**DÔVODOVÁ SPRÁVA**

**A. Všeobecná časť**

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov a ktorým sa dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „návrh zákona“) predkladá poslanec Národnej rady Slovenskej republiky Miroslav Kadúc.

 **S cieľom zvýšiť úroveň ochrany spotrebiteľa a jeho informovanosti a v snahe predchádzať prípadom, keď sa pri komunikácii na diaľku nedodržiavajú pravidlá týkajúce sa ochrany súkromia a osobných údajov spotrebiteľa, sa v návrhu zákona zavádza povinnosť predávajúceho pri predaji tovaru alebo služby prostredníctvom telefónu oznámiť už na začiatku komunikácie so spotrebiteľom spôsob získania jeho telefónneho čísla, ako aj zákaz šíriť reklamu telefónom bez predchádzajúceho súhlasu príjemcu reklamy (spotrebiteľa).**

Návrh zákona vychádza z platnej legislatívy Európskej únie, ktorá sa odvoláva na čl. 8 a 10 Európskeho dohovoru o ochrane ľudských práv a základných slobôd z dôvodu rešpektovania práva spotrebiteľa na súkromie, najmä čo sa týka ochrany pred niektorými obzvlášť súkromie narušujúcimi komunikačnými prostriedkami a vyzýva členské štáty, aby zaviedli primerané opatrenia na účinnú ochranu tých spotrebiteľov, ktorí si neželajú byť kontaktovaní prostredníctvom určitých komunikačných prostriedkov, pred takýmito kontaktmi (napr. preambula smernice Európskeho Parlamentu a Rady 97/7/ES z 20. mája 1997 o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku v platnom znení).

Nielen táto smernica, ale aj smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku a o zmene a doplnení smernice Rady 90/619/EHS a smerníc 97/7/ES na 98/27/ES v platnom znení požadujú, aby mal spotrebiteľ dostatok informácii už na začiatku komunikácie na diaľku a ustanovujú prípady, keď sa vyžaduje predchádzajúci súhlas spotrebiteľa s takouto komunikáciou s prihliadnutím na čl. 169 ods. 4 Zmluvy o fungovaní Európskej únie, ktorý umožňuje tieto prípady rozšíriť, a to s cieľom dosiahnuť vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľa. Návrh zákona v plnej miere zohľadňuje uvedené pravidlá Európskej únie a Rady Európy a znižuje počet prípadov neoprávneného získavania a nakladania s osobnými údajmi spotrebiteľa v oblasti zásielkového predaja, reklamy a priameho marketingu.

Predkladaný návrh zákona nemá dosah na rozpočet verejnej správy. Nemá vplyv na podnikateľské prostredie, nevyvoláva sociálne vplyvy, nemá vplyv na životné prostredie a ani na informatizáciu spoločnosti.

Návrh zákona je v súlade s Ústavou Slovenskej republiky, ústavnými zákonmi a ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi Slovenskej republiky, medzinárodnými zmluvami a inými medzinárodnými dokumentmi, ktorými je Slovenská republika viazaná, ako aj s právom Európskej únie.

**DOLOŽKA ZLUČITEĽNOSTI**

**návrhu zákona** **s právom Európskej únie**

**1. Navrhovateľ zákona:** poslanec Národnej rady Slovenskej republiky Miroslav Kadúc

**2. Názov návrhu zákona:** návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov a ktorým sa dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

**3. Predmet návrhu zákona:**

je upravený v primárnom práve Európskej únie, a to v čl. 16 (právo na ochranu osobných údajov) a v čl. 169 (ochrana spotrebiteľa) Zmluvy o fungovaní Európskej únie,

je upravený v sekundárnom práve Európskej únie, a to v:

smernici Európskeho Parlamentu a Rady 97/7/ES z 20. mája 1997 o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap.15/zv. 03) v platnom znení (ďalej len „smernica o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku“) - osobitne v odôvodnení 12 a odôvodnení 17 preambuly smernice (ochrana súkromia spotrebiteľa a poskytnutie informácií na začiatku telefonickej komunikácie), čl. 4 ods. 3 smernice (informácie pred uzavretím zmluvy prostredníctvom telefónu) a čl. 14 smernice (minimálna doložka – doložka v prospech vyššej úrovne ochrany spotrebiteľa),

smernici Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku a o zmene a doplnení smernice Rady 90/619/EHS a smerníc 97/7/ES na 98/27/ES (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap.06/zv. 04) v platnom znení (ďalej len „smernica o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku“) - osobitne v čl. 3 ods. 3 písm. a) smernice (informovanie spotrebiteľa pred uzatvorením zmluvy na diaľku v prípade telefonickej komunikácie) a čl. 10 smernice (predchádzajúci súhlas v prípade nevyžiadanej komunikácie),

nie je obsiahnutý v judikatúre Súdneho dvora Európskej únie.

