**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.***

Podstatou návrhu je 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.

 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 zlučiteľnosti.

 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**

**Navrhovateľ zákona:**

poslanec Národnej rady Slovenskej republiky, ***pán Igor Matovič***

**Názov návrhu zákona:**

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

**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. I**

**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 Čl. II**

 Stanovuje sa účinnosť navrhovaného zákona a to konkrétnym dňom, ktorý je vybraný tak, aby po schválení a aj následnej publikácií v Zbierke zákonov sa s obsahom novely včas jeho adresáti mali možnosť oboznámiť a zabezpečiť realizáciu právnych noriem v ňom ustanovených.