

VECNE VYHODNOTENIE PROJEKTU

Spotrebiteľské poradenské centrum ADR v Nitrianskom a Banskobystrickom kraji 2016 - projekt realizovaný v období od 1. apríla 2016 do 31. decembra 2016

Spotrebiteľské centrum v Nitre fungovalo prvý rok a jeho služby využívali najmä spotrebiteľia. Jeho otvorenie vzbudilo veľký záujem médií a mestských a obecných úradov. Opäť sa v praxi ukázalo, aká dôležitá je pri realizácii takýchto projektov kontinuita. Spotrebiteľia nepremýšľajú v kontexte projektových období jedného roka získať si ich dôveru si vyžaduje svoj čas. Do poradne v Nitre sme delegovali spotrebiteľov, ktorí sa obrátili na pobočku v Poprade a pochádzali z Nitrianskeho alebo Banskobystrického kraja. Často sa nás tiež pýtali, či obdobnú pobočku nemáme aj priamo v Banskej Bystrici. Informácie o činnosti a otváracích hodinách nitrianskeho centra sme pravidelne informovali na webovej stránke www.sospotrebiteľov.sk, spotrebiteľom boli k dispozícii dve kontaktné osoby, hotline telefonická linka, mobilný telefonický kontakt, emailové spojenie i kontaktný formulár na webe. Množstvo spotrebiteľov stále tiež využíva možnosť kontaktovať nás tradičnou poštou.

I. ORGANIZAČNÉ ZABEZPEČENIE PROJEKTU

Realizačný tím

Projekt bol v súlade so Zmluvou o poskytnutí dotácie realizovaný od 1. apríla 2016 do 31. decembra 2016 v nasledujúcom personálnom zložení:

- osoba I. kontaktu – Ing. Soňa Ďurčová
- osoba I. kontaktu – Mgr. Pavol Kocian
- hot-line operátor – Mgr. Petra Vargová Čakovská
- vedenie účtovníctva – Ing. Dagmar Dvořáková

Administrácia

V rámci zefektívnenia a prehľadnosti poskytovaného poradenstva sa na evidenciu spotrebiteľských podnetov a zjednodušené vyhodnotenie jednotné formuláre *Identifikátor poradenstva*, *Plnomocenstvo*, mesačný *Report osoby I. kontaktu* a *Report mediátora* v tlačenej i elektronickej podobe. Všetky uvedené formuláre sa archivujú v priestoroch združenia. Zároveň sú podnety evidované aj v elektronickej databáze, z ktorej sú v pravidelných intervaloch exportované priamo do databázy Európskej komisie. Každý podnet je starostlivo zaznamenaný ako prípad alebo konzultácia. Operátor hot-line telefonickéj linky vedie zoznam prijatých hovorov. Okrem kategorizácie podnetov podľa druhu reklamovaných tovarov a služieb vyhodnocujeme aj charakter problému, teda či ide napr. o neuznanie reklamácie alebo odstúpenie od zmluvy. Ak sa prípad podarí vyriešiť v prospech spotrebiteľa, evidujeme k nemu aj objem finančných prostriedkov zachránených v prospech spotrebiteľa. Môže ísť o spotrebiteľovi reálne vrátené finančné prostriedky, prostriedky, ktoré druhá strana po intervencii S.O.S. Poprad viac nevymáha alebo hodnotu tovaru.

V tejto časti je tiež dôležité poznamenať, že v praxi sa ukazuje administrácia uvedeným spôsobom rýchla, jednoduchá, efektívna a pre spotrebiteľa užitočná, aj keď funguje paralelne popri riešení spotrebiteľských podnetov podľa zákona o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov.

Publicita a propagácia

Vďaka kontinuálnemu a profesionálnemu fungovaniu centra sme sa v očiach verejnosti postupne stali renomovanými odborníkmi v oblasti ochrany spotrebiteľov. Novinári sa na nás obracajú s rôznorodými otázkami, kontaktujú nás redakcie z celého Slovenska, zúčastňujeme sa live diskusných relácií, komentujeme prijímané legislatívne úpravy, participujeme na odborných národných i medzinárodných konferenciách, workshopoch a fórach. Zúčastňujeme sa verejných konzultácií a prieskumov orgánov Európskej komisie, reflektujeme na výzvy ústredných orgánov štátnej správy i napríklad Národnej banky Slovenska k stanoviskám platných zákonných úprav týkajúcich sa ochrany spotrebiteľov. Všetky spomínané nástroje slúžia aj ako veľmi účinná forma propagácie našich služieb prostredníctvom médií i rôznorodých orgánov, o čom svedčí z roka na rok rastúci počet ľudí vyhľadávajúcich naše služby.

Patríme k najčastejšie citovaným spotrebiteľským združeniam v printových i elektronických médiách. V roku 2016 sme usporiadali dve tlačové besedy, ktorých sa zúčastnili okrem redaktorov TV Markíza, RTVS, TV Joj, TA3 aj redaktori TASR a SITA, Rádio Lumen, a redaktori regionálnych médií – TV Poprad, Slovenský rozhlas Rádio Regina Košice, Noviny Poprad, Podtatranské noviny, Korzár, www.poprad24.sk, Kežmarské noviny, Podtatranský dvojtýždenník, Podtatranský kuriér a iné.

Tlačové besedy

15.3. 2016 - Svetový deň spotrebiteľských práv - hlavnou témou bolo obmedzenie konzumácie antibiotík a zdravé stravovanie
Spotreba antibiotík na Slovensku je vyššia, ako je priemer EÚ

16.11. 2016 – hlavnými témami bol Dieselgate – ako na emisný škandál reagujú iné členské krajiny EÚ, Európska komisia, aktivity, ktoré plánuje podniknúť S.O.S. Poprad, poskytovanie cezhraničnej zdravotnej starostlivosti a členstvo v zahraničných výboroch a organizáciách – ECCG a BEUC

Tlačové správy a ostatné materiály pripravované pre printové a elektronické médiá

V sledovanom období sme autorsky pripravili a médiám distribuovali dvanásť informačných materiálov a pripravili tri spotrebiteľské manuály (v prílohe).

Spotrebiteľská poradňa po prvý krát aj v Nitre
Spotrebiteľská poradňa pre Banskobystrický kraj
“Pacientske práva nepoznajú hranice” - komunikačná kampaň o uplatňovaní práv pacientov pri poskytovaní cezhraničnej zdravotnej starostlivosti na Slovensku a v ďalších 13 členských štátoch EÚ
Spotrebiteľské združenia majú svoju komoru
Spotrebiteľská poradňa opäť v prevádzke
Pacientka versus lekárka (TV Markíza)
Ako postupovať pri likvidácii elektroodpadu
Nenavádzajte Slovákov zadlžovať sa! Deti v reklame – môže ísť o agresívnu obchodnú praktiku
Buďme väčší egoisti
Alternatívne riešenie spotrebiteľských sporov v Poprade
Podomový predaj energií (Slovenský rozhlas Regina Banská Bystrica)
Som dôchodca, kto mi požičia?
Prečo dohody TTIP a CETA ohrozujú aj slovenských spotrebiteľov?
Ako reklamovať dovolenky (Slovenský rozhlas)

S.O.S. Poprad: Dovolenkári nekvalitu nereklamujú často a cestovky tak nie sú zvyknuté kompenzovať ju

Aj právo na zdravé životné prostredie treba vymáhať

Nezabúdajte na pripoistenie

Slovenskí spotrebiteľia sú lepšie chránení vďaka EÚ

Nakupujme u susedov

Šmejdi používajú falošné pečiatky....

Kauza Dieselgate nespľasla

Cesnak a jeho účinky je ďalšia finta podvodníkov.....

Spotrebiteľia budú viac chránení

Nespokojní dovolenkári sa sťažujú zväčša na internete, svojich práv sa nedomáhajú

Toto je vrchol! Pani Zdenke bez podpísania zmluvy začala poisťovňa účtovať platby

Viete, na čo sa najviac sťažujú dovolenkári?

Vznikla nová poradňa pre spotrebiteľov.

V Nitre začalo fungovať Spotrebiteľské poradenské centrum

Kúpa ojazdeného automobilu. Na čo si dať pozor radí relácia Rádia Regina Košice

Užívame priveľa antibiotík

Ako sa majú chrániť seniori pred šmejdami?

Výstupy zverejnené agentúrami SITA a TASR sú početne preberané celoslovenskými denníkmi a portálmi a často vedú k analytickejšími článkom a reportážam k danej téme. Okrem uvedených materiálov vyšlo množstvo ďalších článkov a citácií, ktoré však z časových a kapacitných dôvodov nemáme priestor evidovať. O pobočku v Nitre prejavili veľký záujem redaktori regionálnych médií. Opakovane o nás pripravovali reportáže TV Nitrička, regionálne rozhlasové stanice i miestne noviny.

Účinným nástrojom propagácie i komunikácie je naša web stránka www.spotrebiteľov.sk, profil združenia na sociálnej sieti facebook.

II. PORADENSKÁ ČINNOSŤ SPOTREBITEĽSKÉHO CENTRA

Poradenstvo osoby I. kontaktu

Analýzou je možné konštatovať, že z úrovne S.O.S. Poprad bolo v roku 2016 – za sledované obdobie bolo v pracovisku v Nitre prijatých 269 podnetov a v prospech spotrebiteľov bolo získaných 43 637 eur. S nevybavenými podnetmi sa priebežne pracuje, sú v riešení mimosúdnom, resp. na súdoch a u kontrolných orgánov. Uvedené prostriedky boli zachránené mimosúdnom riešením sporov - mediáciou, odstúpením od zmluvy, poradenstvom, a inými neštandardnými formami v prospech spotrebiteľov. Spotrebiteľia v individuálnych prípadoch, kedy združenie uspeje v mimosúdnom riešení sporu, ho spätne nekontaktujú, informácie sú získavané aj ex post.

Hot-line a online poradenstvo

Hot-line a online poradenstvo za obdobie od apríla do konca roku 2016 bolo spoločne pre dve poradenské centrá v Poprade a Nitre poskytnuté v celkovom počte 782 prípadov. Poradenstvo okrem projektovej linky bolo poskytované na pravidelnej telefonicknej linke č. 052/2861300, osobnej

telefonickej linke osoby prvého kontaktu a známych mailových adresách združenia. Spolu 237 konzultácií bolo delegovaných na riešenie do spotrebiteľských centier v Poprade a Nitre. Je dôležité uviesť, že nás oslovuje množstvo spotrebiteľov z Bratislavy, i Bratislavského, Trenčianskeho, Trnavského a Žilinského kraja.

Vychádzajúc z praktických poznatkov a získaných skúseností, pre riešenie viacerých prípadov je potrebný osobný kontakt, výhodou sú priestory na dlhodobejšej adrese (napr. Poprad), spotrebiteľia osobný kontakt jednoznačne uprednostňujú a vyžadujú. V niektorých prípadoch sa kontaktné osoby na požiadanie so spotrebiteľom stretli aj mimo pobočky v Nitre v mieste svojho bydliska (Bratislava, Trnava).

V praxi sa ukázalo, že spotrebiteľia sa často orientujú najmä na základe informácií v miestnych médiách. Spolupráca s miestnymi médiami a zverejňovanie informácií o poskytovaní poradenstva pre spotrebiteľov sa ukázalo ako veľmi účinné.

Alternatívne riešenie sporov (ARS)

Spotrebiteľské združenie Spoločnosť ochrany spotrebiteľov S.O.S. Poprad je zatiaľ jediné združenie registrované Ministerstvom hospodárstva SR, ktoré sa venuje alternatívnemu riešeniu spotrebiteľských sporov.

Od 1. februára 2016 je na Slovensku účinný zákon č. 391/2015 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov, ktorý Slovensko prebralo z európskych smerníc. Podľa účinného zákona zákonodarca stanovil konkrétne orgány štátu, Úrad pre reguláciu sieťových odvetví, Úrad pre reguláciu elektronickej komunikácie a poštových služieb a Slovenskú obchodnú inšpekciu, ktoré sú zo zákona oprávnené riešiť spotrebiteľské spory alternatívnym spôsobom. Sú tu však aj právnické osoby, ktoré sa môžu uchádzať o zaradenie do zoznamu subjektov alternatívneho riešenia sporov a naše občianske združenie je ako jediné certifikované a má oprávnenie riešiť alternatívnym spôsobom spotrebiteľské spory.

V rámci alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov podľa ustanovení zákona o ARS bolo nad rámec vyššie uvedených prípadov a konzultácií v spotrebiteľskom centre v Nitre kontaktnými osobami prijatých spolu **prevzatých celkom 19 podnetov na začatie ARS v celkovom finančnom objeme 19. 443,- eur. Dva prípady skončili dohodou, jeden bol ukončený odborným stanoviskom v prospech spotrebiteľa (predajca klamal, nespolupracoval), celkovo tak boli ušetrené prostriedky v objeme 7.863,27—eur, sedem prípadov skončilo bez dohody, zostávajúce prípady sú v riešení.**

Prehľad prípadov ARS

Spotrebiteľ 1 – predajca motocyklov, reklamácia štvorkolky, odstúpenie od zmluvy, odborné stanovisko v prospech spotrebiteľa

Spotrebiteľ 2 – predajca športovej obuvi - reklamácia lyžiarok, bez dohody

Spotrebiteľ 3 – stavebná firma, reklamácia vyúčtovania stavebných prác (viac ako bolo vykonané), požiadavka na zľavu z ceny pre nekvalitu, bez dohody

Spotrebiteľ 4 – stavebná firma, reklamácia väd, vrátenie rozdielu ceny, bez dohody

Spotrebiteľ 5 – predajca obuvi, reklamácia rekreačnej obuvi, dohoda

Spotrebiteľ 6 – predajca obuvi, reklamácia obuvi, bez dohody

Spotrebiteľ 7 – predajca stavebných materiálov a zariadení - reklamácia sprchového kúta, v riešení

- Spotrebiteľ 8 – predajca nábytku, reklamácia polohovateľnej postele, zo strany predajcu písomne navrhnutá dohoda - vrátenie tovaru a kúpnej ceny
- Spotrebiteľ 9 – predajca motocyklov, reklamácia štvorkolky, v riešení (doklady a potvrdenie o reklamácií)
- Spotrebiteľ 10 – predajca obuvi, reklamácia vychádzkovej obuvi, v riešení
- Spotrebiteľ 11 – predajca obuvi, reklamácia obuvi, odstúpenie, vrátenie ceny, v riešení
- Spotrebiteľ 12 – predajca auto poťahov, reklamácia/odstúpenie od zmluvy - auto poťahy dodané zásielkovo, vrátenie ceny, v riešení
- Spotrebiteľ 13 – internetový predajca, odstúpenie od zmluvy, dohoda
- Spotrebiteľ 14 – predajca elektronických hier, reklamácia hry, bez odpovede
- Spotrebiteľka 15 - správca bytových domov, neplatnosť zmluvy, bez dohody (zamietnuté)
- Spotrebiteľ 16 – správca bytových domov, nedoplatok za služby, bez dohody (zamietnuté)
- Spotrebiteľka 17 – predajca športových potrieb, odstúpenie od zmluvy, v riešení
- Spotrebiteľ 18 – predajca motorových vozidiel - reklamácia ceny, v riešení
- Spotrebiteľ 19 – stavebná firma, dokončenie zimnej záhrady, v riešení osem návrhov, z ktorých päť sme uzavreli bez dohody, v troch prípadoch bola vrátená cena diela, realizovaná výmena tovaru za nový tovar, resp. priznaná čiastka vyúčtovania za služby vlastníkovi bytov vo finančnom vyjadrení spolu 1 105 eur

III. NAJPROBLEMATICKEJŠIE OBLASTI Z POHĽADU SPOTREBITEĽSKÉHO ZDRUŽENIA

Jednotlivé prípady sú v prípade potreby konzultované s príslušnými orgánmi verejnej správy, orgánmi dozoru, kontrolnými orgánmi i odbornými organizáciami. Na pravidelnej báze komunikuje združenie napr. s krajskými inšpektorátmi SOI, Národnou bankou Slovenska, ústredím Sociálnej poisťovne, Komisiou na posudzovanie prijateľnosti podmienok v spotrebiteľských zmluvách, Odborom ochrany spotrebiteľa a vnútorného trhu Ministerstva hospodárstva SR, Európskou komisiou a jej orgánmi.