* + - 1. **Záväzky Slovenskej republiky vo vzťahu k Európskej únii:**

lehota na transpozíciu smerníc uvedených v bode 3 písm. b) tejto doložky zlučiteľnosti bola stanovená takto:

smernica o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku do 4. júna 2000 (resp. pre Slovenskú republiku do 1. mája 2004),

smernica o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku do 9. októbra 2004,

v danej oblasti nebol proti Slovenskej republike začatý postup Európskej komisie a ani konanie Súdneho dvora Európskej únie podľa článkov 258 až 260 Zmluvy o fungovaní Európskej únie,

smernice uvedené v bode 3 písm. b) tejto doložky zlučiteľnosti boli úplne transponované do nasledujúcich právnych predpisov:

smernica o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku do zákona č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov,

smernica o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku do:

zákona č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov,

zákona č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

**Stupeň zlučiteľnosti návrhu zákona s právom Európskej únie**

úplný.

**Doložka**

**vybraných vplyvov**

**A.1. Názov materiálu:** návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov a ktorým sa dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

**Termín začatia a ukončenia PPK:** *bezpredmetné*

**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 |  | x |  |
| – vplyvy na hospodárenie obyvateľstva, |  | x |  |
| – sociálnu exklúziu, |  | x |  |
| – rovnosť príležitostí a rodovú rovnosť a vplyvy na zamestnanosť |   | x |   |
| 4. Vplyvy na životné prostredie |   | x |   |
| 5. Vplyvy na informatizáciu spoločnosti |  | x |   |

**A.3. Poznámky**

*bezpredmetné*

**A.4. Alternatívne riešenia**

*bezpredmetné*

**A.5. Stanovisko gestorov**

*Návrh zákona bol zaslaný na vyjadrenie Ministerstvu financií SR a stanovisko tohto ministerstva tvorí súčasť predkladaného materiálu.*

**B. Osobitná časť**

**K Čl. I**

K bodu 1

Ide o terminologické spresnenie ustanovenia zákona a jeho zosúladenie s ustanovením § 7 ods. 1 písm. a) prvým bodom a s ustanovením § 10 ods. 1 písm. a) zákona č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a pri zásielkovom predaji“) z dôvodu jeho jednoznačnosti a zrozumiteľnosti.

K bodu 2

 Návrhom zákona sa rozširuje oblasť povinne oznamovaných informácii v prípadoch ponuky tovaru a služieb na oznamovanie údaju o spôsobe získania telefónneho čísla spotrebiteľa. S účinnosťou zákona v znení tohto návrhu zákona tak okrem povinnosti oznámiť svoju totožnosť (v súlade s Čl. I bodom 1 tohto návrhu zákona) a obchodný zámer telefonátu, **bude mať predávajúci voči spotrebiteľovi povinnosť uviesť, akým spôsobom získal jeho telefónne číslo, a to už na začiatku telefonickej komunikácie**.

 Súčasné znenie ustanovenia § 10 ods. 2 zákona o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a pri zásielkovom predaji prihliada na znenie čl. 4 ods. 3 smernice o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku v celom rozsahu. Vzhľadom k tomu, že Európska únia v primárnom práve umožňuje členským štátom zachovať alebo zaviesť prísnejšie ochranné opatrenia k dosiahnutiu cieľov týkajúcich sa ochrany spotrebiteľa podľa čl. 169 ods. 4 Zmluvy o fungovaní Európskej únie, zavedenie oprávnenia pre spotrebiteľa na jednej strane a povinnosti predávajúceho na strane druhej týkajúcej sa informovania spotrebiteľa o spôsobe získania jeho telefónneho čísla predávajúcim, **je legitímnym rozšírením úrovne ochrany spotrebiteľa zakotveným v platnom sekundárnom práve Európskej únie**.

 **Zavedenie striktnejšieho režimu umožňuje i samotná smernica o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku**, a to v čl. 14, podľa ktorého členské štáty môžu zaviesť alebo udržiavať, v oblasti upravenej touto smernicou, striktnejšie ustanovenia v súlade so zmluvou na zabezpečenie vyššej úrovne ochrany spotrebiteľa. **Zavedenie ďalšej povinnosti pre predávajúceho je taktiež v záujme ochrany spotrebiteľa a smeruje k podpore jeho práva na informácie a práva na ochranu osobných údajov.**

Podľa zákona č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o ochrane osobných údajov“) má totiž prevádzkovateľ, ktorý získa osobné údaje dotknutej osoby (napr. spotrebiteľa) bez jej vedomia alebo aj priamo od nej, povinnosť poskytnúť tejto dotknutej osobe základné informácie o spracúvaní jej osobných údajov hneď pri prvom kontakte (§ 15 ods. 8), ktorým môže byť aj telefonická komunikácia na účely zásielkového obchodu alebo priameho marketingu.

