**Dôvodová správa**

# A. Všeobecná časť

Návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „návrh zákona“) predkladajú poslanci Národnej rady Slovenskej republiky (ďalej len „NR SR“) Jozef Viskupič, Igor Matovič, Erika Jurinová a Martin Fecko.

Slovenskí spotrebitelia sú po celý rok predmetom záujmu rôznych objednávateľov reklamy vrátane subjektov propagujúcich zájazdy (napr. cestovné kancelárie). Tieto subjekty zverejňujú mimoriadne zaujímavé ponuky na zájazdy do slovenských i zahraničných destinácií za zdanlivo lákavé ceny, ktoré však často nezodpovedajú cenám, ktoré musí spotrebiteľ za daný zájazd skutočne zaplatiť. Cena zájazdu, ktorá sa ponúka prostredníctvom reklamy totiž nezahŕňa platby za ďalšie služby, ktoré sú súčasťou zájazdu, ako ani zvýšenie ceny, ku ktorému možno po dohode pristúpiť aj jednostranne, napr. z dôvodu nečakaného zvýšenia letiskových poplatkov. Verejná propagácia zájazdu prostredníctvom reklamy, ktorá neuvádza súhrnnú cenu zájazdu, predstavuje pre spotrebiteľov problém a možno ju považovať za zavádzajúcu až klamlivú.

**Cieľom predkladaného návrhu zákona je upraviť požiadavky na reklamu zájazdu tak, aby nebola zavádzajúca alebo klamlivá, a to zavedením povinnosti objednávateľa reklamy uvádzať vo svojej reklame súhrnnú cenu zájazdu. Súhrnnou cenou zájazdu sa rozumie cena zájazdu, ktorú spotrebiteľ zaplatí, vrátane ďalších platieb za služby, ktorých cena nie je zahrnutá v cene zájazdu, ak sú súčasťou zájazdu, ako aj informácie o možnom zvýšení ceny podľa § 741c Občianskeho zákonníka.**

Návrh zákona zároveň upravuje situáciu, keď nie je možné určiť súhrnnú cenu zájazdu. V takýchto prípadoch sa objednávateľovi reklamy ukladá povinnosť, aby uviedol v reklame reprezentatívny príklad zájazdu, ktorý okrem ceny zájazdu obsahuje údaje o ďalších platbách za služby, ktorých cena nie je zahrnutá v cene zájazdu, ak sú súčasťou zájazdu, a údaje o výške týchto ďalších platieb vrátane informácie o možnom zvýšení ceny zájazdu podľa § 741c Občianskeho zákonníka. Súčasťou návrhu zákona je aj doplnenie ustanovení týkajúcich sa primeraných sankcií za neplnenie povinností z neho vyplývajúcich, a to tak vo vzťahu k objednávateľovi reklamy, ako aj šíriteľovi reklamy.

Predkladaný návrh zákona by mal mať pozitívne sociálne vplyvy (vplyv na hospodárenie obyvateľstva), zároveň však nezakladá žiadne vplyvy na rozpočet verejnej správy, nemá vplyv na podnikateľské prostredie, nevyvoláva vplyvy 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 a s právom Európskej únie.

**DOLOŽKA ZLUČITEĽNOSTI**

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

**1. Navrhovateľ zákona:** poslanci Národnej rady Slovenskej republiky Jozef Viskupič, Igor Matovič, Erika Jurinová a Martin Fecko

**2. Názov návrhu zákona:** návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov

**3. Predmet návrhu zákona:**

1. je upravený v primárnom práve Európskej únie, a to v článku 4 ods. 2 písm. e) v spojení s článkom 169 (hlava XV – ochrana spotrebiteľa) Zmluvy o fungovaní Európskej únie,
2. je upravený v sekundárnom práve Európskej únie, a to

* v smernici Rady 90/314/EHS z 13. júna 1990 o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb (Mimoriadne vydanie Ú. v. EÚ, kap. 13/zv. 09) v platnom znení (ďalej len „smernica o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb“) - osobitne článok 3 ods. 1 (upravuje sa, 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),
* v smernici 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 (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22) v platnom znení (ďalej len „smernica o nekalých obchodných praktikách) - osobitne článok 6 ods. 1 písm. e) (klamlivá obchodná praktika vo vzťahu k cene),
* v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame (kodifikované znenie) (Ú. v. EÚ L 376, 27.12.2006, s. 21) (ďalej len „smernica o klamlivej a porovnávacej reklame“) – osobitne článok 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**:

