



EURÓPSKA
KOMISIA

V Bruseli 14. 3. 2013
COM(2013) 139 final

**SPRÁVA KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE A EURÓPSKEMU
HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU**

Prvá správa o uplatňovaní smernice 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 („smernica o nekalých obchodných praktikách“)

SPRÁVA KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE A EURÓPSKEMU HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU

Prvá správa o uplatňovaní smernice 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 („smernica o nekalých obchodných praktikách“)

1. ÚVOD

V tejto správe¹ sa uvádza prvé posúdenie uplatňovania smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách² (ďalej len „smernica“ alebo „smernica o nekalých obchodných praktikách“) v členských štátoch a hodnotenie jej vplyvu. Táto správa je jednou z hlavných iniciatív, ktoré sa realizujú s cieľom vykonať Európsky program pre spotrebiteľov.³

Na účely tejto správy sa v roku 2011 poslali členským štátom a rôznym zainteresovaným stranám ciele dotazníky.⁴ Pokiaľ ide o uplatňovanie smernice v oblasti finančných služieb a nehnuteľností,⁵ v tejto správe sa používajú údaje, ktoré sa získali v mene Komisie prostredníctvom štúdie vykonanej v rokoch 2011/2012⁶.

Smernica o nekalých obchodných praktikách bola prijatá 11. mája 2005. Jej cieľom je zabezpečiť, aby spotrebiteľia neboli klamaní ani vystavení agresívnemu marketingu a aby všetky tvrdenia obchodníkov v EÚ boli jednoznačné, presné a zdôvodnené, a na základe toho budú mať spotrebiteľia možnosť uvážene sa rozhodnúť na základe svojich skutočných potrieb.

¹ Táto správa je pripojená k oznámeniu Komisie Európskemu parlamentu, Rade a Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách „*Achieving a high level of consumer protection – Building trust in the Internal Market*“ (*Dosiahnutie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa – vybudovanie dôvery na vnútornom trhu*). Podľa ustanovení článku 18 smernice o nekalých obchodných praktikách Komisia predloží správu o uplatňovaní smernice v súvislosti s osobitnými otázkami ako finančné služby a nehnuteľnosti, a „čierna listina“ nekalých praktík, ktoré sú za každých okolností nežiaduce, ako aj o priestore na ďalšiu harmonizáciu a zjednodušenie. Ako sa ustanovuje v odôvodnení 24 smernice, uplatňovanie smernice sa preskúma s cieľom zabezpečiť, aby sa odstránili prekážky vnútorného trhu a dosiahla sa vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa.

² 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.

³ Pozri *Európsky program pre spotrebiteľov*, opatrenie 3 (modernizácia spotrebiteľského *acquis*).

⁴ Na základe konzultácie sa získalo 25 odpovedí členských štátov (Luxembursko a Malta odpoveď neposkytli), dve odpovede Islandu a Nórska a 76 odpovedí ostatných zainteresovaných strán vrátane 20 európskych spotrebiteľských centier (ESC), 9 spotrebiteľských organizácií a 47 zainteresovaných strán z podnikateľskej oblasti (medzi nimi obchodné komory, organizácie/federácie a samoregulačné orgány zastrešujúce podniky).

⁵ Na základe článku 18 smernice sa v tejto správe uvádza posúdenie fungovania článku 3 ods. 9 v súvislosti s uplatňovaním smernice o nekalých obchodných praktikách v oblasti finančných služieb a nehnuteľností.

⁶ Pozri *Štúdiu o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách v sektoroch finančných služieb a nehnuteľného majetku*, ktorú vypracovala konzultačná spoločnosť Civic Consulting v mene Európskej komisie, GR pre spravodlivosť, v roku 2012 a ktorá je dostupná na adrese: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

Účelom zásadových ustanovení smernice je zabezpečiť dostatočne pružný právny rámec, ktorý bude reagovať na nové praktiky predaja, výroby a marketingové postupy.

Smernica má horizontálnu povahu a zahŕňa transakcie medzi podnikmi a spotrebiteľmi (B2C) týkajúce sa tovarov a služieb uskutočňované tradičným spôsobom (off-line) a prostredníctvom internetu (on-line).

Všeobecné ciele smernice sú prispieť k dokončeniu vnútorného trhu prostredníctvom odstránenia prekážok spôsobených rozdielmi vo vnútroštátnych právnych predpisoch o nekalých obchodných praktikách a poskytnúť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa.

2. TRANSPOZÍCIA SMERNICE

2.1. Harmonogram

Členské štáty mali prijať a uverejniť opatrenia na transpozíciu smernice do 12. júna 2007, aby na vnútroštátnej úrovni nadobudli účinnosť najneskôr do 12. decembra 2007.

Transpozícia smernice sa však podstatne omeškala najmä z dôvodu veľmi širokej oblasti uplatňovania. Úplne harmonizačný charakter smernice, zakotvený v jej ustanovení o vnútornom trhu,⁷ a to znamená, že členské štáty mali vykonať rozsiahle preskúmanie svojich vnútroštátnych právnych predpisov s cieľom uviesť ich do súladu.

Len niektoré členské štáty⁸ transponovali smernicu včas. Posledná transpozícia sa vykonala koncom roka 2009,⁹ aj keď väčšina vnútroštátnych opatrení sa vykonala v rokoch 2008 a 2009.¹⁰ Komisia podala žalobu Súdnemu dvoru Európskej únie (ďalej len „Súdny dvor EÚ“), ktorý vyniesol rozsudky proti dvom členským štátom,¹¹ kým ostatné konania boli zastavené na základe následného oznámenia o prijatí opatrení.¹²

2.2. Prístupy členských štátov k vykonávaniu smernice a charakteristické znaky transpozičného postupu

Technické rozhodnutia členských štátov v súvislosti s vykonávaním smernice o nekalých obchodných praktikách možno rozdeliť do dvoch kategórií najmä podľa toho, či členské štáty už mali alebo nemali právne predpisy o nekalých obchodných praktikách. Niektoré členské štáty začlenili smernicu do svojich existujúcich právnych predpisov: do zákonov proti nekalej hospodárskej súťaži (Nemecko, Rakúsko, Dánsko, Španielsko), spotrebiteľských kódexov (Francúzsko, Taliansko, Bulharsko, Česká republika, Malta), do občianskeho zákonníka (Holandsko) alebo do osobitných existujúcich právnych aktov (Belgicko, Fínsko a Švédsko). Ostatné členské štáty prijali nové právne predpisy *ad hoc*, ktorými transponujú smernicu o nekalých obchodných praktikách takmer v doslovnom znení (Spojené kráľovstvo, Portugalsko, Rumunsko, Maďarsko, Cyprus, Poľsko, Slovinsko, Slovensko, Estónsko, Írsko, Luxembursko, Lotyšsko, Litva a Grécko).

⁷ Pozri článok 4 smernice.

⁸ Do 12. júna 2007 ju transponovali Belgicko, Írsko, Malta, Poľsko, Slovensko, Slovinsko.

⁹ Španielsko.

¹⁰ Právne predpisy na jej vykonávanie prijali takisto tri krajiny EHP, Island, Lichtenštajnsko a Nórsko.

¹¹ Pozri veci: C-321/08, Komisia Európskych spoločenstiev/Španielske kráľovstvo z 23. apríla 2009 a C-282/08, Komisia Európskych spoločenstiev/Luxemburské veľkovoľvodstvo z 5. februára 2009.

¹² Zoznam vnútroštátnych transpozičných opatrení sa nachádza v databáze nekalých obchodných praktík na webovej stránke: <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/> alebo na webovej lokalite: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm.

2.3. Článok 4 – ustanovenie o vnútornom trhu

Článok 4 smernice o nekalých obchodných praktikách, označovaný ako „ustanovenie o vnútornom trhu“, odráža plne harmonizačný charakter smernice. Tento článok zabraňuje členským štátom odchyliť sa od jej pravidiel. Túto charakteristiku potvrdil Súdny dvor EÚ vo veci „Total Belgium“, ako aj v súvislosti s ostatnými prejudiciálnymi konaniami,¹³ v ktorých Súdny dvor EÚ dôsledne konštatoval, že „*smernica tak pristupuje k úplnej harmonizácii uvedených pravidiel na úrovni Spoločenstva. ... členské štáty nemôžu prijať prísnejšie opatrenia ako tie, ktoré sú definované v smernici, a to ani s cieľom zabezpečiť vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľov*“.

Pri vykonávaní smernice sa ukázalo, že najproblematickejším aspektom je úplná harmonizácia. Podľa ustanovenia o vnútornom trhu je nevyhnutné podstatne prispôbiť vnútroštátne právne systémy ustanoveniam smernice. Členské štáty mali najmä vykonať rozsiahle preskúmanie svojich vnútroštátnych právnych predpisov a zrušiť všetky ustanovenia, ktoré nie sú zlučiteľné so smernicou. Uvedené ustanovenia sa týkali najmä zákazu obchodných praktík, ktoré nie sú uvedené v prílohe I k smernici („čierna listina“ praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé), a to najmä v oblasti podpory predaja.

Dôsledkom ustanovenia o vnútornom trhu je veľké zjednodušenie pravidiel o klamlivej reklame a nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom v EÚ prostredníctvom nahradenia 27 vnútroštátnych režimov jedným súborom pravidiel, pričom sa zachovala vysoká úroveň ochrany spotrebiteľov. Bolo dôležité prekonať konkrétne právne prekážky spôsobené nejednotnou úpravou nekalých obchodných praktík, ktorej dôsledkom bolo zvýšenie nákladov, zložitosť a neistota pre podniky aj spotrebiteľov.

2.4. Výnimky

V článku 3 ods. 9 smernice sa ustanovuje dôležité obmedzenie charakteru úplnej harmonizácie smernice o nekalých obchodných praktikách, pričom sa uvádza, že „*vo vzťahu k finančným službám*“... a vo vzťahu k nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje“. Na uvedené dve odvetvia sa preto uplatňuje minimálna harmonizácia. Ako sa uvádza v odôvodnení 9, „*finančné služby a nehnuteľnosti si z dôvodu svojej komplexnosti a im vlastným vážnym sprievodným rizikám vyžadujú podrobné požiadavky, vrátane pozitívnych povinností pre obchodníkov*“. Vzhľadom na to môžu členské štáty ustanoviť v týchto dvoch odvetviach pravidlá, ktoré prekračujú ustanovenia smernice, pokiaľ sú v súlade s ostatnými právnymi predpismi EÚ.

Ako sa uvádza ďalej v texte, z konzultácie vyplýva, že neexistuje dôvod na odstránenie tohto obmedzenia, a to ani vo vzťahu k finančným službám, ani vo vzťahu k nehnuteľnostiam.

Druhá dočasná výnimka zo zásady úplnej harmonizácie sa uplatňuje na vnútroštátne ustanovenia, ktorými sa vykonávajú smernice obsahujúce ustanovenia o minimálnej harmonizácii. Podľa ustanovení článku 3 ods. 5 môžu členské štáty počas šiestich rokov od 12. júna 2013 pokračovať v uplatňovaní vnútroštátnych právnych predpisov,¹⁴ ktoré sú

¹³ Spojené veci C-261/07 a C-299/07 *VTB-VAB NV/Total Belgium NV a Galatea BVBA/Sanoma Magazines Belgium NV*, 23. apríl 2009; C-304/08 *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV/Plus Warenhandels-gesellschaft mbH*, 14. január 2010; C-288/10 *Wamo BVBA proti JBC NV a Modemakers Fashion NV*, uznesenie z 30. júna 2011; C-126/11 *Inno NV/Unizo a iní*, uznesenie z 15. decembra 2011.

¹⁴ V oblasti, ktorá sa aproximuje touto smernicou.

reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica a vykonávajú iné právne predpisy EÚ obsahujúce doložky o minimálnej harmonizácii.¹⁵

V článku 3 ods. 6 sa ustanovuje, že členské štáty bezodkladne oznámia Komisii akékoľvek vnútroštátne predpisy, ktoré sa uplatňujú na základe článku 3 ods. 5.

Len päť členských štátov tvrdí, že dodržiavajú ustanovenia článku 3 ods. 5.¹⁶ Napríklad jeden členský štát¹⁷ oznámil ustanovenia týkajúce sa televíznej reklamy na ochranu menších, ktorými sa vykonáva smernica o audiovizuálnych mediálnych službách.¹⁸ Ďalší členský štát neoznámil reštriktívne opatrenie týkajúce sa podomového predaja.¹⁹ Vysvetlením skutočnosti, prečo len málo členských štátov využíva článok 3 ods. 5, môže byť neochota zrušiť niektoré vnútroštátne opatrenia (do 12. júna 2013).

Komisia sa domnieva, že táto výnimka by sa nemala ďalej rozširovať. Aj keď niektoré členské štáty naznačili, že uvedené rozšírenie je potrebné, túto potrebu uplatňovať niektoré pravidlá na vnútroštátnej úrovni možno splniť prostredníctvom iných právnych predpisov EÚ.

2.5. Vzťah medzi smernicou o nekalých obchodných praktikách a sektorovými právnymi predpismi EÚ

Smernica je všeobecný právny predpis upravujúci nekalé obchodné praktiky v transakciách medzi podnikateľmi a spotrebiteľmi. Vzťahuje sa na všetky obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom, pokiaľ nie je výslovne uvedené inak, ako v prípade podmienok usadenia sa alebo režimov vydávania povolení (pozri článok 3 ods. 8). V prípade, keď sú sektorové právne predpisy v rozpore so všeobecnými ustanoveniami smernice, majú prednosť príslušné ustanovenia *lex specialis*.²⁰ Takýto rozpor je častý najmä z toho dôvodu, že *lex specialis* obsahuje podrobnejšie požiadavky na poskytovanie informácií pred uzatvorením zmluvy alebo prísnejšie pravidlá týkajúce sa spôsobu poskytovania informácií spotrebiteľom (pozri odôvodnenie 10 smernice). Existencia osobitných predpisov EÚ v príslušnom sektore však uplatňovanie smernice nevylučuje: v týchto prípadoch a vo vzťahu ku všetkým aspektom, na ktoré sa nevzťahuje *lex specialis*, smernica o nekalých obchodných praktikách dopĺňa tieto

¹⁵ Napríklad smernice, ktoré obsahujú doložku o minimálnej harmonizácii v oblasti, ktorá sa aproximuje touto smernicou 2005/29/ES, sú: smernica 98/6/ES o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi, smernica 97/7/ES o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku, smernica 85/577/EHS na ochranu spotrebiteľa pri zmluvách uzatváraných mimo prevádzkových priestorov, smernica 94/47/ES týkajúca sa ochrany kupujúcich v súvislosti s niektorými prvkami zmlúv o kúpe práva na časovo vymedzené užívanie nehnuteľností a smernica 90/314/EHS o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb.

¹⁶ Dánsko, Fínsko, Írsko, Lotyšsko a Švédsko.

¹⁷ Dánsko oznámilo 10. marca 2008 ustanovenia týkajúce sa televíznej reklamy v oddiele 21 nariadenia č. 1368 z 15. decembra 2005 o reklame a sponzorských vysielaniach v rozhlase a televízii. Tieto ustanovenia, ktoré sa okrem iného týkajú charakteristických znakov výrobku uvedeného v reklame, cien a úrovne zručností potrebných na používanie výrobku, sú pevne zakotvené v dánskych právnych predpisoch, venujú osobitnú pozornosť ochrane menších a sú implementáciou smernicu o televízii bez hraníc (smernica Rady 89/552/EHS, v súčasnosti smernica 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách).

¹⁸ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách).

¹⁹ Belgicko neoznámilo svoje vnútroštátne právne predpisy, ktorými sa zakazuje podomový predaj výrobkov s hodnotou vyššou ako 250 EUR. Zlučiteľnosť takýchto opatrení posúdi Súdny dvor EÚ v súvislosti s doposiaľ nerozhodnutou právnou vecou proti Belgicku.

²⁰ V článku 3 ods. 4 smernice sa ustanovuje, že „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“.

sektorové ustanovenia a zaplňa zvyšné medzery v oblasti ochrany spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami.²¹

2.6. Následné opatrenia po transpozícii

V aktuálnej analýze sa poukazuje na nepresnosti v niektorých členských štátoch, ktoré sa v niekoľkých prípadoch týkajú hlavných pojmov smernice. Útvary Komisie v tejto súvislosti vykonali rozsiahlu kontrolu transpozície a v súčasnosti vedú štruktúrovaný dialóg s príslušnými členskými štátmi.

3. UPLATŇOVANIE SMERNICE

3.1. Jednotné uplatňovanie

3.1.1. Úloha a judikatúra Súdneho dvora Európskej únie

Vo vzťahu k smernici o nekalých obchodných praktikách je rozhodujúca úloha Súdneho dvora EÚ, a to zabezpečiť jednotný výklad a uplatňovanie právnych predpisov EÚ vo všetkých členských štátoch. Jeho rozsudky sa preukázali ako mimoriadne hodnotné pre ujasnenie všeobecných otázok týkajúcich sa vzťahu medzi smernicou a vnútroštátnymi právnymi predpismi, ako aj konkrétnejších otázok týkajúcich sa výkladu niektorých jej vecných ustanovení. Komisia vystupuje v konaniach na Súdnom dvore EÚ ako *amicus curiae*.

