|  |
| --- |
| TABUĽKA ZHODYprávneho predpisu s právom Európskej únie |
| Smernica ES/EÚ**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** | Všeobecne záväzné právne predpisy Slovenskej republiky**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 v znení neskorších predpisov,****Zákon č. 40/1967 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov,****Zákon 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. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov,****Zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov.****Zákon č. 199/2014 Z. z. ktorým sa mení a dopĺňa 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 v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Článok(Č, O,V, P) | Text | Spôsob transp.(N, O, D, n.a.) | Číslopredpisu | Článok (Č, §, O, V, P) | Text | Zhoda | Poznámky |
| Čl. 1 | KAPITOLA 1**VŠEOBECNÉ USTANOVENIA****Účel**Účelom tejto smernice je prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a dosiahnuť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa aproximáciouzákonov, iných právnych predpisov a správnychopatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách poškodzujúcich ekonomické záujmy spotrebiteľov. | n. a. |  |  |   |  |  |
| Čl. 2 písm. a) | Na účely tejto smernice:a) „spotrebiteľ“ je akákoľvek fyzická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce mimo rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. a) | a) spotrebiteľom fyzická osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, zamestnania alebo povolania, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. b) | b) „obchodník“ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. b) | b) predávajúcim osoba, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy koná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti alebo povolania, alebo osoba konajúca v jej mene alebo na jej účet, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. c) | c) „produkt“ je akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľností, práva a záväzku; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. zd) | **zd)** produktom výrobok alebo služba vrátane nehnuteľnosti, práva alebo záväzku. | Ú |  |
| Čl. 2 písm. d) | d) „obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom“ (ďalej tiež „obchodné praktiky“) sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktuspotrebiteľom; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. p) | p) obchodnou praktikou konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu predávajúceho, priamo spojené s propagáciou, ponukou, predajom a dodaním výrobku spotrebiteľovi, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. e) | e) „podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa“ je využitie obchodnej praktiky na značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. r) | r) podstatným narušením ekonomického správania spotrebiteľa využitie obchodnej praktiky na značné obmedzenie schopnosti spotrebiteľa urobiť rozhodnutie, ktoré by pri dostatku informácií inak neurobil, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. f) | f) „kódex správania“ je dohoda alebo súbor pravidiel, ktoré nie sú uložené zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením členského štátu, ktoré vymedzujú správanie obchodníkov, ktorí sa zaviazali dodržiavať tento kódex vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikámalebo obchodným odvetviam; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. s) | s) kódexom správania dohoda alebo súbor pravidiel, ktoré vymedzujú správanie predávajúceho, ktorý sa zaviazal dodržiavať tento kódex správania vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikám alebo obchodným odvetviam, ak tieto nie sú ustanovené zákonom alebo iným právnym predpisom alebo opatrením orgánu verejnej správy, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. g) | g) „tvorca kódexu“ je akýkoľvek subjekt vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali dodržiavať ho; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. t) | t) tvorcom kódexu správania subjekt vrátane predávajúceho alebo skupiny predávajúcich, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a zmenu kódexu správania alebo za kontrolu jeho dodržiavania tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. h) | h) „odborná starostlivosť“ je úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnejobchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníkovej činnosti; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. u) | u) odbornou starostlivosťou úroveň osobitnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od predávajúceho pri konaní vo vzťahu k spotrebiteľovi, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňovanej v jeho oblasti činnosti,  | Ú |  |
| Čl. 2 písm. i) | i) „výzva na kúpu“ je akákoľvek obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov produktu a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, a tým umožňuje spotrebiteľovi uskutočniť kúpu; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. v) | **v)** výzvou na kúpu obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov výrobku a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, umožňujúcou spotrebiteľovi uskutočniť kúpu, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. j) | j) „neprimeraný vplyv“ je využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak dokonca i bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. w) | w) neprimeraným vplyvom využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak aj bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie,  | Ú |  |
| Čl. 2 písm. k) | k) „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu vcelku alebo v častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania; | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm. z) | **z)** rozhodnutím o obchodnej transakcii rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok výrobok kúpi, zaplatí zaň vcelku alebo po častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať, alebo si uplatní práva zo záväzkového vzťahu vo vzťahu k výrobku bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania, | Ú |  |
| Čl. 2 písm. l) | l) „regulované povolanie“ je odborná činnosť alebo skupina odborných činností, ku ktorým je prístup, vykonávanie alebo spôsob výkonu priamo alebo nepriamo podmienený získaním osobitnej odbornej kvalifikácie podľa zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení. | n. a. |  |  |  |  | Definíciu nie je potrebné osobitne transponovať na účely zákona č. 250/2007 Z. .z.Odkaz na regulované povolania bol vyňatý z definície pojmu „služba“ v zákone č. 250/2007 Z. z., teda ustanovenia zákona o nekalých obchodných praktikách sa vzťahujú na všetky služby, a to vrátane služieb poskytovaných podľa osobitných predpisov (regulované povolania). |
| Čl.3 ods. 1 | 1. Táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 7 ods. 1§9a ods. 1 | (1) Nekalé obchodné praktiky sú zakázané, a to pred, počas aj po vykonaní obchodnej transakcie.(1) Povinnosti podľa § 4 ods. 2 a 8, § 4a až 5a a § 7 až 9 sa vzťahujú aj na osobu, ktorá v mene veriteľa alebo vo vlastnom mene vymáha pohľadávky vyplývajúce zo spotrebiteľskej zmluvy. | Ú |  |
