EURÓPSKA
KOMISIA

V Bruseli 14. 3. 2013
COM(2013) 138 final

OZNÁMENIE KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE A HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU

o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách

Dosahovanie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa
Budovanie dôvery na vnútornom trhu

OZNÁMENIE KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE A HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU

o uplatňovaní smernice o nekalých obchodných praktikách

Dosahovanie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa
Budovanie dôvery na vnútornom trhu

1. ÚVOD

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES[1] o nekalých obchodných praktikách (ďalej len „smernica“) bola prijatá 11. mája 2005 s cieľom umožniť spotrebiteľom využívať prínosy vnútorného trhu tým, že sa ňou odstránili regulačné prekážky, ktoré boli následkom rozdielnych vnútroštátnych pravidiel a ktoré odrádzali podniky od predaja a oslabovali dôveru spotrebiteľov v nákupy v rámci EÚ.

Táto smernica je hlavným všeobecným právnym aktom EÚ upravujúcim pravidlá týkajúce sa klamlivej reklamy a iných nekalých praktík v transakciách medzi podnikom a koncovým zákazníkom (spotrebiteľom). Má široký rozsah uplatňovania, keďže sa uplatňuje na všetky transakcie medzi podnikmi a koncovými zákazníkmi vo všetkých sektoroch. Uplatňuje sa nielen vo fáze reklamy alebo marketingu, ale aj *„počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu“*[2].

Táto smernica poskytuje vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa vo všetkých sektoroch. Funguje ako záchranná sieť pre prípady, na ktoré sa nevzťahujú žiadne iné osobitné sektorové pravidlá EÚ. Zabezpečuje sa ňou, aby spotrebitelia neboli zavádzaní alebo vystavení agresívnemu marketingu a aby všetky tvrdenia obchodníkov v EÚ boli jednoznačné, zodpovedajúce skutočnosti a odôvodnené, vďaka čomu sa spotrebitelia môžu uvážene rozhodnúť na základe svojich skutočných potrieb.

Smernica o nekalých obchodných praktikách spolu s ďalšou legislatívou týkajúcou sa vnútorného trhu[3] a s nariadením o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynucovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (ďalej len „nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa“) [4] prispieva k dosahovaniu transparentnosti trhu a zabraňuje nekalej súťaži v rámci celej EÚ. Všetky členské štáty implementovali pravidlá tejto smernice vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch.

Predkladané oznámenie obsahuje hlavné závery vychádzajúce z prvotných skúseností s presadzovaním smernice o nekalých obchodných praktikách, ako sa to vyžaduje v jej článku 18, a stanovuje sa v ňom, aké kroky teba podniknúť na maximalizáciu prínosov smernice pre integráciu jednotného trhu a ochranu spotrebiteľa.

---

[1] 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.

[2] Pozri článok 3 ods. 1 smernice.

[3] Napríklad 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) a smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov.

[4] Nariadenie 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“).

Spolu s týmto oznámením sa uverejňuje aj podrobná správa[5] o uplatňovaní smernice v členských štátoch. Je súčasťou Európskeho programu pre spotrebiteľov[6], ktorého cieľom je maximalizovať angažovanosť spotrebiteľov a ich dôveru v trh, a tým podporiť dôveru a rast.

Výdavky spotrebiteľov predstavujú 56 % HDP Európskej únie a sú nevyhnutné pre dosiahnutie cieľa inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu. Ako sa uvádza v Európskom programe pre spotrebiteľov, stimulovanie tohto dopytu môže významne prispieť k tomu, aby EÚ prekonala súčasnú krízu.

Na tento účel však treba najprv plne využiť potenciál jednotného trhu.

Zistenia poukazujú na skutočnosť, že spotrebitelia nakupujúci online v rámci EÚ majú na výber až zo šestnásťkrát viac výrobkov, ale 60 % spotrebiteľov tento spôsob nákupu ešte nevyužíva. V dôsledku svojej zdržanlivosti títo spotrebitelia teda naplno nevyužívajú rôznorodosť pri výbere a cenové rozdiely v rámci jednotného trhu.