Súdny dvor EÚ sa od roku 2009 vyjadril k niekoľkým návrhom na začatie prejudiciálneho konania, ktoré potvrdzovali najmä úplne harmonizujúci charakter smernice a skutočnosť, že členské štáty si nemôžu ponechať vnútroštátne pravidlá, ktoré prekračujú jej ustanovenia.

Súdny dvor EÚ v tejto súvislosti rozhodol, že so smernicou nie sú zlučiteľné tieto vnútroštátne ustanovenia:

– všeobecný zákaz kombinovaných ponúk:

- spojené veci C-261/07 a C-299/07 (*Total Belgium*, 23. apríl 2009) týkajúce sa spoločnosti, ktorá predáva pohonné hmoty a ponúka spotrebiteľom za každé natankovanie bezplatnú pomoc v prípade poruchy vozidla, a spoločnosti, ktorá vydala periodikum s kupónom na podporu predaja spodnej bielizne;
- vec C-522/08 (*Telekomunikacja Polska*, 11. marec 2010) týkajúca sa spoločnosti poskytujúcej telekomunikačné služby, ktorá uzatvorenie zmluvy o poskytovaní prístupu na širokopásmový internet podmienila uzatvorením zmluvy o telefónnych službách;

– všeobecný zákaz obchodných praktík, ktoré podmieňujú účasť spotrebiteľov na súťaži o ceny alebo na výhernej hre kúpou tovaru alebo využitím služieb:

²¹ Pozri usmerňovací dokument s. 18 – 19. Napríklad nariadenie o leteckých dopravných službách (nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 z 24. septembra 2008 o spoločných pravidlách prevádzky leteckých dopravných služieb v Spoločenstve) obsahuje osobitné ustanovenia o zverejňovaných informáciách o cenách. Podľa ustanovení článku 23 nariadenia by mali leteckí dopravcovia okrem konečnej ceny, ktorá zahŕňa všetky uplatniteľné dane, prirážky a poplatky, poskytnúť takisto podrobný rozpis konečnej ceny. Vzhľadom na informácie poskytované pred uzatvorením zmluvy, týkajúce sa cien leteckého cestovného, sa preto budú uplatňovať tieto špecifickejšie ustanovenia. Ustanovenia smernice zakazujú obchodné praktiky, ktoré sú pre priemerného spotrebiteľa pravdepodobne klamlivé (ako napríklad vábivá reklama a marketing cestovného v leteckej doprave), a praktiky, ktoré sa považujú za agresívne konanie (ako napríklad nevýhodné a neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré ukladá obchodník v prípade, keď si spotrebiteľ želá uplatniť svoje zmluvné právo vypovedať zmluvu).

- vec C-304/08 (*Plus Warenhandelsgesellschaft*, 14. január 2010) týkajúca sa kampane na podporu predaja, ktorú spoločnosť začala a v rámci ktorej vyzývala zákazníkov, aby si kúpili tovar a získali tak určitý počet bonusových bodov, na základe ktorých sa mohli zúčastniť na žrebovaní vnútroštátnej lotérie;

– všeobecný zákaz predaja s výhrou, ktorého účelom je nielen chrániť spotrebiteľov, ale takisto dosiahnuť iné ciele:

- vec C-540/08 (*Mediaprint*, 9. november 2010) týkajúca sa denníka, ktorý usporiadal súťaž, na ktorej sa spotrebiteľia mohli zúčastniť prostredníctvom hlasovacieho kupónu, ktorý sa nachádzal v novinách; rakúska vláda v tomto prípade tvrdila, že vnútroštátne ustanovenie nepatrí do rozsahu pôsobnosti smernice, keďže sa zameriava predovšetkým na zachovanie plurality tlače v Rakúsku;

– všeobecný zákaz oznámení o znížení cien v období pred predajom, pokiaľ je účelom dotknutého ustanovenia chrániť hospodárske záujmy spotrebiteľov:

- vec C-288/10 (*Wamo*, 30. jún 2011) týkajúca sa spoločnosti, ktorá poslala niektorým zo svojich zákazníkov pozvánku na súkromný predaj vo svojich obchodoch dva týždne pred obdobím výpredajov;
- vec C-126/11 (*Inno*, 15. december 2011) týkajúca sa spoločnosti, ktorá ponúkala vernostnú kartu, na základe ktorej mohli zákazníci využiť niektoré opatrenia na podporu predaja v období pred výpredajom vrátane zníženia cien; je potrebné uviesť, že Súdny dvor EÚ v tomto prípade dospel k záveru, že vnútroštátne pravidlo nepatrí do rozsahu pôsobnosti smernice, ak jeho jediným cieľom je, ako tvrdí vnútroštátny súd, ochrana hospodárskej súťaže;²²

– zákaz oznámenia „úplného výpredaja“ bez predchádzajúceho povolenia príslušného miestneho správneho orgánu:

- vec C-206/11 (*Köck*, 17. január 2013) týkajúca sa obchodníka v Rakúsku, ktorý prostredníctvom novinového inzerátu oznámil „úplný výpredaj“ výrobkov vo svojej predajni bez povolenia správneho orgánu, ako ustanovujú príslušné právne predpisy; Súdny dvor EÚ rozhodol, že obchodnú praktiku, ktorá nie je uvedená v prílohe I k smernici, nemožno zakázať len preto, že uvedená praktika nebola vopred schválená príslušným správnym orgánom bez toho, aby uvedený orgán posúdil nekalý charakter dotknutej praktiky podľa požiadaviek uvedených v článkoch 5 – 9 smernice o nekalých obchodných praktikách.

V rozsudku vo veci C-122/10 (*Ving Sverige*, 12. máj 2011) Súdny dvor EÚ objasnil pojem „výzva na kúpu“ uvedený v ustanovení článku 2 písm. i) smernice. Napríklad dospel k záveru, že o výzvu na kúpu ide vtedy, keď existuje vizuálny odkaz na produkt a cenu, pričom nie je okamžite dostupný skutočný „mechanizmus“ kúpy produktu. Súdny dvor EÚ takisto uvádza, že podľa ustanovení smernice nemožno vylúčiť použitie východiskovej ceny, pokiaľ takto poskytnutá informácia spĺňa požiadavky smernice, pričom sa berú do úvahy okolnosti skutočného prípadu. Prípád sa týkal cestovnej kancelárie predávajúcej cestovné služby, ktorá v denníku uverejnila obchodnú komunikáciu len s obmedzenými informáciami

²² „... une disposition nationale telle que celle en cause au principal n'est pas susceptible de relever du champ d'application de la directive sur les pratiques commerciales déloyales si elle se limite seulement, comme le considère la juridiction de renvoi, à réglementer les relations concurrentielles entre commerçants et ne poursuit pas des finalités tenant à la protection des consommateurs.“ (vec C-126/11, *Inno*, bod 29).

o propagovanej ceste. Súdny dvor EÚ sa v tejto veci riadil prístupom útvarov Komisie v usmerňovacom dokumente, ktorý presadzuje širší význam pojmu výzva na kúpu.²³

Súdny dvor EÚ vo veci C-559/11 (*Pelckmans Turnhout NV*, 4. október 2012) objasnil, že vnútroštátne ustanovenie, ktoré nie je určené na ochranu spotrebiteľov, do rozsahu pôsobnosti smernice nepatrí. Vec sa týkala zlučiteľnosti belgického ustanovenia, ktoré obchodníkom zakazovalo otvoriť svoj obchod sedem dní v týždni, so smernicou, a preto si obchodníci museli zvoliť jeden deň v týždni, keď mal byť obchod zatvorený. Súdny dvor EÚ dospel k záveru, že cieľom uvedeného ustanovenia je len chrániť záujmy pracujúcich a zamestnancov v odvetví distribúcie a nie je určené na ochranu spotrebiteľov.

Súdny dvor EÚ bol vo veci C-428/11 (*Purely Creative e.a.*, 18. október 2012) po prvýkrát vyzvaný, aby vyložil ustanovenie prílohy I k smernici, a najmä bod 31, v ktorom sa obchodníkom zabraňuje vytvárať falošný dojem, že spotrebiteľ už vyhral cenu, ak je získanie ceny podmienené tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady. Niekoľko spoločností v Anglicku rozoslalo zásielky a letáky vrátane stieracích žrebov, ktoré boli vložené do novin a časopisov a oznamovali príjemcom, že vyhrali cenu. Keď si chcel víťaz uplatniť nárok na cenu, musel zavolať na telefonické číslo služieb za zvýšenú úhradu, poslať textovú správu alebo požiadať o ňu prostredníctvom pošty. Súdny dvor EÚ dospel k záveru, že také praktiky sú zakázané, aj keď náklady, ktoré uhradí spotrebiteľ, sú minimálne (ako v prípade poštovej známky) v porovnaní s hodnotou ceny a bez ohľadu na to, či uhradenie uvedených nákladov prinesie obchodníkovi nejaký úžitok.

V súčasnosti sa Súdny dvor EÚ zaoberá ďalšími tromi návrhmi na začatie prejudiciálneho konania:

- vec C-435/11 (*CHS Tour Services*) týkajúca sa výkladu článku 5 smernice, a najmä otázky, či sa pri posúdení skutočného prípadu týkajúceho sa klamlivých činností alebo opomenutí konania ustanovuje v smernici o nekalých obchodných praktikách osobitné preskúmanie požiadavky odbornej starostlivosti (ustanovenej v článku 5 ods. 2 písm. a) smernice);
- vec C-265/12 (*Citroën Belux NV*) týkajúca sa zlučiteľnosti belgického ustanovenia, ktoré zabraňuje obchodníkom poskytovať kombinované ponuky, ak je aspoň jednou zložkou finančná služba, so smernicou (najmä s článkom 3 ods. 9);
- vec C-281/12 (*Trento Sviluppo Centrale Adriatica*), v ktorej vnútroštátny súd predložil otázku, či sa v smernici o nekalých obchodných praktikách ustanovuje, aby sa okrem klamlivého správania aj v súvislosti so zisteným porušením ustanovilo, že sa vykoná osobitné posúdenie vecného narušenia ekonomického správania spotrebiteľa.

3.1.2. Iniciatívy Komisie

Komisia prijíma od začiatku procesu transpozície opatrenia s cieľom pomôcť vnútroštátnym orgánom a súdom dosiahnuť jednotné vykonávanie a dôsledné presadzovanie smernice. To je mimoriadne ťažký cieľ v oblasti, pre ktorú sú charakteristické veľké rozdiely vo vnútroštátnych politikách, v štýle a metódach presadzovania práva.

²³ Okrem toho pozri oddiel 3.3.4 o výzve na kúpu a požiadavkách na informácie o cene.

3.1.3. Poučenie o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách

Útvary Komisie uverejnili v decembri 2009 usmerňovací dokument o uplatňovaní smernice²⁴ s cieľom dospieť k rovnakému výkladu a zladit' postupy. Tento dokument, ktorý je k dispozícii v 22 úradných jazykoch EÚ, prispel k ujasneniu niektorých hlavných pojmov a ustanovení, ktoré sa považovali za problematické. Uvádzajú sa v ňom praktické príklady fungovania smernice. Napriek tomu, že tento dokument nemá formálne právne postavenie (záväzný charakter), používa sa vo veľkom rozsahu, a to aj v súvislosti s konaniami pred Súdny dvorom EÚ,²⁵ a takisto ho používajú vnútroštátne súdy a orgány pri posúdení jednotlivých prípadov. Poučenie bolo vytvorené ako živý dokument, ktorý je potrebné pravidelne aktualizovať, keďže sa rozširujú poznatky o nekalých obchodných praktikách.

3.1.4. Právna databáza smernice o nekalých obchodných praktikách

V júli 2011 Komisia spustila právnu databázu on-line (ďalej len „databáza smernice o nekalých obchodných praktikách“).²⁶ Vývoj tejto databázy spolu s poučením sa začal v roku 2008 s cieľom podporiť jednotné uplatňovanie a primerané/účinné presadzovanie smernice.

Právna databáza je veľmi komplexná a umožňuje verejnosti jednoduchý prístup k právnym predpisom a judikatúre členských štátov týkajúcim sa smernice, ako aj k ostatným užitočným materiálom, ako napríklad ku všetkým relevantným akademickým prácam. V súčasnosti obsahuje približne 330 právnych článkov, právnych 400 vecí²⁷ a 25 iných položiek (ako napríklad štúdie alebo usmernenia vnútroštátnych orgánov presadzovania práva). Informácie v databáze sú rozdelené do oddielov a môžu sa filtrovať podľa odkazu na konkrétny článok smernice, kľúčových slov, judikatúry a právnickej literatúry. Všetky oddiely sú navzájom prepojené a takisto umožňujú porovnanie medzi rôznymi členskými štátmi. Oddiely príslušnej krajiny vždy obsahujú prehľad vnútroštátneho systému presadzovania práva.

Komisia ešte stále vyvíja databázu smernice o nekalých obchodných praktikách, ktorá by sa mala pravidelne aktualizovať prostredníctvom novej judikatúry, právnických článkov a ostatných materiálov. Uvažuje sa prípadne o vytvorení novej databázy právnych predpisov na ochranu spotrebiteľov prostredníctvom zlúčenia databázy smernice o nekalých obchodných praktikách s databázou Kompendia spotrebiteľského práva EÚ.²⁸ Útvary Komisie v súčasnosti posudzujú dostupné možnosti s cieľom zabezpečiť účinné prepojenie medzi databázou smernice o nekalých obchodných praktikách a portálom elektronickej justície.²⁹

²⁴ Poučenie o implementácii/uplatňovaní smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách (SEC(2009) 1666, pracovný dokument útvarov Komisie) z 3. decembra 2009 – http://wcmcom-ec-europa-eu-wip.wcm3vue.cec.eu.int:8080/justice/consumer-marketing/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm.

²⁵ Pozri napríklad návrhy generálneho advokáta vo veci C-122/10 *Konsumentombudsmannen KO/Ving Sverige AB*, body 30, 40 a poznámka pod čiarou 13.

²⁶ Pozri <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/>. Táto databáza sa zakladá na rozhodnutí Európskeho parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES z 18. decembra 2006, ktorým sa ustanovuje akčný program Spoločenstva v oblasti spotrebiteľskej politiky (2007 – 2013), akcia 9: Právna a technická expertíza, vrátane štúdií, v oblasti monitorovania a hodnotenia transpozície, vykonávania a vynucovania právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa členskými štátmi, najmä smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES. Patrí sem aj vývoj a údržba ľahko a verejne dostupných databáz pre transpozíciu a vykonávanie právnych predpisov Spoločenstva v oblasti ochrany spotrebiteľa.

²⁷ Databáza v súčasnosti (od mája 2012) obsahuje súhrn 158 správnych rozhodnutí a 202 súdnych rozhodnutí (vrátane 63 rozhodnutí vnútroštátnych najvyšších súdov).

²⁸ <http://www.eu-consumer-law.org/index.html>.

²⁹ <https://e-justice.europa.eu/home.do>.

3.2. Rozsah pôsobnosti smernice

Rozsah pôsobnosti smernice je veľmi široký, ako sa ustanovuje vo vymedzení obchodných praktík (podnikateľov voči spotrebiteľom) v jej článku 2 písm. d): „akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom“. Produkt sa vymedzuje ako „akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľností, práva a záväzku“.³⁰ Smernica sa uplatňuje prakticky na všetky transakcie medzi podnikmi a spotrebiteľmi („B2C“) a vo všetkých odvetviach. Okrem toho sa uplatňuje nielen na reklamnú/marketingovú fázu transakcie, ale takisto „...počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu“.³¹ Zaoberá sa však len ochranou hospodárskych záujmov spotrebiteľov vo vzťahu k opatreniam, ktorých cieľom alebo výsledkom je označenie obchodnej praktiky za nekalú, na úkor ostatných záujmov ako zdravie a bezpečnosť alebo životné prostredie. Členské štáty môžu rozšíriť rozsah pôsobnosti smernice o nekalých obchodných praktíkach alebo v súlade s ostatnými právnymi predpismi EÚ upraviť ostatné druhy vzťahov. Takisto môžu určiť vplyv nekalej praktiky na platnosť, uzatvorenie alebo účinok zmluvy pod podmienkou, že smernicou o nekalých obchodných praktíkach sa neharmonizuje zmluvné právo.³²

3.2.1. Nevyhnutnosť rozšíriť smernicu nad rámec transakcií medzi podnikmi a spotrebiteľmi

Rozšírenie smernice nad rámec transakcií B2C sa navrhuje najmä v súvislosti s tromi druhmi situácií. Z rozsahu pôsobnosti smernice sú vylúčené transakcie medzi podnikmi („B2B“), medzi spotrebiteľmi („C2C“) alebo transakcie, pri ktorých spotrebiteľia predávajú alebo dodávajú výrobok obchodníkovi („C2B“). Aj keď členské štáty majú naďalej možnosť upraviť tieto vzťahy, väčšina z nich sa rozhodla vykonať smernicu o nekalých obchodných praktíkach dodržaním jej pôvodného rozsahu pôsobnosti.