Pravidelný kontakt má aj s Úradom verejného zdravotníctva v Poprade, orgánmi živnostenského podnikania príslušných obvodných úradov, so samosprávnymi orgánmi (mestami i obcami, samosprávnymi krajmi), súdnymi znalcami, servisnými strediskami, notifikovanými orgánmi, dražobnými spoločnosťami, exekútormi a súdmi i zástupcami rôznych slovenských, zahraničných a nadnárodných spoločností.

Štatistické ukazovatele prijatých podnetov

- internetový, podomový predaj, nákup mimo prevádzkových priestorov - 11 podnetov, (4,09 %)
- bankové a finančné služby (úvery, pôžičky) – 98 podnetov (36,43%)
- reklamácie obuvi – 24 podnetov (8,92%)
- elektronika – 13 podnetov (4,83%)
- motorové vozidlá - 16 podnetov (5,95%)
- stavebníctvo a remeselné práce – 24 podnetov (8,92%)
- zdravotnícke pomôcky, prístroje a zariadenia – 1 podnet (0,37%)



SPOLOČNOSŤ OCHRANY SPOTREBITEĽOV

- telekomunikačné služby – 15 podnetov (5,58%)
- služby spojené s bývaním – 26 podnetov (9,67%)
- domáce spotrebiče – 13 podnetov (4,83%)

...vieme dospieť k dohode...

IV. VŠEOBECNÉ ZHRNUTIE

Problematické oblasti

Hoci európske smernice i platná slovenská legislatíva posilňujú práva spotrebiteľov, kým nezlepšime vymožitelnosť práva na Slovensku, nebudú mať pre spotrebiteľa konkrétny význam. Navyše sa v praxi ukazuje, že kompetentné orgány, ale ani politici nepovažujú oblasť ochrany spotrebiteľa za zmysluplnú prioritu svojich vlád a činností. Advokátov i sudcovskú obec najmä smerom na západ Slovenska hnevá legislatíva, ktorá prichádza z Bruselu a posilňuje práva spotrebiteľa a odmietajú premisu, že spotrebiteľ je slabšia strana a preto by mal byť lepšie chránený. V praxi sa nedodržiava zákaz ďalšieho používania súdom judikovanej neprijateľnej zmluvnej podmienky, obchodníci či poskytovatelia služieb nie sú za ich ďalšie používanie dostatočne sankcionovaní a sudy ani exekútori neskúmajú dostatočne či žiadané plnenie nepochádza práve z plnenia z neprijateľných zmluvných podmienok.

Aj povinnosť skúmať bonitu klienta si každý sudca vykladá po svojom. O rozsudkoch, kedy sudca vyhlási celú zmluvu za neplatnú, pretože veriteľ ignoroval túto svoju povinnosť ako ich poznáme napríklad z Nemecka, môžeme len snívať.

Veľmi problematické sú poisťné zmluvy, ktoré sú súčasťou iných zmlúv. Či kupujete televízor, letenku alebo si beriete úver v banke, súčasťou zmluvy je nejaká forma poistenia. Spotrebiteľia si nie sú vedomí, že uzatvárajú poisťnú zmluvu ako pridaný zmluvný vzťah a vôbec nevedia, čo pre nich z neho vyplýva. Navyše nemajú možnosť si poisťnú spoločnosť vybrať. Pomohlo by, keby sa právnou úpravou stanovilo, že poistenie je vždy možné uzatvoriť len ako samostatný právny akt.

Rovnako pri nákupoch tovarov na splátky, ak poskytovateľom úveru nie je tá istá splátková spoločnosť, nemá spotrebiteľ možnosť vybrať si úverovú spoločnosť. Týka sa to napríklad predajcov áut, ale aj obchodných reťazcov, ktoré mohutne inzerujú, aké výhodné pôžičky ponúkajú, no až na mieste sa dozvieme, že úverový vzťah uzatvárate s úplne inou spoločnosťou.

Ďalším problémom je zavádzajúca reklama. Najmä úverové spoločnosti, banky, ale i predajcovia áut, poisťovne či napríklad telekomunikační operátori a eshopy zavádzajú spotrebiteľov lákavými ponukami. V reklame dôležité informácie zverejňujú drobným písmom, veľmi rýchlo alebo vôbec a spotrebiteľom sľubujú výhody, ktoré nie sú reálne. Ide zväčša o silné a často aj medzinárodné spoločnosti, ktoré si málokto dovoľí napomínať či dokonca postihovať. Mali by sme sa tiež veľmi vážne zaoberať skutočnosťou, že život na dlh nie je normálny. Odvšadiaľ sa na nás valia reklamy, aké ľahké je požičať si, no ak naozaj chceme chrániť spotrebiteľov, mali by sme sa zamerať na ich vzdelávanie v oblasti sporenia, obmedzenia spotreby, recyklácie, znovupoužívania a správneho zaobchádzania s odpadmi. Aby si na vec, ktorú si chcú kúpiť, radšej nasporili a nie si na ňu hneď požičiavali. A vziať do úvahy sociálny aspekt, ktorý je nielen na Slovensku s poskytovaním spotrebiteľských úverov veľmi prepojený. Pretože najmä nebankové subjekty (i niektoré banky) supľujú sociálnu pomoc štátu znevýhodneným skupinám spotrebiteľov. A to vedie k tomu, že človek,



SPOLOČNOSŤ SLOVENSKEJ SPOTREBITEĽOV

vieme dospieť k dohode...

ktorých si ani nepoznáť, lebo verí, že len tak prežije, si požičia kdekoľvek a legislatívne mechanizmy, ktoré ho majú chrániť, vníma rovnako ako poskytovateľ úveru veľmi negatívne.

Liberalizácia energetického trhu nepriniesla slovenským spotrebiteľom také výhody, ako v iných krajinách EÚ. Trh je štátom tak výrazne regulovaný, že rozdiel v cenách, ale i v druhu a kvalite služieb je zanedbateľný. Stále je v tomto segmente najväčším problémom podomový predaj, pri ktorom spotrebiteľia uzatvárajú zmluvy na dodávku energií. A sankcie, ktoré im dodávateľia účtujú za prechod k inému dodávateľovi pred skončením zmluvy. Hoci máme smernicu, ktorá to definuje ako nekalú obchodnú praktiku, tento obchod ďalej prekvitá. Dodávateľia energií sú kreatívni len pri vymýšľaní marketingových akcií, ktorými navyšujú cenu za energie napríklad prostredníctvom prenájmu úsporných žiariviek či kariet výhod. Nebojú o klienta pestrejšou ponukou rôznorodých produktov, kde by sme si podľa svojich potrieb mohli vybrať či je pre nás výhodnejšie prať v noci alebo cez víkend.

Veľkým problémom je fenomén "módna obuv". Predajcovia obuvi do poučenia pre spotrebiteľa, kde sa dozvie ako sa má o svoju obuv starať, alebo na doklad o zaplatení, uvedú, že ide o módnu obuv určenú len na veľmi obmedzené využitie. Tak sa stane, že nováčičké ihličky, v ktorých pretancujete jedinou party, môžete hodiť do koša, pretože predajca zamietne reklamáciu na základe toho, že ste ich príliš používali. Máme množstvo reklamácií zimnej pánskej obuvi, detskej obuvi i športovej obuvi, kde predajca využijúc normu EÚ, ktorá rozdeľuje obuv do kategórií a jednou z nich je práve módna obuv, nenesie žiadnu zodpovednosť za kvalitu obuvi, hoci ju používate len niekoľko dní či mesiacov. Žiadali sme kópiu normy od SOI, no odmietli nám ju dať s vysvetlením, že si ju kúpili. Zároveň sme pátrali v iných krajinách EÚ i a na tento problém sme sa pýtali i v európskej komisii, no zdá sa, že s týmto postupom nikde inde ako na Slovensku problém nemajú, čo je veľmi zvláštne ak má byť dôsledkom európskej normy.

Radi by sme napísali aj niečo pozitívne, no u nás sa úspech európskych smerníc i národnej legislatívy odvíja od úrovne vymožitelnosti práva a tá je zlá. Procesy ako neplatnosť zmluvy, vydanie bezdôvodného obohatenia, určenie neprijateľnej zmluvnej praktiky či zastavenie nezákonnej exekúcie sú v kompetencii súdov. Tým však ľudia nedôverujú a mnohí sa svojich práv radšej vzdajú, ako by ich mali hájiť dlhé roky, s neistým koncom, na súde.

Najzraniteľnejšie skupiny

Môžeme konštatovať, že aj naďalej nekalé obchodné praktiky predajcov a poskytovateľov služieb ohrozujú najmä seniorov, ľudí s nedostatočným vzdelaním, nízkym príjmom, zdravotným hendikepom, nezamestnaných, ľudí žijúcich mimo veľkých miest... Na druhej strane, rozmach technológií ohrozuje v kontexte straty súkromia, ochrany osobných údajov, cezhraničných online nákupov či neregulovanej snahy propagácie života na dlh aj mladých, dobre zarábajúcich a vzdelaných jedincov. Podomoví predajcovia nectia ústavné právo nedotknuteľnosti osoby a jej súkromia. Často sa stretávame s neoprávneným zasahovaním do súkromného a rodinného života a tiež s neoprávneným zhromažďovaním, zverejňovaním alebo iným zneužívaním údajov spotrebiteľov. Ochrana osobných údajov je v kontexte bezpečnosti jednou z najväčších výziev súčasnosti. Najväčšia skupina podnetov sa týkala práve podomových a internetových predajcov a ľudí, ktorí bez pozvania navštevujú, telefonicky oslovujú alebo spamujú spotrebiteľov za účelom



SPoločnosť obrany spotrebiteľov

Núti ich niečo si kúpiť, chcú ich priamo okradnúť alebo ich presvedčia, aby podpísali nevýhodnú zmluvu. *vieme dospieť k dohode...*

Podpora uplatňovania zásady rovnakého zaobchádzania

Služby poradenských centier S.O.S. Poprad využívajú aj spotrebiteľia, ktorí sa často cítia diskriminovaní z dôvodu veku, nízkeho majetku a zdravotných hendikepov. Sprístupnili sme im tak informácie, priblížili ich realite a často potešili povzbudzujúcim slovom. Mnohí spotrebiteľia, ktorí sa dostanú do problémov, sa hanbia, myslia si, že sú hlúpi a že ich takto vníma i okolie a rodina. Aj preto sme vydali manuál *Ako rozpoznať nekalé praktiky šmejdov?*, na ktorom sme spolupracovali s klinickou psychologičkou. Objasňujeme v ňom fyziologické zmeny, ktorými všetci prechádzame a ako bez rozdielu rasy, pohlavia či spoločenského postavenia, ovplyvňujú naše reakcie, rozhodovanie či vnímanie reality.

Zlepšenie kvality života znevýhodnených skupín obyvateľstva

Vďaka poradenským centráam S.O.S. Poprad majú spotrebiteľia miesto, kam sa so svojimi problémami môžu obrátiť. Niektorí u nás našli právnu radu, ktorú potrebovali, domohli sa svojich peňazí a kvalitu ich života zlepšuje najmä vedomie, že existuje miesto, kde sa im všemožne budú snažiť pomôcť.

Kvalita života sa u mnohých zlepšila aj vďaka zastaveniu exekúcií, či poskytnutí právnej pomoci v prípade súdnych sporov, ktoré ich roky stresovali. V niekoľkých prípadoch sa podarilo zabezpečiť zrušenie povinnosti zaplatiť rôzne sankcie a zrušiť nevýhodné zmluvy.

Zlepšenie kvality života spotrebiteľov vidíme najmä v znížení množstva stresu, ktorému sú z rôznych dôvodov vystavení, pretože si svoje problémy nevedia vyriešiť sami. Doslova nám potom vravia, že sa im ľahšie dýcha a lepšie žije, pretože im spadol zo srdca obrovský balvan.

Členské štáty by mali vo vnútroštátnych právnych predpisoch vymedziť pojem zraniteľný spotrebiteľ a zabezpečiť zavedenie primeraných opatrení na ich ochranu. Členské štáty majú pri určovaní, kto je zraniteľným spotrebiteľom, určitú flexibilitu podľa konkrétnej situácie v danej krajine. Musia však zaistiť dodržiavanie ochrany práv zraniteľných spotrebiteľov a podniknúť primerané opatrenia na riešenie energetickej chudoby. Niektorí dodávateľia poskytujú zľavu na mesačných poplatkov pre postihnutých občanov – nevidiacich, ktorí sú závislí na elektrických prístrojoch.

Socioekonomické príčiny spotrebiteľských problémov

Po ôsmich rokoch riešenia spotrebiteľských sporov vidíme aj spoločensko-ekonomické príčiny problémov spotrebiteľov.

Chudoba

Biedu a chudobu vnímame subjektívne. Životné minimum je spoločensky uznaná hranica príjmov fyzickej osoby, pod ktorou nastáva stav hmotnej núdze. Hoci teoreticky takmer všetci vieme, že správne hospodárenie má dve strany – príjmy a výdavky, a plánovanie tri podoby – krátkodobú (tvorba finančných rezerv na najbližšie mesiace – napr. kúpa chladničky), strednodobú (kúpa bytu, nového auta, väčšia oprava domu, kúpa chaty...) a dlhodobú (zabezpečenie financovania štúdia detí, zabezpečenie vlastného dôchodku), málokto sa týmito pravidlami riadi, najmä ak väčšina populácie Slovenska žijúca mimo Bratislavy má problém prežiť od výplaty k výplate. Na trhu je navyše množstvo finančných produktov, ktoré nás mätú klamlivou reklamou a sľubmi. Ukazuje sa, že voči klamlivej reklame a nejasným zmluvným podmienkam sú spotrebiteľia bezbranní. Často u nich zaberá elegantné oblečenie a zdvorilé správanie podvodníkov. A najmä možnosť ušetriť.



Možnosti procesnej obrany v súdnom, rozhodcovskom alebo následne exekučnom konaní upravujú procesno-právne predpisy, najmä Civilný sporový poriadok, zákon o spotrebiteľskom rozhodcovskom konaní (zákon č. 335/2014 Z. z.) a Exekučný poriadok (zákon č. 233/1995 Z. z.).