| Čl.3 ods. 2 | 2. Táto smernica sa nedotýka zmluvného práva, a najmä pravidiel o platnosti, uzavieraní alebo účinkoch zmluvy. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 3 | 3. Táto smernica sa nedotýka právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov týkajúcich sa zdravotnýcha bezpečnostných požiadaviek na produkty. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 4 | 4. V prípadoch rozporu medzi ustanoveniami tejto smernice a inými právnymi predpismi Spoločenstva upravujúcimi osobitné aspekty nekalých obchodných praktík majú prednosť a na tieto osobitné aspekty sa použijú iné právne predpisy Spoločenstva. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 5 | 5. Počas šiestich rokov od 12.6.2007 môžu členské štáty pokračovať v uplatňovaní v oblasti, ktorú aproximuje táto smernica, vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica a ktoré vykonávajúsmernice obsahujúce klauzuly o minimálnej harmonizácii. Tieto opatrenia musia byť zásadné pre zabezpečenie náležitej ochrany spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami a musia byťprimerané k dosiahnutiu tohto cieľa. Preskúmanie uvedené v článku 18 môže v prípade potreby obsahovať návrh na predĺženie tejto odchýlky na ďalšie obmedzené obdobie. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 6 | 6. Členské štáty bezodkladne oznámia Komisii akékoľvek vnútroštátne predpisy, ktoré sa uplatňujú na základe odseku 5. | N | Zákon č. 575/2001 Z. z.Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 35 ods. 7§ 19 ods. 2P:g | (7) Ministerstvá a ostatné ústredné orgány štátnej správy v rozsahu vymedzenej pôsobnosti plnia voči orgánom Európskej únie informačnú a oznamovaciu povinnosť, ktorá im vyplýva z právne záväzných aktov týchto orgánov.**(2)** Ministerstvo vo veciach ochrany spotrebiteľa(...)g) informuje Európsku komisiu o1. orgánoch, ktoré sú zodpovedné za vykonávanie právne záväzných aktov Európskej únie a dozoru na vnútornom trhu, 2. združeniach oprávnených na podanie žaloby v oblasti ochrany práv spotrebiteľov,3. prijatí všeobecne záväzných právnych predpisov a opatrení v oblasti ochrany spotrebiteľa; ak sa opatrenie týka nebezpečnej napodobeniny, informácia obsahuje opis príslušného výrobku a dôvody rozhodnutia, | Ú |  |
| Čl. 3 ods. 7 | 7. Táto smernica sa nedotýka predpisov, podľa ktorých sa určuje právomoc súdov. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 8 | 8. Táto smernica sa nedotýka podmienok usadenia saalebo režimov vydávania povolení alebo deontologických kódexov správania alebo iných osobitných predpisov upravujúcich regulované povolania s cieľom zachovať vysokú mieru mravnejbezúhonnosti odborníkov, ktoré môžu členské štáty vyžadovať od odborníkov v súlade s právom Spoločenstva. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 9 | 9. Vo vzťahu k „finančným službám“ definovaným v smernici 2002/65/ES a vo vzťahu k nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšieako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 3 ods. 10 | 10. Táto smernica sa nevzťahuje na uplatňovanie zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa certifikácie a označovania miery rýdzosti predmetov z drahých kovov. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 4 | **Vnútorný trh**Členské štáty neobmedzia slobodu poskytovať služby ani neobmedzia voľný pohyb tovarov z dôvodov, ktoré spadajú do oblasti, ktorú aproximuje táto smernica. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 5 ods. 1 | KAPITOLA 2**NEKALÉ OBCHODNÉ PRAKTIKY****Zákaz nekalých obchodných praktík**1. Nekalé obchodné praktiky sú zakázané. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 7 ods. 1 | (1) Nekalé obchodné praktiky sú zakázané, a to pred, počas aj po vykonaní obchodnej transakcie. | Ú |  |
| Čl. 5 ods. 2 | 2. Obchodná praktika je nekalá, ak:a) je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivostiab) podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná,alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 7 ods. 2 | (2) Obchodná praktika sa považuje za nekalú, aka) je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti,b) podstatne narušuje alebo môže podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov. | Ú |  |
| Čl. 5 ods. 3 | 3. Obchodné praktiky, ktoré sú spôsobilé podstatne narušiť ekonomické správanie iba jasne identifikovateľnej skupiny spotrebiteľov,ktorí sú obzvlášť zraniteľní touto praktikou alebozákladným produktom z dôvodu ich duševnej poruchy alebo fyzickej vady, veku alebo dôverčivosti spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predpokladať, sa posudzujú z pohľadu priemernéhočlena tejto skupiny. Tým nie sú dotknuté bežné a oprávnené reklamné praktiky, akými sú zveličujúce vyhlásenia alebo vyhlásenia, ktoré nie sú mienené doslovne. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 7 ods. 3 | (3) Obchodná praktika, ktorá môže podstatne narušiť ekonomické správanie skupiny spotrebiteľov, ktorí sú osobitne zraniteľní z dôvodu ich duševnej poruchy alebo telesnej vady, veku alebo dôverčivosti, spôsobom, ktorý môže predávajúci rozumne predpokladať, sa posudzuje z pohľadu priemerného člena tejto skupiny. Tým nie je dotknutá bežná a oprávnená reklamná praktika, akou je zveličujúce vyhlásenie alebo vyhlásenie, ktoré nie je mienené doslovne. | Ú |  |
| Čl. 5 ods. 4 | 4. Za nekalé obchodné praktiky sa považujú najmä tie, ktoré:a) sú klamlivé v zmysle článkov 6 a 7,alebob) sú agresívne v zmysle článkov 8 a 9. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | §7 ods. 4 | (4) Za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9. Zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, je v prílohe č. 1. | Ú |  |
| Čl. 5 ods. 5 | 5. Príloha I obsahuje výpočet tých obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé. Ten istý jediný výpočet sa uplatňuje vo všetkých členských štátoch a môže byť upravenýiba novelizáciou tejto smernice. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | §7 ods. 4 | (4) Za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9. Zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, je v prílohe č. 1. | Ú |  |
| Čl. 6 ods. 1 | O d d i e l 1**k l a m l i v é o b c h o d n é p r a k t i k y****Klamlivé činnosti**1. Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom, vrátane celkového prevedenia, uvádza do omylu aleboje spôsobilá uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj keď je táto informácia vecne správna vo vzťahu k jednému alebo viacerýmnasledujúcim prvkom, pričom v obidvoch prípadoch zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil:a) existencia alebo povaha produktu;b) hlavné znaky produktu, ako je jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkom po predaji tovaru a vybavovanie sťažností, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jehozemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšokalebo kontrol vykonaných na produkte;c) rozsah záväzkov obchodníka, motívy pre obchodnú praktiku a charakter procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia obchodníka alebo produktu;d) cena alebo spôsob výpočtu ceny, alebo existencia osobitnej cenovej výhody;e) potreba servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy;f) osoba, vlastnosti a práva obchodníka alebo jeho zástupcu, ako je jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v združeniach alebo jeho väzby a vlastníctvopráv priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania;g) práva spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného tovaru alebo vrátenie peňazí podľa smernice Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES z 25. mája 1999 o určitých aspektoch predaja spotrebného tovaru a záruk na spotrebný tovar (1) alebo riziká, ktorým môže byť vystavený. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 1 | (1) Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj ak je táto informácia vecne správna vo vzťahu k a) existencii produktu alebo k povahe produktu,b) hlavným znakom produktu, ako sú jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkovi po predaji produktu a vybavovanie reklamácie, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na produkte, c) rozsahu záväzkov predávajúceho, motívom pre obchodnú praktiku a k charakteru procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia predávajúceho alebo produktu, d) cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody,e) potrebe servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy,f) osobe, vlastnosti a právu predávajúceho alebo jeho splnomocnenca, ako sú jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v organizáciách alebo jeho väzby a vlastníctvo práv vyplývajúcich z priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania, alebo g) právu spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného produktu alebo vrátenie peňazí podľa osobitného predpisu alebo k rizikám, ktorým môže byť vystavený. | Ú |  |