Transakcie medzi podnikmi

V súčasnosti len štyri členské štáty uplatňujú v určitom rozsahu upravenú smernicu o nekalých obchodných praktíkach na vzťahy medzi podnikmi.³³ V minulosti niektoré zainteresované strany naznačili rozšírenie smernice o nekalých obchodných praktíkach na vzťahy B2B na európskej úrovni, a to najmä s cieľom vyriešiť problém praktík klamlivých adresárových spoločností, ktoré mali vplyv najmä na malé podniky a na príslušníkov slobodných povolání. Také praktiky v súčasnosti zakazuje smernica 2006/114/ES o klamlivej a porovnávacej reklame. Komisia vo svojom nedávnom oznámení týkajúcom sa celkového fungovania smernice o klamlivej a porovnávacej reklame dospela k záveru, že je potrebné posilniť dostupné prostriedky na cezhraničné presadzovanie práva a preskúmať súčasný právny rámec s cieľom účinnejšie bojovať proti takým systémom.³⁴

Vzťahy medzi spotrebiteľmi a podnikmi

³⁰ Pozri článok 2 písm. c) smernice.

³¹ Pozri článok 3 ods. 1 smernice.

³² Pozri článok 3 ods. 2 smernice.

³³ Ide o Nemecko, Rakúsko, Francúzsko a Švédsko. V Nemecku sa však na vzťahy B2B uplatňuje len príloha I k smernici („čierna listina“), kým vo Francúzsku sa uplatňuje výlučne článok 6 a príloha I (s obmedzením na klamlivé praktiky).

³⁴ Pozri oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov na tému „Ochrana podnikov pred zavádzajúcimi marketingovými praktíkami a zabezpečenie účinného uplatňovania – Revízia smernice Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES o klamlivej a porovnávacej reklame“ z 27. novembra 2012 (COM(2012) 702 final).

Vnútroštátne orgány presadzovania práva³⁵ oznámili prípady, keď sa spotrebiteľia stali obeťami nekalých obchodných praktík pri predaji výrobkov obchodníkom. Boli oznámené prípady, keď napríklad spotrebiteľia predávali obchodníkom svoje starožitnosti a šperky (najmä zlato) a obchodníci im poskytli klamlivé vyhlásenia týkajúce sa vlastností a/alebo hodnoty uvedených predmetov. Len niektoré členské štáty³⁶ by si želali rozšíriť smernicu, kým ostatné členské štáty jej rozšírenie nepodporujú. Jeden členský štát,³⁷ ktorý uplatňuje smernicu v pôvodnom rozsahu, navrhol, aby sa namiesto úsilia o regulačnú zmenu na úrovni EÚ prijal rozširujúci prístup k výkladu smernice³⁸.

Vzťahy medzi spotrebiteľmi

S rýchlym rozvojom internetových platforiem sa vynára otázka, či je v súvislosti s transakciami C2C potrebné posilniť ochranu. Zo skúseností z presadzovania práva vyplýva, že hlavný problém v súčasnosti spôsobujú obchodníci vydávajúci sa za spotrebiteľov, ktorí ukrývajú svoju skutočnú kvalifikáciu/obchodný zámer. Také praktiky už smernica zakazuje: v bode 22 prílohy I k smernici zakazuje „*nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že obchodník nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ*“.³⁹ Zabránenie takým praktikám je preto skôr otázkou presadzovania práva ako nedostatkov smernice o nekalých obchodných praktikách.

Na záver treba uviesť, že z výsledkov konzultácie vyplýva, že prevažná väčšina členských štátov a zainteresovaných strán⁴⁰ nepodporuje rozšírenie smernice, a to ani na transakcie B2B, ani na C2B, ani na C2C. Komisia sa domnieva, že v súčasnosti neexistuje dôvod na uvedené rozšírenie. Osobitný problém B2B, týkajúci sa klamlivých adresárových spoločností, je predmetom prebiehajúceho preskúmania smernice o klamlivej a porovnávacej reklame, v súvislosti s ostatnými druhmi vzťahov môžu členské štáty rozhodnúť o úprave príslušnej oblasti s cieľom riešiť vnútroštátne osobitosti a potreby.

3.2.2. Podpora predaja

O otázke podpory predaja sa začalo diskutovať⁴¹ po stiahnutí návrhu nariadenia o podpore predaja⁴² v roku 2006, keďže členské štáty nedospeli k dohode. V návrhu sa uvádza viacero požiadaviek na informácie, ktorých cieľom je zabezpečiť, aby obchodná komunikácia týkajúca sa podpory predaja bola transparentná a aby zainteresovaní príjemcovia dostali všetky dôležité informácie, ktoré sú v nej oznámené.

Smernica o nekalých obchodných praktikách poskytuje ochranu pred nekalými obchodnými praktikami v oblasti podpory predaja. Prostredníctvom ustanovení článku 6 ods. 1 písm. d) sa zabráňuje obchodníkom poskytovať spotrebiteľom klamlivé informácie o prvkoch ako „*cena*

³⁵ V Spojenom kráľovstve Office of Fair Trading.

³⁶ Estónsko, Írsko, Lotyšsko a Rumunsko.

³⁷ Spojené kráľovstvo.

³⁸ Napr. spresnením v usmerňovacom dokumente útvarov Komisie.

³⁹ Pozri takisto článok 6 ods. 1 písm. c) a f) smernice.

⁴⁰ Niektoré členské štáty (napr. Taliansko a Francúzsko) a zainteresované strany tvrdia, že rozšírenie by podporili len v záujme riešenia veľmi špecifických problémov, ako napríklad činností klamlivých adresárových spoločností. Rumunsko sa domnieva, že výsledkom rozšírenia smernice o nekalých obchodných praktikách na B2B by bol koherentnejší prístup vo vzťahu k obchodným praktikám zameraným na podniky a spotrebiteľov. Holandsko by si želalo rozšírenie smernice v rozsahu nevyhnutnom na ochranu podnikov pred problémom „falošných faktúr“. Nemecko, Rakúsko a Švédsko, ktoré už úplne uplatňujú ustanovenia smernice takisto na transakcie B2B, by si želali, aby podniky v EÚ mali takú istú úroveň ochrany ako spotrebiteľia.

⁴¹ Pozri napríklad otázky EP E-5539/08, E-010017/2010, E-1704/2011.

⁴² COM(2001) 546 v konečnom znení, 2. 10. 2001, zmenený a doplnený návrh COM(2002) 585 v konečnom znení, 25. 10. 2002.

alebo spôsob výpočtu ceny, alebo existencia osobitnej cenovej výhody“. Zákazy ustanovené v prílohe I sú zamerané na osobitné praktiky podpory predaja, ako napríklad vábivá reklama (bod 5), osobitné ponuky (bod 7), vypísanie cien (bod 19), cenová súťaž (bod 31) a používanie slova „zadarmo“ (bod 20).

Súdny dvor EÚ v rozsudku vo veci Total Belgium⁴³ potvrdil najmä to, že vzhľadom na to, že smernica má úplne harmonizujúci charakter, členské štáty si nemôžu ponechať svoje vnútroštátne predpisy o podpore predaja, ktoré presahujú ustanovenia smernice.

Niektoré členské štáty a zainteresované strany tvrdia, že náhle zrušenie niektorých vnútroštátnych predpisov o podpore predaja môže mať nepriaznivý vplyv na ochranu spotrebiteľov pred klamlivou podporou predaja na vnútroštátnej úrovni.⁴⁴ Domnievajú sa, že pre spotrebiteľov a orgány presadzovania práva by boli veľmi užitočné niektoré prísnejšie vnútroštátne predpisy (ako napríklad tie, ktoré sa týkajú „referenčnej ceny“ s cieľom vypočítať, či určitá oznámená zľava je alebo nie je pravdivá), aj keď v súčasnosti nie sú právne zlučiteľné so smernicou.⁴⁵

Zo spätnej väzby z konzultácie vyplýva, že niektoré členské štáty a zainteresované strany by podporili legislatívne zmeny v tejto oblasti buď vo forme ďalšej úpravy,⁴⁶ alebo prostredníctvom vylúčenia podpory predaja z rozsahu pôsobnosti smernice o nekalých obchodných praktikách.⁴⁷ Zvyšné členské štáty výslovne odmietajú možnosť ďalšej úpravy tejto oblasti, kým niektoré ďalšie⁴⁸ by uvítali, keby Komisia poskytla k tejto otázke viac usmernení. Spomedzi ostatných zainteresovaných strán len dvaja zástupcovia podnikov,⁴⁹ BEUC, jedna vnútroštátna organizácia spotrebiteľov⁵⁰ a jedno ESC⁵¹ požadujú ďalšiu úpravu a zdôrazňujú, že skutočnosť, že chýbajú podrobné predpisy, spôsobuje právnu neistotu, kým dánska obchodná komora podporuje vylúčenie podpory predaja z rozsahu pôsobnosti smernice, aby sa tak členským štátom poskytol rozsiahlejší rámec pôsobnosti.

Komisia sa domnieva, že väčšinu obáv, ktoré vyslovili členské štáty a zainteresované strany, možno riešiť prostredníctvom opatrení zameraných na zvýšenie právnej istoty a jednotného uplatňovania smernice v tejto oblasti. Jedným zo spôsobov dosiahnutia tohto cieľa môže byť ďalší vývoj usmerňovacieho dokumentu.

Komisia však bude naďalej dôkladne monitorovať uplatňovanie smernice v tejto oblasti a v budúcnosti posúdi legislatívne opatrenia, ak to bude potrebné.

⁴³ Pozri aj vec C-304/08 *Plus Warenhandelsgesellschaft* (prejudiciálne konanie – Nemecko), 14. január 2010; C-540/08 *Mediaprint Zeitungs* (prejudiciálne konanie – Rakúsko), 9. november 2010; C-522/08 *Telekomunikacja Polska* (prejudiciálne konanie – Poľsko), 11. marec 2010.

⁴⁴ Niektoré vnútroštátne orgány presadzovania práva sa domnievajú, že keď také podrobné predpisy chýbajú, spôsobuje to právnu neistotu a presadzovanie uplatňovania sa stáva veľmi komplikovaným/neúčinným (podľa smernice o nekalých obchodných praktikách je potrebné jednotlivo preukázať, že podpora predaja je klamlivá).

⁴⁵ Šesť členských štátov (Belgicko, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Írsko, Lotyšsko) už (čiastočne) upravilo svoje právne predpisy týkajúce sa podpory predaja s cieľom zabezpečiť súlad so smernicou a judikatúrou Súdneho dvora. V súčasnosti má ešte 13 členských štátov prísnejšie predpisy ako smernica o nekalých obchodných praktikách, a to buď v súvislosti so znížením cien (Belgicko, Bulharsko, Estónsko, Fínsko, Francúzsko, Taliansko, Lotyšsko, Poľsko, Portugalsko a Španielsko), alebo v súvislosti s obchodnými lotériami (Rakúsko, Dánsko, Fínsko, Nemecko, Francúzsko a Luxembursko). Podobné pravidlá existujú na Islande a v Nórsku.

⁴⁶ Francúzsko, Nemecko, Írsko, Lotyšsko a Španielsko.

⁴⁷ Belgicko, Dánsko, Španielsko (a Nórsko).

⁴⁸ Slovensko, Poľsko, Bulharsko, Holandsko, Spojené kráľovstvo.

⁴⁹ Európske združenie obchodných značiek a Spolková komora práce v Rakúsku.

⁵⁰ CLCV: Consommation Logement Cadre de Vie, Francúzsko.

⁵¹ Írske ESC.

3.3. Vecné ustanovenia smernice

V tejto časti správy sa uvádza prehľad vecných ustanovení smernice (najmä články 5 – 9 a príloha I) a hlavných otázok, ktoré sa vynorili v súvislosti s ich uplatňovaním v členských štátoch.

3.3.1. Pojem odborná starostlivosť

Článok 5 ods. 2 je „všeobecná doložka“ smernice o nekalých obchodných praktikách, keďže zakazuje nekalé obchodné praktiky vo všeobecnosti. Ustanovuje dve kumulatívne kritériá posúdenia otázky, či sa obchodná praktika považuje za nekalú, konkrétne:

- ak je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti
- a podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa.

Odborná starostlivosť sa vymedzuje ako „úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníckej činnosti“. Tento pojem zahŕňa zásady, ktoré sa už osvedčili v právnych predpisoch členských štátov, ako napríklad „čestná obchodná prax“ a „dobrá viera“, pričom dodatočný význam sa prikladá normatívnym hodnotám, ktoré sa uplatňujú konkrétne v uvedenej oblasti podnikateľskej činnosti.

Vo väčšine členských štátov sa pojem odborná starostlivosť správne transponoval. Zdá sa, že niektoré členské štáty si namiesto toho ponechali pojmy „osvedčené postupy“ alebo „osvedčené trhové postupy“.⁵² V súčasnosti je Komisia v tejto súvislosti v kontakte s príslušnými členskými štátmi s cieľom zabezpečiť, aby výsledkom týchto pojmov nebol prísnejší výklad ako vyžaduje smernica o nekalých obchodných praktikách.

Niektoré vnútroštátne orgány presadzovania práva predložili otázku, či je na účely stanovenia pokuty obchodníkovi za porušenie článkov 6 – 9 smernice o nekalých obchodných praktikách potrebné preukázať, že jeho konanie bolo v rozpore s „odbornou starostlivosťou“. Komisia sa domnieva, že to nie je potrebné a že za porušenie odbornej starostlivosti sa automaticky považujú klamlivé činnosti, opomenutie konania alebo agresívne praktiky. Naproti tomu možno článok 5 uplatňovať ako samostatné ustanovenie, ako „bezpečnostnú sieť“ s cieľom zabezpečiť, aby bolo možné uložiť pokutu za akékoľvek nekalé praktiky, ktoré nie sú zahrnuté v ostatných ustanoveniach smernice.⁵³

Na základe nedávneho návrhu na začatie prejudiciálneho konania⁵⁴ Súdny dvor EÚ v súčasnosti ešte rozhoduje o tom, či je pri posúdení nekalých obchodných praktík (články 6 – 9 smernice o nekalých obchodných praktikách) potrebné osobitné preskúmanie požiadavky odbornej starostlivosti.

3.3.2. Ochrana zraniteľných spotrebiteľov

V článku 5 ods. 3 sa ustanovuje osobitná ochrana spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní z dôvodu svojej duševnej poruchy alebo fyzickej slabosti, veku alebo dôverčivosti, ak

⁵² Napr. Poľsko, Dánsko a Švédsko.

⁵³ Ako príklad možno uviesť situáciu, keď sa vnútroštátny orgán presadzovania práva domnieval, že prerušenie dodávky vody bez predbežného oznámenia je v rozpore s požiadavkou odbornej starostlivosti. Uvedený orgán sa vzhľadom na význam služby dodávky vody domnieval, že obchodník mal zachovať vyššiu úroveň odbornej starostlivosti a že pred prerušením dodávky vody mal prijať osobitné opatrenia. Taliansky úrad pre hospodársku súťaž (AGCM), rozhodnutie z 12. marca 2009 PS 166 – *Acea Distacco forniture d'acqua*.

⁵⁴ C 435/11 *CHS Tour Services*.

príslušná obchodná praktika ovplyvňuje ich ekonomické správanie spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predpokladať.

Pre osobitnú kategóriu zraniteľných spotrebiteľov, deti, je užitočná dodatočná ochrana prostredníctvom prílohy I, v ktorej sa v bode 28 konkrétne zakazuje „*zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty*“.

Zo spätnej väzby z konzultácie nevyplývajú vážne problémy súvisiace so zraniteľnými spotrebiteľmi. Spojené kráľovstvo nepožaduje preskúmanie, uvádza však, že ak by sa smernica preskúmala, možno by bolo vhodné pridať ustanovenia aj na osobitnú ochranu starších osôb pred niektorými agresívnymi praktikami. Dánsko zdôrazňuje, že agresívne praktiky sú často zamerané na deti v oblasti hier on-line. Len dva členské štáty podporujú ďalšiu úpravu na zlepšenie zmluvnej ochrany detí; to však nie je otázka, ktorú možno vyriešiť prostredníctvom smernice o nekalých obchodných praktikách.⁵⁵

Z nadobudnutých skúseností a získaných údajov vyplýva, že je potrebné ďalej sa usilovať o posilnenie presadzovania smernice o nekalých obchodných praktikách v súvislosti so zraniteľnými spotrebiteľmi, ako napríklad staršími osobami, deťmi/tínedžermi a ostatnými kategóriami občanov, ktorí sa nachádzajú v zraniteľnej situácii.⁵⁶

Napríklad vnútroštátne orgány presadzovania práva vykonali v roku 2008 v rámci nariadenia CPC kontrolnú akciu („sweep“),⁵⁷ pričom sa zistilo, že viac ako polovica preskúmaných webových stránok sa zameriava konkrétne na dospelých a deti. Po 18 mesiacoch vyšetrovania na vnútroštátnej úrovni bolo 70 % uvedených webových stránok opravených alebo zrušených. Výsledky prvej fázy akcie „sweep“ zameranej na kontrolu digitálneho obsahu v roku 2012 ukázali, že neploleté osoby sú ešte stále terčom webových stránok, ktoré očividne nie sú v súlade s predpismi o ochrane spotrebiteľa, a že uvedené stránky ich často lákajú k nákupu tovaru prostredníctvom údajne bezplatných hier.⁵⁸

3.3.3. Článok 6 o klamlivých činnostiach

Podľa ustanovení článku 6 smernice o klamlivú činnosť ide vtedy, keď obsahuje nesprávne informácie alebo keď sa tieto informácie klamlivo prezentujú, a zapríčiňuje alebo je schopná zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. Na účely vnútroštátneho presadzovania sa najviac používa toto ustanovenie spolu s ustanovením článku 7 o klamlivých opomenutiach konania.

