|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TABUĽKA  ZHODY**  právneho predpisu s právom Európskej únie | | | | | | | | | |
| 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 a 98/27/ES (Ú. v. ES L 271, 9.10.2002) v platnom znení | | | Právne predpisy Slovenskej republiky   1. Zákon č. 452/2021 Z. z. o elektronických komunikáciách v znení neskorších predpisov | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Článok  (Č, O,V, P) | Text | Spôsob transpozície  (N, O, D, n.a.) | Číslo  predpisu | Článok  (Č, §, O, V, P) | Text | Zhoda | Poznámky | Identifikácia goldplatingu | Identifikácia oblasti goldplatingu a vyjadrenie k opodstatnenosti goldplatingu |
| **Č: 10** | **Nevyžiadaná komunikácia** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Č: 10 | 1. Použitie nasledujúcich diaľkových komunikačných techník dodávateľom vyžaduje predchádzajúci súhlas spotrebiteľa:  a) automatizovaných volacích systémov bez ľudského zásahu (volacích automatov);  b) faxov.  2. Členské štáty zabezpečia, aby prostriedky diaľkovej komunikácie okrem tých, ktoré sú uvedené v odseku 1, ak umožňujú individuálnu komunikáciu:  a) neboli povolené bez získania súhlasu dotknutých spotrebiteľov, alebo  b) sa mohli použiť, iba ak spotrebiteľ nevyjadril žiadne výslovné námietky.  3. Opatrenia uvedené v odsekoch 1 a 2 nesmú znamenať náklady pre spotrebiteľov. | N | 1 | §: 116 | (1) Elektronická pošta je textová, hlasová, zvuková alebo obrazová správa zaslaná prostredníctvom verejnej siete, ktorú možno uložiť v sieti alebo v koncovom zariadení príjemcu, kým ju príjemca nevyzdvihne.    (2) Priamym marketingom na účely tohto zákona sa rozumie akákoľvek forma prezentácie tovarov alebo služieb v písomnej forme alebo ústnej forme, zaslaná alebo prezentovaná prostredníctvom verejne dostupnej služby priamo jednému alebo viacerým účastníkom alebo užívateľom.    (3) Na účely priameho marketingu je dovolené používanie automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu, elektronickej pošty, služby SMS a služby MMS voči účastníkovi alebo užívateľovi len s jeho predchádzajúcim preukázateľným súhlasom získaným pred kontaktovaním účastníka alebo užívateľa.    (4) Na účely získania predchádzajúceho súhlasu je zakázané používanie automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu, elektronickej pošty, služby SMS a služby MMS.    (5) Za preukázateľný súhlas na účely tohto zákona podľa odseku 3 sa považuje súhlas spĺňajúci náležitosti podľa osobitného predpisu;126) osoba, ktorej bol takýto súhlas udelený, je povinná uchovávať trvanlivý nosič, na ktorom je zaznamenaný preukázateľný súhlas účastníka alebo užívateľa, po dobu najmenej štyroch rokov od odvolania súhlasu účastníkom alebo užívateľom podľa odseku 6. Osoba vykonávajúca priamy marketing je pri získavaní súhlasu účastníka alebo užívateľa podľa odseku 3 a pri každom kontaktovaní účastníka alebo užívateľa za účelom priameho marketingu povinná uviesť informáciu o tom, akým spôsobom je možné jednoducho a bezplatne udelený súhlas odvolať.    (6) Účastník alebo užívateľ môže kedykoľvek predchádzajúci súhlas odvolať alebo namietnuť volanie za účelom priameho marketingu alebo získania súhlasu. Osoba, voči ktorej bol takýto súhlas odvolaný alebo voči ktorej bolo namietané volanie, je povinná účastníkovi alebo užívateľovi preukázateľne potvrdiť odvolanie takéhoto súhlasu alebo prijatie námietky volania najneskôr do piatich pracovných dní a potvrdenie o odvolaní súhlasu alebo prijatie námietky volania uchovávať na trvanlivom nosiči po dobu najmenej štyroch rokov od odvolania súhlasu alebo namietania volania.    (7) Úrad zriadi a prevádzkuje na svojom webovom sídle zoznam telefónnych čísel, uvedených účastníkmi alebo užívateľmi na účely vyjadrenia nesúhlasu s volaním na účely priameho marketingu a na overovanie uvedenia telefónneho čísla alebo skupiny telefónnych čísel osobou vykonávajúcou priamy marketing v zozname telefónnych čísel (ďalej len "zoznam").    (8) Na účely priameho marketingu je zakázané akékoľvek volanie, ak účastník alebo užívateľ uviedol telefónne číslo v zozname alebo, ak účastník alebo užívateľ namietal takéto volania osobe, v prospech ktorej sa vykonáva priamy marketing. To neplatí, ak účastník alebo užívateľ odvolal námietku volania na účely priameho marketingu osobe, v prospech ktorej sa vykonáva priamy marketing, alebo jej udelil súhlas v čase po poslednej aktualizácii uvedenia telefónneho čísla v zozname; na poskytnutie súhlasu sa použijú ustanovenia odsekov 3 až 6. Účinky uvedenia telefónneho čísla v zozname nastávajú vždy k prvému alebo šestnástemu kalendárnemu dňu mesiaca, podľa toho ktorý najbližšie nasleduje po dni, v ktorom účastník alebo užívateľ svoje telefónne číslo uviedol.    (9) Účastník alebo užívateľ má kedykoľvek právo bezplatne uviesť telefónne číslo v zozname alebo vykonať aktualizáciu uvedenia telefónneho čísla v zozname. Aktualizácia uvedenia telefónneho čísla v zozname má rovnaké účinky ako prvé uvedenie telefónneho čísla v zozname.    (10) Osoba vykonávajúca priamy marketing overuje uvedenie telefónneho čísla alebo skupiny telefónnych čísel v zozname na webovom sídle úradu; za overenie telefónneho čísla v zozname je povinná osoba vykonávajúca priamy marketing platiť úhradu, ktorú určí úrad.    (11) Úrad vydá všeobecne záväzný právny predpis, v ktorom ustanoví podrobnosti o  a) prevádzkových a technických parametroch zoznamu,    b) rozsahu informácií vedených v zozname,    c) spôsobe poskytnutia údajov zo zoznamu osobám podľa odseku 10, vrátane parametrov aplikačného rozhrania zoznamu umožňujúceho automatizované hromadné overovanie skupiny čísel,    d) notifikácii uvedenia telefónneho čísla v zozname,    e) spôsobe aktualizácie dátumu uvedenia telefónneho čísla v zozname podľa odseku 9,    f) výške, spôsobe výpočtu a platobných podmienkach úhrady podľa odseku 10,    g) iných skutočnostiach potrebných pre zabezpečenie funkčnosti zoznamu.    (12) Osoba vykonávajúca priamy marketing prostredníctvom volania, automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu alebo služieb SMS alebo služieb MMS alebo osoba, ktorá získava predchádzajúci súhlas s volaním na účely priameho marketingu je povinná používať na účely priameho marketingu len čísla identifikované národným cieľovým kódom na tento účel v číslovacom pláne. Povinnosť podľa predchádzajúcej vety sa nevzťahuje na volania na účely priameho marketingu, ak sa vykonáva na zverejnené kontaktné údaje účastníka alebo užívateľa, ktorý je fyzickou osobou podnikateľom alebo právnickou osobou.    (13) Ak sa telefónne číslo používa na účely priameho marketingu v rozpore s účelom vymedzeným v individuálnom povolení na používanie čísel, za porušenie tejto povinnosti nezodpovedá držiteľ individuálneho povolenia, ktorý toto číslo poskytol inej osobe, ktorá z neho vykonáva priamy marketing, ak ju preukázateľne informoval o tom, že číslo nie je možné používať na účely priameho marketingu.    (14) Ustanovenia odsekov 8 a 12 sa nevzťahujú na priamy marketing vlastných podobných tovarov a služieb osoby, ktorá kontaktné údaje účastníka alebo užívateľa získala v súvislosti s predajom podobného tovaru alebo služieb alebo s ktorým je v zmluvnom vzťahu alebo na účely priameho marketingu voči účastníkovi alebo užívateľovi, ktorý si takúto komunikáciu sám vopred preukázateľne vyžiadal. Osoba, ktorá získava kontaktné údaje účastníka alebo užívateľa podľa prvej vety, je povinná pri ich získavaní uviesť informáciu o tom, akým spôsobom je možné jednoducho a bezplatne kedykoľvek odmietnuť použitie kontaktných údajov podľa prvej vety. Osoba vykonávajúca priamy marketing je pri každom kontaktovaní účastníka alebo užívateľa za účelom priameho marketingu povinná uviesť informáciu o tom, akým spôsobom je možné jednoducho a bezplatne kedykoľvek odmietnuť použitie údajov podľa prvej vety, ak to účastník alebo užívateľ neodmietol už predtým.    (15) Predchádzajúci súhlas príjemcu elektronickej pošty, služby SMS alebo služby MMS podľa odseku 3 sa nevyžaduje, ak ide o priamy marketing vlastných podobných tovarov a služieb osoby, a ak jeho kontaktné údaje na doručenie elektronickej pošty tá istá osoba získala v súvislosti s predajom tovaru alebo služieb v súlade s týmto zákonom alebo s osobitným predpisom,127) alebo ak ide o priamy marketing adresovaný na zverejnené kontaktné údaje účastníka alebo užívateľa, ktorý je fyzickou osobou podnikateľom alebo právnickou osobou. Príjemcovi elektronickej pošty, služby SMS alebo služby MMS sa musí poskytnúť možnosť jednoducho a bezplatne kedykoľvek odmietnuť také používanie kontaktných údajov v čase ich získavania a pri každej doručenej správe ak také použitie predtým neodmietol. Osoba vykonávajúca priamy marketing, voči ktorej bolo takéto používanie kontaktných údajov odmietnuté, je povinná príjemcovi elektronickej pošty, služby krátkych správ alebo služby multimediálnych správ preukázateľne potvrdiť odmietnutie takéhoto používania kontaktných údajov najneskôr do piatich pracovných dní a uchovávať odmietnutie na trvanlivom nosiči po dobu najmenej štyroch rokov od odmietnutia takéhoto používania kontaktných údajov. Je zakázané zasielanie elektronickej pošty, z ktorej nie je známa totožnosť a adresa odosielateľa, na ktorú môže príjemca zaslať žiadosť o skončenie zasielania takých správ, a nabádanie k návšteve webového sídla v rozpore s osobitným predpisom.128) | Ú | Regulovaný právny vzťah nevyžiadanej komunikácie je upravený v podrobnej a komplexnej právnej úprave v § 116 zákona č. 452/2021 Z. z. v spojení s čl. 6 ods. 1 písm. a) a f) a čl. 21 ods. 2 a 3 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016). | GP-N |  |

LEGENDA:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| V stĺpci (1):  Č – článok  O – odsek  V – veta  P – písmeno (číslo) | V stĺpci (3):  N – bežná transpozícia  O – transpozícia s možnosťou voľby  D – transpozícia podľa úvahy (dobrovoľná) | V stĺpci (5):  Č – článok  § – paragraf  O – odsek  V – veta | V stĺpci (7):  Ú – úplná zhoda  Č – čiastočná zhoda  Ž – žiadna zhoda (ak nebola dosiahnutá ani čiast. ani úplná zhoda alebo k  prebratiu dôjde v budúcnosti) |