| Čl. 6 ods.2 | 2. Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil,a zahŕňa:a) akýkoľvek marketing produktu, vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámeny s akýmkoľvekiným produktom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže;b) neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa obchodník zaviazal, ak:i) nejde iba o snahu zaviazať sa, ale o jednoznačný záväzok, ktorý môže byť preverený,aii) obchodník uvedie v obchodnej praktike, že je viazaný týmto kódexom. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 2 | (2) Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, a zahŕňa a) marketing produktu vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámeny s akýmkoľvek iným produktom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže, b) neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa predávajúci zaviazal. | Ú |  |
| Čl. 7 ods. 1 | **Klamlivé opomenutia konania**1. Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty, okolnosti a obmedzenia komunikačného prostriedku, opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu nato, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 3 | (3) Obchodná praktika sa tiež považuje za klamlivú, ak s prihliadnutím na jej charakter, okolnosti a obmedzenia komunikačného prostriedku opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. | Ú |  |
| Čl. 7 ods. 2 | 2. Za klamlivé opomenutie sa taktiež považuje, ak obchodník skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedenév odseku 1, vzhľadom na okolnosti popísané v uvedenom odseku, alebo neoznámi obchodný účel obchodnej praktiky, ak už nie je zrejmý z kontextu, a tam, kde v jednom alebo druhom prípade toto spôsobí alebo je pravdepodobné, že spôsobí, že priemernýspotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii,ktoré by inak neprijal. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 4 | (4) Za klamlivé opomenutie sa tiež považuje, ak predávajúci skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedené v odseku 3, alebo neoznámi obchodný účel obchodnej praktiky, ibaže je zrejmý z kontextu, pričom v dôsledku klamlivého opomenutia priemerný spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal. | Ú |  |
| Čl.7 ods. 3 | 3. Ak prostriedok použitý na oznamovanie obchodnej praktiky ukladá priestorové alebo časové obmedzenia, pri rozhodovaní o tom, či bolo poskytnutie informácie opomenuté, sa vezmú do úvahy tieto obmedzenia a akékoľvek opatrenia prijaté obchodníkomna sprístupnenie informácií spotrebiteľom inýmiprostriedkami. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 5 | (5) Ak prostriedok použitý na oznamovanie obchodnej praktiky vytvára priestorové alebo časové obmedzenia pri rozhodovaní o tom, či bolo poskytnutie informácie opomenuté, berú sa do úvahy tieto obmedzenia, ako aj opatrenia prijaté predávajúcim na sprístupnenie informácií spotrebiteľovi inými prostriedkami. | Ú |  |
| Čl. 7 ods. 4 | 4. V prípade výzvy na kúpu sa za podstatné považujú nasledujúce informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu:a) hlavné vlastnosti produktu, v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a produktu;b) adresa a totožnosť obchodníka, ako napríklad jeho obchodné meno a prípadne adresa a totožnosť obchodníka, v mene ktorého koná;c) cena vrátane daní, alebo ak vzhľadom na povahu produktu nemožno cenu rozumne stanoviť vopred, spôsob, ktorým sa vypočíta, ako aj v prípade, že je to vhodné, všetky ďalšie náklady na dopravu, dodanie alebo poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno rozumne stanoviť vopred, skutočnosť, žedo ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady;d) dojednania o spôsobe platby, dodaní, predvedení a vybavovaní sťažností, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti;e) pre produkty a transakcie zahŕňajúce právo odstúpenia od zmluvy alebo vypovedania zmluvy, existencia tohto práva. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 6 | (6) Pri výzve na kúpu sa za podstatné informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu, považujú informácie o a) hlavných vlastnostiach produktu v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a produktu, b) údajoch o predávajúcom, obchodné meno a adresa, alebo údajoch o jeho splnomocnencovi,c) cene, alebo ak vzhľadom na povahu produktu nemožno cenu rozumne určiť vopred, o spôsobe, ktorým sa vypočíta, ako aj o ďalších nákladoch na dopravu, dodanie alebo poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno určiť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady, d) dohode o spôsobe platby, podmienkach dodania, vyhotovenia a vybavovania reklamácie, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti, e) existencii práva, pre produkty alebo transakcie, na odstúpenie od zmluvy alebo vypovedanie zmluvy. | Ú |  |
| Čl. 7 ods. 5 | 5. Požiadavky na informácie zavedené právom Spoločenstva vo vzťahu k obchodnej komunikácii vrátane reklamy alebo marketingu,ktorých demonštratívny výpočet je uvedený v prílohe II, sa považujú za podstatné. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 8 ods. 7 | (7) Podstatné požiadavky na informácie vo vzťahu k obchodnej komunikácii vrátane reklamy alebo marketingu ustanovujú osobitné predpisy. | Ú |  |
| Čl. 8 | O d d i e l 2**a g r e s í v n e o b c h o d n é p r a k t i k y****Agresívne obchodné praktiky**Obchodná praktika sa považuje za agresívnu, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, obťažovaním, nátlakom vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilá významne zhoršiťslobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré byinak neurobil. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 2 písm q) | q) agresívnou obchodnou praktikou konanie, ktoré obťažovaním, nátlakom vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilé významne zhoršiť slobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k výrobku a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, | Ú |  |
| Čl. 9 | **Použitie obťažovania, nátlaku a neprimeraného vplyvu**Pri určení, či používa obchodná praktika obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, sa berie do úvahy:a) jej načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania;b) použitie hrozby alebo hanlivého jazyka alebo správania;c) zneužívanie obchodníkom akéhokoľvek osobitného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú také vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, čoho si je obchodník vedomý, na ovplyvnenierozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt;d) akékoľvek nevýhodné alebo neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré ukladá obchodník v prípade, že si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy, vrátane práva vypovedaťzmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka;e) akákoľvek hrozba podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 9 | Agresívna obchodná praktikaPri určení, či sa v agresívnej obchodnej praktike používa obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, berú sa do úvahy a) jej načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania,b) použitie hrozby alebo hanlivého jazyka alebo správania,c) zneužívanie predávajúcim osobného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú predávajúcemu známe a ktoré sú také vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt, d) sťažujúce alebo neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré dáva predávajúci, ak si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo predávajúceho, e) hrozba podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne. | Ú |  |
| Čl.10 | KAPITOLA 3**KÓDEXY SPRÁVANIA****Kódex správania**Táto smernica nevylučuje kontrolu nekalých obchodných praktík tvorcami kódexu, ktorú môžu podporovať členské štáty, ani možnosť osôb alebo organizácií uvedených v článku 11 obrátiť sa natieto orgány, ak sa konania pred týmito orgánmi vykonávajú nezávisle od súdnych alebo správnych konaní uvedených v tom článku.Opravný prostriedok adresovaný takýmto kontrolným orgánom nie je nikdy považovaný za rovnocenný prostriedok súdneho alebo správneho odvolania podľa článku 11. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 10 | Kódex správaniaKontrolu použitia nekalej obchodnej praktiky môže uskutočniť aj tvorca kódexu správania alebo osoby alebo združenia prostredníctvom tvorcu kódexu správania. Takúto činnosť možno vykonať nezávisle od súdnych konaní alebo správnych konaní. | Ú |  |