Zo spätnej väzby z konzultácie vyplýva, že členské štáty doposiaľ nemali osobitné problémy pri uplatňovaní článku 6. Medzi praktikami, ktoré respondenti konzultácie najčastejšie

⁵⁵ Dánsko a Holandsko odkazujú na lepšiu ochranu zraniteľných spotrebiteľov prostredníctvom úpravy, ale nenavrhujú konkrétne riešenia/možnosti.

⁵⁶ Ako sa uvádza v Európskom programe pre spotrebiteľov, je nevyhnutné zabezpečiť ochranu zraniteľných spotrebiteľov pred rizikami vyplývajúcimi z vplyvu hospodárskej krízy, starnutia obyvateľstva a väčšej zložitosti digitálnych trhov, a takisto pred problémami, ktorým môžu čeliť niektorí spotrebiteľia pri nadobúdaní zručností v digitálnom prostredí.

⁵⁷ Pozri časť 4 tejto správy o presadzovaní uplatňovania smernice.

⁵⁸ Akcia „sweep“, ktorá sa uskutočnila v roku 2008, bola zameraná na webové stránky ponúkajúce predaj vyzváňacích tónov, pozadia na displej a iných služieb pre mobilné telefóny. Zistilo sa, že z viac ako 500 webových stránok, skontrolovaných v rámci tejto akcie, až 301 stránok vážne porušilo právne predpisy EÚ na ochranu spotrebiteľov. Pritom viac ako polovica z nich bola výslovne zameraná na dospelých osoby a deti. Boli zistené tri hlavné problémy: nejasné ceny, neposkytnutie úplných informácií a klamlivá reklama (najmä klamlivá reklama na vyzváňacie tóny ako na „bezplatné“, pričom spotrebiteľ v skutočnosti musel za túto službu zaplatiť). Výsledky prvej fázy akcie „sweep“ z roku 2012 zameranej na kontrolu digitálneho obsahu možno nájsť na webovej stránke http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital_content/index_en.htm.

uvádzajú, sú nepravdivé informácie o hlavných vlastnostiach a/alebo cene produktu alebo služby, ktoré sa ponúkajú na predaj v oblastiach internetových a telekomunikačných služieb (napr. rýchlosť širokopásmového pripojenia), finančných služieb (napr. spotrebiteľský úver, životné poistenie), cestovného ruchu (napr. ubytovanie vrátane poplatkov za kreditné karty v súvislosti s hotelmi, časovo obmedzené a súvisiace produkty), leteckej dopravy a elektronického obchodu.

Mimoriadne zaujímavý je najnovší príklad uplatňovania článku 6 ods. 1 písm. g) (v ktorom sa obchodníkom zakazuje zavádzať spotrebiteľov v súvislosti s ich právami ustanovenými v iných právnych predpisoch), keďže sa týka praktiky, ktorá má celoeurópsky vplyv. Vnútroštátny orgán presadzovania uložil pokutu hlavnému aktérovi na trhu s elektronickými zariadeniami za to, že spotrebiteľom ponúkal platenú obchodnú záruku zahŕňajúcu služby, na ktorých bezplatné poskytnutie už mali zákonný nárok.⁵⁹

Ochrana ustanovená článkom 6 je rozsiahla a odvolávalo sa na ňu napríklad aj v prípade politicky citlivých otázok súvisiacich s obchodom, ako v prípade výrobkov dovezených z územia, ktorých štátna zvrchovanosť je sporná, a v prípade ktorých existuje riziko zavádzania spotrebiteľov v súvislosti so skutočným zemepisným alebo obchodným pôvodom výrobku, čo je v rozpore s ustanoveniami článku 6 ods. 1 písm. b).

Jedna z otázok, ktoré dôrazne predložilo jedno odvetvové združenie,⁶⁰ sa týka primeranosti článku 6 ods. 2 a článku 6 ods. 2 písm. a) v súvislosti s uložením sankcií za „napodobený obal“. „Napodobený obal“ je praktika navrhovania obalu produktu (alebo jeho „obchodnej úpravy“ alebo „vzhľadu“) s cieľom dať mu všeobecný „vzor a dojem“ konkurenčnej známej značky. Napodobený obal sa odlišuje od falošného obalu, keďže obvykle nezahŕňa kopírovanie ochranných známok. Tento problém sa týkal krajín, v ktorých pravdepodobne nie sú uspokojivé opravné prostriedky pri nekalej súťaži a účastníci hospodárskej súťaže považujú smernicu o nekalých obchodných praktikách za možný nástroj na podanie žaloby na súde. Touto otázkou sa zaoberali už útvary Komisie v roku 2009 v usmerňovacom dokumente. Komisia v tejto súvislosti podporí dôslednejšie opatrenia na presadzovanie práva v prípadoch, keď dotknuté praktiky zavádzajú spotrebiteľov.

3.3.4. Článok 7 ods. 4 – požiadavky na obchodné ponuky a informácie o cenách

Obchodníci sa môžu rozhodnúť, či v reklame uvedú cenu. Všetky obchodné komunikácie, v ktorých sa uvádza cena, sa však podľa smernice o nekalých obchodných praktikách považujú za „výzvu na kúpu“:⁶¹ Smernica prostredníctvom článku 7 ods. 4 ustanovuje v týchto prípadoch obchodníkom povinnosť dodržiavať viacero osobitných požiadaviek týkajúcich sa informácií.

Výzva na kúpu je však rozhodujúci okamih pri rozhodovaní spotrebiteľa a charakteristický spôsob reklamy a ponúkania výrobkov a služieb spotrebiteľom takisto v on-line prostredí. Podľa charakteru to je priama a okamžitá forma propagácie výrobku, ktorá spôsobuje, že

⁵⁹ Rozhodnutie talianskeho protitrustového úradu (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia* Provvedimento n. 23193, 27. december 2011 – vyšetovaná spoločnosť ponúkala obchodnú záruku, ktorá zahŕňala služby, na ktoré už mali spotrebiteľia nárok podľa smernice Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES z 25. mája 1999 o určitých aspektoch predaja spotrebného tovaru a záruk na spotrebný tovar (napr. dvojiročná zákonná záruka, v rámci ktorej predajca zodpovedá za nesúlad). Komisia podporuje úsilie spotrebiteľských združení a predkladá túto otázku v súvislosti so sieťou CPC vnútroštátnych orgánov presadzovania a písomne informuje (listom podpredsedníčky Redingovej z 21. septembra 2012) všetkých ministrov EÚ zodpovedných za spotrebiteľské záležitosti s cieľom zabezpečiť koordinovaný prístup k presadzovaniu v prípade opakovaného výskytu problému v jednotlivých členských štátoch.

⁶⁰ AIM (európske združenie obchodných značiek).

⁶¹ Pozri článok 2 písm. i) smernice o nekalých obchodných praktikách.

spotrebiteľia reagujú impulzívnejšie, a preto sú vystavení väčšiemu riziku. Cieľom ustanovenia článku 7 ods. 4 je zabezpečiť, aby obchodníci vždy, keď predkladajú spotrebiteľom obchodné ponuky, súčasne sprístupnili zrozumiteľným a jednoznačným spôsobom dostatok informácií a nezavádzali ich vynechaním dôležitých informácií. Tieto požiadavky sa týkajú: hlavných vlastností produktu, adresy obchodníka, celkovej ceny, dojednaní o spôsobe platby a dodaní, predvedení a vybavovania sťažností a prípadne práva na odstúpenie od zmluvy alebo na vypovedanie zmluvy. Tieto požiadavky je potrebné chápať so zreteľom na požiadavky na informácie ustanovené v smernici o právach spotrebiteľov⁶² a v článku 5 smernice o elektronickom obchode.⁶³

Útvary Komisie v usmerňovacom dokumente presadzujú široký pojem výzva na kúpu s pružným a primeraným uplatňovaním požiadaviek na informácie. Domnievajú sa však, že „mechanizmus“ na uskutočnenie kúpy (napr. možnosť pokračovať v on-line objednávaní) nemusí byť nevyhnutne impulzom na požiadavky na informácie.⁶⁴

Súdny dvor EÚ sa riadil týmto prístupom v prejudiciálnom konaní⁶⁵ a potvrdil, že „o výzvu na kúpu ide..., pričom nie je potrebné, aby obchodná komunikácia obsahovala takisto konkrétny prostriedok kúpy produktu alebo aby sa objavila v blízkosti, alebo v rámci takéhoto prostriedku“. Protistranami v spore boli švédsky ombudsman pre ochranu spotrebiteľov a cestovná kancelária (Ving), ktorá predáva cestovné služby v celom Švédsku, ako aj cez internet. O otázke, či cestovná kancelária Ving uviedla hlavné vlastnosti produktu v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a produktu, Súdny dvor EÚ rozhodol, že aj keď konkrétne posúdenie mohol vykonať vnútroštátny súd, „slovný alebo vizuálny odkaz na produkt umožňuje splniť podmienku uvedenia znakov produktu“ a že za určitých okolností sa môže použiť odkaz na webovú stránku obchodníka s cieľom poskytnúť niektoré informácie o hlavných vlastnostiach produktu.

V článku 7 ods. 4 písm. c) smernice o nekalých obchodných praktikách sa konkrétne ustanovuje obchodníkom povinnosť uviesť (konečnú) cenu vrátane daní, alebo ak cenu nemožno rozumne stanoviť vopred, spôsob, ktorým sa cena vypočíta. Súdny dvor EÚ vo veci *Ving Sverige* rozhodol, že uvedenie východiskovej ceny vo výzve na kúpu ešte nepredstavuje porušenie smernice o nekalých obchodných praktikách pod podmienkou, že východisková cena vzhľadom na všetky skutočnosti a okolnosti jednotlivého prípadu vrátane vlastností produktu a použitého nosiča obchodnej komunikácie⁶⁶ umožňuje spotrebiteľovi prijať informované rozhodnutie.

⁶² Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/ES z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES.

⁶³ Smernica 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).

⁶⁴ Hlavná počiatočná obava, ktorú predložili zainteresované strany vo fáze transpozície smernice, bola, že výsledkom nepružného prístupu pri uplatňovaní týchto požiadaviek by bolo neprimerané zaťaženie obchodníkov a zadávateľov reklamy. Keďže pojem výzva na kúpu je nový, nebolo napríklad jednoznačné, v akom rozsahu by sa „hlavné vlastnosti“ považovali za primerané vo vzťahu ku komunikačnému prostriedku a produktu (pozri článok 7 ods. 4 písm. a)). Svetová federácia zadávateľov reklamy (World Federation of Advertisers) preto podporovala obmedzenie uplatňovania požiadaviek na informácie len v prípadoch, keď spotrebiteľia mali spolu s výzvou na kúpu k dispozícii aj „mechanizmus“ na uskutočnenie kúpy.

⁶⁵ Vo veci C-122/10, *Konsumentombudsmannen/Ving Sverige AB*, 12. máj 2011.

⁶⁶ Najnižšia cena, za ktorú možno propagovaný produkt alebo kategóriu produktov kúpiť, aj keď propagovaný produkt/kategória produktov sú takisto dostupné za ceny, ktoré nie sú uvedené (napr. cestovné lístky do Paríža „za 100 EUR“).

Nariadenie o leteckých dopravných službách z roku 2008⁶⁷ dopĺňa smernicu o nekalých obchodných praktikách prostredníctvom viacerých dodatočných ustanovení s cieľom zabezpečiť, aby cena leteniek bola pri rezervácii a v reklame transparentná. Predovšetkým sa v ňom bližšie uvádza, že „konečná cena, ktorá sa má zaplatiť, je vždy uvedená a zahŕňa uplatniteľné letecké cestovné alebo leteckú sadzbu vrátane všetkých uplatniteľných daní a platieb, prirážok a poplatkov, ktoré sú nevyhnutné a predpokladajú sa v čase uverejnenia“. V nedávno prijatej smernici o právach spotrebiteľov⁶⁸ sú ustanovenia týkajúce sa cien a poplatkov, ktoré sa uplatňujú aj na odvetvie leteckej dopravy.

Aj keď existuje všeobecný konsenzus, že propagovaná cena by mala od začiatku⁶⁹ zahŕňať uplatniteľné poplatky a prirážky, zo spätnej väzby od niektorých zainteresovaných strán⁷⁰ vyplýva, že vo výzvach na kúpu sa požiadavky na cenu často zanedbávajú.

V roku 2007 sa na základe nariadenia CPC vykonala prvá kontrola v rámci akcie „sweep“ a zamerala sa na webové stránky, prostredníctvom ktorých sa predávali letenky. Orgány z 15 členských štátov a Nórska preskúmali 386 webových stránok, pričom sa zistilo, že 145 z nich obsahuje nezrovnalosti. Tri hlavné zistené problémy boli zavádzajúce uvedenie ceny, nedostatok informácií o dostupnosti ponuky a nezrovnalosti týkajúce sa prezentácie zmluvných podmienok.

V rámci nedávnej štúdie „Price Transparency in the air transport sector“ („Transparentnosť cien v oblasti leteckej dopravy“)⁷¹ sa zistilo, že viacero leteckých spoločností uvádza ceny bez daní, prirážok a poplatkov, pričom mnohé z nich zvyšujú ceny o poplatky, ktoré sú v skutočnosti nevyhnutné (napr. bezplatný spôsob platby len v prípade, keď sa použije kreditná karta danej leteckej spoločnosti), a označujú ich za „voliteľné“. Vo fáze, keď spotrebiteľia porovnávajú ceny, aby sa mohli informovane rozhodnúť, má tento problém mimoriadne škodlivé následky.⁷²

Orgány minimálne v dvoch členských štátoch nedávno prijali v súvislosti s viacerými leteckými spoločnosťami opatrenie na presadzovanie práva s cieľom zabrániť im v tom, aby spotrebiteľom predkladali ceny rozdelené na časti („rozdelenie cien“ – „price partitioning“) alebo aby celú cenu uviedli až na konci rezervácie (postupná tvorba cien – tvorba cien „po kvapkách“, t. j. „drip pricing“). Preskúmanie sa zameralo na príplatky za kreditné a debetné

⁶⁷ Pozri najmä článok 23 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 z 24. septembra 2008 o spoločných pravidlách prevádzky leteckých dopravných služieb v Spoločenstve (prepracované znenie).

⁶⁸ Pozri najmä článok 5 ods. 1 písm. c), články 19 a 22 smernice o právach spotrebiteľov.

⁶⁹ Od okamihu, keď obchodník uverejní „výzvu na kúpu“ v zmysle článku 7 ods. 4 smernice.

⁷⁰ Problémy týkajúce sa cien naznačilo 8 spotrebiteľských združení, 11 ESC a 10 podnikateľských organizácií.

⁷¹ V štúdií „Price Transparency in the air transport sector“ („Transparentnosť cien v oblasti leteckej dopravy“), ktorú pre Európsku komisiu vypracovala spoločnosť Steer Davies Gleave v roku 2011, sa posúdil súlad webových stránok s požiadavkami na informácie uvedenými v piatich právnych predpisoch EÚ vrátane smernice 2005/29 o nekalých obchodných praktikách. V záveroch štúdie sa odporúča usilovať sa viac o presadzovanie ako o zmenu a doplnenie existujúcich právnych predpisov.