- štát a jeho politika sa v súčasnosti zameriava na prísnu reguláciu predajcov a poskytovateľov služieb, no rovnako vážnym problémom je, že spotrebiteľia zmluvy nečítajú, podpisujú aj dokumenty, ktorým nerozumejú, veria ústnemu ubezpečeniu predajcov a obchodných zástupcov, aj keď ústne dojednania nezodpovedajú tým, ktoré sú im predložené v písomnej forme
- v zmluve, ktorej predmetom je poskytnutie peňažných prostriedkov, si riadne neskontrolujú, aká je odplata poskytovateľa za poskytnutie peňažných prostriedkov, neskontrolujú si, či zmluva obsahuje všetky zákonné náležitosti, ani aké si zmluvný partner vymienil sankcie v podobe úroku či pokút, za nedodržanie zmluvných povinností
- nepoznajú svoje práva, ani opravné prostriedky, ktoré môžu napríklad v exekučnom konaní použiť
- ak súdny exekútor zvolí „vyčkávaciu taktiku“ a ozve sa až vtedy, keď mu Sociálna poisťovňa oznámi, že povinný sa stal poberateľom dôchodkových dávok, spotrebiteľia nevedia, že je na mieste skontrolovať, či oprávnený podal návrh na vykonanie exekúcie v 10 - ročnej premlčacej lehote, ktorá začína plynúť odo dňa, kedy sa malo podľa rozhodnutia plniť. V prípade, ak tak exekútor učiní neskôr, povinný môže úspešne vzniesť námietku premlčania
- nevedia, že v prípade, že oprávnený podá návrh na vykonanie exekúcie po troch rokoch od právoplatnosti, môže vymáhať len istinu, avšak už bez príslušenstva, teda bez úrokov z omeškania či poplatkov a v prípade, že dôchodková dávka nepresahuje sumu životného minima, exekútor nesmie vykonávať zrážky z dôchodku vôbec.
- sociálna izolácia – prezentačné akcie, výročia firiem, posedenia s priateľmi s cieľom dostať obed či darček zadarmo, zdravotnícke prednášky a dni zdravia najmä seniori navštevujú preto, že im chýba kontakt s okolitým svetom a cítia sa osamelí, druhým dôvodom je ich večná snaha ušetriť aspoň pár eur

Sociálna izolácia

Práva zraniteľných spotrebiteľov často nerešpektujú nielen cudzí ľudia, ale ani ich rodinní príslušníci. V dôsledku telesných, psychických a sociálnych zmien súvisiacich s nízkym príjmom, nedostatočným vzdelaním, vekom a sociálnou izoláciou spotrebiteľia ochotnejšie prijímajú pozvanie na predvážacie akcie, dôsledkom čoho sa vystavujú rizikám s nimi spojeným. Tieto psychické zmeny znižujú ich kritické myslenie, spôsobujú pocity osamelosti, hypochondrické správanie i narušené vnímanie reality. Preto najmä starší ľudia ľahšie podľahnú nátlakovým metódam podomových predajcov a rôznym špekulantov.

Na čo sa zamerať pri vzdelávaní spotrebiteľov

V praxi sme identifikovali niekoľko oblastí, na ktoré by spotrebiteľia nikdy nemali zabúdať.

- overiť totožnosť osoby, ktorá im niečo ponúka a skontrolovať či má oprávnenie na takúto činnosť



➤ opýta sa na nejasnosti zmluvy a nechať si čas na rozmyslenie

- preštudovať aj ustanovenia napísané drobnými písmenami, alebo na osobitných listoch či stranách, najmä všeobecné obchodné podmienky, ktorými sa budú musieť riadiť
- skontrolovať, na akú dobu vlastne zmluvu uzatvárajú, pretože zmluvy na dobu určitú zväčša nie je možné len tak, kedykoľvek vypovedať
 - do bytu za žiadnych okolností nepúšťať nikoho cudzieho, prehliadku bytu môže vykonať len súdny exekútor v sprievode polície na základe právoplatného a vykonateľného rozhodnutia súdu
 - dokumenty s osobnými údajmi (účty, faktúry, neplatné kreditné karty a pod.) nevyhadzovať do smetných košov, bez toho, aby ich skartovali alebo inak fyzicky zlikvidovali
 - osobné doklady nedávať z ruky ani ako záloha pri rôznych službách a výpožičkách, žiadať ich od nás môžu len príslušníci polície
 - na kopírovanie našich osobných dokladov musia mať osoby i organizácie náš písomný súhlas, osobné údaje, ktoré spotrebiteľia uvádzajú pri surfovaní po internete, pri vypíňaní rôznych dotazníkov, prihlasovaní sa do súťaží, testoch, pri používaní sociálnych sietí a nákupoch, sa môžu dostať k širokému okruhu ďalších ľudí, ktorí môžu ich osobné údaje zneužiť na podvody alebo inú trestnú činnosť
 - osobné údaje sú navyše novým druhom odplaty, za množstvo služieb na internete neplatíme finančným obnosom, no poskytujeme svoje údaje, čo je často oveľa cennejšia forma platby
 - nikdy svoje osobné údaje ani informácie o domácnosti, zvykoch, lokalite neposkytovať pri telefonických rozhovoroch
 - neprezrádzať svoje osobné údaje, charakteristické informácie a okolnosti, ktoré by mohli byť zneužitú v ich neprospech, cudzím a nedôveryhodným osobám, ľuďom, ktorí ich pristavia na ulici s cieľom zapojiť ich do prieskumu, predáť im niečo alebo ich len tak niekam zvieť

Deti v reklame

Väčšina poskytovateľov úverov si zvykla vo svojich reklamách „používať deti“. Popri nich takmer vždy vystupujú známi herci, ktorí pravdepodobne majú finančnej inštitúcii dodať punc dôveryhodnosti. Zadávatelia reklamy vedia, že si vďaka známej tvári banku či nebankovku aj lepšie zapamätáme...

Môže ísť o agresívnu obchodnú praktiku

Hoci zákon o ochrane spotrebiteľa 250/2007 Z. z. v prílohe č. 1 Obchodné praktiky, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, v bode č. 5, za agresívnu obchodnú praktiku stanovuje zahrnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty, príbehy ľahko dostupných úverov, pôžičiek či hypoték sú vystavané priamo či nepriamo na deťoch. Takmer výlučne v reklamách vystupujú rozžiarené rodiny s deťmi, ktorých šťastie pramení práve z ľahko dostupného a výhodného úveru. Ako spotrebiteľské združenie sa so zadliženými rodinami na dennej báze stretávame a vieme, že život na dlh nikdy k šťastiu rodiny a najmä detí nevedie.

Exekúciám čelia milióny Slovákov. Poskytovatelia finančných úverov sa správajú doslova už ako kvetinári. Ku každému sviatku v kalendári, ročným období, životnému jubileu, narodeniu dieťaťa či inej životnej etape ponúkajú na mieru „namarketovaný“ finančný produkt. Reklamné kampane predajcov a poskytovateľov finančných služieb nás presvedčajú, že ani tie najprirodzenejšie a najkrajšie životné okamihy plnohodnotne neprežijeme bez správneho úveru.

Naši starí rodičia i generácia Slovákov 50 plus sa pritom vždy riadili heslom, že každý sa má prikrývať



len táko, peniaze, na akú má. Mladšia generácia v pôžičkách a nákupe na splátky však vidí úplne možnosť, ako sa dostať k najmodernejším spotrebičom, elektronike, exotickéj svadbe, dovolenke či autu. Čo spočiatku vyzerá len ako nevinná výpomoc, môže človeka veľmi ľahko dostať do dlhovej špirály, ktorá ho postupne pripraví o majetok, rodinu i ľudskú dôstojnosť. Takmer všetky skutočné príbehy bezdomovcov začínajú slovami – zadlžil som sa a začal piť... Pri mizivej vymožiteľnosti práv na Slovensku je pre nás preto neprijateľné, aby herecká obec, ktorá je u nás stelesnením občianskej angažovanosti, bola zároveň spolu s deťmi nástrojom finančných domov, ako vmanipulovať Slovákov do úlohy dlžníkov. Hoci si uvedomujeme, že príjmy za účinkovanie v reklame nie sú pre hercov zanedbateľné, poprosili sme ich, aby zvážili, či účinkovanie v nich vyváži ľudské nešťastie a bolesť, ktorú tým môžu spôsobiť. Sú to známe osobnosti, ktoré si vážime, no požičovať svoju tvár a hlas nie vždy férovým veriteľom, nadnárodným finančným domom, nebankovkám či splátkovými spoločnosťami im jednoducho nesvedčí.

Preto rovnako apelujeme na kontrolné inštitúcie, aby striktnejšie posudzovali nielen etickú rovinu reklám na finančné produkty, v ktorých vystupujú deti. Nielen z hľadiska posudzovania naplnenia podstaty agresívnej obchodnej praktiky či, pri neúplných a často zavádzajúcich reklamných informáciách, aj klamlivej obchodnej praktiky, ale najmä zákon č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov, konkrétne § 4 *Poskytovanie informácií pred uzavretím zmluvy o spotrebiteľskom úvere*, ktorým sa rozšírila informačná povinnosť v reklame alebo akejkoľvek ponuke o spotrebiteľskom úvere, v ktorej sa uvádza úroková sadzba spotrebiteľského úveru alebo akýkoľvek číselný údaj týkajúci sa celkových nákladov spotrebiteľa spojených so spotrebiteľským úverom. Reklamná ponuka musí obsahovať zrozumiteľne, stručne a zreteľne vo forme reprezentatívneho príkladu nasledovné informácie:

- a) úrokovú sadzbu spotrebiteľského úveru, fixnú alebo variabilnú alebo obidve,
- b) podrobnosti o poplatkoch zahrnutých do celkových nákladov spotrebiteľa spojených so spotrebiteľským úverom,
- c) celkovú výšku spotrebiteľského úveru,
- d) ročnú percentuálnu mieru nákladov
- e) dobu splatnosti spotrebiteľského úveru,
- f) pri spotrebiteľskom úvere vo forme odloženej platby na konkrétny tovar alebo službu výšku predajnej ceny tovaru alebo služby a výšku akejkoľvek zálohy,
- g) celkovú čiastku, ktorú musí spotrebiteľ zaplatiť, výšku a počet splátok.

V prípade, ak je podmienkou na získanie spotrebiteľského úveru alebo na jeho získanie za ponúkaných podmienok aj uzavretie zmluvy o doplnkovej službe súvisiacej so zmluvou o spotrebiteľskom úvere, najmä poisťovnej zmluvy, a ak náklady súvisiace s touto službou nemožno určiť vopred, uvedie sa v reklame zrozumiteľne, stručne a zreteľne informácia o povinnosti uzavrieť aj zmluvu o doplnkovej službe.

Ruku na srdce. Všimli ste si niekedy uvedené informácie v televíznych reklamách? Popri chytľavých melódiách a sloganoch rinúcich sa z úst známych hercov a roztomilých detičiek? Stihli ste si niekedy prečítať drobučkým písmom na niekoľko sekúnd zobrazené informácie v spodnej časti obrazovky? A čo reklamy v rozhlase? Letáky a inzeráty, ktoré nás zaplavujú v printoch? Ako je v praxi rešpektovaný zákon o reklame a akým spôsobom túto problematiku kontroluje orgán dozoru?



Najväčší problém Slovenska

Problém ochrany občaniteľov veľmi komplikovaný a netýka sa len Slovenska... *vieme dosiahnuť k dohode...*

Na minuloročnom stretnutí zástupcov spotrebiteľských združení vo Varšave o ňom diskutovalo 17 expertov z 11 krajín (Poľsko, Rumunsko, Česká republika, Slovinsko, Slovensko, Litva, Lotyšsko, Chorvátsko, Macedónsko, Bulharsko a Cyprus). Pod záštitou európskej spotrebiteľskej organizácie BEUC sme spoločne vypracovali súbor odporúčaní pre spoločný postup. Jeho súčasťou majú byť nasledujúce aktivity:

- zavedenie jednotného stropu pre úverové sadzby a poplatky v rámci EÚ
- spoločná, verejná kampaň pre spotrebiteľov, zameraná na úvery a pôžičky – v zmysle, že život na dlh nie je normálny, ide o formu novodobého otroctva a drahé pôžičky takmer nikdy nespĺňajú požiadavky spotrebiteľa
- plošná kontrola reklám na pôžičky a úvery formou mystery shoppingu, následné vytvorenie verejných čiernych zoznamov poskytovateľov finančných služieb, ktorí porušujú zákony na ochranu spotrebiteľa
- zaviesť rýchly informačný systém pre neprijateľné zmluvné podmienky a nekalé obchodné praktiky v oblasti poskytovania finančných služieb v rámci EÚ (obdoba RAPEX-u, čo je systém rýchleho varovania EÚ pre všetky nebezpečné spotrebné výrobky, s výnimkou potravín, farmaceutických a zdravotníckych pomôcok)
- európska kampaň zameraná na neprijateľné bankové poplatky, každý poplatok musí mať reálny dôvod a musí za ním byť reálna služba poskytnutá spotrebiteľovi
- porovnanie správania nadnárodných finančných inštitúcií voči spotrebiteľom v rôznych členských krajinách EÚ
- aktivity vedúce k zrušeniu poistenia, ktoré sa často, bez vedomia či želania spotrebiteľa, skrýva v rôznych spotrebiteľských zmluvách.

No problém s účinkovaním detí a hercov v reklamách má i ďalšiu citlivú rovinu. V súčasnosti sa veľmi málo hovorí o tom, že nesplatené dlhy rodičov zdedia práve ich deti.

V. MEDZINÁRODNÉ VZŤAHY A STRATÉGIA

S.O.S. Poprad je členom Slovenskej komory spotrebiteľských organizácií a pomerne čerstvým členom organizácie európskych spotrebiteľov BEUC, ktorá združuje 40 spotrebiteľských organizácií z celej Európy. Zároveň sme ako jediné slovenské združenie subjektom riešenia spotrebiteľských podnetov európskej platformy Online Dispute Resolution.

S.O.S. Poprad je tiež naďalej súčasťou európskej elektronickej databázy spotrebiteľských podnetov Európskej komisie, ktorá slúži na to, aby všetky spotrebiteľské podnety boli súčasťou jedného elektronického nástroja, a EK i jednotlivé organizácie zaoberajúce sa spotrebiteľskou problematikou tak mali lepší prehľad o tom, ktoré oblasti spotrebiteľskej ochrany sú v danej krajine najproblematickejšie.

Slovensko čelí mnohým výzvam. Všetky členské štáty v stanovených intervaloch predsedajú Rade EÚ a počas posledných troch rokov všetkých šesť predsedajúcich krajín reflektovalo aktuálny progresívny vývoj v oblasti ochrany spotrebiteľov a nutnosť zaradiť ju do centra národných politík, situácia na Slovensku je úplne opačná. Ochrana spotrebiteľov nie je prioritnou agendou žiadneho ministerstva, hoci ide o prierezovú problematiku ministerstva hospodárstva, ministerstva spravodlivosti,



ministerstva životného prostredia, ministerstva pôdohospodárstva a regionálneho rozvoja, de...
ministerstva dopravy i ministerstva financií.

Jednou z priorít Európskej komisie je vytvorenie jednotného digitálneho trhu, aby spotrebiteľia mohli bezpečnejšie nakupovať online z iných krajín EÚ. No na Slovensku počuť aj silné hlasy, ktoré volajú po podpore lokálnych výrobcov a producentov a rozvoji lokálnej ekonomiky a táto skutočnosť si vyžaduje diskusiu. Jednotný európsky trh má posilniť ekonomiku EÚ a priniesť nové pracovné miesta, ale nové technológie, aplikácie a e-shopy preukázateľne mnohých ľudí pripravujú o prácu. Čelíme klimatickej kríze a mali by sme preto vziať do úvahy aj škodlivý vplyv na životné prostredie, ktorý je pri nákupoch z cudziny určite väčší ako pri nákupe od lokálnych výrobcov, pestovateľov či chovateľov.