1. lehoty na transpozíciu smerníc sú špecifikované nasledujúcim spôsobom pri:

* smernici o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb uplynula lehota na transpozíciu ešte pred vstupom Slovenska do Európskej únie, pričom tento právny akt EÚ bol prebratý do vnútroštátnych právnych predpisov uvedených v písmene c) riadne a včas,
* smernici o nekalých obchodných praktikách uplynula lehota na transpozíciu nasledujúci deň po dni zverejnenia tejto smernice v Úradnom vestníku Európskej únie, pričom tento právny akt EÚ bol prebratý do vnútroštátnych právnych predpisov uvedených v písmene c) riadne a včas,
* smernici o klamlivej a porovnávacej reklame bola 12. decembra 2007, pričom tento právny akt EÚ bol prebratý do vnútroštátnych právnych predpisov uvedených v písmene c) riadne a včas

1. 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,
2. smernice uvedené v bode 3 písm. b) tejto doložky zlučiteľnosti boli úplne transponované do nasledujúcich právnych predpisov:

* smernica o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb
* zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov,
* smernica o nekalých obchodných praktikách
* 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. 648/2007 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 a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov,
* zákon č. 8/2008 Z. z. o poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov,
* smernica o klamlivej a porovnávacej reklame
* zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov,
* zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 233/1995 Z. z. o súdnych exekútoroch a exekučnej činnosti (Exekučný poriadok) a o zmene a doplnení ďalších zákonov v znení neskorších predpisov,
* zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov,
* zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov,
* zákon č. 99/1963 Zb. Občiansky súdny poriadok v znení neskorších predpisov.

**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. 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**

*Návrh zákona predpokladá pozitívne vplyvy na hospodárenie obyvateľstva, ktoré nebude zavádzané neúplnou alebo klamlivou reklamou pri propagácii zájazdov, a tak bude môcť efektívnejšie a zodpovednejšie nakladať so svojimi finančnými prostriedkami.*

**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

Platný zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon“) ustanovuje nielen všeobecné požiadavky na reklamu (§ 3), t.j. aby reklama nebola napr. v rozpore s pravidlami hospodárskej súťaže alebo dobrými mravmi, aby nebola klamlivá, skrytá, aby nezneužívala dôveru spotrebiteľa, ale tiež osobitné požiadavky na reklamu v prípade tovaru a služieb, ktoré sú pre štát alebo verejnosť, najmä spotrebiteľov významné.

Na základe uvedeného zákon upravuje osobitné požiadavky na reklamu alkoholických nápojov (§ 5), tabakových výrobkov (§ 6), zbraní a streliva (§ 7), potrebe alebo dostupnosti orgánov, tkanív a buniek (§ 7a), liekov (§ 8), dojčenských prípravkov a následných doplnkových prípravkov (§ 9) a energeticky významných výrobkov (§ 9a). V poslednej dobe predovšetkým praktické skúsenosti spotrebiteľov s objednávaním si zájazdov preukázali, že aj tento typ služby si vyžaduje úpravu osobitných požiadaviek, ktoré by mal dodržiavať objednávateľ reklamy (a nepriamo aj šíriteľ reklamy) pri propagácii zájazdu a osobitne jeho ceny prostredníctvom reklamy.

Z uvedeného dôvodu sa predkladaným návrhom zákona vkladá do platného zákona nový § 9b, ktorý upravuje podrobnosti o reklame zájazdu. Pojem „zájazd“ je bližšie vymedzený v § 2 zákona č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov, v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o zájazdoch“). V uvedenom zákone, resp. v príslušných ustanoveniach Občianskeho zákonníka (§ 741a až 741k) sú vymedzené rovnako aj ďalšie pojmy týkajúce sa zájazdu, t.j. cena zájazdu, ďalšie platby za služby a zvýšenie ceny. Zákon o zájazdoch používa aj pojem súhrnná cena [§ 2 ods. 1 písm. c)], avšak v inej súvislosti.