| Čl. 11 ods.1 | KAPITOLA 4**ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA****Vynútiteľnosť**1. Členské štáty zabezpečia existenciu vhodných a účinných prostriedkov na boj proti nekalým obchodným praktikám s cieľom vynútiť súlad s ustanoveniami tejto smernice v záujmespotrebiteľov. Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na bojiproti nekalým obchodným praktikám, vrátane účastníkov hospodárskej súťaže:a) podať na súde žalobu proti takejto nekalej obchodnej praktikea/alebob) napadnúť takú nekalú obchodnú praktiku na správnom orgáne, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného konania na súde.Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 10. Tieto možnosti musia byť k dispozícii bez ohľadu na to, či sú poškodení spotrebitelia na území toho členského štátu, kde má sídlo obchodník, alebo v inom členskom štáte.Je na každom členskom štáte, aby rozhodol,a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetviaa b) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorcovi kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek. | O | Zákon č. 250/2007 Z. z. | § 3 ods. 5§ 25 ods. 1§ 26a ods. 1 a 2 |  **(5)** Proti porušeniu práv a povinností ustanovených zákonom s cieľom ochrany spotrebiteľa môže sa spotrebiteľ proti porušiteľovi na súde domáhať ochrany svojho práva. Združenie sa môže na súde proti porušiteľovi domáhať, aby sa porušiteľ zdržal protiprávneho konania a aby odstránil protiprávny stav, a to aj vtedy, ak takéto konanie porušiteľa poškodzuje záujmy spotrebiteľov, ktoré nie sú len jednoduchým súhrnom záujmov jednotlivých spotrebiteľov poškodených porušením spotrebiteľských práv, ale ide o konanie porušiteľa uplatňované voči všetkým spotrebiteľom (ďalej len „kolektívne záujmy spotrebiteľov“). Spotrebiteľ, ktorý na súde úspešne uplatní porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi, má právo na primerané finančné zadosťučinenie od toho, kto za porušenie práva alebo povinnosti ustanovenej týmto zákonom a osobitnými predpismi zodpovedá. (1) Združenie môže podať návrh na vydanie predbežného opatrenia podľa § 21 ods. 1 orgánu dozoru alebo návrh na začatie konania na súde vo veci ochrany práv spotrebiteľov, a to vrátane konania vo veci ochrany kolektívnych záujmov spotrebiteľov, alebo môže byť účastníkom konania a) ak sú takéto ciele hlavnou náplňou jeho činnosti alebob) je uvedené v zozname oprávnených osôb vedenom Európskou komisiou (ďalej len „zoznam oprávnených osôb“), bez toho, aby bolo dotknuté právo súdu preskúmať, či je tento subjekt oprávnený v danom prípade podať návrh na začatie konania.(1) Zriaďuje sa komisia na posudzovanie podmienok v spotrebiteľských zmluvách a nekalých obchodných praktík predávajúcich (ďalej len „komisia“) ako stály orgán. Komisia má právo vyžadovať od predávajúceho všeobecné zmluvné podmienky, ktoré dojednáva so spotrebiteľom, a predávajúci je povinný takejto žiadosti vyhovieť. (2) Pri zistení porušenia zákona alebo iného všeobecne záväzného právneho predpisu má komisia právo podať podnet príslušným štátnym orgánom a obrátiť sa na združenie s podnetom na uplatnenie práv na príslušnom štátnom orgáne. | Ú | Aktívna legitimácia združení na podanie návrhu na začatie súdneho konania, založená § 25 ods. 1 oprávňuje združenie aj na podanie návrhu na vydanie predbežného opatrenia na súde v občianskom súdnom konaní podľa § 74 a nasl. Občianskeho súdneho poriadku. Združenie môže požiadať súd o vydanie predbežného opatrenia, t. j. navrhnúť, aby súd ešte pred začatím konania vo veci predbežne upravil pomery účastníkov konania tak, že nariadi účastníkovi najmä aby *niečo vykonal, niečoho sa zdržal alebo niečo znášal* [§76 ods. 1 písm. f) Občianskeho súdneho poriadku]. |
| Čl. 11 ods. 2 | 2. Na základe ustanovení uvedených v odseku 1 zveria členské štáty súdom alebo správnym orgánom právomoci, ktoré ich v prípadoch, ktoré považujú za nevyhnutné, a so zreteľom na všetky dotknuté záujmy, najmä verejný záujem, oprávňujú na to, aby:a) nariadili zastavenie nekalých obchodných praktík alebo začali príslušné konanie na súde, ktorým sa prikáže ich zastavenie,alebob) ak nekalá obchodná praktika nebola doposiaľ vykonaná, ale jej vykonanie bezprostredne hrozí, zakázali takúto praktiku alebo začali príslušné konanie smerujúce k jej zákazu, a to aj bez dôkazu o skutočnej strate či škode alebo úmyslu, či nedbanlivosti na strane obchodníka. Členské štáty ďalej stanovia, že opatrenia uvedené v prvom pododseku môžu byť prijaté v skrátenom konaní ako:— predbežné opatreniaalebo— konečné opatrenia,pričom každý členský štát sám rozhodne, ktorú z týchto dvoch možností zvolí.Okrem toho členské štáty môžu preniesť na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich oprávňujú, aby na účely odstránenia pretrvávajúcich vplyvov nekalých obchodných praktík, ktorých zastavenie bolo nariadené konečným rozhodnutím, mohli:a) vyžadovať zverejnenie tohto rozhodnutia v plnom alebo skrátenom znení a vo forme, ktorú považujú za náležitú;b) vyžadovať okrem toho zverejnenie opravného vyhlásenia. | O | Zákon č. 250/2007 Z. z. Zákon č. 128/2002 Z. z. | § 20a§ 21 ods. 1 a 2§ 20 ods. 10§ 8 ods. 1 písm. f) | (1) Orgán dozoru rozhodnutím nariadi predávajúcemu alebo osobe podľa § 9a odstrániť zistené nedostatky a zdržať sa protiprávneho konania. (2) Orgán dozoru môže rozhodnutím zakázať predávajúcemu predaj výrobkov alebo poskytovanie služieb spotrebiteľom najdlhšie na tri roky, ak sa predávajúci v priebehu 12 mesiacov odo dňa právoplatnosti predchádzajúceho rozhodnutia o uložení pokuty za konanie, ktorým porušil kolektívne záujmy spotrebiteľov, opakovane dopustí takého konania.(1) Ak predávajúci alebo osoba podľa § 9a poškodzuje kolektívne záujmy spotrebiteľov, môže združenie podať orgánu dozoru návrh na vydanie predbežného opatrenia. Tento návrh musí obsahovať popis konania, ktorým podľa združenia dochádza k poškodzovaniu kolektívnych záujmov spotrebiteľov, popis rozhodujúcich skutočností odôvodňujúcich vydanie predbežného opatrenia a odôvodnenie, v čom spočíva naliehavosť návrhu a potreba okamžitého upustenia od konania poškodzujúceho kolektívne záujmy spotrebiteľov. Návrh na vydanie predbežného opatrenia možno podať len vtedy, ak predávajúci alebo osoba podľa § 9a neupustí od poškodzovania kolektívnych záujmov spotrebiteľov ani v lehote dvoch týždňov od doručenia písomnej výzvy združenia na upustenie od takého konania obsahujúcej rovnaké náležitosti ako návrh na vydanie predbežného opatrenia podľa predchádzajúcej vety. (2) Ak orgán dozoru získa podozrenie o porušovaní spotrebiteľských práv, ktoré poškodzuje kolektívne záujmy spotrebiteľov, môže vydať predbežné opatrenie, ktorým nariadi predávajúcemu alebo osoba podľa § 9a, aby upustil od takého porušenia spotrebiteľských práv, a začne správne konanie vo veci porušenia tohto zákona alebo osobitného predpisu. Predbežné opatrenie oznámi orgán dozoru písomne tomu, proti komu smeruje, pričom uvedie skutočnosti, na základe ktorých vydal predbežné opatrenie.**(10)** Orgán dozoru je povinný zverejňovať právoplatné rozhodnutia vydané na základe tohto zákona vrátane právoplatných rozhodnutí súdov o preskúmaní rozhodnutí orgánu dozoru. Orgán dozoru musí dbať, aby sa pri zverejňovaní zachovalo právo podnikateľov na ochranu ich obchodného tajomstva. Povinnosť zverejnenia je splnená uverejnením rozhodnutí bezodkladne po nadobudnutí ich právoplatnosti na šesť mesiacov na oficiálnej internetovej stránke orgánu dozoru a sprístupnením právoplatných rozhodnutí na útvaroch určených príslušným orgánom dozoru.**(1)** Inšpektorát rozhodnutím(...)f) zakáže organizovanie predajných akcií, ak zistí, že sú porušované práva spotrebiteľa alebo organizátorovi predajnej akcie alebo predávajúcemu bola už skôr uložená sankcia za porušovanie povinností podľa osobitného predpisu. | Ú |  |