Ako sme už spomínali, výzvou súčasnosti je aj ochrana osobných údajov a ide o veľmi citlivú tému najmä v obline prostredí. V Škandinávii je právo na internetové pripojenie a uspokojivá rýchlosť prenosu dát už dnes na úrovni ľudského práva. V západných štátoch EÚ milióny ľudí realizuje svoje bankové transakcie prostredníctvom mobilných telefónov, osobné a kontaktné údaje aj meta data sú dnes obrovským biznisom. Ako príklad môžeme použiť Apple case, ktorý otvoril medzinárodnú diskusiu o tom, čo je dôležitejšie pre spotrebiteľa a celú spoločnosť – ochrana niekoho osobných údajov a dát alebo ochrana spoločnosti pred ním samým. Čo je dôležitejšie – právna zodpovednosť alebo marketingová stratégia? Online platformy, sociálne médiá a geoblocking ovplyvňujú náš život viac ako si vieme a chceme predstaviť.

ADR, ODR, Energetická únia, TTIP, CETA, Diesel gate, peer-to-peer... V oblasti spotrebiteľskej ochrany sa toho na európskej úrovni deje naozaj veľa a je čoraz ťažšie držať krok s technologicky, demokraticky a ekonomicky oveľa vyspelejšími členskými krajinami. Problémy Slovenska a krajín Vyšehradskej štvorky sú veľmi špecifické a je treba o nich hlasno hovoriť nielen na medzinárodnej, no i na národnej úrovni.

VI. KONTINUITA A LEGISLATÍVNY BACKGROUND

Projekt S.O.S. Poprad **Spotrebiteľské poradenské centrum ADR pre Nitriansky a Banskobystrický kraj 2016** bol realizovaný v súlade so smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2013/11/EÚ z 21. mája 2013 o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov a zákona č. 391/2015 Z. z. o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý má na Slovensku postaviť základy pre systém alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov (ďalej len „ARS“). Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (S.O.S.) požiadala o zápis do zoznamu subjektov ARS v intenciách *Odporúčania k podávaniu žiadostí o zápis do zoznamu subjektov alternatívneho riešenia sporov a k postupu pri alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov*, ktoré vydalo MHSR, aby bola do zoznamu subjektov ARS zapísaná ku dňu 1. februára 2016. Aby však spotrebiteľia mohli plne využívať potenciál vnútorného trhu, ADR by malo byť k dispozícii pre všetky druhy domácich a cezhraničných sporov, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, a spotrebiteľia i obchodníci by mali byť informovaní o jeho existencii. V súlade s touto stratégiou bude Spoločnosť ochrany spotrebiteľov S.O.S. Poprad aj naďalej skvalitňovať a postupne v rámci svojich projektových aktivít rozširovať svoje služby poskytované v rámci alternatívneho riešenia spotrebiteľských sporov.

VII. MEDZINÁRODNÉ ŠTATISTIKY

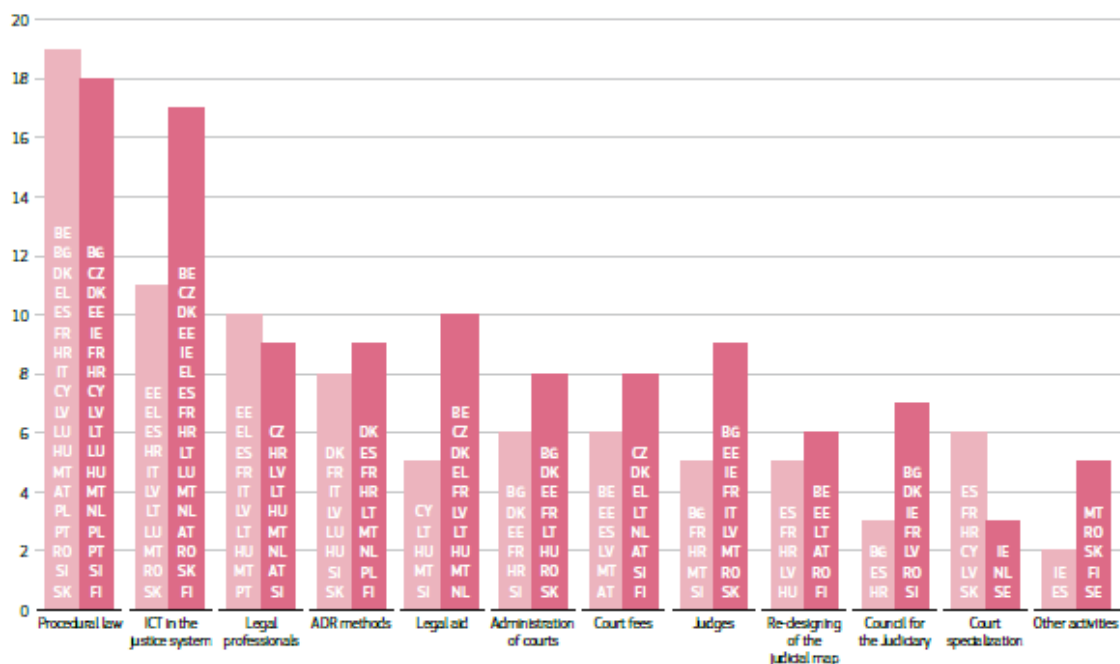
Na záver niekoľko zaujímavých štatistík z minuloročného Justice Scoreboard 2016 a Consumer Scoreboard.

Figure 1

Legislative and regulatory activity concerning justice systems in 2015 (adopted measures/announced initiatives per Member State)

Adopted Announced

Source: European Commission (*)



3.1.1. Length of proceedings

The length of proceedings indicates the estimated time (in days) needed to resolve a case in court, meaning the time taken by the court to reach a decision at first instance. The 'disposition time' indicator is the number of unresolved cases divided by the number of resolved cases at the end of a year multiplied by 365 (days)⁽²²⁾. All figures⁽²³⁾ concern proceedings at first instance and compare, where available, data for 2010, 2012, 2013 and 2014⁽²⁴⁾.

Figure 4

Time needed to resolve civil, commercial, administrative and other cases (*) (first instance/in days)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study

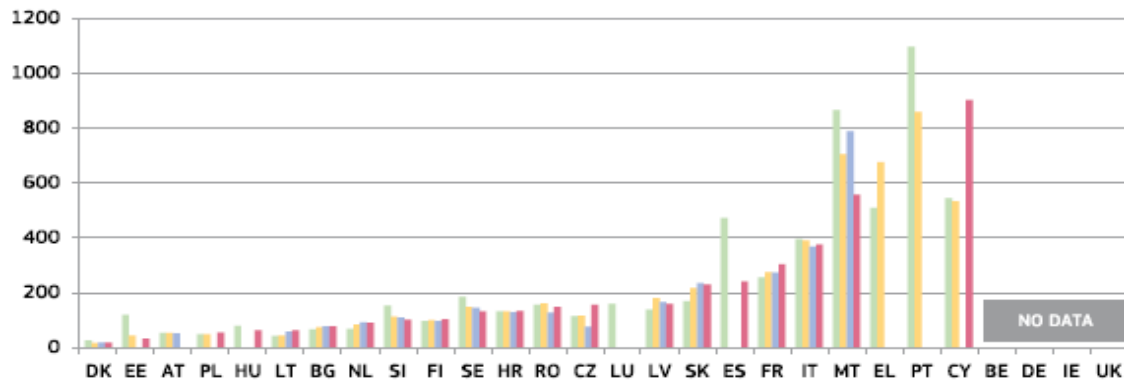
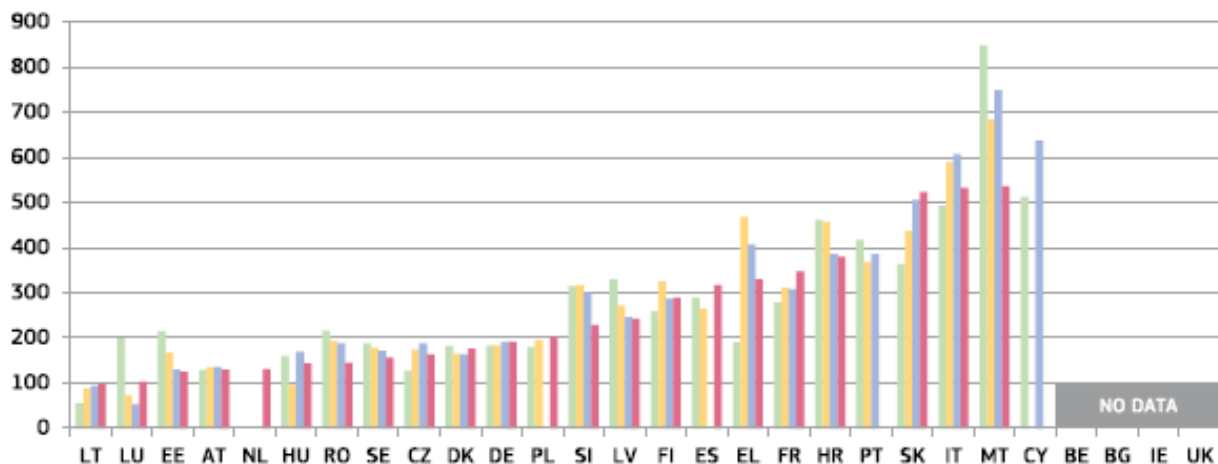


Figure 5

Time needed to resolve litigious civil and commercial cases (*) (first instance/in days)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study



(*) Litigious civil (and commercial) cases concern disputes between parties, e.g. disputes regarding contracts, under the CEPEJ methodology. By contrast, non-litigious civil (and commercial) cases concern uncontested proceedings, e.g. uncontested payment orders. Commercial cases are addressed by special commercial courts in some countries and by ordinary (civil) courts in others. Comparisons should be drawn with care, as some Member States reported changes in the methodology for data collection or categorisation (CZ, EE, EL, ES, HR, IT, CY, LV, LU, HU, RO, SI, FI) or made caveats on completeness of data that may not cover all federal states or all courts (DE, LU). CZ and SK report it is not possible to single out the number of pending cases at first instance, as cases are considered pending until no further proceeding is possible. Before 2014, NL provided a measured disposition time, not calculated by CEPEJ. PT: Data for 2014 were not available due to technical constraints.

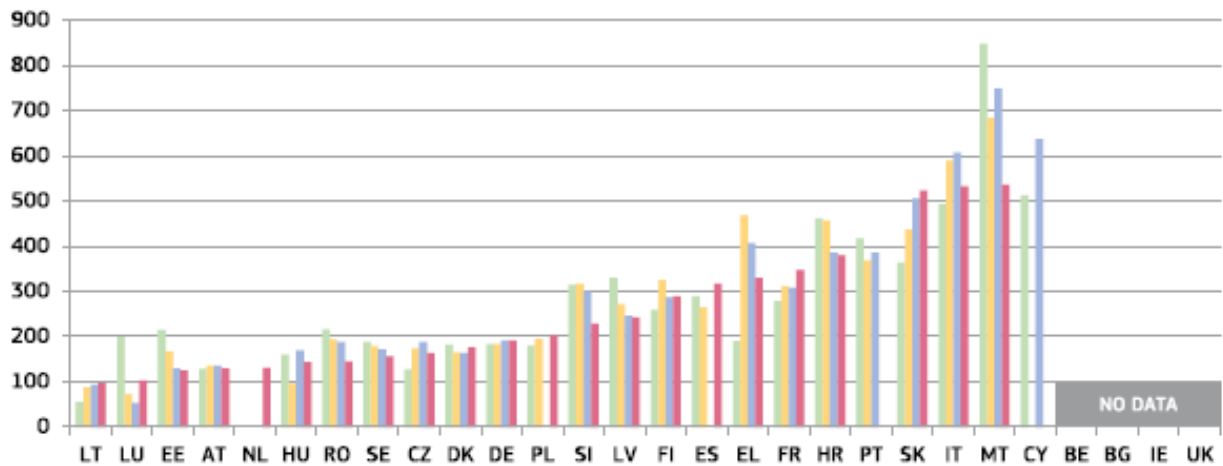


Figure 5

Time needed to resolve litigious civil and commercial cases (*) (first instance/in days)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study



(*) Litigious civil (and commercial) cases concern disputes between parties, e.g. disputes regarding contracts, under the CEPEJ methodology. By contrast, non-litigious civil (and commercial) cases concern uncontested proceedings, e.g. uncontested payment orders. Commercial cases are addressed by special commercial courts in some countries and by ordinary (civil) courts in others. Comparisons should be drawn with care, as some Member States reported changes in the methodology for data collection or categorisation (CZ, EE, EL, ES, HR, IT, CY, LV, LU, HU, RO, SI, FI) or made caveats on completeness of data that may not cover all federal states or all courts (DE, LU). CZ and SK report it is not possible to single out the number of pending cases at first instance, as cases are considered pending until no further proceeding is possible. Before 2014, NL provided a measured disposition time, not calculated by CEPEJ. PT: Data for 2014 were not available due to technical constraints.

3.1.3. Pending cases

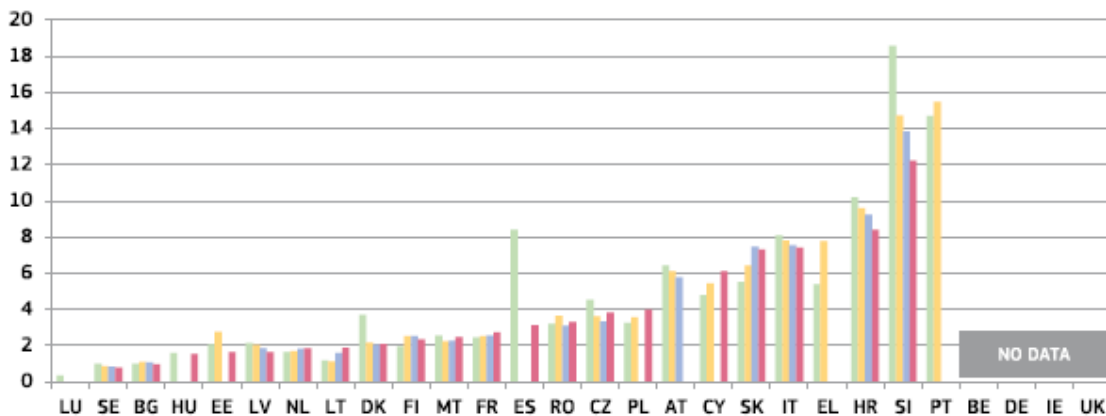
The number of pending cases expresses the number of cases that remains to be dealt with at the end of a period. It also influences the disposition time.

Figure 10

Number of civil, commercial, administrative and other pending cases (*) (first instance/per 100 inhabitants)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study



(*) Comparisons should be drawn with care as some Member States reported changes in the methodology for data collection or categorisation (CZ, EE, IT, CY, LV, HU, RO, SI, FI). CZ and SK report it is not possible to single out the number of pending cases at first instance, as cases are considered pending until no further proceeding is possible. ES: Changes in incoming cases reportedly explain variations. PT: Data were not available due to technical constraints.