⁷² V štúdií úradu pre spravodlivý obchod (OFT) „Advertising of Prices“ („Uvádzanie cien v reklamách“) sa skúmalo, či spôsob predkladania cien spotrebiteľom má vplyv na ich rozhodovanie a prospech. Z výsledkov štúdie vyplýva, že postupná tvorba cien – tvorba cien „po kvapkách“ (označovaná aj ako rozdelenie cien) – keď spotrebiteľia vidia priamo len časť úplnej ceny a v procese kúpy sa cena po častiach zvyšuje – spôsobila najväčšie priemerné zníženie blahobytu, ktoré dosiahlo až 15 % zahrnutých cien. OFT(2010), Advertising of prices, <http://www.of.gov.uk/OFTwork/markets-work/advertising-prices/>.

karty: na základe toho v Spojenom kráľovstve⁷³ súhlasilo 12 leteckých spoločností s tým, že príplatky za debetné karty uvedú v titulnej cene a zabezpečia, aby pri rezervácii on-line bolo možné jednoducho nájsť príplatky za platbu kreditnou kartou; v Taliansku boli šiestim leteckým spoločnostiam uložené sankcie a tieto spoločnosti súhlasili, že do roku 2012 začlenenia uvedené poplatky do ceny uvedenej v reklame.⁷⁴

Na základe dostupných dôkazov je zrejmé, že príčinou opakovaného používania neprimeraných informácií o cenách vo výzvach na kúpu nie sú nedostatky v súčasnom právnom rámci na úrovni EÚ,⁷⁵ ktorý bude onedlho ešte prísnejší. Takisto je zrejmé, že vnútroštátne orgány čelia problémom, keď majú reagovať na takéto porušenia právnych predpisov, keď má obchodník sídlo v jurisdikcii iného štátu, ako je to v prípade iných nekalých obchodných praktík. Zlepšenie v tejto oblasti možno dosiahnuť, ak Komisia bude vykonávať významnejšiu úlohu pri podpore intenzívnejších opatrení na presadzovanie práva a pri podpore lepšej spolupráce v rámci cezhraničného presadzovania práva.⁷⁶ Výsledky konzultácie potvrdzujú, že v tejto fáze nie je potrebné uvažovať o regulačných opatreniach.⁷⁷

3.3.5. Články 8 a 9 – agresívne praktiky

Za inováciu na úrovni EÚ sa považuje, že smernica harmonizuje pojem agresívne obchodné praktiky. Tieto praktiky sú predmetom článkov 8 a 9 smernice o nekalých obchodných praktikách a zabraňujú obchodníkom v uplatňovaní takých spôsobov predaja, ktoré znižujú slobodu výberu spotrebiteľov, a tým narúšajú ich ekonomické správanie.

Agresívne praktiky v zmysle smernice sú praktiky, ktoré využívajú obťažovanie, nátlak, fyzickú silu alebo neprimeraný vplyv. Môžu sa vzťahovať na správanie vo fáze marketingu, ale takisto na praktiky počas transakcie alebo po jej realizácii.

Agresívne praktiky súvisia so správaním, na ktoré sa už vzťahujú iné právne predpisy v členských štátoch vrátane zmluvného a trestného práva. Smernica v tejto súvislosti pridáva ďalšiu vrstvu ochrany, ktorá sa môže uplatniť prostredníctvom verejných orgánov

⁷³ Referenčné číslo prípadu: Airline payment surcharges – CRE-E/27017 (júl 2012. – <http://www.offt.gov.uk/OFTwork/consumer-enforcement/consumer-enforcement-completed/card-surcharges/>.

⁷⁴ Pozri Provvedimenti Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato (roky 2011 – 2012) PS/4261, PS/5530, PS/3773, PS/892, PS/6147, PS/5667, PS/7430, PS/3771, PS/7505, PS/7493 and PS/7383 – <http://www.agcm.it/consumatore.html>.

⁷⁵ V záveroch oznámenia Komisie z roku 2006, týkajúceho sa vykonávania smernice o označovaní cien, sa uvádza, že smernica nespôsobilá v žiadnom členskom štáte vážne problémy pri transpozícii a že vo všeobecnosti prispela k zvýšeniu ochrany spotrebiteľov. Na jar v roku 2012 sa konali konzultácie medzi členskými štátmi s cieľom pomôcť Komisii pri posúdení celkovej účinnosti tejto smernice v súčasnosti. Z výsledkov vyplýva, že členské štáty: i) nie sú informované o prípadnej existencii cezhraničných problémov týkajúcich sa vykonávania smernice (ktorá nemá podstatný cezhraničný rozmer); ii) vo veľkom rozsahu využívajú výnimky ustanovené v smernici (napr. výnimka pre služby, výnimka pre predaj na dražbe a predaj umeleckých diel a starožitností a dočasná výnimka z uplatňovania smernice pre malé podniky); iii) podporujú minimálnu harmonizáciu v tejto oblasti (viac ako 10 členských štátov zaviedlo alebo zachovalo vnútroštátne pravidlá zabezpečujúce vyššiu úroveň ochrany spotrebiteľov, pokiaľ ide o označovanie cien). Veľká väčšina členských štátov odpovedala, že vykonáva pravidelné a systematické kontroly trhu a na vnútroštátnej úrovni má zavedené účinné sankcie za porušenie tejto smernice (vo forme pokút). V tejto súvislosti môže byť potrebné ďalšie preskúmanie.

⁷⁶ Napríklad Francúzsko a Taliansko v rámci svojich pracovných dialógov s Komisiou uviedli, že členské štáty aspoň raz odmietli požiadavky na spoluprácu v oblasti tvorby cien (napr. Írsko v oblasti leteckej dopravy), keďže sa domnievajú, že príslušné praktiky nemôžu poškodiť „kolektívne záujmy spotrebiteľov“, ako sa ustanovuje v nariadení CPC.

⁷⁷ Len šesť členských štátov (Belgicko, Fínsko, Írsko, Litva, Rumunsko, Holandsko) spolu s Islandom a Nórskom podporuje ďalšiu úpravu v oblasti cenových požiadaviek, ale z odlišných dôvodov (napr. s cieľom spresniť, kedy je informácia o cene „podstatná“, a zabezpečiť, aby sa v reklame uvádzala jednotková cena).

presadzovania právnych predpisov, bez toho, aby bolo nevyhnutné začať trestnoprávne alebo občianskoprávne konanie.

V tejto súvislosti je mimoriadne dôležité správanie, na ktoré sa vzťahujú ustanovenia článku 9 písm. c), d) a e). Ustanovenia článku 9 písm. c) zakazujú praktiky, ktoré majú na spotrebiteľov neprímeraný vplyv, ako napríklad prípady, keď obchodníci zneužívajú akékoľvek osobné nešťastie alebo okolnosti, o ktorých sú informovaní, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt. V ustanoveniach článku 9 písm. d) sa zakazuje obchodníkom ukladať neprímerané mimozmluvné prekážky, nevýhodné pre spotrebiteľov, ktorí si želajú vykonať práva podľa zmluvy vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka. Ustanovenia článku 9 písm. e) sa vzťahujú na akúkoľvek hrozbu podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne.

Článok 9 písm. d) je veľmi užitočný najmä v oblasti telekomunikačných služieb a energetiky v súvislosti s mimozmluvnými prekážkami týkajúcimi sa zmeny produktu alebo obchodníka. Sú známe prípady, keď napríklad telekomunikační operátori neprímerane zdržali prechod spotrebiteľov k inému poskytovateľovi,⁷⁸ alebo keď dodávatelia energie sťažili spotrebiteľom výkon ich práva na odstúpenie od zmluvy.⁷⁹

Agresívne praktiky, ktoré nahlásili členské štáty a zainteresované strany na základe konzultácií, sa vyskytujú najmä pri podomovom predaji alebo iných druhoch predaja mimo obchodných priestorov. Európske spotrebiteľské centrá (ESC), ktoré sa zaoberajú najmä jednotlivými sťažnosťami, sa často stretávajú s agresívnymi praktikami na základe tzv. timeshare (časové vymedzenie pobytu v dovolenkových kluboch a súvisiace praktiky⁸⁰) a v menšom rozsahu pri predaji spotrebného tovaru (napr. nábytok, predaj elektronického tovaru, výroby pre zdravotnú starostlivosť alebo potravinárske výroby).

Všeobecné pravidlá článkov 8 a 9 týkajúce sa agresívnych praktík dopĺňa osem špecifických agresívnych praktík uvedených v zozname praktík, ktoré sú za každých okolností nekalé.⁸¹

3.3.6. Príloha I – „čierna listina“ zakázaných praktík

V prílohe I k smernici o nekalých obchodných praktikách sa uvádza zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, a preto sú zakázané. Účel tohto zoznamu je zabrániť praktikám, ktoré sa na základe skúseností považujú za nekalé, a umožniť orgánom presadzovania, obchodníkom, odborníkom v oblasti marketingu a zákazníkom identifikovať uvedené praktiky, a tak zvýšiť právnu istotu.

Ako sa uvádza v odôvodnení 17 smernice, toto sú jediné obchodné praktiky, ktoré môžu byť považované za nekalé bez toho, aby boli jednotlivo posudzované podľa ustanovení článkov 5 – 9. Inými slovami, ak možno preukázať, že obchodník skutočne uplatnil danú praktiku, vnútroštátne orgány presadzovania nemusia uplatniť kritérium vecného narušenia (material distortion test – t. j. posúdiť vplyv danej praktiky na ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa) s cieľom prijať opatrenie a danú praktiku zakázať alebo uložiť sankciu.

Na základe vykonávania smernice je zřejmé, že zoznam nekalých praktík je užitočný nástroj v rukách orgánov presadzovania.

Medzi najčastejšie používanými ustanovenia zoznamu sú:

⁷⁸ Taliansko, AGCM, 2009, PS1270 – Vodafone – *Ostacoli alla migrazione e retention ingannevole*, Provvedimento n. 19756.

⁷⁹ Taliansko, AGCM, 2008, PS91 – Enel Energia – *Richiesta cambio fornitore*, Provvedimento n. 18829.

⁸⁰ Údaje, ktoré majú útvary Komisie k dispozícii, nasvedčujú tomu, že na spotrebiteľov sa vyvíjajú rôzne formy nátlaku s cieľom uzatvoriť zmluvu.

⁸¹ Príloha I k smernici o nekalých obchodných praktikách, body 24 – 31.

bod 5 týkajúci sa „vábivej reklamy“ a bod 6 týkajúci sa reklamy typu „nalákať a zmeniť“, ktoré zabraňujú obchodníkom používať mimoriadne lákavé ponuky produktov a služieb s cieľom prilákať spotrebiteľov na svoju webovú stránku alebo do obchodu, alebo s úmyslom predáť im iný produkt. Toto ustanovenie sa používa napríklad v odvetví leteckej dopravy s cieľom zabrániť spoločnostiam, aby v reklame uvádzali podmienky, ktorých splnenie by mohli zaručiť len vo vzťahu k neprimerane malému počtu spotrebiteľov, pričom sa berie do úvahy rozsah reklamy;

bod 10, v ktorom sa ustanovuje, že práva, ktoré spotrebiteľom prislúchajú podľa právnych predpisov, nemožno prezentovať ako charakteristickú črtu ponuky obchodníka. Tento zákaz je mimoriadne užitočný pri riešení prípadov, keď obchodníci prezentujú zákonnú záruku za chýbajúci súlad ako pridanú hodnotu svojho produktu;

bod 20, v ktorom sa obchodníkom zabraňuje opísať produkt ako poskytovaný „zadarmo“, ak taký v skutočnosti nie je. Toto ustanovenie sa používa vo vzťahu k často oznamovanej praktike, ktorá sa zameriava najmä na zraniteľných spotrebiteľov (dospievajúcich), na webových stránkach ponúkajúcich vyzváňacie tóny do mobilných telefónov „zadarmo“, pričom spotrebiteľia v skutočnosti uzatvárajú dohodu o platení.⁸² Útvary Komisie v usmerňovacom dokumente spresnili uplatňovanie tohto ustanovenia na spojené ponuky (napr. „kúp jeden, druhý dostaneš zadarmo“);

bod 17: „*Nepravdivé tvrdenie, že produkt je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia,*“ ktorý sa používa spolu s ustanoveniami článku 16 smernice o nekalých obchodných praktikách s cieľom zastaviť nekalé praktiky napríklad v oblasti kozmetiky;

bod 31, ktorým sa zakazuje „*vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, [...] vyhrá cenu alebo získa iný rovnocenný prospech, keď v skutočnosti neexistuje cena [...], alebo akákoľvek činnosť smerujúca k získaniu ceny [...] je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady*“. Spravidla sa zakazujú praktiky vrátane jednoznačných podvodov, ktoré lákajú spotrebiteľov, aby zaplatili vysokú sumu za získanie ceny, ktorá buď neexistuje, alebo jej hodnota je nižšia ako zaplatená suma. Orgány presadzovania diskutujú o výklade prvku „*spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady*“ a najmä o otázke, či sa za porušenie smernice považuje požiadavka, aby spotrebiteľ s cieľom získať cenu uskutočnil telefonický hovor so štandardnou miestnou sadzbou alebo kúpil poštovú známku. Súdny dvor EÚ vysvetlil túto otázku tak, že vylúčil možnosť žiadať od spotrebiteľov, aby uhradili aj minimálne náklady (ako v prípade poštovej známky).⁸³

Jedno obchodné združenie,⁸⁴ ktoré zastupuje rôznych prevádzkovateľov systému viacúrovňového marketingu, sa domnieva, že harmonizácia pravidiel týkajúcich sa pyramídových schém, uvedených v prílohe I bode 14, je primeraná, a preukázalo sa, že je do značnej miery výhodná, pričom im umožňuje vytvoriť jednotný obchodný model, ktorý by mohol byť platný v celej EÚ, napríklad ako „jednotné kontaktné miesto“. Ďalšia popredná asociácia priameho predaja⁸⁵ zastáva podobné stanovisko a považuje terajší právny rámec za úplný. Jedna spoločnosť pôsobiaca v oblasti priameho predaja počas kontaktov so zástupcami útvarov Komisie tvrdí, že v súvislosti s pyramídovými schémami by sa nemalo rozlišovať medzi spotrebiteľmi a odborníkmi a že je potrebné podporiť členské štáty, aby na pyramídové

⁸² V rámci akcie *sweep*, ktorá sa uskutočnila v roku 2008 a ktorá sa zamerala na webové stránky ponúkajúce predaj vyzváňacích tónov, pozadia na displej a iných služieb pre mobilné telefóny, sa zistilo, že z viac ako 500 webových stránok, skontrolovaných v rámci tejto akcie, 301 vážne porušilo právne predpisy EÚ na ochranu spotrebiteľov vrátane bodu 20 prílohy I. Pozri odsek 3.3.2 o zraniteľných spotrebiteľoch.

⁸³ C-428/11 *Purely Creative e.a.* – pozri časť 3.1.1 tejto správy.

⁸⁴ SELDIA, Európska asociácia priameho predaja.

⁸⁵ DSE, Direct Selling Europe.

schémy medzi podnikmi uplatňovali *mutatis mutandis* vnútroštátne právne predpisy, ktorými sa transponuje príloha I (bod 14) k smernici o nekalých obchodných praktikách. Komisia sa domnieva, že v súčasnosti nie je potrebná ďalšia harmonizácia pyramídových schém.⁸⁶

Vzhľadom na skúsenosti orgánov presadzovania a spätnú väzbu z konzultácie nie je v tejto fáze potrebné zmeniť zoznam nekalých praktík. Nezistili sa žiadne nové praktiky, ktoré nie sú zahrnuté v smernici. Je však dôležité zabezpečiť, aby sa kritériá a pojmy uvedené v prílohe I vykladali jednotne, a to možno dosiahnuť zlepšením poučenia o implementácii a databázy smernice o nekalých obchodných praktikách.

3.4. UPLATŇOVANIE SMERNICE NA KONKRÉTNE ODVETVIA A OBCHODNÉ PRAKTIKY

3.4.1. Environmentálne tvrdenia

Pojem „environmentálne tvrdenia“ alebo tvrdenia o ekologickosti sa odvolávajú na praktiku, ktorá podnecuje alebo inak vytvára dojem (v súvislosti s obchodnou komunikáciou, marketingom alebo reklamou), že produkt alebo služba sú šetrné k životnému prostrediu (t. j. majú pozitívny vplyv na životné prostredie) alebo menej poškodzujú životné prostredie než konkurenčné tovary alebo služby.

Čoraz intenzívnejšie používanie environmentálnych tvrdení ako marketingového a reklamného nástroja vyjadruje narastajúce obavy obyvateľstva o životné prostredie. Takéto tvrdenia môžu odkazovať na spôsob výroby, balenia, distribúcie, používania, spotreby a/alebo likvidácie výrobkov.

Okrem aspektov zahrnutých v osobitných právnych predpisoch EÚ (napr. označenie „bio“ alebo „eko“)⁸⁷ je smernica o nekalých obchodných praktikách hlavný nástroj horizontálnych právnych predpisov na posúdenie environmentálnych tvrdení a na zistenie, či je tvrdenie klamlivé buď obsahom, alebo spôsobom, ktorým je predložené spotrebiteľom.⁸⁸

Podľa ustanovení článku 6 ods. 1 písm. a) a b) smernice vnútroštátne orgány jednotlivito posúdia príslušnú praktiku, obsah environmentálneho tvrdenia a jeho vplyv na rozhodnutie priemerného spotrebiteľa súvisiace s kúpou. Ako uvádzajú útvary Komisie v usmerňovacom dokumente,⁸⁹ uplatňovanie ustanovení smernice na tvrdenia o ekologickosti možno zhrnúť do dvoch hlavných zásad:

- na základe všeobecného ustanovenia smernice musia obchodníci prezentovať svoje tvrdenia o ekologickosti predovšetkým osobitným, presným a jednoznačným spôsobom;

⁸⁶ Spotrebiteľské združenia ani ostatné zainteresované strany nevyjadrili obavy v súvislosti s bodom 14 prílohy I.