| Čl. 11 ods. 3 | 3. Správne orgány uvedené v odseku 1 musia:a) byť vytvorené tak, aby nevznikali pochybnosti o ichnestrannosti;b) mať pri rozhodovaní o sťažnostiach dostatočné právomoci na to, aby mohli účinne kontrolovať a vynucovať dodržiavanie svojich rozhodnutí;c) svoje rozhodnutia odôvodňovať.Ak sú právomoci uvedené v odseku 2 vykonávané výlučne správnym orgánom, musí byť jeho rozhodnutie vždy odôvodnené. V tomto prípade sa musia ďalej prijať ustanovenia o postupoch, prostredníctvom ktorých môže byť predmetom súdneho preskúmania nesprávny alebo neodôvodnený výkon právomocí správnym orgánom, alebo nesprávne či neodôvodnené zanedbanie výkonu uvedených právomocí. | N | Zákon č. 128/2002 Z. z.Zákon č. 71/1967 Z. z.  | § 3 ods. 1§ 4 ods. 3 § 47 ods. 1 | (1) Orgánom kontroly vnútorného trhu je Slovenská obchodná inšpekcia; vo svojej kontrolnej a rozhodovacej činnosti je nezávislá.(3) Slovenská obchodná inšpekcia je pri kontrole oprávnenáa) vydávať záväzné pokyny na odstránenie zistených nedostatkov,b) požadovať od kontrolovaných osôb potrebné informácie a doklady,c) požadovať, aby výrobky boli označené vhodným upozornením na riziká, ktoré môžu vyplývať z použitia výrobkov, d) zakázať dodávku a predaj výrobkov alebo poskytovania služieb ([§ 6](https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2002/128/20180520#paragraf-6)), e) nariadiť účinné a okamžité stiahnutie výrobku z trhu, a ak treba, aj jeho zničenie na náklady kontrolovanej osoby, nariadiť zverejnenie upozornení na riziká výrobkov v prípade ohrozenia života alebo zdravia, alebo majetku spotrebiteľov, f) vyhotovovať obrazové, zvukové a obrazovo-zvukové záznamy na zdokumentovanie zistených nedostatkov, g) vykonávať kontrolné nákupy.(1) Rozhodnutie musí obsahovať výrok, odôvodnenie a poučenie o odvolaní (rozklade). Odôvodnenie nie je potrebné, ak sa všetkým účastníkom konania vyhovuje v plnom rozsahu. | Ú | Na konanie a rozhodovanie dozorného orgánu sa použije všeobecný predpis o správnom konaní, ktorým je v SR zákon č. 71/1967 Z. z.Rozhodnutie vydané v správnom konaní pred orgánom dozoru môže byť preskúmané v súdnom konaní podľa piatej časti Občianskeho súdneho poriadku. V zmysle § 244 ods. 1 Občianskeho súdneho poriadku „V správnom súdnictve preskúmavajú súdy na základe žalôb alebo opravných prostriedkov zákonnosť rozhodnutí a postupov orgánov verejnej správy“.  |
| Čl. 12 | **Súdy a správne orgány: zdôvodnenie tvrdení**Členské štáty prenesú na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich v občianskom súdnom konaní alebo správnom konaní uvedenom v článku 11 oprávňujú: a) vyžadovať od obchodníka, aby preukázal správnosť skutkových tvrdení vo vzťahu k obchodnej praktike, ak sa taká požiadavka javí so zreteľom na oprávnený záujem obchodníka a iného účastníka konania ako primeraná vzhľadom na okolnosti daného prípadu,ab) považovať skutkové tvrdenia za nesprávne, pokiaľ nie je predložený dôkaz v súlade s písmenom a) alebo ak súd alebo správny orgán považuje tento dôkaz za nedostatočný. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 13 | **Sankcie**Členské štáty stanovia sankcie za porušenie vnútroštátnych predpisov prijatých na základe tejto smernice a prijmú všetky nevyhnutné opatrenia na zabezpečenie ich vynútiteľnosti. Tieto sankciemusia byť účinné, primerané a odradzujúce. | N | Zákon č. 199/2014 Z. z | § 24 | (1) Za porušenie povinností ustanovených týmto zákonom alebo právne záväznými aktmi Európskej únie v oblasti ochrany spotrebiteľa uloží orgán dozoru výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi, dodávateľovi alebo osobe podľa § 9a alebo § 26 pokutu do 66 400 eur; za opakované porušenie povinnosti počas 12 mesiacov uloží pokutu do 166 000 eur. (2) Orgán dozoru uloží výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi, dodávateľovi alebo osobe uvedenej v § 26, ktorá vyrobila, predala, doviezla alebo dodala výrobok, ktorého vada spôsobila ujmu na živote alebo zdraví, pokutu do 332 000 eur. Rovnakú pokutu uloží tomu, kto takú ujmu spôsobil vadným poskytnutím služby. Pokutu nemožno uložiť osobe, ktorá preukáže, že ujme nemohla zabrániť ani pri vynaložení všetkého úsilia, ktoré od nej bolo možné požadovať. (3) Výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi, dodávateľovi alebo osobe podľa § 9a alebo § 26, ktorá marí, ruší alebo inak sťažuje výkon dozoru, prípadne nesplní záväzný pokyn podľa § 20 ods. 3 písm. h), uloží orgán dozoru poriadkovú pokutu do 1 660 eur, a to aj opakovane. (4) Pokutu podľa odseku 1 nemožno uložiť, ak bola uložená pokuta podľa osobitného zákona alebo ak možno uložiť pokutu podľa odseku 2. (5) Pri určení výšky pokuty sa prihliada najmä na charakter protiprávneho konania, závažnosť porušenia povinnosti, spôsob a následky porušenia povinnosti. (6) Výnosy pokút uložených podľa odsekov 1 až 3 sú príjmom štátneho rozpočtu.(7) Konanie o uložení pokuty možno začať do 12 mesiacov odo dňa, keď orgán dozoru zistil porušenie povinnosti podľa tohto zákona, najneskôr do troch rokov podľa odsekov 1 a 3, a do desiatich rokov podľa odseku 2 odo dňa, keď k porušeniu povinnosti došlo. Pokutu možno uložiť najneskôr do štyroch rokov odo dňa, keď k porušeniu povinnosti došlo. (8) Opakované marenie, rušenie alebo sťažovanie výkonu dozoru podľa odseku 3 sa považuje za závažné porušenie povinnosti.(9) Odseky 1 až 8 sa nevzťahujú na Národnú banku Slovenska, ktorá postupuje podľa osobitného predpisu. | Ú |  |
| Čl. 14 | **Zmeny a doplnenia smernice 84/450/EHS**Smernica 84/450/EHS sa týmto mení a dopĺňa takto:1. Článok 1 sa nahrádza takto:*„Článok 1*Účelom tejto smernice je chrániť obchodníkov proti klamlivej reklame a jej nekalým následkom a ustanoviť podmienky, za ktorých je porovnávacia reklama povolená.“2. V článku 2:— Odsek 3 sa nahrádza takto:„3. ‚obchodník’ je akákoľvek fyzická alebo právnickáosoba, ktorá koná na účely spadajúce do rámca jejobchodnej, remeselnej podnikateľskej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka.“— Vkladá nový odsek:„4. ‚tvorca kódexu’ je akýkoľvek subjekt, vrátaneobchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý jezodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správaniaa/alebo za sledovanie dodržiavania tohtokódexu tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať.“3. Článok 3a sa nahrádza takto:*„Článok 3a*1. Porovnávacia reklama, pokiaľ ide o porovnávanie, je povolená, ak sú splnené tieto podmienky:a) nie je klamlivá v zmysle článku 2 ods. 2, článku 3 ačlánku 7 ods. 1 tejto smernice alebo článkov 6a 7 smernice Európskeho parlamentu a Rady2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodnýchpraktikách podnikateľov voči spotrebiteľomna vnútornom trhu (\*);b) porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujúrovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel;c) objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných,dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastnostítýchto tovarov a služieb, ktoré môžu zahŕňaťcenu;d) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky,obchodné mená, ďalšie rozlišovacie znaky, tovary,služby, činnosti alebo okolnosti účastníka hospodárskej súťaže;e) pre produkty s označením pôvodu sa vzťahuje vkaždom prípade na produkty s rovnakýmoznačením;f) nevyužíva nečestnú výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov účastníka hospodárskej súťažealebo označenie pôvodu konkurenčnýchproduktov;g) nepredstavuje tovary alebo služby ako imitáciealebo kópie tovarov alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodnýmmenom;h) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzizadávateľom reklamy a účastníkom hospodárskejsúťaže alebo medzi ochrannými známkami,obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi,tovarmi alebo službami zadávateľa reklamy a účastníka hospodárskej súťaže.4. Článok 4 ods. 1 sa nahrádza takto:„1. Členské štáty zabezpečia existenciu primeraných a účinných prostriedkov, ako bojovať proti klamlivej reklame s cieľom vynútiť dodržiavanie ustanovení o porovnávacej reklame v záujme obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže. Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám,ktoré majú podľa vnútroštátnych právnychpredpisov oprávnený záujem na boji proti klamlivejreklame alebo regulovaní porovnávacej reklamy:a) podať súdnu žalobu proti takejto reklamealebob) napadnúť takúto reklamu pred správnym orgánom,ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebodať podnet na začatie príslušného súdneho konania.Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii, a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 5.Je na každom členskom štáte, aby rozhodol:a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitnealebo spoločne proti viacerým obchodníkom z tohoistého hospodárskeho odvetviaab) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorcovi kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporujenedodržiavanie právnych požiadaviek.“5. Článok 7 ods. 1 sa nahrádza takto:„1. Táto smernica nebráni členským štátom, aby si zachovali alebo prijali ustanovenia s cieľom zabezpečiť rozsiahlejšiu ochranu obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže, pokiaľ ide o klamlivú reklamu.“ | N | Zákon č. 199/2014 Z. z.Zákon č. 250/2007 Z. z.Zákon č. 199/2014 Z. z.  | § 1§ 2 písm. t)§ 4 | Tento zákon ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami neprípustnej porovnávacej reklamy a pôsobnosť orgánov verejnej správy pri výkone dozoru alebo dohľadu (ďalej len "dozor") nad dodržiavaním tohto zákona. Tento zákon sa použije, ak osobitný zákon neustanovuje inak.t) tvorcom kódexu správania subjekt vrátane predávajúceho alebo skupiny predávajúcich, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a zmenu kódexu správania alebo za kontrolu jeho dodržiavania tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať,(1) Porovnávacou reklamou je reklama, ktorá priamo alebo nepriamo označuje iného súťažiteľa alebo jeho produkty. (2) Porovnávacia reklama je prípustná, aka) porovnáva tovary, služby alebo nehnuteľnosti, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na rovnaký účel, b) objektívne porovnáva jednu alebo viac konkrétnych, typických, podstatných a overiteľných vlastností tovarov, služieb alebo nehnuteľností, vrátane ich ceny; pri tovaroch s označením pôvodu porovnáva iba tovary s rovnakým označením, c) nediskredituje ani nehaní ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišovacie znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti súťažiteľa, d) nevyužíva nečestne výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov súťažiteľa alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov, e) nepredstavuje tovar alebo služby ako napodobeniny alebo kópie tovaru alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodným menom, f) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi objednávateľom reklamy a súťažiteľom alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami objednávateľa reklamy a súťažiteľa, g) nie je klamlivá.(3) Iná porovnávacia reklama ako podľa odseku 2 je neprípustná. | Ú | § 45 Obchodného zákonníkaKlamlivá reklama**(1)** Klamlivou reklamou je reklama tovaru, služieb, nehnuteľností, obchodného mena, ochrannej známky, označenia pôvodu výrobkov a iných práv a záväzkov, ktorá uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu osoby, ktorým je určená alebo ku ktorým sa dostane, a ktorá v dôsledku klamlivosti môže ovplyvniť ekonomické správanie týchto osôb alebo ktorá poškodzuje alebo môže poškodiť iného súťažiteľa alebo spotrebiteľa.**(2)** Pri posudzovaní klamlivosti reklamy sa zohľadňujú všetky jej znaky, najmä informácie, ktoré obsahuje, o**a)** tovare a službách, ich dostupnosti, vyhotovení, zložení, spôsobe a dátume výroby alebo dodania, vhodnosti a spôsobe použitia, množstve, zemepisnom alebo obchodnom pôvode alebo o výsledkoch, ktoré možno očakávať od ich použitia, alebo o výsledkoch ich skúšok alebo kontrol,**b)** cene alebo spôsobe, akým je vypočítaná, a o podmienkach, za ktorých sa tovar a služby dodávajú alebo poskytujú,**c)** charakteristických znakoch súťažiteľa reklamy, najmä jeho totožnosti, kvalifikovanosti, jeho chránenom priemyselnom práve, duševnom vlastníctve, ocenení alebo vyznamenaní. |
| Čl. 15 | **Zmeny a doplnenia smerníc 97/7/ES a 2002/65/ES**1. Článok 9 smernice 97/7/ES sa nahrádza takto:*„Článok 9***Zotrvačný predaj**Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (\*) prijmú členské štáty opatrenia nevyhnutné na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akéhokoľvek protiplnenia v prípadoch nevyžiadanejdodávky, pričom absencia odpovede nepredstavujesúhlas.(\*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“2. Článok 9 smernice 2002/65/ES sa nahrádza takto:*„Článok 9*Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (\*) a bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia právnych predpisov členskýchštátov o konkludentnom predĺžení zmlúv na diaľku, ak tieto právne predpisy umožňujú konkludentné predĺženie, prijmú členské štáty opatrenia na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akýchkoľvek povinností v prípade nevyžiadaných dodávok, pričom absencia odpovede nepredstavuje súhlas.(\*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“ | N | Zákona č. 40/1964 Zb. (Občiansky zákonník) | § 53 ods. 8 | **(8)** Ak poskytne dodávateľ spotrebiteľovi plnenie a spotrebiteľ si ho neobjednal, nie je spotrebiteľ povinný plnenie vrátiť ani ho uschovať; vylúčené sú aj ďalšie nároky dodávateľa voči spotrebiteľovi. Nevyžiadaným plnením je aj ďalšie opakujúce sa plnenie poskytnuté spotrebiteľovi na základe zmluvy uzavretej prostriedkami diaľkovej komunikácie, ak spotrebiteľ výslovne o takéto plnenie nepožiadal. Ak dodávateľ nepreukáže opak, považuje sa opakujúce sa plnenie vždy za nevyžiadané. | Ú |  |
| Čl. 16 | **Zmeny a doplnenia smernice 98/27/ES a nariadenia (ES) č. 2006/2004**1. V prílohe k smernici 98/27/ES sa bod 1 nahrádza takto:„1. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“.2. V prílohe k nariadeniu Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa („nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa“) sa dopĺňa nasledujúci bod (1):„16. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 17 | **Informovanie**Členské štáty prijmú vhodné opatrenia na informovanie spotrebiteľov o transponovaní tejto smernice do vnútroštátneho práva a tam, kde je to vhodné, podporia obchodníkov a tvorcov kódexu,aby informovali spotrebiteľov o svojich kódexoch správania. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z.  | § 19 ods. 2P:e) | (2) Ministerstvo vo veciach ochrany spotrebiteľae) informuje spotrebiteľov o ich právach a povinnostiach, | Ú |  |
| Čl. 18 ods. 1 | **Preskúmanie**1. Komisia do 12. 6. 2011 predloží Európskemu parlamentu a Rade podrobnú správu o uplatňovaní tejto smernice, najmä článku 3 ods. 9 a článku 4 a prílohy I, o priestore pre ďalšiu harmonizáciua zjednodušenie práva Spoločenstva týkajúceho saochrany spotrebiteľa, a so zreteľom na článok 3 ods. 5 o akýchkoľvek opatreniach, ktoré je potrebné prijať na úrovni Spoločenstva na to, aby sa zabezpečilo udržanie primeranej úrovne ochrany spotrebiteľa. Túto správu bude v prípade potreby sprevádzať návrh novelizácie tejto smernice alebo iných príslušných častí práva Spoločenstva. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 18 ods. 2 | 2. Európsky parlament a Rada sa budú usilovať konať, v súlade so zmluvou, do dvoch rokov po predložení akéhokoľvek návrhu Komisie podľa odseku 1. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 19 | **Transpozícia**Členské štáty prijmú a uverejnia zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia potrebné na dosiahnutie súladu s touto smernicou do 12.6.2007. Bezodkladne o tom informujú Komisiu a tiež o akýchkoľvek následných zmenách a doplneniach. Tieto opatrenia budú platiť do 12.12.2007. Členské štáty uvedúpriamo v prijatých opatreniach alebo pri ich úradnom uverejnení odkaz na túto smernicu. Podrobnosti o odkaze upravia členské štáty. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z.  | ČL. III | Tento zákon nadobúda účinnosť 1. júla 2007. | Ú |  |