Politické opatrenia na zvýšenie dôvery v cezhraničné online nakupovanie môžu poskytnúť silný podnet pre hospodársky rast v Európe.

2. POSÚDENIE PRÍNOSOV SMERNICE

2.1. Dosahovanie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa a rovnakých podmienok pre obchodníkov

Prvé skúsenosti získané pri vykonávaní smernice poukazujú na skutočnosť, že ochrana spotrebiteľa sa značne zvýšila vo všetkých členských štátoch, a zároveň sa poskytuje lepšia ochrana oprávneným podnikateľom pred ich konkurentmi, ktorí sa neriadia pravidlami.

Prínosy smernice pochádzajú najmä z dvoch osobitostí smernice, konkrétne z jej povahy horizontálnej „záchrannej siete“ a z kombinácie pravidiel založených na zásadách a tzv. čiernej listiny osobitných zákazov niektorých nekalých praktík.

Pravidlá založené na zásadách stanovené v smernici o nekalých obchodných praktikách umožnili vnútroštátnym orgánom prispôsobiť sa rýchlo meniacim sa výrobkom, službám a spôsobom predaja. Fungujú ako isté univerzálne ustanovenia obsahujúce kritériá, ktoré sa môžu použiť do istej miery flexibilne na predchádzanie nekalému správaniu, na ktoré sa nevzťahujú osobitné ustanovenia.

Čierna listina praktík zakázaných za všetkých okolností zase vnútroštátnym orgánom poskytla účinný nástroj na riešenie problémov s bežnými nekalými praktikami, ako je vábivá reklama, falošné bezplatné ponuky, skrytá reklama a reklama priamo zameraná na deti.

V rámčeku nižšie sa uvádza niekoľko príkladov praktík zakázaných smernicou.

Lákanie spotrebiteľov do priestorov obchodníka alebo na jeho webovú stránku ponúkaním výrobkov alebo služieb, ktoré nedokáže dodať (tzv. vábivá reklama)

Sabine z Nemecka našla v časopise reklamu na túto špeciálnu ponuku: ***„Leťte do Barcelony len za 1 EUR!“****. Keď sa však pokúsila objednať si letenky online, ceny boli oveľa vyššie. Po kontaktovaní zákazníckeho strediska danej spoločnosti sa dozvedela, že za takúto nižšiu cenu bol v ponuke len malý počet leteniek. Väčšina zákazníkov nemohla využiť výhodu špeciálnej ponuky.*

[5] Pozri správu sprevádzajúcu toto oznámenie *„Prvá správa o uplatňovaní smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu („smernica o nekalých obchodných praktikách“)* .

[6] Pozri *„Európsky program pre spotrebiteľov – Podpora dôvery a rastu“*, COM(2012) 225 final z 22. mája 2012, http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_sk.htm.

Smernica o nekalých obchodných praktikách zakazuje ponúkať výrobok za istú cenu bez toho, aby sa jasne uviedlo, že dostupnosť výrobku môže byť obmedzená v závislosti od rozsahu reklamy a ponúknutej ceny.

Falošné bezplatné ponuky

*Marit z Estónska prišiel od jedného online predajcu kozmetických výrobkov takýto e-mail: „**Zavolajte nám hneď a získate ZADARMO darček – značkové slnečné okuliare!**“ Počas telefonátu jej však bolo oznámené, že táto ponuka sa viaže na objednávku výrobkov v hodnote 2 000 EUR alebo viac.*

Smernica o nekalých obchodných praktikách obchodníkom zabraňuje v tom, aby falošne opisovali nejaký výrobok slovom „zadarmo“, keď v skutočnosti musí spotrebiteľ okrem nákladov na odpoveď na ponuku alebo za doručenie daného predmetu vynaložiť ešte ďalšie náklady.