V predkladanom návrhu zákona sa súhrnnou cenou rozumie cena zájazdu, ktorú spotrebiteľ zaplatí, vrátane ďalších platieb za služby, ktorých cena nie je zahrnutá v cene zájazdu, ak sú súčasťou zájazdu, ako aj informácie o možnom zvýšení ceny podľa § 741c Občianskeho zákonníka. Zvýšenie ceny pritom, ak je dohodnuté v zmluve o obstaraní zájazdu, možno zvýšiť zo strany cestovnej kancelárie aj jednostranne, a to v zákonom taxatívne uvedených prípadoch. Je však zrejmé, že zvýšenie ceny sa zakladá na zmene okolností, ktoré sú nezávislé na konaní cestovnej kancelárie a aj preto návrh zákona nepoužíva pojem „konečná cena“. Konečnou cenou totiž môže byť aj súhrnná cena, neraz však ňou bude až súhrnná cena vrátane zvýšenia ceny podľa § 741c Občianskeho zákonníka.

Účelom tohto bodu návrhu zákona je zabezpečiť vyššiu mieru ochrany spotrebiteľa pri uvádzaní cien zájazdu v reklame zo strany objednávateľa reklamy (napr. cestovnej kancelárie). Návrh zákona je reakciou na praktické skúsenosti mnohých spotrebiteľov pri objednávaní zájazdov, keď sa vyskytli nežiaduce situácie, ktoré mali v konečnom dôsledku nepriaznivý vývoj na hospodárenie týchto spotrebiteľov a spočívali v zavádzajúcej až klamlivej reklame. V poslednej dobe sa v praxi neraz stáva, že predávajúci ponúka zájazd do slovenskej alebo zahraničnej destinácie za zdanlivo výhodnú cenu, no spotrebiteľ sa pri informovaní o podrobnostiach zájazdu dozvie, že zájazd si za cenu uvedenú v reklame nemôže kúpiť, pretože cena nezahŕňa platby za ďalšie služby, ktoré sú súčasťou zájazdu, nehovoriac už o prípadnom zvýšení ceny zájazdu podľa § 741c Občianskeho zákonníka.

S cieľom zamedziť takýmto nežiaducim prípadom v budúcnosti sa preto v odseku 1 navrhuje, aby objednávateľ reklamy mal povinnosť uviesť pri reklame zájazdu jeho súhrnnú cenu. Keďže zvýšenie ceny podľa § 741c Občianskeho zákonníka nie je často objektívne možné uviesť ani pri podpise zmluvy o obstaraní zájazdu, nebolo by spravodlivé požadovať vyčíslenie tohto údaju už v reklame, ktorá uzavretiu takejto zmluvy predchádza, javí sa však na druhej strane ako spravodlivé, aby takýto údaj aspoň v podobe informácie o zvýšení ceny súčasťou súhrnnej ceny bol.

Predkladaný návrh zákona v odseku 2 pamätá aj na situácie, keď nie je možné vopred určiť súhrnnú cenu zájazdu. V takomto prípade predávajúci uvedie reprezentatívny príklad zájazdu, ktorý okrem ceny zájazdu obsahuje údaje o ďalších platbách za služby, ktorých cena nie je zahrnutá v cene zájazdu, ak sú súčasťou zájazdu, a údaje o výške týchto ďalších platieb vrátane informácie o možnom zvýšení ceny zájazdu podľa § 741c Občianskeho zákonníka.

K bodu 2

Tento bod návrhu zákona bezprostredne súvisí s bodom 1. Keďže sa do platného zákona vkladá nové ustanovenie (§ 9b), je potrebné v § 11 ods. 3 písm. b) zákona zodpovedajúcim spôsobom upraviť aj sankcie za neplnenie povinností šíriteľa reklamy, ktoré mu nepriamo vyplývajú z tohto nového zákonného ustanovenia.

K bodu 3

Tento bod návrhu zákona bezprostredne súvisí s bodom 1. Keďže sa do platného zákona vkladá nové ustanovenie (§ 9b), je potrebné v § 11 ods. 3 písm. e) zákona zodpovedajúcim spôsobom upraviť aj sankcie za neplnenie povinností objednávateľa reklamy, ktoré mu priamo vyplývajú z tohto nového zákonného ustanovenia.

**K Čl. II**

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