⁸⁷ Nariadenie Rady (ES) č. 834/2007 z 28. júna 2007 o ekologickej výrobe a označovaní ekologických produktov, ktorým sa zrušuje nariadenie (EHS) č. 2092/91, Ú. v. EÚ L 189, 20.7.2007, s. 1 – 23. Medzi ďalšie príklady osobitných právnych predpisov patrí smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/30/EÚ z 19. mája 2010 o udávaní spotreby energie a iných zdrojov energeticky významnými výrobkami na štítkoch a štandardných informáciách o výrobkoch; nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1222/2009 z 25. novembra 2009 o označovaní pneumatík vzhľadom na palivovú úspornosť a iné základné parametre.

⁸⁸ Ako sa uvádza v odôvodnení 10 smernice, v skutočnosti „poskytuje ochranu spotrebiteľom tam, kde neexistujú osobitné predpisy pre určité odvetvie na úrovni Spoločenstva, a zakazuje obchodníkom vytvárať klamlivú predstavu o povahe produktov“.

⁸⁹ Poučenie o implementácii/uplatňovaní smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách (SEC(2009) 1666, pracovný dokument útvarov Komisie) z 3. decembra 2009.

- obchodníci musia mať vedecké dôkazy na podporu svojich tvrdení a musia byť ochotní ich poskytnúť zrozumiteľným spôsobom v prípade, že tvrdenie je spochybnené.

V prílohe I k smernici sa okrem toho uvádza viacero praktík, ktoré sú v súvislosti s environmentálnymi tvrdeniami mimoriadne dôležité a ktoré sú zakázané bez ohľadu na to, aký vplyv majú na správanie spotrebiteľov. Týkajú sa neoprávneného používania loga (bod 2), klamlivého schválenia alebo potvrdenia orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom (bod 4), klamlivého tvrdenia obchodníka, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania (bod 1) alebo že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom (bod 3).

Ďalšiu úpravu environmentálnych tvrdení možno dosiahnuť len prostredníctvom revízie smernice o nekalých obchodných praktikách alebo prijatím iných (osobitných) právnych predpisov EÚ. Napriek skutočnosti, že niektoré členské štáty⁹⁰ by mohli mať záujem o prijatie špecifickejších predpisov o environmentálnych tvrdeniach na vnútroštátnej úrovni, sa všeobecne uznáva, že fragmentácia by nemala byť prekážkou riešenia tohto čoraz dôležitejšieho aspektu reklamy v EÚ. Z výsledkov konzultácie vyplýva, že členské štáty a zainteresované strany považujú súčasný právny rámec vo všeobecnosti za uspokojivý a domnievajú sa, že nástroje, ktoré poskytuje smernica a poučenie útvarov Komisie, sú dostatočné na posúdenie environmentálnych tvrdení. Len niektoré členské štáty⁹¹ by si želali ďalšiu úpravu v tomto odvetví prostredníctvom smernice o nekalých obchodných praktikách.

Viacero zainteresovaných strán však uvádza, že ekologické tvrdenia sa napriek súčasnej právnej podpore nepoužívajú zodpovedne a často sú veľmi všeobecné, nejasné a nedostatočne vymedzené.⁹² Spotrebiteľské združenia⁹³ tvrdia, že overenie pravdivosti týchto tvrdení, najmä v odvetví energetiky, kozmetiky, automobilového priemyslu a čistiacich prostriedkov, spôsobuje ďalšie problémy.

Hodnoverné a zodpovedné používanie ekologických tvrdení v reklame je mimoriadne dôležité, keďže môže ovplyvňovať preferencie spotrebiteľov, a tak prispieť k vytvoreniu udržateľnejšieho hospodárstva v súlade so stratégiou Európa 2020 a Európskym programom pre spotrebiteľov.

Komisia sa domnieva, že problémy, ktoré sa zistili v súvislosti s používaním ekologických tvrdení, možno riešiť skôr opatreniami týkajúcimi sa presadzovania a rozvoja osvedčených postupov než legislatívnymi zmenami smernice o nekalých obchodných praktikách. Preto podporí primerané a jednotné presadzovanie, napríklad prostredníctvom vytvorenia usmernenia o tejto otázke, ako sa uvádza v Európskom programe pre spotrebiteľov.⁹⁴

Komisia v súvislosti s prebiehajúcimi prácami na akčnom pláne pre trvalo udržateľnú spotrebu a výrobu⁹⁵ však hodnotí, ako môže ďalší rozvoj súčasných vedeckých noriem

⁹⁰ Napr. Francúzsko.

⁹¹ Belgicko, Francúzsko, Litva, Portugalsko, Slovinsko.

⁹² Všeobecne používané výrazy sú napríklad: „ekologický, biologicky odbúrateľný, s neutrálnou uhlíkovou bilanciou, zelený, trvalo udržateľný, prírodný, energeticky účinný, netoxický, nízkouhlíkový, bez znečisťujúcich látok, čistý, s nulovými emisiami, etický a spravodlivý“.

⁹³ Napr. BEUC.

⁹⁴ Napríklad v Spojenom kráľovstve úrad pre kontrolu reklamy (Advertising Standard Authority – ASA) prijal a dôkladne preskúmal veľký počet sťažností, ktoré sa týkali takisto environmentálnych tvrdení. Pozri okrem toho časť 4 o presadzovaní.

⁹⁵ Európska komisia predstavila 16. júla 2008 akčný plán pre trvalo udržateľnú spotrebu a výrobu a trvalo udržateľnú priemyselnú politiku. Komisia začala 11. januára 2012 verejnú konzultáciu na tému „Zabezpečenie trvalo udržateľnej spotreby a výroby“. Viac informácií na: http://ec.europa.eu/environment/eussd/escp_en.htm.

prispieť k overiteľnosti ekologických tvrdení. Uvažuje sa najmä o možnostiach, ktoré by umožnili vytvorenie „ekologickej stopy“ produktov (t. j. jednotné formáty/normy, ktoré umožnia porovnanie produktov s rovnakou funkciou). Na základe toho sa bude uvažovať o prijatí primeraných opatrení.

Na európskom spotrebiteľskom samite, ktorý sa konal 29. mája 2012, sa podrobne diskutovalo o environmentálnych tvrdeniach a získali sa informácie o situácii na rôznych trhoch EÚ a o pokroku v tejto oblasti.⁹⁶

3.4.2. Nástroje zákazníckeho hodnotenia a webové stránky na porovnanie cien

Medzi výhodami, ktoré môže spotrebiteľom poskytnúť rozvoj on-line trhu v EÚ, sú aj cenová úspora a výber. Vyhľadávacie nástroje, webové stránky na porovnávanie cien a produktov, zákaznícke hodnotenia a sociálne médiá sú nástroje, ktoré sa stávajú pevnou súčasťou správania spotrebiteľov a obchodných modelov.⁹⁷ V roku 2010 štyria z piatich európskych on-line spotrebiteľov (81 %) využili webovú stránku na porovnanie cien.⁹⁸ Také nástroje však môžu prispieť k zvýšeniu dôvery spotrebiteľov len vtedy, ak poskytujú informácie v jasnej, transparentnej a presnej forme.

Smernica obsahuje rôzne ustanovenia, ktoré sa môžu uplatňovať na webové stránky na porovnávanie cien a nástroje zákazníckeho hodnotenia.

- Ustanovenia článkov 6 a 7 zabraňujú obchodníkom vyžívať webové stránky umožňujúce porovnávanie cien na poskytovanie klamlivých tvrdení, v ktorých chýbajú vecné informácie okrem iného o cene a/alebo dostupnosti produktov a služieb.
- V bode 18 prílohy I sa za každých okolností zakazuje praktika: *„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.“*
- V smernici sa takisto ustanovuje, že je nevyhnutná jednoznačnosť, pokiaľ ide o otázku nezávislosti webovej stránky na porovnávanie cien, ktorej prevádzkovateľom alebo (priamym alebo nepriamym) sponzorom je obchodník (pozri článok 6 ods. 1 písm. c) a f) a článok 7). V tejto súvislosti sa v ustanovení bodu 22 prílohy I k smernici za každých okolností zakazuje *„nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že obchodník nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom,*

⁹⁶ Európska komisia usporiadala na európskom spotrebiteľskom samite, ktorý sa konal 29. mája 2012, seminár o klamlivom uvádzaní nepravdivých údajov o ekologickosti výrobkov (greenwashing) a klamlivých environmentálnych tvrdeniach. Tento seminár bol prvým krokom v procese, ktorý poskytne impulzy pre úvahy o environmentálnych tvrdeniach na úrovni EÚ. Viac informácií na: <http://www.european-consumer-summit.eu/>.

⁹⁷ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie *„Bringing e-commerce benefits to consumers“* (Poskytnúť spotrebiteľom výhody elektronického obchodu), sprievodný dokument oznámenia Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov *Koherentný rámec na posilnenie dôvery v jednotný digitálny trh elektronického obchodu a online služieb*, v Bruseli, 11.1.2012 (SEC(2011) 1640 final), s. 19. Zákazníci používajú rôzne spôsoby prieskumu, aby získali dostatok informácií skôr, než sa rozhodnú kúpiť tovar on-line. V prvých troch krokoch v rámci svojho prieskumu 31 % zákazníkov navštívi webové stránky predávajúcich, 30 % využije vyhľadávací nástroj, 27 % využije webovú stránku na porovnanie cien a 24 % navštívi obchodné miesto on-line, kým 24 % si prečíta hodnotenie zákazníkov.

⁹⁸ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie *„Bringing e-commerce benefits to consumers“* (Poskytnúť spotrebiteľom výhody elektronického obchodu), v Bruseli, 11.1.2012 (SEC(2011) 1640 final), s. 20. V rozpore s ustanoveniami článku 5 smernice o elektronickom obchode sa na mnohých webových stránkach na porovnanie cien (53 %) neuvádza úplná adresa ich sídla, pozri s. 22.

*podnikáním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ*⁹⁹.

Z dôkazov, ktoré má Komisia k dispozícii, je zrejmé, že napriek takému komplexnému právnemu rámcu je pre spotrebiteľov problematické porovnávať ceny a kvalitu rôznych ponúkaných tovarov a problémy, ktorým čelia, oslabujú ich dôveru k webovým stránkam na porovnávanie cien.

Rôzne zainteresované strany⁹⁹ uvádzajú problémy s týmito webovými stránkami, najmä v súvislosti s transparentnosťou a neúplnosťou poskytnutých informácií. Európska organizácia spotrebiteľov (BEUC) zdôrazňuje, že v oblasti leteckej dopravy je táto otázka veľmi vážna. Jeden členský štát¹⁰⁰ uznáva, že na týchto webových stránkach sa často uvádzajú neúplné informácie o cene a vzhľadom na to je akékoľvek porovnanie nespravodlivé.

Z pracovného dokumentu útvarov Komisie „*Bringing E-commerce Benefits to Consumers*“ (Poskytnúť spotrebiteľom výhody elektronického obchodu) vyplýva, že informácie, ktoré sa spotrebiteľom poskytujú prostredníctvom sprostredkovateľov informácií, napríklad prostredníctvom webových stránok na porovnávanie cien, sú často čiastočné a niekedy klamlivé a nesprávne, najmä pokiaľ ide o cenu, či maloobchodník zaplatil za uvedenie svojho produktu do zoznamu, kritériá hodnotenia ponuky alebo náklady na dodanie.

Skúsenosti s presadzovaním potvrdzujú, že príčinou jedného z hlavných problémov je, že na uvedených webových stránkach sa neuvádza jasne totožnosť obchodníka, ktorý stránku prevádzkuje, a/alebo či maloobchodníci zaplatili za uvedenie svojich produktov a služieb na stránke (t. j. či je stránka sponzorovaná). Zdá sa, že skrytá reklama má vplyv nielen na tieto webové stránky, ale na nástroje zákaznickeho hodnotenia vo všeobecnosti. Webové stránky, na ktorých sa uvádzajú zákaznicke hodnotenia, sú často kritizované za hodnotenia, ktoré sa zdanlivo zakladajú na nezaujatom názore spotrebiteľov, v skutočnosti však poskytujú skrytú reklamu.¹⁰¹

Napríklad v jednom členskom štáte sa v rámci preskúmania spôsobu zákaznickeho porovnávanía cien na maloobchodnom trhu s energiou zistilo, že viacero webových stránok navádzalo spotrebiteľov, aby ich považovali za webové stránky na porovnávanie cien, aj keď také neboli.¹⁰² V ďalšom prípade súdy členského štátu uložili pokutu spoločnosti, ktorá prevádzkuje webové stránky na rezerváciu hotelových izieb, a jej siedmim pobočkám, za porušenie predpisov o nekalých obchodných praktikách. Na týchto webových stránkach sa tvrdilo, že poskytujú porovnanie najlepších ponúk a dostupnosť, namiesto toho však nasmerovali rezervácie k „partnerským hotelom“ na úkor „nepartnerských hotelov“.¹⁰³

Na účel riešenia problémov, ktoré sa zistili v súvislosti s webovými stránkami na porovnávanie cien a nástrojmi zákaznickeho hodnotenia, je nevyhnutné rozhodné presadzovanie práva. Komisia posúdi, ako môže v súlade so zmluvami hrať aktívnejšiu úlohu pri podporovaní koherentného uplatňovania smernice, najmä pokiaľ ide o nekalé praktiky s cezhraničným rozmerom, ako napríklad praktiky v prostredí on-line a praktiky, v súvislosti s

⁹⁹ 5 spotrebiteľských združení, 7 podnikateľských organizácií a 4 ESC.

¹⁰⁰ Holandsko.

¹⁰¹ Pozri pracovný dokument útvarov Komisie o aspektoch rozširovania znalostí o právach spotrebiteľov (*Knowledge Enhancing Aspects of Consumer Empowerment 2012-2014*), 19. 7. 2012, SWD (2012) 235 final.

¹⁰² Office of Fair Trading, Spojené kráľovstvo, vec: CRE-E-26547, 26555, 26759, 26760, 26761, január 2011, <http://www.offt.gov.uk/OFTwork/consumer-enforcement/consumer-enforcement-completed/heating-oil/>.

¹⁰³ Tribunal de Commerce, 4. október 2011, *Synhorcat et autres/Expedia et autres*.

ktorými vyvstávajú všeobecné otázky v oblasti presadzovania. Ako sa uvádza v oznámení o elektronickom obchode z januára 2012, Komisia sa bude prostredníctvom priameho dialógu so zainteresovanými stranami zaoberať aj otázkou transparentnosti a spoľahlivosti porovnávacích nástrojov, a výsledkom by prípadne mohlo byť vypracovanie etických kódexov a/alebo európskeho usmernenia.¹⁰⁴

Ako sa uvádza v pracovnom dokumente útvarov Komisie „*Bringing e-commerce benefits to consumers*“ (*Poskytnúť spotrebiteľom výhody elektronického obchodu*), zdá sa, že prevládajúcim faktorom v rozhodnutí nakupovať on-line je cena, za ňou nasleduje vnímaná úspora času, možnosť jednoduchého porovnania cien, pružnosť objednávania v ktoromkoľvek čase cez deň/týždeň a širší výber on-line. Informácie o cenách a ostatné kľúčové informácie by sa mali poskytovať priamo, jasne a jednoducho, aby spotrebiteľia neboli zavádzaní. Skutočnosť, že spotrebiteľia v takom veľkom rozsahu využívajú uvedené webové stránky, aby pred prijatím rozhodnutia získali potrebné informácie, znásobuje celkovú ujmu, ktorá spotrebiteľom vzniká.

Pri uplatňovaní smernice v EÚ je potrebné venovať v budúcnosti osobitnú pozornosť rozsiahlejšiemu zapojeniu sociálnych sietí do reklamy on-line. Na základe tretej generácie modelov internetovej reklamy (t. j. „e-commerce 3.0“) sa sociálne siete čoraz častejšie stávajú platformami, do ktorých spoločnosti investujú, aby si získali zákazníkov. Okrem toho, čo možno očakávať od tradičnejších foriem on-line reklamy (napr. webové stránky spoločností), môžu sociálne médiá, prostredníctvom ktorých si zákazníci s priateľmi a rodinnými príslušníkmi vymieňajú ponuky, ktoré sa im páčia, zabezpečiť obchodníkom tzv. sieťový efekt ich on-line reklamy a poskytnúť im užitočné informácie o správaní/preferenciách spotrebiteľov. Opatrenie na presadzovanie práva by sa preto malo zamerať na zabezpečenie, aby nové modely reklamy ostali v súlade so smernicou, najmä pokiaľ ide o tzv. skrytú reklamu a informácie o produktoch.