Prekážky pri zmene poskytovateľa

Filip sa rozhodne zmeniť svoje poistenie domácnosti a podpísať výhodnejšiu zmluvu s novou spoločnosťou. Keď zavolá do svojej poisťovne, povedia mu, že na vypovedanie súčasnej zmluvy musí vyplniť rôzne formuláre. Žiaľ, tieto formuláre mu môžu (alebo sú ochotní) poskytnúť najskôr až o dva týždne a pani, s ktorou telefonuje, takisto spomenie, že spracovanie žiadosti bude trvať tri mesiace. Filip sa frustrovaný vzdáva. Toľko k dobrým úmyslom.

Podľa smernice o nekalých obchodných praktikách obchodníci nemôžu ukladať akékoľvek nevýhodné alebo neprimerané mimozmluvné prekážky v prípade, že si spotrebiteľ želá uplatniť práva podľa zmluvy, a to vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka.

Priame nabádanie detí

*Alain bol prekvapený, keď si jeho dcéra zrazu začala vynucovať, aby jej kúpil zbierku filmov s obľúbenou knižnou postavou. Porozumel, čo sa deje, až keď si všimol televíznu reklamu na práve vydávané filmy, ktorá znela takto: **„Vašu obľúbenú knižku teraz dostanete ako DVD – povedzte ockovi, aby vám ho kúpil!“***

Podľa smernice o nekalých obchodných praktikách je nabádanie detí predajcami, aby od dospelých žiadali kúpenie reklamovaného výrobku, nekalou praktikou. Zákaz tejto praktiky sa vzťahuje na všetky médiá vrátane televízie a internetovej reklamy.

Vďaka smernici o nekalých obchodných praktikách mohli vnútroštátne dozorné orgány v oblasti ochrany spotrebiteľa obmedziť a trestať širokú škálu nekalých obchodných praktík, a to vrátane *zavádzajúcich tvrdení o vplyve na životné prostredie*, ako aj *agresívnych praktík*[7]. Avšak:

– podľa zainteresovaných subjektov napriek súčasnému právnemu rámcu sa tvrdenia o ekologickosti (napríklad „šetrný voči životnému prostrediu“, „biologicky rozložiteľný“, „ekologický“ a „prírodného pôvodu“) stále používajú nezodpovedne a často sú veľmi všeobecné, nejednoznačné a nesprávne vymedzené. Spotrebiteľské organizácie naznačujú, že je navyše ťažké overiť pravdivosť tvrdení, a to najmä v odvetví energetiky, kozmetiky, automobilov a čistiacich prostriedkov;

– niekoľko členských štátov signalizuje agresívne praktiky zamerané na deti, ako aj na dospelých v oblasti online hier. Treba vyvinúť ďalšie úsilie na posilnenie

[7] Pozri oddiel 4 o presadzovaní v sprevádzajúcej správe o uplatňovaní smernice.

presadzovania smernice v súvislosti s týmito kategóriami spotrebiteľov, ktorí sú zraniteľní a ktorých treba chrániť. Predovšetkým treba zabezpečiť, aby boli vzhľadom na postupné starnutie populácie zraniteľní spotrebitelia ochránení pred rizikami, ktoré vznikajú na základe hospodárskej krízy a komplexnosti digitálnych trhov.

2.2. Budovanie dôvery v jednotný trh

Smernica o nekalých obchodných praktikách tým, že nahradila rozličné nariadenia členských štátov jedným súborom pravidiel, zjednodušila regulačné prostredie a prispela k odstráneniu prekážok v cezhraničnom obchode.

Smernica sa takisto často používa na riešenie cezhraničných prípadov. Takmer 50 % žiadostí o vzájomnú pomoc, ktoré boli vybavené v rámci siete pre spoluprácu v oblasti ochrany spotrebiteľa (ďalej len „sieť CPC“)[8] v priebehu posledných 5 rokov (žiadosti o informácie, upozornenia a žiadosti o presadzovanie) sa týkalo porušenia smernice o nekalých obchodných praktikách. Okrem toho sieť CPC vykonala niekoľko spoločných akcií dohľadu (tzv. sweeps) na základe ustanovení smernice (so zameraním na digitálne produkty a služby, webové stránky určené na predaj leteniek, online služby pre mobilné telefonovanie a webové stránky určené na predaj spotrebiteľskej elektroniky)[9].