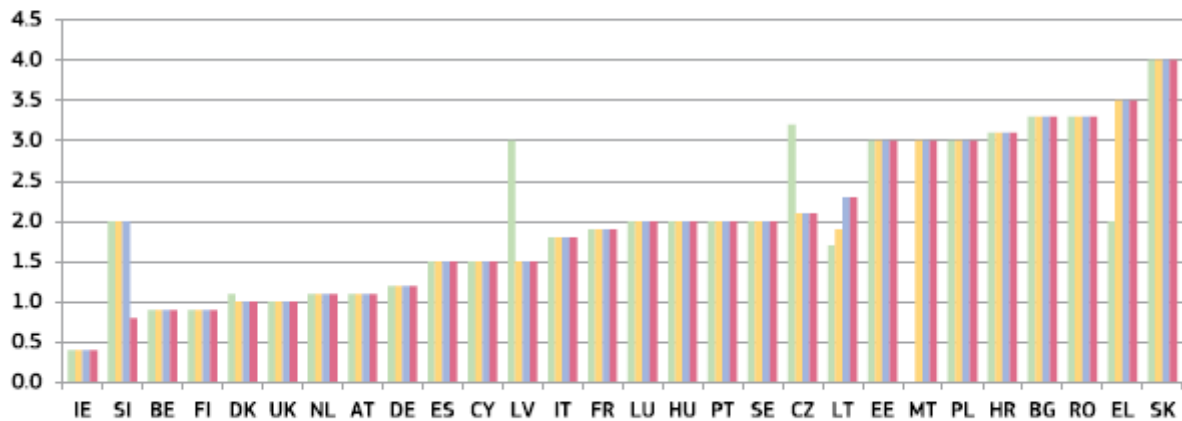
Insolvency

Figure 13

Insolvency: Time needed to resolve insolvency(*) (in years)

2010 2013 2014 2015

Source: World Bank: Doing Business



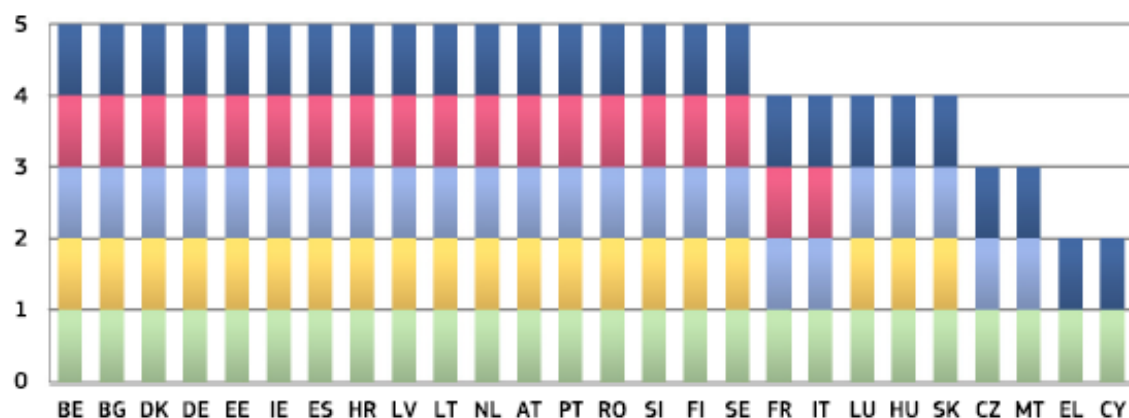
(*) Time for creditors to recover their credit. The period of time is from the company's default until the payment of some or all of the money owed to the bank. Potential delaying tactics by the parties, such as the filing of dilatory appeals or requests for extension, are taken into consideration. The data are derived from questionnaire responses by local insolvency practitioners and verified through a study of laws and regulations as well as public information on insolvency systems. Data collected in June of each year.

Figure 18

Availability of online information about the judicial system for the general public(*)

General information on justice system
Information on composition of costs of proceedings
Information about starting a proceeding
Information on legal aid
Information about individual courts

Source: European Commission (*)



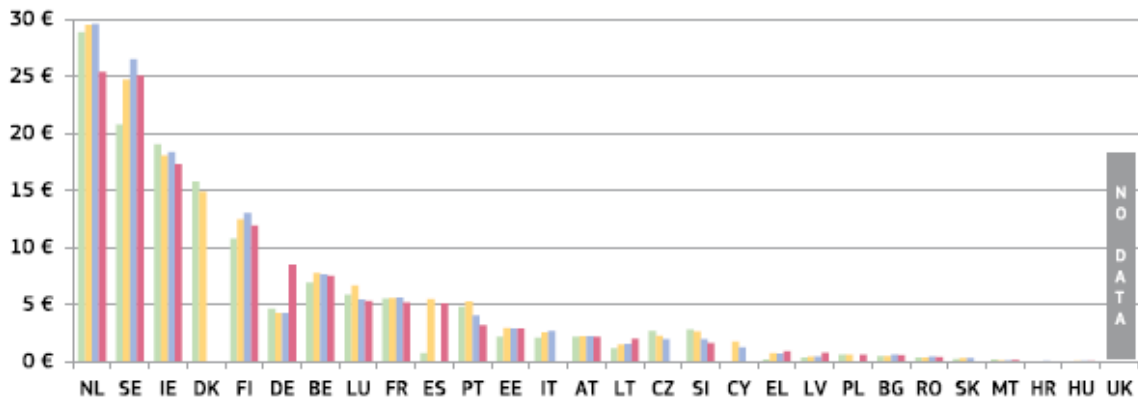
(*) In some Member States (SI, RO) information on the composition of costs of proceedings is made available by publishing the legislation that contains the relevant BG: Not every website of each court sets out information on the justice system, starting a proceeding, legal aid and composition of costs of proceedings. CZ: Inform starting proceedings is available at the website of the Supreme Court, the Supreme Administrative Court and the Constitutional Court. DE: Each federal state and the decide which information to provide online.

Figure 19

Annual public budget allocated to legal aid (*) (EUR per inhabitant)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study



(*) In certain Member States legal professionals may also cover part of the legal aid; this is not reflected in the figures above.

Figure 20

Income threshold for legal aid in a specific consumer case (*) (differences in % between Eurostat poverty threshold and the income threshold)

Comparing the budgets dedicated to legal aid does not take into account the different macroeconomic conditions that exist throughout the Union. In order to have a better comparison, a specific narrow scenario of a consumer dispute has been explored with CCBE to present the eligibility of individuals for legal aid in the context of each Member State's income and living conditions. The data in Figure 20 relate to this specific scenario. Given the complexity of legal aid regimes in Member States, any comparison should be drawn with care and should not be generalised⁽⁴⁹⁾.

Most Member States grant legal aid on the basis of the applicant's income⁽⁴⁰⁾. Figure 20 below compares in % the income thresholds for granting legal aid⁽⁴¹⁾ with the Eurostat *at-risk-of-poverty* thresholds (Eurostat threshold)⁽⁴²⁾. For example, if eligibility for legal aid appears at 20%, it means that an applicant with an income 20% higher than the Eurostat threshold can receive legal aid. On the contrary, if eligibility for legal aid appears at -20%, it means that the income threshold for legal aid is 20% lower than the Eurostat threshold. This provides a comparative overview of the income thresholds used by Member States to grant legal aid in this specific scenario.

Some Member States operate a legal aid system that provides for coverage of 100% of the costs linked to litigation (full legal aid), complemented by a system covering parts of the costs (partial legal aid). Some Member States operate either only a full or only a partial legal aid system.

Legal aid covering 100% of the costs Legal aid covering part of the costs

Source: European Commission with the Council of Bars and Law Societies of Europe (CCBE)⁽⁴⁹⁾

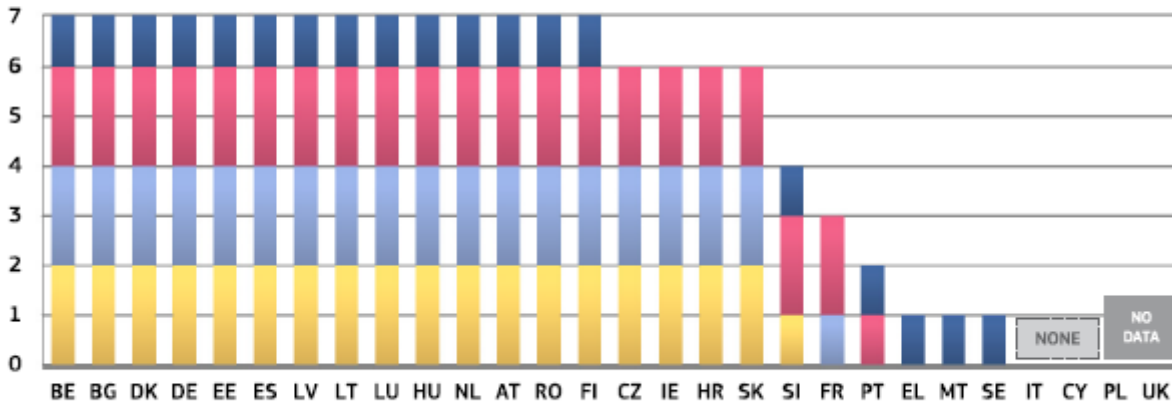


Figure 24

Relations between courts and the press/media (*)

- An official is in charge of explaining judicial decisions to the press/media (1st instance)
- An official is in charge of explaining judicial decisions to the press/media (2nd instance)
- An official is in charge of explaining judicial decisions to the press/media (Highest instance)
- Judiciary has established guidelines on communication with the press/media for judges

Source: European Commission (46)



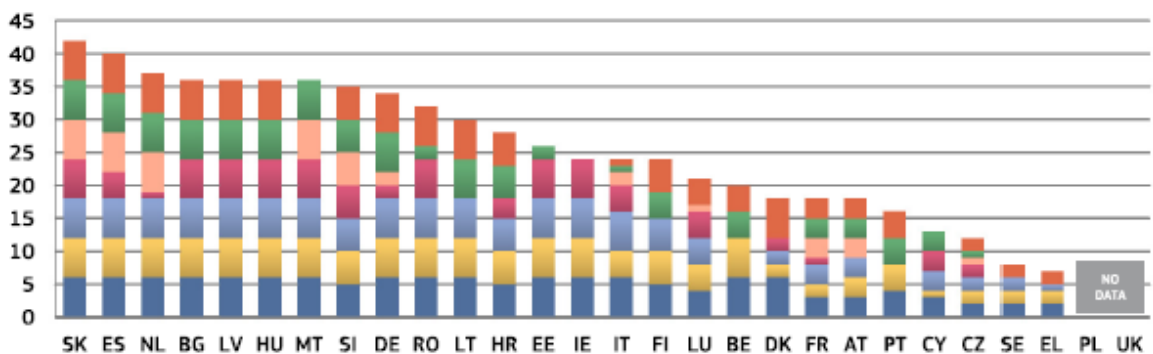
(*) For each instance (first, second and third), two points can be given if civil/commercial cases and administrative cases are covered. If only one category of cases is covered (e.g. either civil/commercial or administrative), only one point is given. DE: Each federal state has its own guidelines for judges on communicating with the press and media. SE: Judges are actively encouraged to communicate their own judgments to the media. Furthermore, a media group consisting of judges from all three instances has been created.

Figure 26

Arrangements for online publication of judgments in all instances (*) (civil/commercial and administrative cases)

- Access is free of charge
- Non-restricted open access
- Online information is updated at least once a month
- All judgments that end a proceeding at a certain instance are accessible online
- Judgments are assigned a European Case Law Identifier (ECLI)
- Judgments are tagged with keywords
- All judgments are anonymised

Source: European Commission (46)



(*) For each instance (first, second and third), two points can be given if civil/commercial cases and administrative cases are covered. If only one category of cases is covered (e.g. either civil/commercial or administrative), only one point per instance is given. In some Member States (IE, MT, EE), judges decide on the anonymisation of judgments. IE: Family law, child care and certain other proceedings where statute requires judgments are anonymised. MT: All family cases are anonymised. DE: Online publication of a selection of judgments in most federal states, tagging of judgments with keywords in some federal states, ECLI system in the Federal Constitutional Court, the Federal Administrative Court and the Federal Labour Court. IT: Judgments of first and second instance in civil/commercial cases are accessible online only to the parties concerned. RO: Online availability of judgments to the general public was put in place in December 2015 and decisions are being gradually uploaded dating back to 2007.

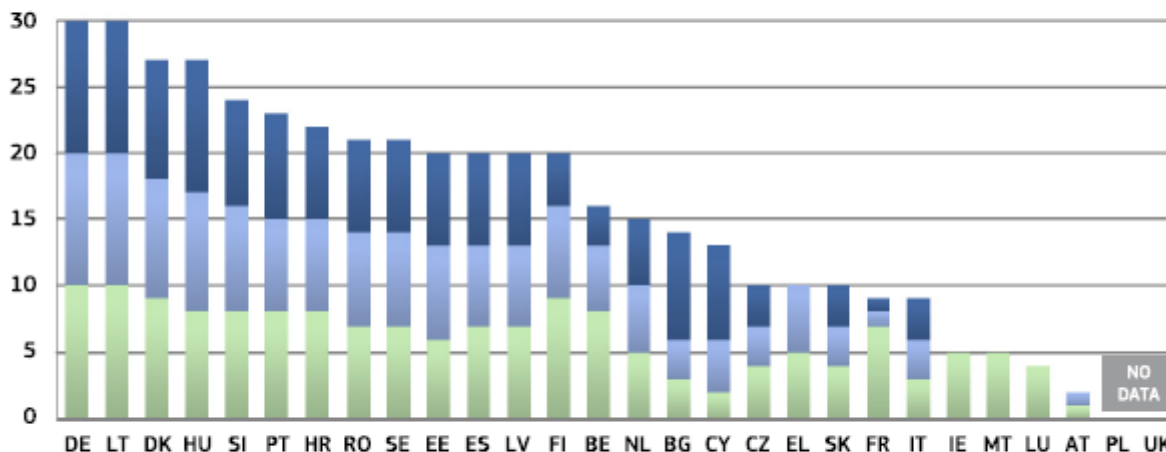


Figure 27

Promotion of and incentives for using alternative dispute resolution methods(*)

Civil and commercial disputes Labour disputes Consumer disputes

Source: European Commission⁽¹⁾



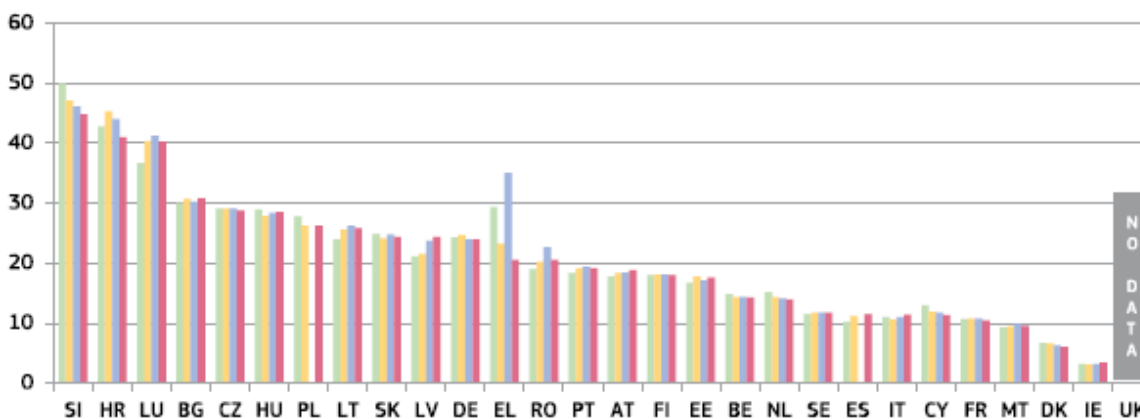
(*) Aggregated indicators based on the following indicators: 1) website providing information on ADR; 2) Publicity campaigns in media; 3) Brochures to the general public; 4) Court provides specific information sessions on ADR upon request; 5) ADR/mediation co-ordinator at courts; 6) Publication of evaluations on the use of ADR; 7) Publication of statistics on the use of ADR; 8) Legal aid covers costs (in part or in full) incurred with ADR; 9) Full or partial refund of court fees, including stamp duties, if ADR is successful; 10) No lawyer for ADR procedure required; 11) Judge can act as mediator; 12) Others. For each of these 12 indicators, one point was given. For each area of law, a maximum of 12 points could be given. In some Member States (ES, FR, LT), conciliation procedures prior to judicial proceedings are compulsory in labour disputes. In addition in ES, judicial mediation is compulsory once judicial proceedings have started. IE: Promotion and Incentives relate only to family proceedings. IT: Judges can act as a conciliator in a proceeding and, if so, the conciliation can be enforced. LV: No court fees are charged in labour disputes.