3.4.3. Článok 3 ods. 9 – uplatňovanie smernice v oblasti finančných služieb a nehnuteľností

Ako sa uvádza v časti 2.4 tejto správy, na základe článku 3 ods. 9¹⁰⁵ smernice o nekalých obchodných praktikách sa v oblasti finančných služieb a nehnuteľností uplatňuje minimálna harmonizácia.¹⁰⁶ V článku 18 uvedenej smernice sa ustanovuje, že Komisia predloží správu o uplatňovaní smernice v týchto oblastiach, najmä o otázke, či je potrebné zachovať výnimku z úplnej harmonizácie uvedenú v článku 3 ods. 9. Komisia na tieto účely iniciovala štúdiu o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách v oblasti finančných služieb a nehnuteľností¹⁰⁷. Štúdia sa realizovala v roku 2011 až do začiatku roka 2012 a zakladá sa na rozsiahlych konzultáciách s členskými štátmi a zainteresovanými stranami.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Pozri oznámenie o elektronickom obchode (strana 10).

¹⁰⁵ Článok 3 ods. 9 smernice o nekalých obchodných praktikách: „*Vo vzťahu k finančným službám definovaným v smernici 2002/65/ES a vo vzťahu k nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktorú sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje.*“

¹⁰⁶ Úplne harmonizované predpisy ustanovuje napríklad smernica 2007/64/ES v oblasti platobných služieb a smernica 2008/48/ES v oblasti spotrebiteľského úveru.

¹⁰⁷ Pozri *Štúdiu o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách v sektoroch finančných služieb a nehnuteľného majetku*, ktorú vypracovala konzultačná spoločnosť Civic Consulting v mene Európskej komisie, GR pre spravodlivosť, v roku 2012 a ktorá je dostupná na adrese: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

¹⁰⁸ Organizácie, ako napríklad vnútroštátne orgány presadzovania práva, vnútroštátne spotrebiteľské organizácie a ombudsmani, ako aj vybraní predstavitelia akademickej obce a zainteresované strany na úrovni EÚ, ako napríklad Európska banková federácia (EBF), Európsky výbor pre poisťovníctvo (CEA) a Európska organizácia spotrebiteľov (BEUC).

Z dôkazov, ktoré sa získali v rámci štúdie, vyplýva, že sa často používa výnimka uvedená v článku 3 ods. 9. Inými slovami, väčšina členských štátov si ponechala alebo prijala právne predpisy v oblasti finančných služieb a nehnuteľností, ktoré presahujú normy ustanovené smernicou o nekalých obchodných praktikách.

Väčšina týchto dodatočných pravidiel pozostáva z povinností, ktoré sa týkajú informácií pred a pri uzatvorení zmluvy a ktoré sú špecifické pre dané odvetvie.¹⁰⁹ Navyše veľký počet zákazov sa týka najmä priameho predaja a propagačných praktík,¹¹⁰ praktík, ktoré využívajú mimoriadnu zraniteľnosť,¹¹¹ alebo predchádzania konfliktu záujmov.¹¹² Napríklad v Rakúsku je zakázaný podomový predaj hypotekárnych úverov, kým v Taliansku je zakázané zviazať zmluvu o povinnom poistení zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorových vozidiel s inými poisťovacími službami. V Dánsku sa zakazuje previazať niekoľko služieb v oblasti nehnuteľností.

V tejto súvislosti je potrebné uviesť, že Súdny dvor EÚ v súčasnosti rozhoduje vo *veci C-265/12 (Citroën Belux NV)* o otázke, či členské štáty môžu zakázať previazanie, keď aspoň jeden produkt/služba má finančný charakter. V tejto veci bude potrebné, aby Súdny dvor EÚ objasnil najmä rozsah výnimky uvedenej v článku 3 ods. 9.

V súvislosti s finančnými službami aj nehnuteľnosťami sa ako najčastejšie používané nekalé praktiky (v zmysle smernice o nekalých obchodných praktikách) uvádzajú nedostatočné základné informácie vo fáze reklamy a klamlivý opis produktu.

Pokiaľ ide o finančné služby, medzi najviac uvádzanými praktikami boli nedostatočné informácie, ktoré sa v reklame uvádzajú o ročnej sadzbe a úverových nákladoch, ponuky s klamlivými dojednaniami úverových zmlúv s nízkou úrokovou sadzbou a nedostatočné náležité informácie o zákonných povinnostiach súvisiacich s uzatvorením zmlúv.¹¹³ Pokiaľ ide o nehnuteľnosti, uvádzajú sa napríklad tieto praktiky: nesprávny opis vlastností nehnuteľnosti, chýbajúca transparentnosť vo vzťahu k nákladom na nehnuteľnosť a príslušným daniam, vábivá reklama, agresívne praktiky realitných agentov, ako napríklad nútenie spotrebiteľov, aby s agentom uzatvorili exkluzívnu zmluvu o predaji svojej nehnuteľnosti.

Komisia dostala mnoho sťažností, listov občanov, parlamentných otázok a petícií týkajúcich sa problémov súvisiacich s kúpou nehnuteľnosti na Cypre, v Bulharsku a Španielsku. Na

¹⁰⁹ Napr. pokiaľ ide o finančné služby, osobitné požiadavky týkajúce sa informácií v bankovom sektore (ako napríklad v súvislosti s poskytnutím zabezpečeného úveru tretej osobe v Nemecku alebo reklama na služby zmenárni v Španielsku), investičné služby, poistenie, finančné sprostredkovanie. V súvislosti s nehnuteľnosťami požiadavky na informácie týkajúce sa kúpy nehnuteľnosti, samotnej transakcie, realitného agenta a stavebných zmlúv.

¹¹⁰ Napr. v Rakúsku zákaz nedohodnutých obchodných telefónnych hovorov, nevyžiadanych e-mailov, podomový predaj hypotekárnych úverov a zákaz, aby si realitní agenti ponechávali peniaze bez zákonného dôvodu, v Holandsku zákaz podomového predaja peňažných úverov, v Belgicku a Francúzsku zákaz spojených ponúk.

¹¹¹ Napr. vo väčšine členských štátov zákaz úžernických úverov, vo Francúzsku zákaz uvádzať v reklame, že pôžičku možno poskytnúť bez listinného dôkazu preukazujúceho finančnú situáciu spotrebiteľa, alebo v Rakúsku zákaz vydania platobných kariet maloletým osobám bez predchádzajúceho súhlasu ich zákonných zástupcov.

¹¹² Napr. v Dánsku je zakázané, aby banky financovali svojim klientom kúpu cenných papierov vydaných samotnou bankou; vo Francúzsku je zakázané, aby banky zabránili svojim klientom využiť iného poskytovateľa úverového poistenia (iného ako toho, ktorého poskytne daná banka), keď je úroveň ponúkanej záruky podobná.

¹¹³ Je potrebné uviesť, že na úvery súvisiace s nehnuteľnosťami sa nevzťahuje smernica 2008/48/ES o zmluvách o spotrebiteľskom úvere a že Komisia prijala 31. marca 2011 návrh smernice Európskeho parlamentu a Rady o úverových zmluvách týkajúcich sa obytných nehnuteľností.

Cypre a v Bulharsku sa stavitelia zúčastňujú na klamlivej reklame prostredníctvom rôznych nesprávnych výkladov vlastností nehnuteľností, a najmä tým, že neuvedú, že na predávanú nehnuteľnosť sa bude naďalej vzťahovať predchádzajúca hypotéka za súčasné a budúce bankové pôžičky stavitel'ov. Komisia je v súčasnosti v kontakte s cyperskými a bulharskými orgánmi s cieľom nájsť riešenie tohto problému. V Španielsku problémy len v obmedzenom rozsahu súvisia s klamlivou reklamou/klamlivými praktikami v zmysle smernice a týkajú sa najmä vzťahu medzi spotrebiteľmi a miestnymi orgánmi, ako napríklad nezrovnalosti pri udelení stavebných licencií, alebo uloženia urbanizačných poplatkov cudzím štátnym príslušníkom za vypracovanie nových projektov.

Napriek rozsiahlym vnútroštátnym predpisom je potrebné uviesť, že minimálne v polovičnom počte prípadov, ktoré sa v členských štátoch posudzovali v súvislosti s nekalými praktikami v oblasti finančných služieb a nehnuteľností, sa ako právny základ použili ustanovenia smernice (klamlivé činnosti, opomenutie, agresívne praktiky, niekedy spolu s praktikami uvedenými v zozname zakázaných praktík). V druhej polovici prípadov sa uplatnili normatívne vnútroštátne predpisy.¹¹⁴

Napríklad v poisťovníctve sa uplatňuje bod 27 prílohy I na situácie, keď poisťovne odmietajú nároky na platby spotrebiteľ'ov, ktorí si chcú uplatniť nárok na náhradu podľa poistnej zmluvy, pričom ich nútia predložiť dokumenty, ktoré nemožno opodstatnene považovať za relevantné na preukázanie platnosti požiadavky. Poskytovatelia v týchto prípadoch systematicky nereagovali na vecnú korešpondenciu s cieľom odradiť spotrebiteľ'ov od uplatňovania svojich zmluvných práv.¹¹⁵

Z výsledkov prieskumu, ktorý sa vykonal v oblasti finančných služieb a nehnuteľností, vyplýva, že by nebolo vhodné odstrániť výnimku podľa článku 3 ods. 9 smernice.¹¹⁶

Hlavné dôvody sú: vyššie finančné riziko v súvislosti s finančnými službami a nehnuteľnosťami (v porovnaní s ostatnými tovarmi a službami); mimoriadna neskúsenosť spotrebiteľ'ov v týchto oblastiach (spolu s chýbajúcou transparentnosťou najmä finančných operácií); mimoriadna zraniteľnosť v oboch odvetviach, ktorá spôsobuje, že spotrebiteľia sú vystavení propagačným praktikám a tlaku; skúsenosti príslušných orgánov presadzovania práva vo finančnej oblasti s vnútroštátnym systémom; a napokon fungovanie a stabilita finančných trhov ako takých.

Orgány presadzovania a ostatné zainteresované strany, ktoré zareagovali na konzultácie,¹¹⁷ dospeli k podobnému záveru. Veľká väčšina organizácií v odvetví finančných služieb

¹¹⁴ Pozri *Štúdiu o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách v sektoroch finančných služieb a nehnuteľného majetku*, ktorú vypracovala konzultačná spoločnosť Civic Consulting v mene Európskej komisie, GR pre spravodlivosť, v roku 2012 a ktorá je dostupná na adrese: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

¹¹⁵ Prípady oznámené v Portugalsku, pozri štúdiu o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách na finančné služby a nehnuteľnosti v EÚ, 2012.

¹¹⁶ V štúdiu sa uvádza, že „možnosť prijať alebo ponechať si prísnejšie ustanovenia ako ustanovenia smernice poskytuje členským štátom pružnosť potrebnú na riešenie novo vzniknutých (nekalých) obchodných praktík, ktoré reagujú na osobitosti vnútroštátnych právnych predpisov v oblasti finančných služieb a nehnuteľností, a odstránením článku 3 ods. 9 by sa poškodili dobre fungujúce systémy presadzovania práva a znížila by sa úroveň ochrany spotrebiteľa...“.

¹¹⁷ Medzi respondentmi bola Európska organizácia spotrebiteľ'ov BEUC a niektoré vnútroštátne združenia spotrebiteľ'ov. Jedným zo zistení štúdie je, že osobitné vnútroštátne povinnosti poskytovať informácie sa spravidla uplatňujú bez ohľadu na to, či môžu byť pre spotrebiteľa klamlivé, a preto s nimi môžu orgány, súdy, podniky a takisto spotrebiteľia ľahšie manipulovať. Často patria do iného systému presadzovania práva. Z prieskumu vyplýva, že existujúce predpisy sa uprednostňujú v tých členských štátoch, v ktorých už je zavedená povinnosť poskytovať informácie. Týka sa to odvetvia finančných služieb aj odvetvia nehnuteľností.

a nehnuteľností, ktoré sa zúčastnili na prieskume, sa domnieva, že je veľmi alebo dosť dôležité ponechať výnimku podľa článku 3 ods. 9 smernice o nekalých obchodných praktikách.

4. PRESADZOVANIE UPLATŇOVANIA SMERNICE

4.1. Presadzovanie v členských štátoch

Smernicou sa neharmonizujú systémy presadzovania práva. Podľa ustanovení článku 11 smernice o nekalých obchodných praktikách si členské štáty vyberú mechanizmus presadzovania, ktorý najlepšie zodpovedá ich právnej tradícii, pokiaľ zabezpečia primerané a účinné prostriedky na zabránenie nekalým obchodným praktikám. Na základe ustanovení článku 13 smernice o nekalých obchodných praktikách majú členské štáty takisto možnosť rozhodnúť sa, ktorý druh sankcií uplatnia, pokiaľ sú uvedené sankcie „účinné, primerané a odradzujúce“.

Úloha Komisie pri celkovom presadzovaní smernice je rozhodujúca, keďže musí zabezpečiť náležité a účinné uplatňovanie smernice vo všetkých členských štátoch.

Členské štáty zaviedli rôzne systémy presadzovania. V niektorých krajinách vykonávajú presadzovanie najmä orgány verejnej moci, ako napríklad ombudsmani pre spotrebiteľov (napr. v Dánsku, Švédsku a Fínsku), úrad na ochranu spotrebiteľov/hospodárskej súťaže (napr. v Taliansku, Írsku, Holandsku, Rumunsku a Spojenom kráľovstve) a určené oddelenia ministerstiev (napr. v Portugalsku a Belgicku). Ostatné členské štáty používajú súkromné systémy presadzovania, v ktorých majú hlavnú úlohu konkurenti (napr. v Rakúsku a Nemecku). Vo väčšine systémov sa však spájajú prvky presadzovania práva prostredníctvom verejnoprávnych aj súkromnoprávnych prostriedkov. Medzi uplatňovanými sankciami sú súdne príkazy, odškodné, správne poplatky a trestnoprávne sankcie a vo väčšine členských štátov sa uplatňuje spojenie všetkých uvedených sankcií.¹¹⁸

Členské štáty a zainteresované strany sa domnievajú, že presadzovanie smernice v členských štátoch je na vnútroštátnej úrovni vo všeobecnosti primerané a účinné. Podľa niektorých však primerané presadzovanie na vnútroštátnej úrovni môže sťažovať nedostatok zdrojov vnútroštátnych orgánov presadzovania, zložitost'/dĺžka postupu presadzovania a nedostatočný odstrašujúci účinok sankcií. Jeden členský štát¹¹⁹ a rôzne spotrebiteľské združenia¹²⁰ požadujú prísnejšie sankcie¹²¹ a v niektorých prípadoch aj kolektívne uplatňovanie nárokov na nápravu.

Niektoré členské štáty a zainteresované strany potvrdili, že táto situácia má vplyv aj na účinné presadzovanie právnych predpisov na cezhraničnej úrovni. V rámci konzultácií sa zistilo, že pokiaľ ide o prípady cezhraničných nekalých obchodných praktík, rýchla a účinná reakcia vzhľadom na obmedzenia, ktoré predstavujú jurisdikčné hranice, je pre orgány presadzovania skutočnou výzvou. Navyše dostupné zdroje sú obmedzené.

¹¹⁸ Viac informácií a príkladov systémov presadzovania a sankcií v členských štátoch je k dispozícii v databáze smernice o nekalých obchodných praktikách v príslušnej časti pre konkrétnu krajinu označenej ako „*enforcement fiche*“ na webovej stránke <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/>.

¹¹⁹ Belgicko.

¹²⁰ BEUC, Citizens Advice (UK), CLCV (Consommation, Logement, Cadre de Vie - FR), Which (UK).

¹²¹ V záujme zlepšenia tohto aspektu napríklad Taliansko nedávno zvýšilo maximálnu výšku sankcie za porušenie smernice desaťnásobne, z 500 000 EUR na 5 miliónov EUR.

Zo štatistických údajov uvedených v správe o uplatňovaní nariadenia CPC¹²² vyplýva, že na smernicu o nekalých obchodných praktikách pripadá v rámci jednotlivých právnych predpisov najväčší počet žiadostí o vzájomnú pomoc. V období rokov 2007 – 2010 sa z 1 343 opatrení uskutočnených na základe CPC až 654 opatrení (48,7 %) týkalo porušenia smernice o nekalých obchodných praktikách. Zvyšné žiadosti sa týkali porušenia ďalších 14 smerníc (napr. smernice 1999/44/ES o predaji spotrebného tovaru a súvisiacich zárukách) a jedného nariadenia.