Značná časť smernice sa zameriava na zabezpečenie toho, aby informácie poskytnuté spotrebiteľovi o hlavných znakoch produktu alebo služby, o cene a hlavných podmienkach boli pravdivé, úplné a aby mu boli poskytnuté včas. Spotrebiteľom to uľahčuje porozumieť ponuke a porovnať jednotlivé ponuky a má to priamy vplyv na techniky reklamy a marketingu, ktoré tvoria obchodníci.

Reklama zohráva podstatnú úlohu vo fungovaní jednotného trhu a je hlavným nástrojom spoločností na cezhraničný predaj ich výrobkov a služieb. Reklama podnikom umožňuje, aby sa otvorene odlíšili od iných. Podporuje to hospodársku súťaž, znižovanie cien a zvyšovanie kvality.

V nedávnom oznámení o elektronickom obchode boli ako jeden z kľúčových faktorov na zvýšenie dôvery spotrebiteľov a na povzbudenie predajcov, aby predávali online, identifikované presné a transparentnejšie informácie pri domácich a cezhraničných ponukách[10].

Podľa nedávnych zistení sa v súčasnosti zaujíma o cezhraničné nákupy viacej spotrebiteľov (52 %, nárast o 19 percentuálnych bodov), ktorí sú ochotní minúť viac peňazí za hranicami (18 %, nárast o 5 percentuálnych bodov) ako v roku 2006, keď smernica ešte nebola transponovaná v členských štátoch[11]. Smernica o nekalých obchodných praktikách prispela

---

8 Nariadením o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa č. 2006/2004 sa zaviedol rámec umožňujúci orgánom presadzovania práva úzku spoluprácu s cieľom zastaviť cezhraničné obchodné praktiky, ktoré odporujú zákonom o ochrane spotrebiteľa. Od roku 2007 sieť CPC riešila cezhraničné prípady porušovania smernice o nekalých obchodných praktikách.

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

10 Pozri pracovný dokument útvarov Komisie s názvom *Bringing e-commerce benefits to consumers* (Ako priniesť spotrebiteľom výhody elektronického obchodu); dokument sprevádzajúci oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov s názvom *Koherentný rámec na posilnenie dôvery v jednotný digitálny trh elektronického obchodu a online služieb*, KOM(2011) 942 v konečnom znení z 11. januára 2012, http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm.

11 Pozri Flash Eurobarometer 332 o postojoch spotrebiteľov k cezhraničnému obchodu a ochrane spotrebiteľa, máj 2012, s. 8, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Narastajúci počet spotrebiteľov (50 %) je ochotný nakupovať tovar alebo služby v inom jazyku EÚ (nárast o 17 percentuálnych bodov v porovnaní s rokom 2006). Percento spotrebiteľov, ktorí by za žiadnych

k vybudovaniu tohto otvorenejšieho prístupu európskych spotrebiteľov, keďže je jedným z hlavných legislatívnych nástrojov EÚ na posilnenie dôvery spotrebiteľov a povzbudenie cezhraničného obchodu. Treba však uznať, že rast cezhraničných online nákupov ďaleko zaostáva za rastom domácich online nákupov, čo len podčiarkuje potrebu vyvinúť ďalšie úsilie v tejto oblasti.

Sektory *finančných služieb a nehnuteľného majetku* sú kritické sektory z dôvodu ich komplexnosti a veľkého rizika, ktoré sa s nimi spája. V týchto oblastiach boli zaznamenané niektoré nekalé praktiky, ako je nedostatok základných informácií vo fáze reklamy a zavádzajúce opisy výrobkov. Väčšina členských štátov zaviedla vnútroštátne pravidlá na ochranu spotrebiteľov, ktoré dopĺňajú pravidlá smernice o nekalých obchodných praktikách alebo idú dokonca nad jej rámec. Výsledky prieskumu ukazujú, že by v súčasnosti nebolo vhodné zrušiť možnosť, ktorú zavádza smernica, a síce, aby členské štáty mohli ísť nad rámec harmonizácie stanovený smernicou v týchto konkrétnych sektoroch[12].