Figure 30

Number of judges(*) (per 100 000 inhabitants)

2010 2012 2013 2014

Source: CEPEJ study



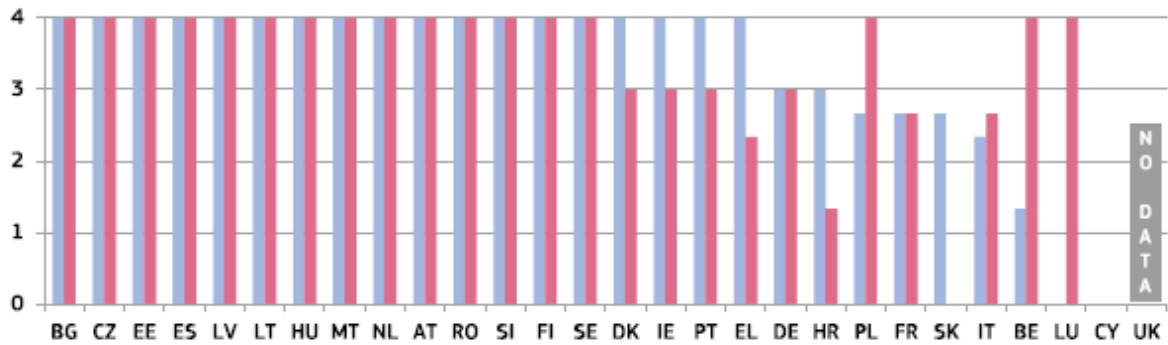
(*) This category consists of judges working full-time, under the CEPEJ methodology. It does not include the Rechtspfleger/court clerks that exist in some Member States. EL: The total number of professional judges includes different categories over the years shown above, which partly explains their variation.

Figure 39

ICT used for case management and for court activity statistics (*) (weighted indicator: min=0, max=4⁽⁶²⁾)

Case management systems Tools for producing court activity statistics

Source: CEPEJ study



(*) IE: Electronic case filing is mandatory for personal insolvency cases other than bankruptcy and optional for any small claim.

Figure 44

Perceived independence of courts and judges among the general public

Very good Fairly good Fairly bad Very bad Don't know

Source: Eurobarometer (79)

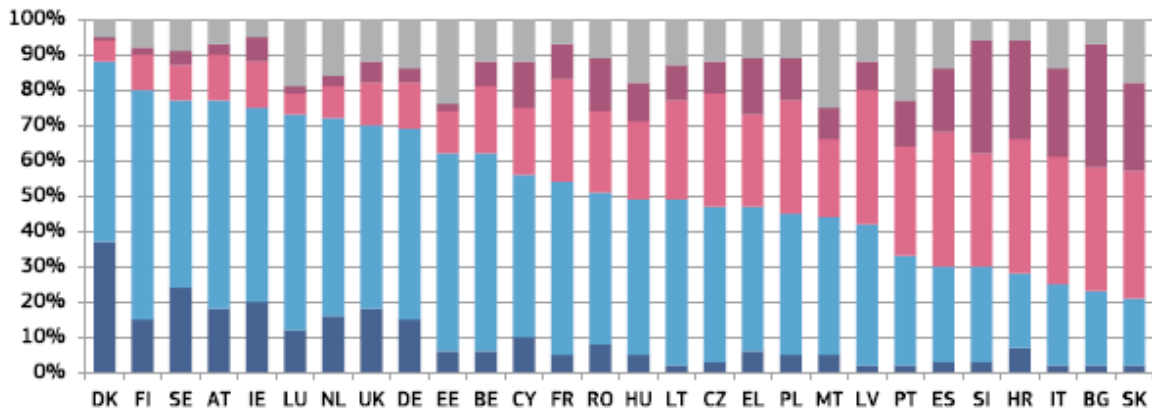


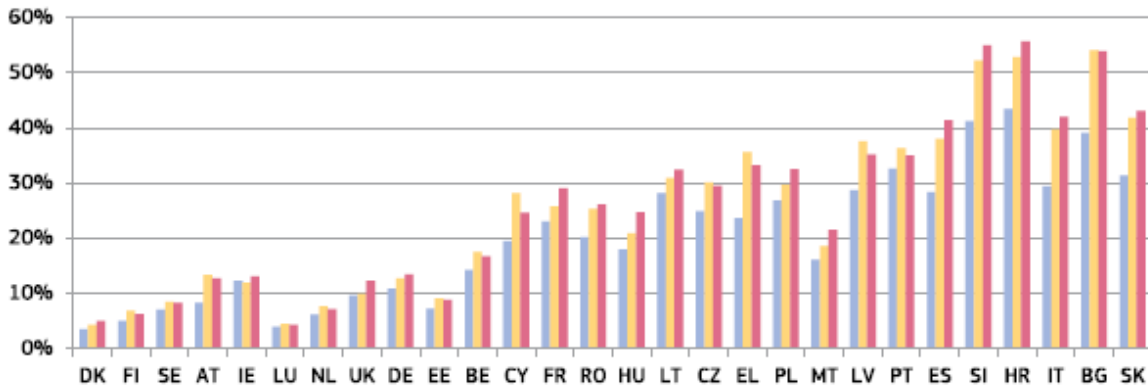
Figure 45

Main reasons among the general public for the perceived lack of independence (share of all respondents — higher value means more influence)

This figure shows the main reasons for the perceived lack of independence of courts and judges. The respondents among the general public, who rated the independence of the justice system as being 'fairly bad' or 'very bad', could choose among three reasons to explain their rating. The Member States are in the same order as in the Figure 44.

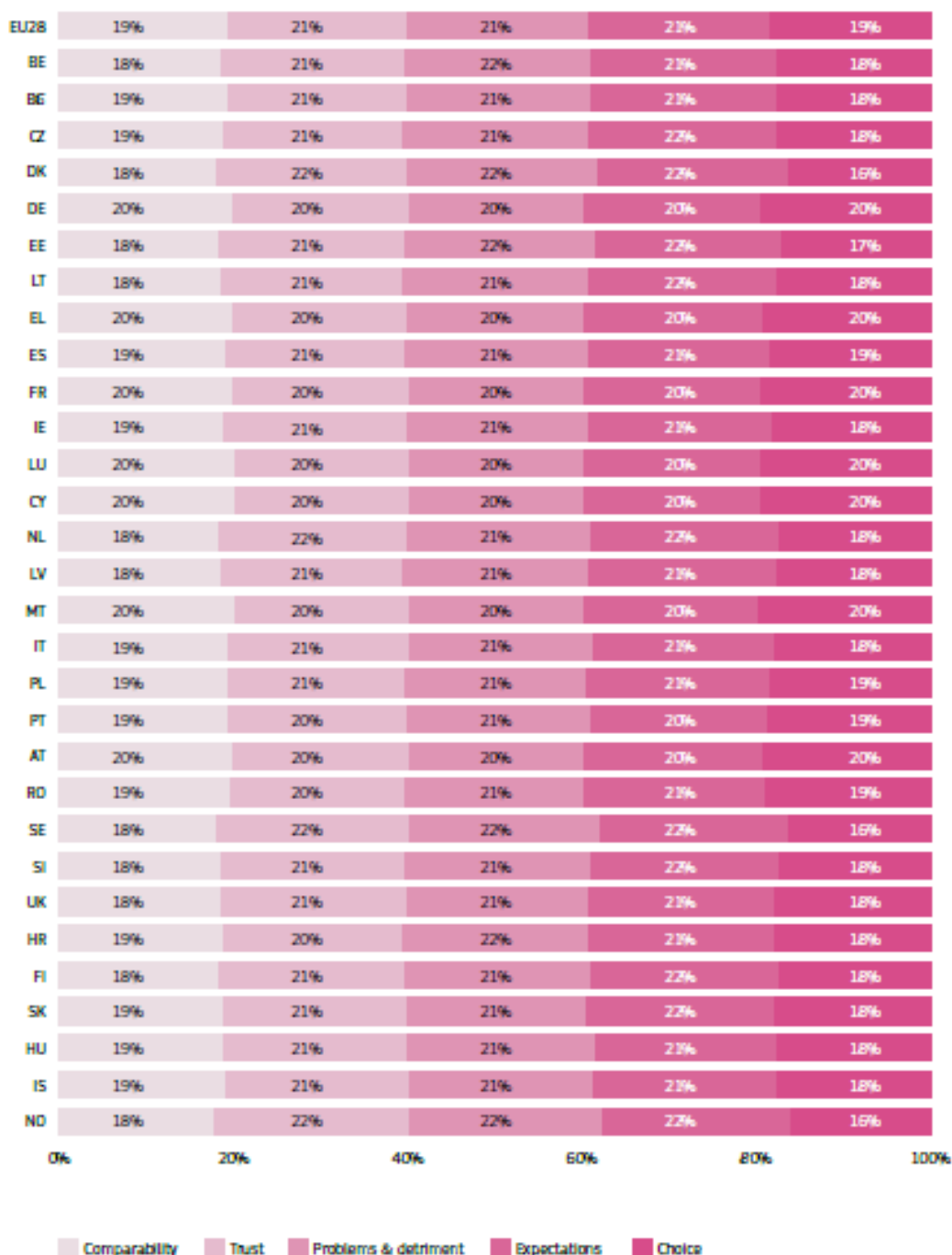
■ The status and position of judges do not sufficiently guarantee their independence
 ■ Interference or pressure from economic or other specific interests
 ■ Interference or pressure from government and politicians

Source: Eurobarometer⁽⁷⁾



Among the respondents in the general public who rated the independence of the justice system as being 'very good' or 'fairly good', nearly three-quarters (equivalent to 39% of all respondents) gave the guarantees provided by the status and position of judges as a reason for their rating⁽⁷⁸⁾.

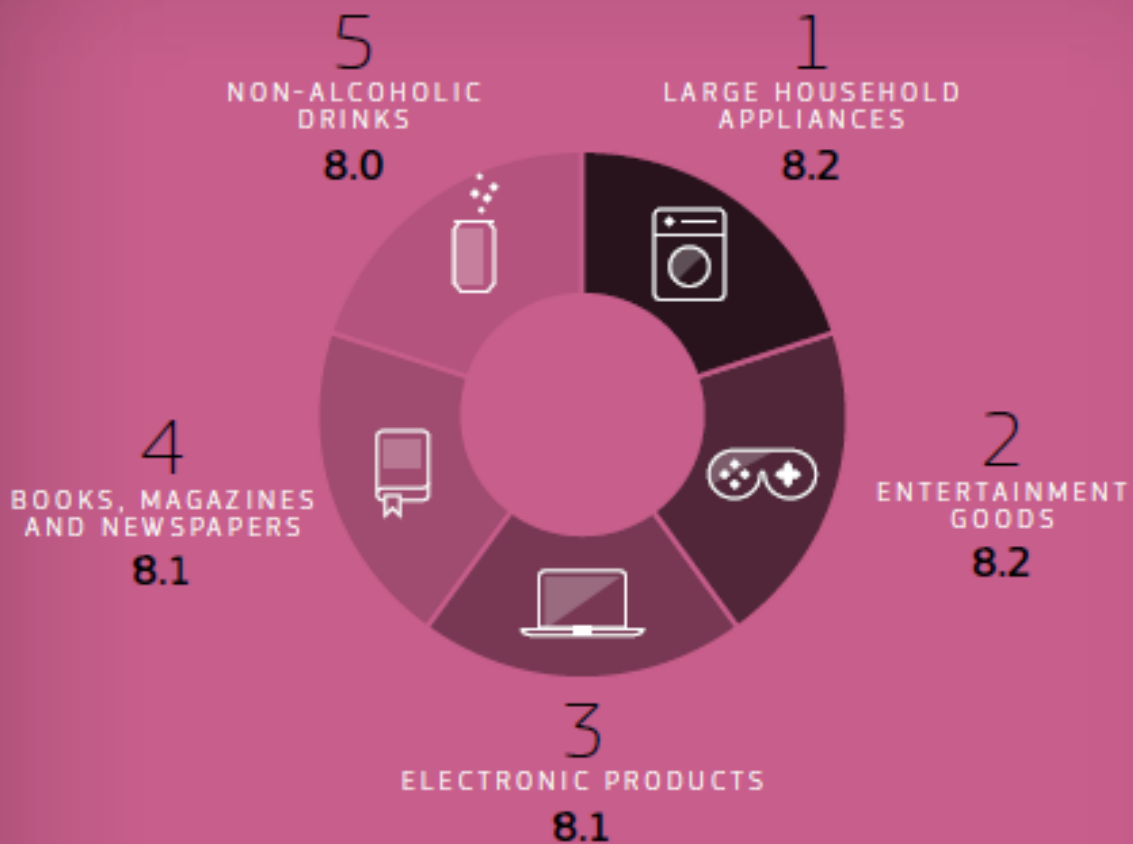
Figure 3: Importance of components - relative scores by country (average of all markets)