| Čl. 20 | **Nadobudnutie účinnosti**Táto smernica nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej uverejnenia v *Úradnom vestníku Európskej únie*. | n. a. |  |  |  |  |  |
| Čl. 21 | **Adresáti**Táto smernica je určená členským štátom.V Štrasburgu 11. mája 2005*Za Európsky parlament**predseda*J. P. BORELL FONTELLES*Za Radu**predseda*N. SCHMIT | n. a. |  |  |  |  |  |
| Príloha č. 1 | **OBCHODNÉ PRAKTIKY, KTORÉ SA ZA KAŽDÝCH OKOLNOSTÍ POVAŽUJÚ****ZA NEKALÉ**Klamlivé obchodné praktiky1. Tvrdenie obchodníka, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je.2. Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia.3. Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je.4. Tvrdenie, že obchodník (vrátane jeho obchodných praktík) alebo produkt bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by produkt spĺňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia.5. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu bez toho, že by obchodník zverejnil akékoľvek rozumné dôvody, pre ktoré môže predpokladať, že nebude schopný dodať tieto produkty alebo rovnocenné produkty, alebo zariadiť, aby dodávku uskutočnil iný obchodník, za túto cenu, v čase a v množstve, ktoré sú rozumné vzhľadom na produkt, rozsah reklamy produktu a ponúknutú cenu (vábivá reklama).6. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu a následné:a) odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľomalebob) odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase,aleboc) predvedenie jeho chybnej vzorky s úmyslom podporiť predaj iného produktu (reklama typu nalákať a zmeniť).7. Nepravdivé vyhlásenie, že produkt bude k dispozícii iba veľmi obmedzený čas alebo že bude k dispozícii za špecifických podmienok iba veľmi obmedzený čas, s cieľom vyvolať okamžité rozhodnutie a znemožniť spotrebiteľom, aby mali dostatočnú príležitosť alebo čas na kvalifikovanú voľbu.8. Záväzok obchodníka, ktorý komunikoval so spotrebiteľmi pred uskutočnením obchodnej transakcie v jazyku, ktorý nie je úradným jazykom členského štátu, v ktorom má obchodník sídlo, že poskytne spotrebiteľom služby po predaji tovaru, a následné poskytnutie tejto služby iba v inom jazyku bez toho, že by to bolo spotrebiteľovi jasne oznámenépred tým, ako sa zaviazal k obchodnej transakcii.9. Vyhlásenie alebo iným spôsobom vytvorenie dojmu, že produkt možno legálne predávať, pričom tomu tak nie je.11.6.2005 SK Úradný vestník Európskej únie L 149/3510. Prezentovanie práv, ktoré spotrebiteľom prislúchajú podľa právnych predpisov, ako charakteristickej črty ponuky obchodníka.11. Využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu produktu, keď obchodník zaplatil za podporu predaja, bez toho, že by to bolo vysvetlené v obsahu alebo obrazom, alebo zvukom jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa (skrytá reklama). Toto platí bez toho, aby bola dotknutá smernica 89/552/EHS (1).12. Vecne nesprávne tvrdenie o povahe a rozsahu rizika pre osobnú bezpečnosť spotrebiteľa alebo jeho rodiny, ak si spotrebiteľ nekúpi produkt.13. Propagovanie podobného produktu, ako je produkt vyrobený konkrétnym výrobcom, a to spôsobom, ktorý úmyselne zavádza spotrebiteľa, aby sa domnieval, že produkt vyrobil rovnaký výrobca, aj keď to tak nie je.14. Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov.15. Tvrdenie obchodníka, že sa chystá skončiť svoju činnosť alebo premiestniť svoju prevádzkareň, pričom tomu tak nie je.16. Tvrdenie, že produkty sú schopné uľahčiť výhru v hazardných hrách.17. Nepravdivé tvrdenie, že produkt je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia.18. Poskytnutie vecne nesprávnej informácie o podmienkach na trhu alebo o možnosti nájsť produkt s úmyslom donútiť spotrebiteľa, aby získal produkt za menej výhodných podmienok, ako sú normálne podmienky na trhu.19. Tvrdenie v obchodnej praktike, že obchodník ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísané ceny udelil alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu.20. Opísanie produktu ako „gratis“, „zadarmo“, „bez poplatku“ alebo podobne, pričom spotrebiteľ musí zaplatiť čokoľvek iné okrem nevyhnutných nákladov na odpovedanie na obchodnú praktiku a vyzdvihnutie tovaru alebo zaplatenie za jeho doručenie.21. Zahrnutie do reklamného materiálu faktúry alebo obdobného dokumentu, ktorý požaduje zaplatenie sumy a ktorý vzbudzuje u spotrebiteľa dojem, že si už objednal predávané produkty, pričom tomu tak nie je.22. Nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že obchodník nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ.23. Vytvorenie falošného dojmu, že servis produktu po jeho predaji je dostupný v členskom štáte inom ako ten, v ktorom sa produkt predáva.Agresívne obchodné praktiky24. Vytváranie dojmu, že spotrebiteľ nemôže opustiť priestory predtým, ako sa uzatvorí zmluva.25. Osobné navštevovanie domácnosti spotrebiteľa, ignorujúc žiadosť spotrebiteľa odísť alebo sa nevracať, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku.26. Vykonávanie vytrvalých a nechcených žiadostí telefonicky, faxom, elektronickou poštou alebo inými diaľkovými médiami, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku.Toto platí bez toho, aby bol dotknutý článok 10 smernice 97/7/ES a smernice 95/46/ES (1) a 2002/58/ES.27. Žiadanie od spotrebiteľa, ktorý si chce uplatniť nárok z poistnej zmluvy, aby predložil dokumenty, ktoré nie je možné rozumne považovať za relevantné pri určení platnosti nároku, alebo systematicky neodpovedať na naliehavú korešpondencius cieľom odradiť spotrebiteľa od výkonu jeho zmluvných práv.28. Zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty. Toto ustanovenie nemá vplyv na článok 16 smernice 89/552/EHS o televíznom vysielaní.29. Žiadanie spotrebiteľa, aby vykonal okamžité alebo odložené platby za produkty dodané obchodníkom alebo aby ich vrátil alebo uschoval, pričom si ich spotrebiteľ neobjednal, okrem prípadu, že tento produkt je náhradným tovarom dodaným v súlade s článkom 7 ods. 3 smernice 97/7/ES (zotrvačný predaj).30. Výslovné informovanie spotrebiteľa, že ak si nekúpi tovar alebo službu, bude ohrozené zamestnanie alebo živobytie obchodníka.31. Vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, vyhrá, alebo potom, čo niečo urobí, vyhrá cenu alebo získa iný rovnocenný prospech, keď v skutočnosti:— neexistuje cena alebo iný rovnocenný prospech,alebo— akákoľvek činnosť smerujúca k získaniu ceny alebo iného rovnocenného prospechu je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady. | N | Zákon č. 250/2007 Z. z. | Príloha č. 1 | OBCHODNÉ PRAKTIKY, KTORÉ SA ZA KAŽDÝCH OKOLNOSTÍ POVAŽUJÚ ZA NEKALÉKlamlivé obchodné praktiky1. Tvrdenie predávajúceho, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je. 2. Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia. 3. Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je. 4. Tvrdenie, že predávajúci vrátane jeho obchodných praktík alebo produkt bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo iným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by produkt spĺňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia. 5. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu bez toho, že by predávajúci zverejnil akékoľvek rozumné dôvody, pre ktoré môže predpokladať, že nebude schopný dodať tieto produkty alebo rovnocenné produkty, alebo zariadiť, aby dodávku uskutočnil iný predávajúci za túto cenu, v čase a v množstve, ktoré sú rozumné vzhľadom na produkt, rozsah reklamy produktu a ponúknutú cenu (vábivá reklama). 6. Reklama typu nalákať a zmeniť, ktorou sa rozumie reklama s úmyslom podporiť predaj iného produktu výzvou na kúpu produktov za stanovenú cenu a následné a) odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľom,b) odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase, alebo c) predvedenie jeho chybnej vzorky.7. Nepravdivé vyhlásenie, že produkt je k dispozícii iba veľmi obmedzený čas alebo že je k dispozícii za špecifických podmienok iba veľmi obmedzený čas s cieľom vyvolať okamžité rozhodnutie a znemožniť spotrebiteľovi, aby mal dostatočnú príležitosť alebo čas na kvalifikované rozhodnutie. 