**Predkladacia správa**

Predloženým návrhom zákona, 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“) pristúpilo Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky na podnet Úradu splnomocnenca vlády SR pre rozvoj občianskej spoločnosti k definovaniu inštitútu „charitatívnej reklamy“ s úmyslom upraviť reklamu produktu právnickej alebo fyzickej osoby – podnikateľa poskytujúcich príspevok na verejnoprospešný účel pre taxatívne vymenované právnické osoby, ktorých predmet činnosti má verejnoprospešný charakter definovaný v zákone o dani z príjmov na účely použitia podielu zaplatenej dane na osobitné účely.

Cieľom návrhu zákona je stanoviť požiadavky šírenia charitatívnej reklamy so zreteľom na to, aby bola dostatočne odlíšiteľná od reklamy šírenej bez poskytnutia príspevku na verejnoprospešný účel a zároveň, aby bolo poskytnutie príspevku a následné šírenie charitatívnej reklamy dostatočne transparentné.

Zámerom návrhu zákona je tiež zabezpečiť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľov pred zavádzajúcim konaním právnických alebo fyzických osôb – podnikateľov, ktorí by spotrebiteľa uviedli alebo sa pokúsili uviesť do omylu tým, že svoju reklamu označili zákonnými náležitosťami charitatívnej reklamy tak, aby sa spotrebiteľ domnieval, že poskytli príspevok na verejnoprospešný účel, pričom tomu tak nie je.

Navrhovaná právna úprava vychádza aj z potreby finančne podporovať taxatívne vymenované právnické osoby, ktorých predmet činnosti má verejnoprospešný charakter definovaný v zákone o dani z príjmov na účely použitia podielu zaplatenej dane na osobitné účely, a zároveň motivovať právnické alebo fyzické osoby – podnikateľov k finančnej podpore týchto subjektov, prostredníctvom daňovej uznateľnosti výdavkov na podporu verejnoprospešných účelov za súčasného šírenia charitatívnej reklamy ich produktu.

Návrhom zákona sa tiež ukladá šíriteľom reklamy nová zákonná povinnosť uchovávať každú reklamu, ktorú šíria, na účely dodatočnej kontroly zo strany orgánov dozoru.

Predložený návrh zákona nebude mať vplyv na verejné financie. Návrh zákona síce predpokladá možnosť zahrnutia výdavkov právnických alebo fyzických osôb – podnikateľov na podporu verejnoprospešných účelov s cieľom realizácie charitatívnej reklamy do daňových výdavkov, vplyv na rozpočet verejnej správy sa však nepredpokladá, a to z dôvodu, že podnikatelia už i v súčasnosti vynakladajú nemalé prostriedky na reklamu svojho produktu, a to často krát aj za súčasnej podpory charity. Návrhom zákona teda dôjde len k stanoveniu požiadaviek šírenia charitatívnej reklamy so zreteľom na to, aby bola dostatočne odlíšiteľná od reklamy šírenej bez poskytnutia príspevku na verejnoprospešný účel a k transparentnosti poskytovania príspevkov a následného šírenia charitatívnej reklamy. Návrh zákona bude mať pozitívne sociálne vplyvy, pozitívne vplyvy na podnikateľské prostredie a pozitívny vplyv na informatizáciu spoločnosti a nebude mať vplyv na životné prostredie.

Návrh zákona je v súlade s Ústavou Slovenskej republiky, ústavnými zákonmi, ostatnými zákonmi, medzinárodnými zmluvami a inými medzinárodnými dokumentmi, ktorými je Slovenská republika viazaná.

Predmetný návrh zákona bol predmetom medzirezortného pripomienkového konania a po zapracovaní pripomienok sa predkladá na rokovanie Legislatívnej rady vlády Slovenskej republiky s rozporom predkladateľa s Ministerstvom financií SR, s Radou pre reklamu, Národnou radou občanov so zdravotným postihnutím a Fórom kreatívneho priemyslu.

Materiál nebol predmetom vnútrokomunitárneho pripomienkového konania.