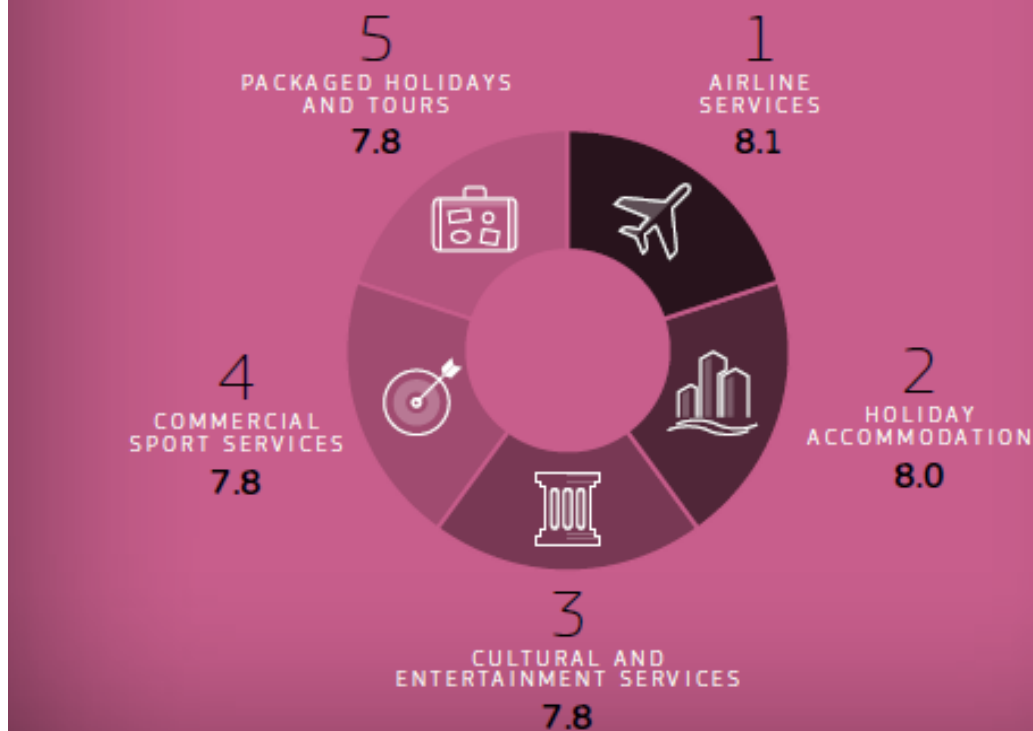


SPOLO

COMPARABILITY BY MARKET (EU28) > GOODS > TOP 5



COMPARABILITY BY MARKET (EU28) > SERVICES > TOP 5

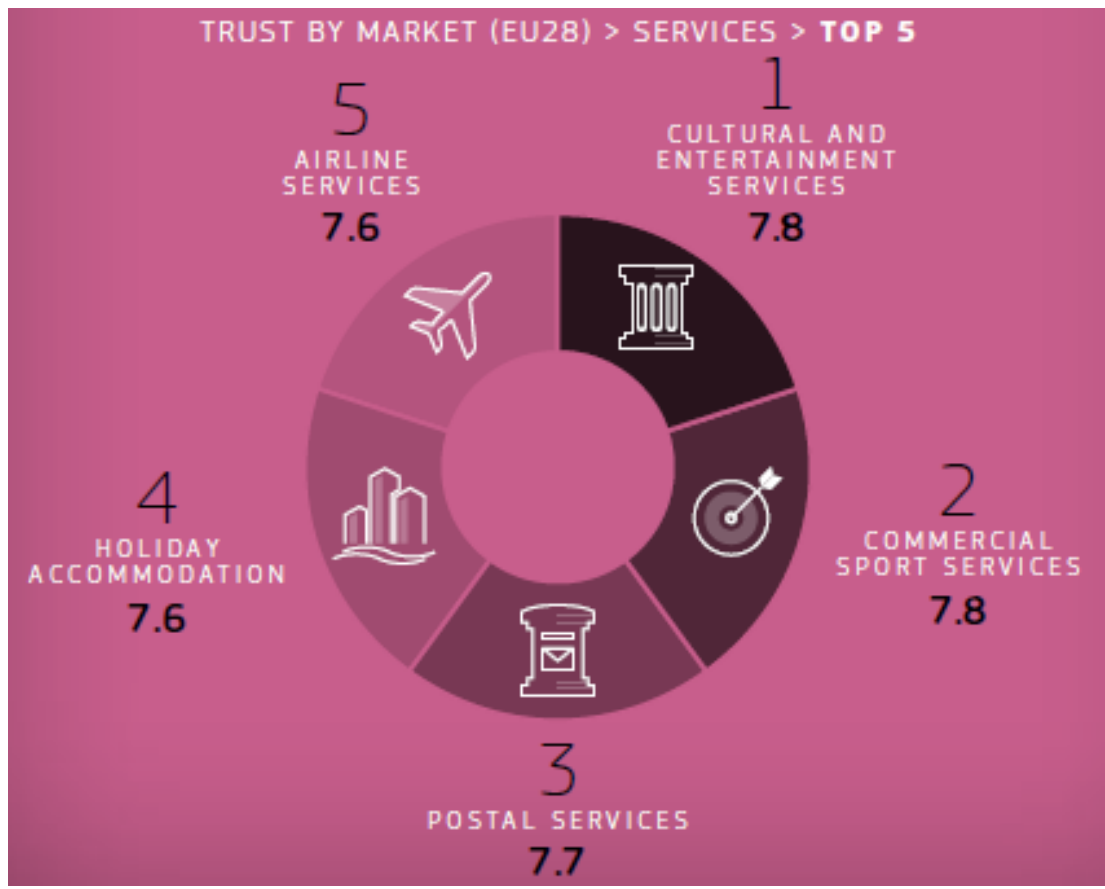


Trust by market - EU26

On a scale from 0 to 10, to what extent do you trust <suppliers/retailers> to respect the rules and regulations protecting consumers?

| | | | | 2015 | Diff 2015-2013 | Diff 2013-2012 | Diff 2012-2011 | Diff 2011-2010 | | |
|--|---------------------------------|-------------------------------------|----|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------|-------|
| | All markets | 12 | 33 | 56 | 7.2 | +0.5* | +0.0* | -0.1* | +0.0* | |
| GOODS | Books, magazines and newspapers | 5 | 25 | 70 | 8.0 | +0.3* | +0.0 | +0.0 | +0.0 | |
| | Entertainment goods | 5 | 30 | 65 | 7.8 | +0.6* | 0.0 | -0.1* | +0.4* | |
| | Non-prescription medicines | 8 | 25 | 67 | 7.8 | +0.5* | +0.0 | 0.0 | +0.4* | |
| | Large household appliances | 5 | 31 | 64 | 7.8 | +0.5* | -0.1* | -0.2* | +0.1* | |
| | Electronic products | 7 | 31 | 62 | 7.6 | +0.4* | 0.0 | -0.1* | +0.1* | |
| | Bread, cereals, rice and pasta | 8 | 29 | 62 | 7.6 | +0.2* | 0.0 | -0.1* | +0.2* | |
| | Non-alcoholic drinks | 9 | 30 | 61 | 7.6 | +0.2* | 0.0 | -0.1* | +0.3* | |
| | ICT products | 7 | 34 | 59 | 7.5 | +0.5* | 0.0 | -0.1* | +0.1 | |
| | All goods markets | 10 | 32 | 59 | 7.4 | +0.5* | 0.0 | -0.1* | +0.1* | |
| | Fruit and vegetables | 9 | 33 | 57 | 7.4 | +0.6* | -0.1* | -0.2* | +0.0 | |
| | New cars | 10 | 33 | 56 | 7.3 | +0.4* | +0.1* | +0.0 | +0.1* | |
| | Meat and meat products | 13 | 35 | 52 | 7.1 | +0.7* | +0.5* | -0.2* | +0.2* | |
| | Fuel for vehicles | 15 | 32 | 53 | 7.0 | +0.7* | +0.3* | -0.1 | -0.1* | |
| | Second-hand cars | 23 | 40 | 37 | 6.1 | +0.5* | +0.1* | +0.1* | 0.0 | |
| | SERVICES | Cultural and entertainment services | 5 | 30 | 65 | 7.8 | +0.3* | +0.0 | -0.1* | +0.0 |
| | | Commercial sport services | 5 | 31 | 64 | 7.8 | +0.3* | +0.1* | -0.1* | +0.1* |
| | | Postal services | 7 | 30 | 63 | 7.7 | +0.4* | +0.1* | -0.1* | +0.0 |
| Holiday accommodation | | 5 | 35 | 60 | 7.6 | +0.4* | +0.1* | -0.1* | 0.0 | |
| Airline services | | 7 | 32 | 61 | 7.6 | +0.6* | -0.1* | -0.1* | +0.1* | |
| Tram, local bus, metro, and underground services | | 9 | 31 | 60 | 7.5 | +0.5* | +0.0 | -0.1 | 0.0 | |
| Legal and accountancy services | | 10 | 29 | 61 | 7.5 | +0.6* | +0.1* | +0.0 | | |
| Packaged holidays and tours | | 6 | 38 | 56 | 7.4 | +0.5* | +0.0 | -0.1* | +0.1* | |
| Train services | | 10 | 32 | 58 | 7.3 | +0.7* | +0.2* | -0.2* | -0.2* | |
| Cafés, bars and restaurants | | 10 | 36 | 54 | 7.3 | +0.4* | -0.1 | -0.1* | +0.2* | |
| Vehicle insurance | | 11 | 32 | 57 | 7.3 | +0.6* | +0.1* | -0.1 | +0.1* | |
| Home insurance | | 11 | 34 | 54 | 7.2 | +0.5* | +0.1* | +0.0 | +0.0 | |
| Water supply | | 14 | 29 | 57 | 7.2 | +0.4* | +0.1* | +0.0 | 0.0 | |
| Vehicle rental services | | 10 | 38 | 52 | 7.2 | +0.2* | +0.3* | 0.0 | 0.0 | |
| All services markets | | 12 | 33 | 54 | 7.1 | +0.5* | +0.1* | +0.0* | 0.0 | |
| TV-subscriptions | | 13 | 34 | 53 | 7.1 | +0.4* | +0.1* | -0.4* | | |
| Gas services | | 14 | 30 | 56 | 7.1 | +0.6* | +0.1 | -0.1* | +0.2* | |
| House and garden maintenance services | | 12 | 37 | 51 | 7.1 | +0.5* | +0.2* | +0.0 | -0.1* | |
| Vehicle maintenance and repair services | | 14 | 35 | 51 | 7.0 | +0.5* | +0.0 | -0.1* | -0.2* | |
| Private life insurance | | 13 | 36 | 51 | 7.0 | +0.6* | +0.1* | 0.0 | | |
| Internet provision | | 14 | 35 | 51 | 7.0 | +0.6* | 0.0 | -0.1* | +0.2* | |
| Loans, credit and credit cards | | 15 | 32 | 53 | 7.0 | +0.7* | 0.0 | -0.1* | | |
| Fixed telephone services | | 16 | 33 | 51 | 6.9 | +0.4* | 0.0 | -0.1* | -0.2* | |
| Bank accounts | | 17 | 31 | 52 | 6.9 | +0.8* | 0.0 | 0.0 | +0.0 | |
| Online gambling and lottery services | | 16 | 35 | 49 | 6.8 | +0.3* | | | | |
| Investment products, private pensions and securities | | 16 | 38 | 47 | 6.8 | +0.7* | +0.2* | 0.0 | +0.5* | |
| Electricity services | | 19 | 31 | 49 | 6.7 | +0.5* | +0.1 | +0.0 | -0.2* | |
| Mobile telephone services | 20 | 32 | 48 | 6.7 | +0.5* | +0.1* | +0.0 | 0.0 | | |
| Mortgages | 20 | 33 | 46 | 6.5 | +0.5* | +0.2* | -0.1 | | | |
| Real estate services | 20 | 38 | 42 | 6.4 | +0.4* | +0.1* | -0.1* | +0.1 | | |

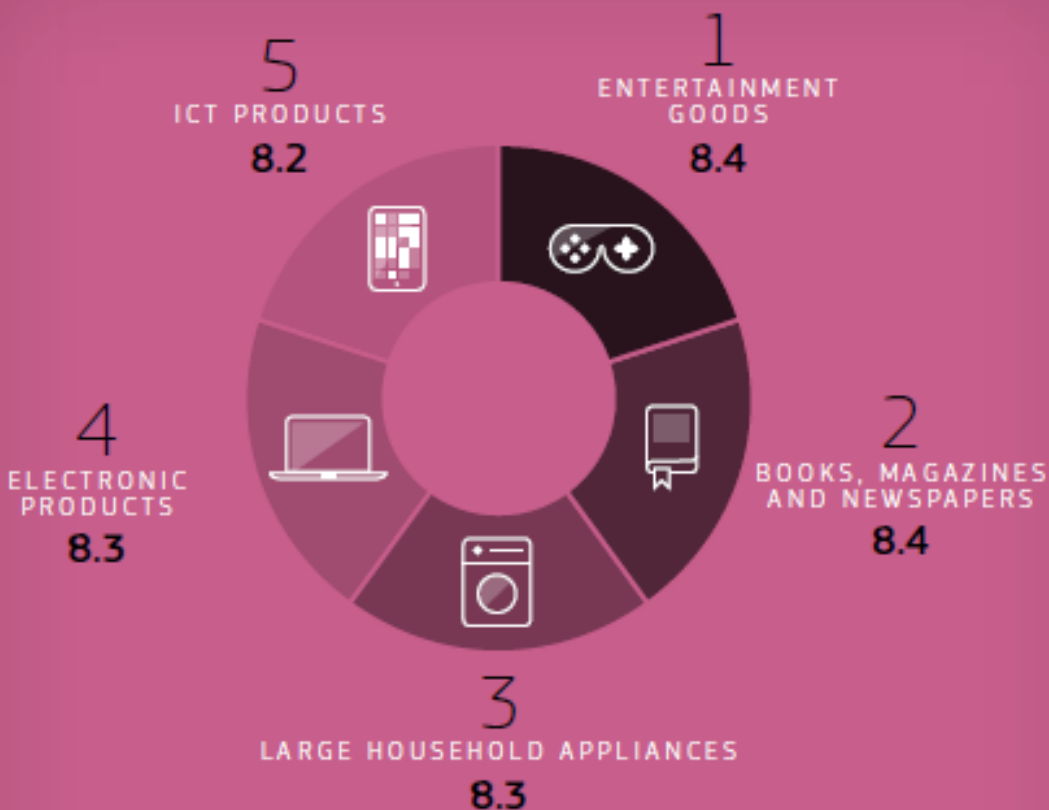
%
0-4 5-7 8-10





SPOLOČNOSŤ OCHRÁNY SPOTREBITEĽOV

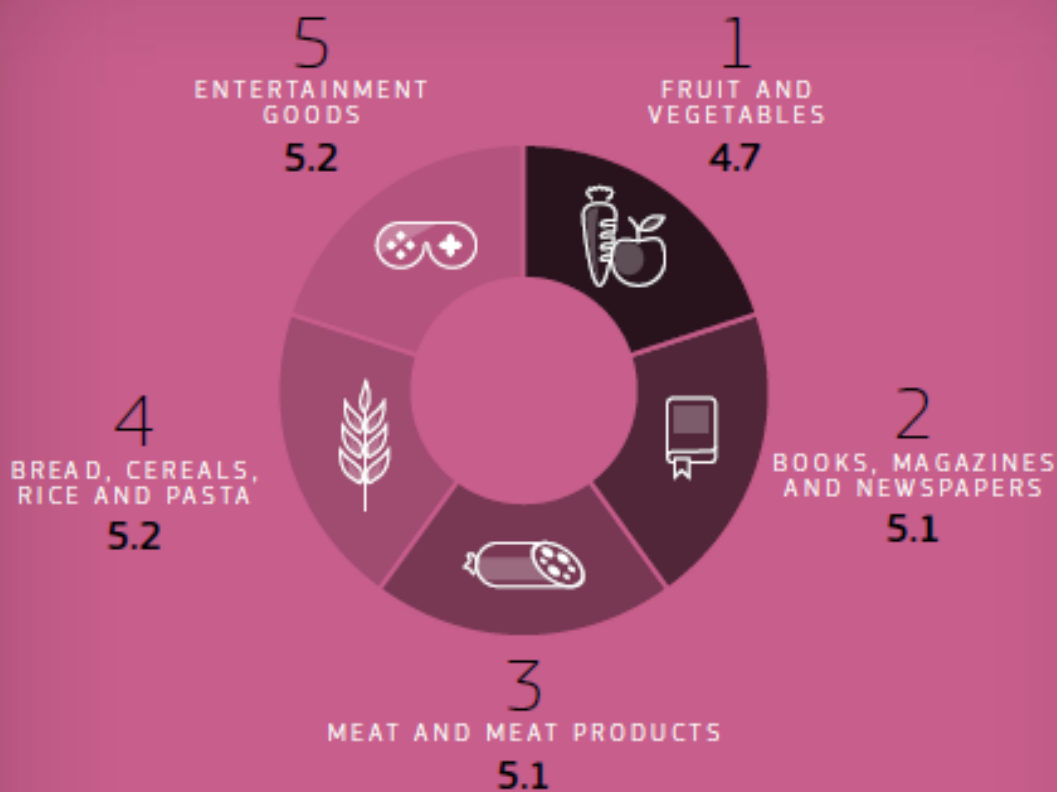
EXPECTATIONS BY MARKET (EU28) > GOODS > TOP 5



