

Hospodářská komora nabízí regulaci telemarketingu, kde by náklady financovaly firmy, které v něm podnikají, a spotřebitelé by měli nově možnost odvolat či upravit daný souhlas

12.11.2024 - | Hospodářská komora ČR

Hospodářská komora ČR potvrdila, že je připravena převzít správu systému, který chrání spotřebitele v rámci tzv. telemarketingu. Nový systém by zavedl jasná a vymahatelná pravidla, převedl náklady spojené s regulací z daňových poplatníků přímo na podnikatelské subjekty, které v oboru působí. A spotřebitelé by měli v rámci nového systému možnost změnit či upravit svůj souhlas s oslovováním v rámci marketingových akcí.

Nabídka Hospodářské komory, která je předmětem pozměňovacího návrhu skupiny poslanců reaguje na současný stav, kdy po poslední novelizaci stoupl několikanásobně počet stížností na nevyžádaná volání a nepodařilo se systémově naplnit pro veřejnost zákonem stanovenou možnost, aby zákazník mohl odvolat či upravit jednou poskytnutý souhlas s oslovením. Nad strukturou financování a fungování databáze odmítl převzít zodpovědnost stát, proto se k řešení přihlásila Hospodářská komora, jako největší podnikatelský svaz, který je zřízen zákonem.

„Hospodářská komora má implementaci regulačních, potažmo samoregulačních mechanismů, nastavování podnikatelských standardů, ale i řešení ochrany spotřebitele dlouhodobě v náplni své činnosti. Proto jsme souhlasili s garancí a navrhli řešení, které zavede zvýšenou ochranu spotřebitelů, podnikatelům dá právní jistotu v jejich obchodních aktivitách a sníží administrativní zátěž pro stát. A k tomu systém financování, kdy náklady za správu systému nebudou muset hradit daňoví poplatníci,“ Jan Sotona, tiskový mluvčí HK ČR.

Ten zároveň rezolutně odmítl, že by poplatky za vkládání a ověřování telemarketingových společností byly jakýmsi nadstandardním příjmem pro Hospodářskou komoru, jak se objevilo v médiích a na sociálních sítích. Podle něj mají poplatky pokrýt náklady spojené s provozováním systému a jejich výši určí následně prováděcí vyhláška.

„Pro jakýkoliv systém, který bude v souladu s evropskou legislativou chránit spotřebitele a stanoví jasná a transparentní pravidla hry, bude potřeba zajistit provozní financování. Na Slovensku, kde nově tento systém funguje na obdobných principech, je financován z kapes daňových poplatníků. My navrhujeme, aby tyto náklady převzaly dotčené podnikatelské subjekty, přičemž spotřebitel by měl možnost nově upravovat v minulosti dané souhlasy s oslovením zcela zdarma. Přejde nám to transparentní, férové, a je třeba říct, že drtivá většina dotčených firem, které jsou sdruženy v Hospodářské komoře, s tím souhlasí a jsou ochotni provoz hradit výměnou za to, že jim dá právní jistotu pro jejich činnost,“ vysvětlil Jan Sotona.

Ten zároveň zdůraznil, že povinnost vkládat a financovat databázi souhlasu s

marketingovým oslovením nebudou mít subjekty, které využívají databáze spotřebitelů, s nimiž jsou v zákaznickém vztahu. *„Například bankám, které mají své klienty a nabízejí jim své nové finanční produkty, nevzniká povinnost na tomto systému participovat,“* dodává Sotona.

Podle názoru Hospodářské komory by navíc navrhované řešení přiblížilo Českou republiku jiným vyspělým zemím, kde je úzká spolupráce mezi soukromým a veřejným sektorem při kultivaci podnikatelského prostředí daleko intenzivnější. *„Vytvoření spravedlivého, transparentního, předvídatelného a efektivního systému, který bude prospěšný pro všechny zúčastněné strany, tedy jak pro spotřebitele, tak pro podnikatele, by mělo být zájmem celé společnosti. Pokud za vedení systému bude odpovídat ze zákona Hospodářská komora, je připravena svůj díl odpovědnosti převzít,“* uzavřel Jan Sotona.

<https://www.komora.cz/blog/tiskove-zpravy/hospodarska-komora-nabizi-regulaci-telemarketingu-kde-by-naklady-financovaly-firmy-ktere-v-nem-podnikaji-a-spotrebitele-by-meli-nove-moznost-odvolat-ci-upravit-dany-souhlas>