2.3. Primerané a účinné presadzovanie smernice

Právny rámec smernice o nekalých obchodných praktikách sa vcelku osvedčil na posudzovanie čestnosti nových online praktík, ktoré sa tvoria zarovno s vývojom techník reklamy a predaja, ako sú webové stránky na porovnávanie cien a hromadné rezervácie, alebo napríklad v súvislosti so stále širšou prítomnosťou reklamy na sociálnych sieťach.

Zdá sa, že členské štáty a zainteresovaní aktéri považujú vnútroštátne presadzovanie smernice vo všeobecnosti za primerané a účinné, ale sú náznaky, že nedostatok zdrojov, komplexnosť alebo dĺžka vnútorných postupov a absencia odrádzajúcich sankcií by mohli ohroziť jej riadne uplatňovanie.

V prípade cezhraničných nekalých obchodných praktík je pre orgány presadzovania práva skutočne náročné rýchlo a účinne reagovať. To sa odráža na presadzovaní právneho predpisu na cezhraničnej úrovni a – ako dokazujú výsledky konzultácie – predstavuje to problém pri administratívnej spolupráci podľa nariadenia o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa.

Skúsenosti s presadzovaním potvrdzujú, že jedným z hlavných problémov týkajúcich sa nástrojov na hodnotenie zákazníkmi (najmä *webových stránok na porovnávanie cien*) je, že jasne neuvádzajú totožnosť obchodníka prevádzkujúceho danú stránku, ani skutočnosť, či predajcovia platia za uvádzanie ich výrobkov a služieb na stránke (t. j. či je daná stránka sponzorovaná alebo nie).

Spätná väzba od zainteresovaných aktérov svedčí o tom, že pri obchodných ponukách sa často zanedbáva povinnosť poskytnúť jednoznačné a úplné informácie o cene, a to najmä v sektore *cestovania* a *dopravy*.

Ani v jednom z týchto prípadov sa zainteresovaní aktéri nedomáhajú legislatívnych opatrení, ale prísnejšieho a jednotného presadzovania práva.

---

okolností nenakupovali v inom jazyku, kleslo zo 42 % v roku 2008 na 30 % v roku 2011. Podiel Európanov, ktorí tvrdia, že vedia, kde získať informácie a dobré rady o cezhraničnom nakupovaní, takisto významne stúpol, z 24 % v roku 2006 na 39 % v roku 2011.

[12] Pozri článok 3 ods. 9 smernice o nekalých obchodných praktikách a *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: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

3. KĽÚČOVÉ PRIORITY PRE ĎALŠIE OPATRENIA

V súlade so skutočnosťami uvedenými v Európskom programe pre spotrebiteľov a v oznámení Komisie o lepšom fungovaní jednotného trhu[13] zabezpečenie lepšieho vykonávania a presadzovania existujúcich pravidiel rýchlo prispeje k rastu a zamestnanosti.

V tejto súvislosti zohráva smernica rozhodujúcu úlohu a Komisia identifikovala ako kľúčové pre uvoľnenie potenciálu rastu jednotného trhu tieto prioritné oblasti: maloobchod (vrátane elektronického obchodu), sektor cestovania a dopravy, finančné služby, digitálnu ekonomiku, energetiku a trvalú udržateľnosť[14].

Na zabezpečenie toho, aby smernica zachovala vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa a aby vnútornému trhu priniesla očakávané prínosy, je potrebné **zvýšené vnútroštátne presadzovanie a posilnená spolupráca pri cezhraničnom presadzovaní**. To sa najmä vzťahuje na prípady nekalých praktík, ktoré sa súbežne objavujú v rôznych členských štátoch. V takých prípadoch je pre boj proti praktikám, ktoré majú celoeurópsky dosah, kľúčová účinná koordinácia medzi Komisiou, vnútroštátnymi orgánmi, spotrebiteľskými organizáciami a podnikmi[15].