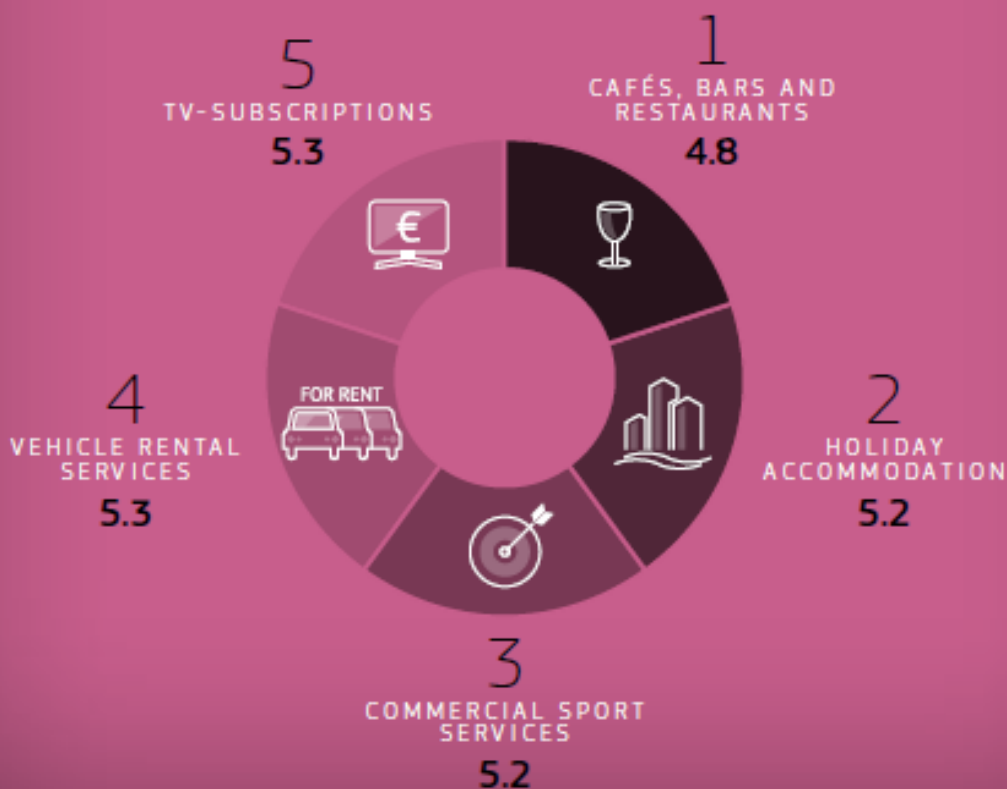
EXPECTATIONS BY MARKET (EU28) > SERVICES > TOP 5



DETRIMENT BY MARKET (EU28) > GOODS > TOP 5

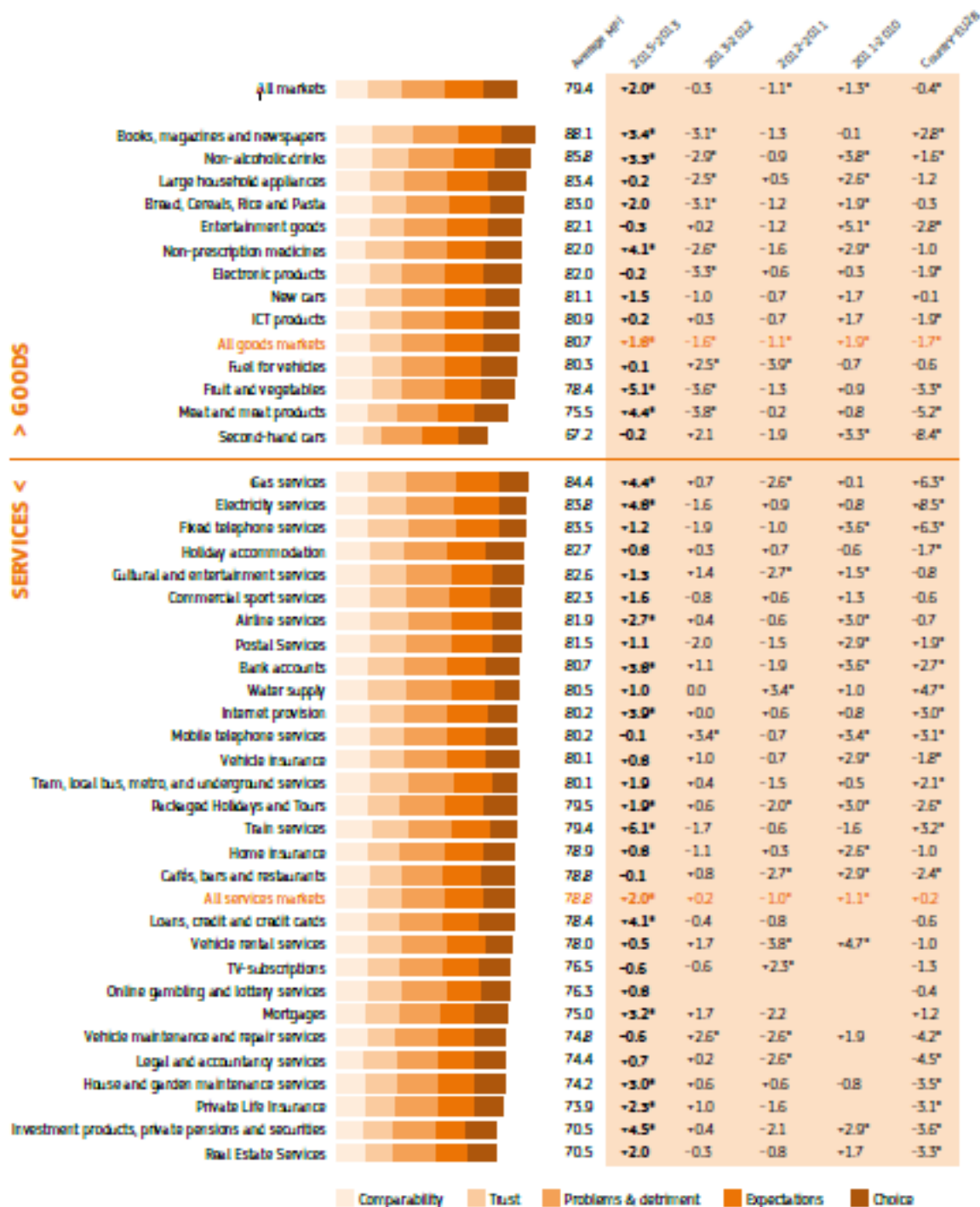


DETRIMENT BY MARKET (EU28) > SERVICES > TOP 5



SLOVAKIA

MPI per market





SPOLOČ

DIFFERENCE WITH EU28

| 5 Top markets (compared to EU28 average) | | MPI | Comparability (Avg) | Trust (Avg) | Problems (%) | Detriment (Avg) | Problems & Detriment (Avg) | Complaints (%) | Expectations (Avg) | Choice (Avg) |
|---|--|-------|---------------------|-------------|--------------|-----------------|----------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| 46 | Electricity services | +8.5* | +0.6* | +1.1* | -5.0* | -1.0 | +0.4* | +11.9* | +1.0* | +0.9* |
| 47 | Gas services | +6.3* | +0.4* | +0.8* | -4.6* | -1.7* | +0.3* | -11.7 | +0.8* | +0.6* |
| 32 | Fixed telephone services | +6.3* | +0.8* | +0.8* | -3.2* | -2.0* | +0.4* | -6.0 | +0.7* | +0.4* |
| 45 | Water supply | +4.7* | +1.3* | +0.3* | +3.8* | -1.1* | -0.1 | -8.0 | +0.6* | +0.8* |
| 36 | Train services | +3.2* | +0.8* | +0.3* | -1.9 | -0.8* | +0.2* | -10.9 | +0.1 | +0.4* |
| 5 Bottom markets (compared to EU28 average) | | MPI | Comparability (Avg) | Trust (Avg) | Problems (%) | Detriment (Avg) | Problems & Detriment (Avg) | Complaints (%) | Expectations (Avg) | Choice (Avg) |
| 16 | Second-hand cars | -8.4* | -1.0* | -2.1* | +9.7* | -0.8* | -0.4* | -8.0 | -0.3* | -0.4* |
| 2 | Meat and meat products | -5.2* | -0.5* | -1.1* | +13.6* | -0.7* | -0.5* | -6.5 | -0.5* | -0.1 |
| 57 | Legal and accountancy services | -4.5* | -0.6* | -0.8* | +3.9* | -0.5 | -0.2 | +3.1 | -0.4* | -0.4* |
| 23 | Vehicle maintenance and repair services | -4.2* | -0.4* | -0.9* | +6.7* | -1.4* | -0.2 | -5.5 | -0.4* | -0.2* |
| 28 | Investment products, private pensions and securities | -3.6* | -0.6* | -0.4* | +1.1 | -0.9 | +0.0 | -1.3 | -0.7* | -0.1 |

DIFFERENCE WITH 2013

| Improved most since 2013 | | trend MPI | Comparability (Avg) | Trust (Avg) | Problems (%) | Detriment (Avg) | Problems & Detriment (Avg) | Complaints (%) | Expectations (Avg) | Choice (Avg) |
|------------------------------|--|-----------|---------------------|-------------|--------------|-----------------|----------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| 36 | Train services | +6.1* | +1.0* | +0.5* | -0.5 | N/A | N/A | -13.1 | +0.8* | NA |
| 1 | Fruit and vegetables | +5.1* | +0.3 | +0.7* | -3.6 | N/A | N/A | -8.1 | +0.8* | NA |
| 46 | Electricity services | +4.8* | +0.1 | +0.8* | -2.8 | N/A | N/A | +15.6 | +0.8* | NA |
| 28 | Investment products, private pensions and securities | +4.5* | +0.1 | +1.0* | -5.8* | N/A | N/A | -7.1 | +0.2 | NA |
| 47 | Gas services | +4.4* | +0.0 | +0.8* | -2.2 | N/A | N/A | -4.3 | +0.7* | NA |
| Deteriorated most since 2013 | | trend MPI | Comparability (Avg) | Trust (Avg) | Problems (%) | Detriment (Avg) | Problems & Detriment (Avg) | Complaints (%) | Expectations (Avg) | Choice (Avg) |
| 23 | Vehicle maintenance and repair services | -0.6 | -0.2 | -0.1 | +1.0 | N/A | N/A | +1.0 | +0.1 | NA |
| 54 | TV-subscriptions | -0.6 | -0.4* | 0.0 | +0.3 | N/A | N/A | -5.6 | +0.2 | NA |
| 14 | Entertainment goods | -0.3 | -0.2 | +0.2 | +4.2* | N/A | N/A | -0.8 | +0.2 | NA |
| 16 | Second-hand cars | -0.2 | -0.2 | -0.2 | +4.0 | N/A | N/A | -8.4 | +0.5* | NA |
| 10 | Electronic products | -0.2 | -0.3 | +0.1 | +2.5 | N/A | N/A | -13.0* | +0.3* | NA |

OVERALL PERFORMANCE

The average performance of all markets surveyed in Slovakia is 79.4, which is 0.4 points lower than the EU28 average. The goods markets MPI score is 80.7, lower than the EU28 average by 1.7 points and the services markets score is 78.8, in line with the EU average.

The overall Slovakian MPI score is 2.0 points higher than in 2013. The goods markets score has increased by 1.8 points, while the services markets score is up 2.0 points. Slovakia ranks in second place among all EU28 countries for the 'Books, magazines and newspapers' market, but in the bottom three EU countries for 'Packaged holidays and tours'.

GOODS MARKETS

The top goods markets in Slovakia are 'Books, magazines and newspapers', 'Non-alcoholic drinks' and 'Large household appliances'. The bottom three goods markets are 'Second-hand cars', 'Meat and meat products', and 'Fruit and vegetables' despite improved performance for the latter two markets since 2013.

Five goods markets have improved since 2013, led by the 'Fruit and vegetables' (+5.1), 'Meat and meat products' (+4.4), and 'Non-prescription medicines' (+4.1) markets.

No goods markets statistically significantly decreased in comparison with 2013.

Only two goods markets in Slovakia perform above the EU28 average, 'Books, magazines and newspapers' (+2.8) and 'Non-alcoholic drinks' (+1.6). Six markets score below the EU28 average. The worst performers are the 'Secondhand cars' (-8.4), 'Meat and meat products' (-5.2), and 'Fruit and vegetables' (-3.3) markets.

The goods markets average trust and expectations component scores are better than in 2013. The overall proportion of complaints decreased. Other component results are stable for goods markets overall, with only two figures worsening in comparison with 2013: a lower comparability score in the 'ICT products' market and a higher proportion of problems in the 'Entertainment goods' market.

Compared to the EU28 average, the goods markets average comparability, trust and expectations component scores are below the EU average, and the proportion of problems is higher than average. The market for 'Books, magazines and newspapers' is the only goods market scoring above average for trust. The goods markets choice and detriment (lower level of detriment) scores are better than the EU average, only the 'Second-hand cars' market has a choice score below the EU average. When problems and detriment are combined, the overall goods markets result is worse than the EU28 average, with only the 'Books, magazines and newspapers' market having an above average problems & detriment score.

SERVICES MARKETS

The top three services markets are 'Gas services', 'Electricity services' and 'Fixed telephone services'. The bottom three markets are 'Real estate services', 'Investment products, private pensions and securities', and 'Private life insurance'.

Among 12 services markets that have improved since 2013, the 'Train services' market (+6.1) is the most improved, followed by the markets for 'Electricity services' (+4.8) and 'Investment products, private pensions and securities' (+4.5). The other 17 markets remain stable in terms of MPI.

In relation to the EU28 average, the 'Electricity services' market (+8.5) is the highest scoring of ten services markets performing above average, followed by the 'Gas services' and 'Fixed telephone services' markets (both +6.3). Another ten markets score below the EU28 average, with the markets

for 'Legal and accountancy services' (-4.5) and 'Vehicle maintenance and repair services' (-4.2) the lowest scoring compared to the EU28 average.

The services markets average comparability, trust and expectations component scores are higher than in 2013. In terms of individual services markets, all scores for these components have remained stable or increased, aside from decreased comparability scores for the 'TV-subscriptions' and 'Vehicle rental services' markets. The services markets average proportion of complaints decreased, although most markets did not record a change in the proportion of complaints since 2013.

The services markets average choice and detriment component scores are better than the EU28 average, whereas the trust score is below average. The overall proportion of problems is higher than the EU28 average, and also when this result is combined with the level of detriment, the services markets perform poorer than the EU average. These overall results correspond to large variations at market level, with many markets performing above or below average in several components. The most consistent results are recorded for detriment, with none of the services markets having a worse than average score in this component.

Poprad, január 2017