

poslanec Národnej rady Slovenskej republiky, pán Igor Matovič

1. **Názov návrhu zákona:**

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame v znení neskorších predpisov

1. **Problematika návrhu zákona** je upravená v práve Európskej únie**:**

a) v primárnom práve –

- čl. 12 Zmluvy o fungovaní EÚ v platnom znení, podľa ktorého požiadavky ochrany

spotrebiteľa sa zohľadnia pri definovaní a uskutočňovaní iných politík a činností EÚ.

- čl. 169 Zmluvy o fungovaní EÚ v platnom znení, v ktorom je upravené, že Únia

v snahe podporiť záujmy spotrebiteľov a zabezpečiť vysokú úroveň ich ochrany,

prispieva k ochrane ich zdravia, bezpečnosti a hospodárskych záujmov, ako aj

k podpore ich práva na informácie, osvetu a vytváranie združení na ochranu ich

záujmov. Členské štáty môžu zachovať alebo zaviesť prísnejšie ochranné opatrenia

ako upravuje EÚ, avšak tieto musia byť zlučiteľné so zmluvami.

b) v sekundárnom práve –

- Smernica Rady 90/314/EHS z 13. júna 1990 o balíku cestovných, dovolenkových a

výletných služieb, ktorá v čl. 3 ods. 1 upravuje, že pre ľubovoľný popisný materiál,

ktorý sa vzťahuje na balík služieb a je dodávaný spotrebiteľovi zo strany organizátora

alebo maloobchodníka platí, že cena tohto balíka služieb a akékoľvek ďalšie

podmienky, ktoré sa uplatnia na zmluvu, nesmú obsahovať zavádzajúce informácie.

Cena a primerané informácie musia byť v brožúre uvedené čitateľným,

pochopiteľným a presným spôsobom, a sú pre organizátora záväzné.

- 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"), ktorá v čl. 2

definuje pojmy ako obchodné praktiky či podstatné narušenie ekonomického

správania spotrebiteľa a v čl. 6 upravuje klamlivé činnosti

- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o

klamlivej a porovnávacej reklame (kodifikované znenie), ktorá v čl. 2 písm. b)

definuje pojem „klamlivá reklama“ a v čl. 3 písm. b) upravuje jej posudzovanie,

najmä vo vzťahu k niektorým v nej obsiahnutých informáciách, napr. aj týkajúcich sa

ceny alebo spôsobu jej výpočtu.

**4. Záväzky Slovenskej republiky vo vzťahu k Európskej únii**:

a) Uvedené smernice sú už prebrané v právnom poriadku Slovenskej republiky.

b) K predmetnej problematike v súčasnosti nie je začatý postup Európskej komisie ani

konanie proti Slovenskej republike na Súdnom dvore Európskej únie.

c) Uvedené smernice sú už prebrané, napr. v Občianskom zákonníku č. 40/1964 Zb.,

zákone č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií

a cestovných agentúr či zákone o ochrane spotrebiteľa č. 250/2007 Z. z..

**5. Návrh zákona je zlučiteľný s právom Európskej únie**: úplne

**DOLOŽKA VYBRANÝCH VPLYVOV**

**A.1. Názov materiálu:**

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. č. 147/2001 Z. z. o reklame v znení neskorších predpisov.

**A.2. Vplyvy:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Pozitívne\* | Žiadne\* | Negatívne\* |
| 1. Vplyvy na rozpočet verejnej správy | X |  |  |
| 2. Vplyvy na podnikateľské prostredie – dochádza k zvýšeniu regulačného zaťaženia? |  | X |  |
| 3. Sociálne vplyvy  – vplyvy  na hospodárenie obyvateľstva,  – sociálnu exklúziu,  – rovnosť príležitostí a rodovú rovnosť a vplyvy na zamestnanosť |  | X |  |
| 4. Vplyvy na životné prostredie |  | X |  |
| 5. Vplyvy na informatizáciu spoločnosti |  | X |  |

**\*** Predkladateľ označí znakom x zodpovedajúci vplyv (pozitívny, negatívny, žiadny), ktorý návrh prináša v každej oblasti posudzovania vplyvov. Návrh môže mať v jednej oblasti zároveň pozitívny aj negatívny vplyv, v tom prípade predkladateľ označí obe možnosti. Bližšie vysvetlenie označených vplyvov bude obsahovať analýza vplyvov. Isté vysvetlenie, či bilanciu vplyvov (sumárne zhodnotenie, ktorý vplyv v danej oblasti prevažuje) môže predkladateľ uviesť v poznámke.

**A.3. Poznámky**

Prijatím navrhovanej zmeny očakávame pozitívny vplyv na štátny rozpočet v dôsledku ustanovenia v § 11, ktorý upravuje sankcie a dopĺňa pokuty za reklamy zájazdu. Nie je možné presne kvantifikovať pozitívne dopady.

**A.4. Alternatívne riešenia**

Žiadne.

**A.5. Stanovisko gestorov**

**B. Osobitná časť**

**K Čl. III**

**K bodu 1**

Zavádza sa nový pojem „ reklama zájazdu“, definuje sa konečná cena zájazdu. Týmto opatrením sa eliminuje doplácanie sprostredkovateľovi za služby, o ktorých zákazník vopred nevedel.

**K bodu 2**

Ide o legislatívno-technickú úpravu.

**K bodu 3**

Ide o legislatívno-technickú úpravu v súvislosti s prísnejšou navrhovanou úpravou.

**K bodu 4**

Navrhuje sa, zavedenie prechodného ustanovenia, ktoré zabezpečí, aby sa účinnosť nevzťahovala na propagačné materiály, ktoré boli objednané a zadané do tlače pred nadobudnutím účinnosti tohto zákona.

**K Čl. II**

Stanovuje sa účinnosť navrhovaného zákona.

**K Čl.**

Navrhuje sa, aby zákon nadobudol účinnosť v deň, kedy sa s ním jeho adresáti majú možnosť oboznámiť a zabezpečiť realizáciu právnych noriem v ňom ustanovených.