Potreba zintenzívniť presadzovanie na cezhraničnej, ako aj vnútroštátnej úrovni si vyžaduje, aby Komisia prevzala **výraznejšiu úlohu** a spojila svoje sily s členskými štátmi a podporila ich v uplatňovaní smernice v celej EÚ. V tejto súvislosti Komisia prehodnotí, akým spôsobom by mohla v súlade so zmluvami zohrávať aktívnejšiu rolu v povzbudzovaní jednotného uplatňovania smernice, a to najmä v spojitosti s nekalými praktikami s cezhraničnou povahou, ktoré predstavujú pre orgány presadzovania rovnaké problémy (napr. nekalé praktiky používané v online prostredí). Podporovanie harmonizácie pri uplatňovaní smernice je rozhodujúce na zabezpečenie rovnakých podmienok pre obchodníkov, predovšetkým keď konajú v cezhraničnom kontexte, a v konečnom dôsledku na zabezpečenie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa v celej Európe.

3.1. Zabezpečenie plného súladu vnútroštátnych právnych predpisov so smernicou

Komisia ako ochrankyňa zmlúv bude aj naďalej úzko sledovať správnu transpozíciu a riadne uplatňovanie smernice vo všetkých členských štátoch. Bude vykonávať kontroly zhody a hĺbkové prieskumy, aby zistila, ako sú pravidlá v praxi uplatňované a v prípade potreby určí nápravné opatrenia. Súčasná analýza naznačuje, že vo viacerých členských štátoch stále existujú rozdiely medzi vnútroštátnymi právnymi predpismi a smernicou. Útvary Komisie preto komunikujú s dotknutými členskými štátmi. Komisia prijme nevyhnutné opatrenia podľa článku 258 ZFEÚ vždy, keď niektorý členský štát nesplní svoje povinnosti súvisiace s transponovaním a presadzovaním smernice.

3.2. Zabezpečenie jednotného a primeraného uplatňovania smernice v členských štátoch

Na zabezpečenie uplatňovania smernice primeraným a jednotným spôsobom Komisia:

- ďalej rozvinie **usmernenia** a zohľadní pritom údaje získané od vnútroštátnych orgánov presadzovania práva a iných zainteresovaných aktérov, novovznikajúce

---

[13] Pozri oznámenie Európskej komisie *Lepšia správa pre jednotný trh,* COM(2012) 259/2, http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf.

[14] Pozri *Európsky program pre spotrebiteľov*.

[15] Pozri sprevádzajúcu správu o uplatňovaní smernice, oddiel 3.3.3., napríklad v súvislosti s rozhodnutím talianskeho protimonopolného úradu (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento č. 23193 z 27. decembra 2011.

postupy vrátane online postupov, a vývoj tak vnútroštátnej judikatúry, ako aj judikatúry Súdneho dvora EÚ[16];

- zlepší, rozšíri a aktualizuje **databázu** súvisiacu so smernicou o nekalých obchodných praktikách[17].

3.3. Posilnenie presadzovania a administratívnej spolupráce medzi členskými štátmi

Po zohľadnení spätnej väzby od členských štátov a zainteresovaných aktérov, ako aj dostupných údajov Komisia určila kľúčové sektory, v ktorých spotrebitelia utrpeli škody a premárnené príležitosti a v ktorých je potenciál pre rast jednotného trhu najväčší.

V týchto oblastiach Komisia spustí osobitné iniciatívy zamerané na posilnenie presadzovania práva v súlade s cieľmi stanovenými v Európskom programe pre spotrebiteľov.