V rámci siete CPC sa od jej vzniku okrem dvojstrannej spolupráce v oblasti presadzovania smernice uskutočňovali aj každoročné kontrolné akcie na presadzovanie smernice nazvané „sweep“, pričom túto činnosť koordinovala Komisia. Orgány presadzovania v rámci akcie „sweep“ súbežne kontrolujú vzorku webových stránok v danom odvetví, pričom zisťujú ich súlad s právnymi predpismi EÚ na ochranu spotrebiteľov a v druhej fáze, ak je to potrebné, prijímajú primerané opatrenia na presadzovanie týchto predpisov. Doposiaľ sa dokončilo päť takýchto akcií, ktoré prispeli k zlepšeniu súladu v cieľných odvetviach (webové stránky ponúkajúce predaj leteniek, vyzváňacích tónov pre mobilné telefóny, elektronického tovaru, vstupeniek na športové a kultúrne podujatia a spotrebných úverov). Orgány skontrolovali približne 2 200 webových stránok v rôznych odvetviach. Na základe opatrení prijatých vnútroštátnymi orgánmi presadzovania práva sa opravilo priemerne 80 % webových stránok, v súvislosti s ktorými sa zistilo porušenie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľov. Výsledky prvej fázy kontroly digitálneho obsahu v rámci akcie „sweep“, vykonanej v roku 2012, potvrdzujú podobnú mieru nesúladu ako pri predchádzajúcich kontrolách typu „sweep“. Vnútroštátne orgány v súčasnosti realizujú ďalšie opatrenia na presadzovanie práva, aby príslušné spoločnosti mali možnosť objasniť svoju pozíciu alebo urobiť príslušné úpravy na svojich webových stránkach¹²³

Aj keď nie sú k dispozícii konsolidované údaje o počte rozhodnutí vnútroštátnych orgánov presadzovania a o počte uložených sankcií, môžeme uviesť tieto reprezentatívne príklady: odo dňa nadobudnutia účinnosti smernice do polovice roka 2011 prijal taliansky Úrad pre ochranu hospodárskej súťaže viac ako 700 rozhodnutí a uložil správne pokuty v celkovej výške 91 miliónov EUR; francúzske Generálne riaditeľstvo pre hospodársku súťaž, ochranu spotrebiteľa a boj proti podvodom (DGCCRF) uverejnilo 1 251 správ¹²⁴ a uložilo príslušné pokuty vo výške približne 1,7 milióna EUR;¹²⁵ lotyšské Centrum pre ochranu práv spotrebiteľov prijalo 154 záväzných rozhodnutí a uložilo sankcie vo výške 159 400 EUR; fínsky ombudsman pre spotrebiteľov inicioval 8 súdnych konaní; írsky Národný úrad pre

¹²² V nariadení o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa sa ustanovuje rámec spolupráce, ktorý spája orgány presadzovania v členských štátoch s cieľom vytvoriť celoeurópsku sieť (sieť CPC). Tento rámec umožňuje orgánom presadzovania úzko spolupracovať s cieľom rýchlo a účinne zastaviť obchodné praktiky, ktoré porušujú právne predpisy v oblasti ochrany spotrebiteľa, a to v prípadoch, keď obchodníci a spotrebiteľia majú sídlo v rôznych krajinách. Sieť zahŕňa orgány presadzujúce záujmy spotrebiteľov všetkých členských štátov (ako aj Nórska a Islandu). Pozri správu Komisie Európskemu parlamentu a Rade o uplatňovaní nariadenia 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), COM(2012) 100 v konečnom znení, 12. 3. 2012; k dispozícii na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0336:FIN:EN:PDF>.

¹²³ Výsledky prvej fázy kontroly digitálneho obsahu v rámci akcie „sweep“ z roku 2012 sú k dispozícii na http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/digital_content/index_en.htm.

¹²⁴ „Procès verbaux“.

¹²⁵ Francúzske DGCCRF uverejnilo 1 195 správ o klamlivých praktikách, v súvislosti s ktorými súdy uložili finančné sankcie vo výške 73 820 EUR a generálne riaditeľstvo priamo uložilo sankcie vo výške 1 649 451 EUR, a 56 správ o agresívnych praktikách, v súvislosti s ktorými súdy uložili sankcie vo výške 15 000 EUR.

ochranu spotrebiteľov vymohol 14 záväzkov, vydal 116 oznámení o súlade, 2 zákazy a začal 2 trestné stíhanie; Slovenská obchodná inšpekcia vydala 46 správnych rozhodnutí a uložila pokuty vo výške celkovo 151 800 EUR; a napokon vo Švédsku bolo vynesených 18 rozsudkov súdu a 52 súdnych príkazov.

Je potrebné vyvinúť ďalšie úsilie v oblasti presadzovania smernice s cieľom zabezpečiť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľov najmä na cezhraničnej, ale aj na vnútroštátnej úrovni. Tento záver sa zakladá na skúsenostiach Komisie so spoluprácou s vnútroštátnymi orgánmi, na spätnej väzbe od európskych spotrebiteľských centier¹²⁶ a ostatných zainteresovaných strán a na ostatných dostupných zdrojoch (najmä správach o uplatňovaní nariadenia CPC).¹²⁷

4.2. Samoregulácia

V smernici o nekalých obchodných praktikách sa presadzuje zásada, že samoregulácia môže podporiť súdne a správne presadzovanie právnych predpisov a spresňuje úlohu, ktorú môžu zohrať tvorcovia kódexu správania pri presadzovaní.¹²⁸

Ako vyplýva zo skúseností nadobudnutých v rámci niektorých právnych systémov,¹²⁹ samoregulačné orgány môžu prispieť k zvýšeniu súladu s právnymi normami a zmenšiť záťaž verejných orgánov presadzovania. Členské štáty môžu využiť samoregulačné urovanie sporov s cieľom zvýšiť úroveň ochrany spotrebiteľov a maximalizovať súlad s právnymi predpismi a najlepšimi trhovými postupmi.

Smernica však potvrdzuje skutočnosť, že samoregulácia nemôže nahradiť súdne ani správne prostriedky presadzovania právnych predpisov. Okrem toho sa smernica posilňuje účinnosť kódexov správania tým, že členským štátom ustanovuje povinnosť presadzovať samoregulačné pravidlá v prípade obchodníkov, ktorí sa zaviazali dodržiavať platné kódexy.¹³⁰

5. PREHĽAD PRÍNOSOV SMERNICE

Zo skúseností z prvých rokov vykonávania smernice vyplýva, že prispela k zvýšeniu ochrany spotrebiteľov v členských štátoch, pričom chránila oprávnené podniky pred konkurentmi, ktorí nedodržiavali pravidlá.

¹²⁶ ESC v Belgicku, Českej republike, Portugalsku a Spojenom kráľovstve oznámili problémy v oblasti presadzovania v cezhraničných prípadoch (z ktorých vyplýva, že buď je potrebné zlepšiť spoluprácu medzi vnútroštátnymi orgánmi, alebo že vnútroštátne súdy neriešia primerane cezhraničné prípady). ESC v Estónsku, Fínsku, Írsku, Lotyšsku, Poľsku a Švédsku sa domnievajú, že súčasné vnútroštátne právomoci v oblasti presadzovania, sankcie a náprava nie sú primerané.

¹²⁷ Pozri napríklad druhú dvojročnú správu Komisie Európskemu parlamentu a Rade o uplatňovaní nariadenia 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). Pozri s. 9 správy: „Počet orgánov, ktoré aktívne nevyužívajú mechanizmy spolupráce zavedené nariadením CPC, je naďalej vysoký.“ Nemožno vylúčiť, že aj keď je smernica o nekalých obchodných praktikách najviac používaný právny základ pre opatrenia CPC, počet žiadostí o vzájomnú pomoc podľa tejto smernice ostane pre taký druh horizontálnych a zahŕňajúcich právnych predpisov naďalej nízky.

¹²⁸ Pozri článok 10 smernice o nekalých obchodných praktikách.

¹²⁹ Napríklad úrad pre kontrolu reklamy (Advertising Standard Authority – ASA) v Spojenom kráľovstve v prvom polroku 2010 prijal a dôkladne posúdil 14 596 sťažností, z ktorých sa v 6 542 prípadoch začalo konanie. Počet sťažností z minulých rokov sa znižuje (približne o 10 %), a to možno vysvetliť tým, že na základe úsilia ASA sa zvýšil súlad. Počty, rozhodnutia a konania sú uvedené vo výročných správach o činnosti ASA na webovej stránke: <http://www.asa.org.uk/About-ASA/Annual-Report.aspx>.

¹³⁰ Pozri článok 6 ods. 2 písm. b) smernice o nekalých obchodných praktikách.

Vnútroštátne orgány dohľadu nad dodržiavaním právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľov spravidla obmedzujú rôzne nekalé obchodné praktiky a ukladajú za ne sankcie.¹³¹ Smernica o nekalých obchodných praktikách je jediným všeobecným nástrojom právnych predpisov EÚ na posúdenie environmentálnych tvrdení alebo agresívnych praktík.

Pravidlá smernice založené na zásadách sa preukázali ako mimoriadne účinné, keďže umožňujú členským štátom prispôbovať posudzovanie rýchleho vývoju produktov, služieb a metód predaja. Zoznam zakázaných praktík poskytuje vnútroštátnym orgánom účinný nástroj na riešenie bežných nekalých praktík ako vábivá reklama,¹³² falošné ponuky tovaru alebo služieb zadarmo, skrytá reklama a priame nabádanie detí. Ustanovenia „čiernej listiny“ sa uplatňujú aj pri boji proti nekalým praktikám v oblasti finančných služieb a nehnuteľností.

Tento právny rámec je zároveň vhodný na posúdenie čestnosti nových on-line praktík, ktoré vznikajú súčasne so vznikom reklamných postupov. Na jeho základe možno zabezpečiť rýchlu reakciu orgánov presadzovania práva na prípady zneužitia prostredníctvom nových bežne používaných nástrojov ako je porovnávanie cien a webové stránky umožňujúce hromadné rezervácie, alebo napríklad vo vzťahu k zvyšujúcemu sa výskytu reklamy na sociálnych sieťach.

Na cezhraničnej úrovni sa približne polovica opatrení prijatých v rámci siete CPC (žiadosti o poskytnutie informácií, výstrahy a žiadosti o presadzovanie práva) týkala porušenia smernice o nekalých obchodných praktikách.¹³³ Sieť CPC navyše na základe ustanovení smernice o nekalých obchodných praktikách uskutočnila niekoľko spoločných akcií v oblasti dohľadu („sweep“) (webové stránky ponúkajúce predaj leteniek, služby on-line pre mobilné telefóny, webové stránky ponúkajúce predaj spotrebného elektronického tovaru).¹³⁴

Zo spolupráce s vnútroštátnymi orgánmi presadzovania a vykonávania prvkov zhromaždených v databáze smernice o nekalých obchodných praktikách je zrejmé, že predpisy sa väčšinou vykladajú jednotným spôsobom. K týmto výsledkom však prispeli aj objasnenia zo strany Súdneho dvora EÚ a Komisie.

Smernicou sa roztrieštené predpisy členských štátov o nekalých obchodných praktikách nahradili jedným súborom pravidiel, čím sa prispelo k odstráneniu prekážok cezhraničného obchodu a zjednodušilo sa regulačné prostredie.

Stratégia Európa 2020 vyzýva k „posilneniu postavenia občanov, aby zohrávali plnohodnotnú úlohu na jednotnom trhu,“ čo „si vyžaduje posilnenie ich schopnosti a dôvery nakupovať tovar a služby cezhranične“. Zdá sa, že vysoká úroveň ochrany spotrebiteľov, ktorá sa stanovuje v smernici, pomáha zvyšovať dôveru spotrebiteľov. Z najnovších dôkazov vyplýva, že v súčasnosti sa viac spotrebiteľov zaujíma o cezhraničné nákupy (52 %, + 19) a sú ochotní minúť viac peňazí cezhranične (18 %, + 5) ako v roku 2006, keď členské štáty ešte smernicu

¹³¹ Pozri časť 4 tejto správy o presadzovaní smernice.

¹³² Pozri bod 5 prílohy I k smernici. Táto zakázaná praktika zahŕňa postup, keď obchodník ponúka spotrebiteľom atraktívne ponuky, pričom vzhľadom na (okrem iného) rozsah reklamy nie je schopný dodať produkt v predpokladanom množstve.

¹³³ V období rokov 2007 – 2010 sa z 1 343 opatrení CPC 654 (48,7 %) týkalo porušenia smernice o nekalých obchodných praktikách. Pozri správu Komisie Európskemu parlamentu a Rade o uplatňovaní nariadenia 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), 12. 3. 2012, COM(2012) 100 v konečnom znení, k dispozícii na:

¹³⁴ http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/docs/comm_biennial_report_2011_en.pdf.

http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm.

netransponovali.¹³⁵ Je však potrebné uznať, že rast cezhraničného online nakupovania ďaleko zaostáva za domácim rastom, takže je zrejmé, že je potrebné vyvíjať väčšie úsilie.¹³⁶ Preto je teraz potrebné klásť dôraz na správne a jednotné uplatňovanie smernice, čo je nevyhnutná podmienka na to, aby občania EÚ a podniky mohli v plnej miere využiť možnosti, ktoré ponúka jednotný trh.

Maloobchod (vrátane elektronického obchodu), odvetvie dopravy, digitálne hospodárstvo a energetika/udržateľnosť sú oblasti, ktoré Komisia určila ako kľúčové oblasti, v ktorých je rastový potenciál jednotného trhu najväčší.¹³⁷ Smernica musí zohrať v tejto súvislosti rozhodujúcu úlohu.

Preto je potrebné vyvíjať ďalšie úsilie, pokiaľ ide o posilnenie presadzovania smernice o nekalých obchodných praktikách. Zdroje členských štátov sú obmedzené a je potrebné zvýšiť odstrašujúci účinok sankcií. Takisto je potrebné zintenzívniť spoluprácu v cezhraničných prípadoch v rozsahu pôsobnosti nariadenia CPC.

Vzhľadom na nevyhnutnosť zintenzívniť činnosť v oblasti presadzovania na cezhraničnej aj vnútroštátnej úrovni je potrebné, aby Komisia plnila **významnejšiu úlohu**, v rámci ktorej spojí sily s členskými štátmi a podporí ich pri uplatňovaní smernice v EÚ. Komisia v tejto súvislosti posúdi, ako môže v súlade so zmluvami zohrať aktívnejšiu úlohu pri podporovaní jednotného uplatňovania smernice, najmä pokiaľ ide o nekalé praktiky s cezhraničným rozmerom, ako napríklad praktiky v prostredí on-line a praktiky, v súvislosti s ktorými čelia orgány presadzovania práva spoločným výzvam.

6. ZÁVERY

Ako sa uvádza v oznámení o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách, ktoré je priložené k tejto správe, zdá sa, že v tejto fáze nie je vhodné smernicu zmeniť. Tento záver odzrkadľuje výsledky konzultácií a predbežné závery vyplývajúce zo skúseností s presadzovaním smernice v členských štátoch, ktoré sú síce významné, avšak zatiaľ priveľmi obmedzené pre taký komplexný právny predpis.

Obavy, ktoré niektoré zainteresované strany vzniesli v súvislosti s uplatňovaním smernice o nekalých obchodných praktikách a ktoré sa týkajú niektorých konkrétnych nekalých obchodných praktík, možno riešiť prostredníctvom iniciatív na zlepšenie presadzovania smernice v členských štátoch. Ako sa uvádza v oznámení, v tejto súvislosti bude potrebné zamerať viac úsilia na kľúčové tematické oblasti, v ktorých sa najčastejšie vyskytujú prípady poškodenia spotrebiteľov a premárnených príležitostí a v ktorých je rastový potenciál jednotného trhu najväčší.

¹³⁵ Pozri Flash Eurobarometer 332 *Consumers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection (Postoje spotrebiteľov k cezhraničnému obchodu a ochrane spotrebiteľa)*, máj 2012, s. 8. V súčasnosti má záujem o cezhraničné nakupovanie viac spotrebiteľov (52 %, + 19) a sú ochotní minúť viac peňazí (18 %, + 5) ako v roku 2006. Zvyšuje sa podiel spotrebiteľov (50 %), ktorí sú ochotní nakupovať tovar alebo služby, pričom využívajú iný jazyk EÚ (+ 17 bodov v porovnaní s rokom 2006). Percentuálny podiel spotrebiteľov, ktorí v nijakom prípade nie sú ochotní vykonať nákup za použitia iného jazyka, sa znížil zo 42 % v roku 2008 na 30 % v roku 2011. Takisto sa podstatne zvýšil podiel Európanov, ktorí uvádzajú, že vedia, kde získať informácie a rady týkajúce sa cezhraničného nakupovania, a to z 24 % v roku 2006 na 39 % v roku 2011.

¹³⁶ V období rokov 2008 – 2010 sa zvýšil podiel obyvateľov, ktorí nakupujú on-line v rámci domáceho elektronického obchodu medzi podnikmi a spotrebiteľmi, z 28 % na 36 %, pričom podiel spotrebiteľov, ktorí nakupujú on-line cezhranične, sa zvýšil zo 6 % na 9 %. Podľa informácií Eurostatu (Štatistika informačnej spoločnosti, 2010) len 9 % európskych spotrebiteľov v roku 2010 uviedlo, že nakupovali on-line cezhranične.

¹³⁷ Pozri *Európsky program pre spotrebiteľov* a oznámenie Európskej komisie „*A new governance pact for a better functioning Single Market*“ (Nový pakt o správe na lepšie fungovanie jednotného trhu).