8. Záväzok predávajúceho, ktorý komunikoval so spotrebiteľom pred uskutočnením obchodnej transakcie v jazyku, ktorý nie je úradným jazykom členského štátu, v ktorom má predávajúci sídlo alebo miesto podnikania, že poskytne spotrebiteľovi službu po predaji produktu, a následné poskytnutie tejto služby je iba v inom jazyku bez toho, že by to bolo spotrebiteľovi jasne oznámené predtým, ako sa zaviazal k obchodnej transakcii. 9. Vyhlásenie alebo iným spôsobom vytvorenie dojmu, že produkt možno legálne predávať, pričom tomu tak nie je. 10. Prezentovanie práv, ktoré spotrebiteľovi prislúchajú podľa právnych predpisov, ako charakteristickej črty ponuky predávajúceho. 11. Využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu produktu, keď predávajúci zaplatil za podporu predaja, bez toho, že by to bolo vysvetlené v obsahu alebo obrazom, alebo zvukom jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa (skrytá reklama). 12. Vecne nesprávne tvrdenie o povahe a rozsahu rizika pre osobnú bezpečnosť spotrebiteľa alebo jeho rodiny, ak si spotrebiteľ produkt nekúpi. 13. Propagovanie podobného produktu, ako je produkt vyrobený konkrétnym výrobcom, a to spôsobom, ktorý úmyselne zavádza spotrebiteľa, aby sa domnieval, že produkt vyrobil rovnaký výrobca, pričom tomu tak nie je. 14. Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov. 15. Tvrdenie predávajúceho, že sa chystá skončiť svoju činnosť alebo premiestniť svoju prevádzkareň, pričom tomu tak nie je. 16. Tvrdenie, že produkt je schopný uľahčiť výhru v hazardných hrách.17. Nepravdivé tvrdenie, že produkt je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia.18. Poskytnutie vecne nesprávnej informácie o podmienkach na trhu alebo o možnosti nájsť produkt s úmyslom donútiť spotrebiteľa, aby získal produkt za menej výhodných podmienok, ako sú normálne podmienky na trhu. 19. Tvrdenie v obchodnej praktike, že predávajúci ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísanú cenu udelil, alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu. 20. Opísanie produktu ako „gratis“, „zadarmo“, „bez poplatku“ alebo podobne, pričom spotrebiteľ musí zaplatiť čokoľvek iné okrem nevyhnutných nákladov na odpovedanie na obchodnú praktiku a vyzdvihnutie tovaru alebo zaplatenie za jeho doručenie. 21. Zahrnutie do reklamného materiálu faktúry alebo obdobného dokumentu, ktorý požaduje zaplatenie sumy a ktorý vzbudzuje u spotrebiteľa dojem, že si už objednal predávané produkty, pričom tomu tak nie je. 22. Nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že predávajúci nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ. 23. Vytvorenie falošného dojmu, že servis produktu po jeho predaji je dostupný v členskom štáte inom ako ten, v ktorom sa produkt predáva. Agresívne obchodné praktiky1. Vytváranie dojmu, že spotrebiteľ nemôže opustiť priestor predtým, ako sa uzatvorí zmluva. 2. Osobné navštevovanie domácnosti spotrebiteľa, ignorujúc žiadosť spotrebiteľa odísť alebo sa nevracať, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom na účely vymáhania zmluvného záväzku. 3. Vykonávanie vytrvalých a nechcených žiadostí telefonicky, faxom, elektronickou poštou alebo inými diaľkovými médiami, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom na účely vymáhania zmluvného záväzku. 4. Žiadanie od spotrebiteľa, ktorý si chce uplatniť nárok z poistnej zmluvy, aby predložil dokumenty, ktoré nie je možné rozumne považovať za relevantné pri určení platnosti nároku, alebo systematicky neodpovedať na naliehavú korešpondenciu s cieľom odradiť spotrebiteľa od výkonu jeho zmluvných práv. 5. Zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty. 6. Žiadanie spotrebiteľa, aby vykonal okamžité alebo odložené platby za produkty dodané predávajúcim alebo aby ich vrátil alebo uschoval, pričom si ich spotrebiteľ neobjednal, okrem prípadu, že tento produkt je náhradným tovarom dodaným podľa osobitného predpisu. 7. Výslovné informovanie spotrebiteľa, že ak si nekúpi produkt, bude ohrozené zamestnanie alebo živobytie predávajúceho. 8. Vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, vyhrá, alebo potom, čo niečo urobí, vyhrá cenu alebo získa iný rovnocenný prospech, keď v skutočnosti a) neexistuje cena alebo iný rovnocenný prospech,b) činnosť smerujúca k získaniu ceny alebo iného rovnocenného prospechu je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť, alebo si spôsobí náklady. | Ú |  |
| Príloha č. 2 | **USTANOVENIA PRÁVA SPOLOČENSTVA, KTORÉ USTANOVUJÚ PRAVIDLÁ****REKLAMY A OBCHODNÝCH KOMUNIKÁCIÍ**Články 4 a 5 smernice 97/7/ESČlánok 3 smernice Rady 90/314/EHS z 13. júna 1990 o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb (1)Článok 3 ods. 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 94/47/ES z 26. októbra 1994 týkajúcej sa ochrany kupujúcich v súvislosti s niektorými prvkami zmlúv o kúpe práva na časovo vymedzené užívanie nehnuteľností (2)Článok 3 ods. 4 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi (3)Články 86 až 100 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/83/ES zo 6. novembra 2001, ktorou sa ustanovuje zákonník Spoločenstva o humánnych liekoch (4)Články 5 a 6 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (5)Článok 1 písm. d) smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/7/ES zo 16. februára 1998, ktorou sa mení a dopĺňa smernicaRady 87/102/EHS o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov vzťahujúcich sa na spotrebiteľský úver (6)Články 3 a 4 smernice 2002/65/ESČlánok 1 ods. 9 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/107/ES z 21. januára 2002, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 85/611/EHS o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa podnikov kolektívneho investovania do prevoditeľných cenných papierov (PKIPCP) s cieľom upraviť správcovské spoločnosti a zjednodušené prospekty (7)Články 12 a 13 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/92/ES z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia (8)Článok 36 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/83/ES z 5. novembra 2002 o životnom poistení (9)Článok 19 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/39/ES z 21. apríla 2004 o trhoch s finančnými nástrojmi (1)Články 31 a 43 smernice Rady 92/49/EHS z 18. júna 1992 o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa priameho poistenia s výnimkou životného poistenia (2) (tretia smernica o neživotnom poistení)Články 5, 7 a 8 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2003/71/ES zo 4. novembra 2003 o prospekte, ktorý sa zverejňuje pri verejnej ponuke cenných papierov alebo ich prijatí na obchodovanie (3) | n. a. |  |  |  |  |  |

LEGENDA:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| V stĺpci (1):Č – článokO – odsekV – vetaP – číslo (písmeno) | V stĺpci (3):N – bežná transpozíciaO – transpozícia s možnosťou voľbyD – transpozícia podľa úvahy (dobrovoľná)n.a. – transpozícia sa neuskutočňuje | V stĺpci (5):Č – článok§ – paragrafO – odsekV – vetaP – písmeno (číslo) | V stĺpci (7):Ú – úplná zhoda (ak bolo ustanovenie smernice prebraté v celom rozsahu, správne, v príslušnej forme, so zabezpečenou inštitucionálnou infraštruktúrou, s príslušnými sankciami a vo vzájomnej súvislosti)Č – čiastočná zhoda (ak minimálne jedna z podmienok úplnej zhody nie je splnená)Ž – žiadna zhoda (ak nebola dosiahnutá ani úplná ani čiastočná zhoda alebo k prebratiu dôjde v budúcnosti)n.a. – neaplikovateľnosť (ak sa ustanovenie smernice netýka SR alebo nie je potrebné ho prebrať) |

|  |
| --- |
| Zoznam všeobecne záväzných právnych predpisov preberajúcich smernicu 2005/29/EÚ  |
| Por. č. | Názov predpisu |
| 1.2.3.4.5.6. | 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 v znení neskorších predpisov,Zákon č. 40/1967 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov,Zákon 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. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov,Zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov.Zákon č. 199/2014 Z. z. ktorým sa mení a dopĺňa 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 v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení niektorých zákonov. |