Komisia prijme tieto opatrenia:

- *zavedie pravidelné **pracovné stretnutia** vnútroštátnych orgánov presadzovania práva a zorganizuje **školenie** pre pracovníkov týchto orgánov a pracovníkov súdnych orgánov,*
- *posilní účinnosť siete CPC a bude aj naďalej podporovať koordinované **akcie zamerané na presadzovanie práva („sweeps“)**,*
- *pomôže členským štátom v zabezpečovaní **účinného uplatňovania smernice** tým, že rozvinie **usmernenia** a informuje členské štáty o najlepších postupoch,*
- *v spolupráci s členskými štátmi rozvinie **ukazovatele presadzovania** špecifické pre uplatňovanie smernice o nekalých obchodných praktikách, ktorými sa odhalia nedostatky a zlyhania, ktoré by si vyžadovali ďalšie vyšetrovanie a/alebo nápravné opatrenia.*

Tieto opatrenia sa zamerajú na tieto kľúčové sektory alebo oblasti:

- *cestovanie a doprava,*
- *digitálne alebo online trhy,*
- *tvrdenia o vplyve na životné prostredie,*
- *finančné služby,*
- *nehnuteľný majetok.*

*Pri všetkých uvedených sektoroch sa osobitný ohľad bude brať na praktiky, ktoré sú cielené na **zraniteľné skupiny spotrebiteľov**, predovšetkým na starých ľudí a deti.*

3.4. Monitorovanie vývoja trhu a zvyšovanie informovanosti

Komisia bude úzko sledovať vývoj trhu s cieľom zabezpečiť, aby regulačný rámec aj naďalej poskytoval vysokú úroveň ochrany spotrebiteľov pri domácich a cezhraničných nákupoch.

Osobitná pozornosť bude venovaná otázke, či právny rámec stačí rýchlemu vývoju v oblasti marketingových a predajných techník, produktov a služieb na internete.

---

16 Komisia okrem iného plánuje ďalej rozvinúť usmernenia týkajúce sa zavádzajúcich tvrdení o vplyve na životné prostredie, vychádzajúc z výsledkov osobitnej štúdie, ktorá sa má vykonať v priebehu roka 2013 a z prebiehajúcich prác na akčnom pláne pre udržateľnú spotrebu a výrobu.

17 Pozri https://webgate.ec.europa.eu/ucp/. Táto databáza vychádza z rozhodnutia Európskeho parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES z 18. decembra 2006, ktorým sa ustanovuje akčný program Spoločenstva v oblasti spotrebiteľskej politiky (2007 – 2013).

Na to, aby spotrebitelia mohli riadne využívať svoje práva, sú okrem posilneného presadzovania práva dôležité aj iniciatívy na zvýšenie informovanosti. V roku 2013 sa ako súčasť Európskeho roka občanov spustí v úzkej spolupráci so všetkými zainteresovanými aktérmi vrátane podnikov a spotrebiteľských združení *celoeurópska kampaň* na zvýšenie povedomia o právach spotrebiteľov, a to vrátane práv vyplývajúcich zo smernice o nekalých obchodných praktikách.

4. ZÁVERY

Smernica o nekalých obchodných praktikách sa osvedčila ako cenný nástroj na zvýšenie blaha spotrebiteľov. Smernicou sa zjednodušilo regulačné prostredie a prispelo sa k odstráneniu prekážok v cezhraničnom obchode. Skúsenosti preukázali, že takýto horizontálny právny predpis založený na zásadách je užitočný a pružný. Zjednodušené regulačné prostredie má za následok, že pre podniky je jednoduchšie zapojiť sa do cezhraničných činností, zatiaľ čo spotrebiteľom aj podnikom stále viac umožňuje spoznávať výhody doteraz nevyužívaného potenciálu vnútorného trhu.

Komisia je presvedčená, že by v tomto štádiu nebolo vhodné zmeniť a doplniť smernicu, v neposlednom rade aj preto, že členské štáty majú s jej presadzovaním zatiaľ len obmedzené skúsenosti, keďže ide o taký obsažný právny akt. Komisia teraz zameria svoju pozornosť na jednotné vykonávanie smernice a prijme konkrétne kroky na jej lepšie presadzovanie v kľúčových oblastiach, ktoré majú zásadný význam z hľadiska posilnenia dôvery spotrebiteľov a podpory rastu.