 Vzhľadom k tomu, že dozor nad dodržiavaním zákona a ukladanie pokút sú v zákone o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a pri zásielkovom predaji už upravené, konkrétne v § 14 ods. 2, nebolo potrebné ich týmto návrhom zákona meniť. Ak predávajúci v súvislosti s navrhovanou úpravou poruší ustanovenie § 10 ods. 2 a spotrebiteľovi neoznámi spôsob získania jeho telefónneho čísla už na začiatku komunikácie, orgán dozoru bude oprávnený predávajúcemu za porušenie tejto povinnosti uložiť pokutu až do výšky 3 319 €.

**K Čl. II**

K bodu 1

 Pojem priamy marketing ako interaktívna metóda marketingu založená na báze vytvorenia istej databanky, ktorá obsahuje zoznam zákazníkov a slúži na konkrétne sledovanie a vyhodnocovanie účinku reklamy u jednotlivých zákazníkov, pričom umožňuje priamu komunikáciu napr. telefónom, je upravený v § 62 ods. 2 a 3 zákona č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o elektronických komunikáciách).

Cieľom priameho marketingu z hľadiska výrobcu je nájsť vhodných zákazníkov ochotných nakúpiť čo najviac výrobkov. Na tieto účely sa často využíva prezentovanie a ponúkanie tovarov a služieb prostredníctvom telefonickej komunikácie a oslovovania širokej škály verejnosti. Z toho dôvodu **sa navrhuje doplniť zákon o reklame tak, aby šírenie reklamy bolo podmienené predchádzajúcim súhlasom príjemcu reklamy (spotrebiteľa) aj na prípady šírenia reklamy telefónom**.

V súčasnosti je šírenie reklamy podmienené predchádzajúcim súhlasom príjemcu reklamy len v prípadoch šírenia prostredníctvom automatického telefonického volacieho systému, telefaxu alebo elektronickej pošty. Užívateľ týchto zariadení musí dať súhlas, aby mu napr. na jeho e-mailovú adresu mohol byť doručený reklamný leták. V mnohých prípadoch sa však reklama môže šíriť aj prostredníctvom telefónu, pričom telefónne čísla príjemcov reklamy sú získavané rôznym spôsobom. Práve z tohto dôvodu je účelné, aby na šírenie reklamy cez telefón platili rovnaké pravidlá ako na šírenie reklamy napr. prostredníctvom elektronickej pošty, **a to aj z hľadiska práva na ochranu osobných údajov spotrebiteľa**.

Podľa zákona č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov má totiž dotknutá osoba (napr. spotrebiteľ) právo namietať u prevádzkovateľa spracúvanie jej osobných údajov, o ktorých predpokladá, že sú alebo budú spracúvané na účely priameho marketingu bez jej súhlasu [§ 28 ods. 3 písm. c)] a rovnako má možnosť namietať poskytovanie jej osobných údajov na účely priameho marketingu [§ 28 ods. 3 písm. c)].

K bodom 2 a 3

Keďže priamy marketing je úzko spätý s reklamou, teda s prezentáciou tovaru a služieb s cieľom uplatniť ich na trhu, navrhuje sa, analogicky s poukazom na zákon o elektronických komunikáciách, sprísniť režim predchádzajúceho súhlasu, pokiaľ ide o jeho preukázateľnosť. Osoba, ktorá bude šíriť reklamu prostredníctvom vybraných komunikačných prostriedkov **bude povinná súhlasy získané od užívateľov automatického telefonického volacieho systému, telefaxu, elektronickej pošty alebo telefónu** (s ohľadom na Čl. II bod 1 návrhu zákona), **ktorí sú príjemcami reklamy, preukázať**. Z uvedeného explicitne plynie povinnosť uchovávať údaje, záznamy a nosiče, na ktorých sa súhlasy so šírením reklamy prostredníctvom vybraných komunikačných prostriedkov nachádzajú.

Príjemca reklamy, ktorý už nebude chcieť byť príjemcom reklamy a dostávať napr. reklamné letáky a nebude chcieť byť informovaný o nových produktoch, **bude môcť kedykoľvek svoj skôr vydaný súhlas odvolať**. Takýto systém sa už v súčasnosti uplatňuje v prípade nevyžiadanej komunikácie na účely priameho marketingu podľa § 62 ods. 2 a 3 zákona o elektronických komunikáciách.

Plnenie povinností uvedených v § 3 ods. 7 zákona o reklame je vynucované a sankcionované orgánmi dozoru podľa § 11 ods. 3 písm. c) pokutou do výšky 66 388 €, a to v prípadoch porušenia všeobecných požiadaviek na reklamu šíriteľom reklamy.

**K Čl. III**

Navrhuje sa účinnosť predkladaného zákona so zohľadnením legisvakančnej lehoty, a to od 1. apríla 2014.