

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 13. 9. 2023

Správne konanie: REO-RPMS/2023/01087
Predmet: Informácia o žiadosti o zápis do evidencie samoregulačných orgánov
Účastník konania: Rada pre reklamu
Správny orgán: Rada pre mediálne služby

Dátum: 30. 8. 2023
Príloha: žiadosť s doplnením

Podľa § 127 zákona č. 264/2022 Z. z. sa výkon dohľadu nad dodržiavaním povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. môže uskutočňovať aj prostredníctvom kódexu presadzovaného samoregulačným orgánom a evidovaného regulátorom v evidencii alebo zverejneného Európskou komisiou.

Samoregulačný orgán na účely zákona č. 264/2022 Z. z. je iniciatíva alebo orgán samoregulácie pôsobiaci na území Slovenskej republiky presadzujúci samoregulačný mechanizmus uplatňovaný na základe kódexu správania sa alebo obdobného samoregulačného systému pravidiel správania sa v oblasti poskytovania obsahových služieb.

Za kódex sa považuje aj taký samoregulačný systém pravidiel, ktorý upravuje správanie sa v oblasti poskytovania obsahových služieb nad rámec povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z., ak reguluje osobu, oblasť, činnosť alebo obsahovú službu v pôsobnosti tohto zákona, najmä nevhodnú mediálnu komerčnú komunikáciu, ktorá

- a) sa týka alkoholických nápojov alebo
- b) sprevádza programy určené pre deti alebo sa v nich uvádza, a týka sa potravín a nápojov obsahujúcich živiny a látky s výživovým alebo fyziologickým účinkom, najmä tuky, transmastné kyseliny, soľ alebo sodík a cukry, ktorých nadmerný príjem v celkovej strave sa neodporúča.

V tejto súvislosti bola Rade dňa 24.7.2023 doručená žiadosť o zápis do evidencie samoregulačných mechanizmov a samoregulačných orgánov od subjektu Rada pre reklamu. Z toho dôvodu sa dňa 24. 7. 2023 začalo správne konanie č. REO-RPMS/2023/01087. Žiadosť bola doplnená dňa 1. 8. 2023 o rozšírenie zoznamu subjektov, ktoré sa zaviazali dodržiavať kódex.

* * *

Podľa § 128 zákona č. 264/2022 Z. z.:

„(1) Do evidencie sa zapisuje

a) kódex,

b) samoregulačný orgán.

(2) Regulátor zapíše do evidencie kódex,

a) k dodržiavaniu ktorého sa zaviazali viacerí poskytovatelia obsahových služieb podľa § 1 písm. a) tvoriaci významnú časť trhu vo vymedzenom druhu obsahovej služby s ohľadom na ciele sledované kódexom,

b) ktorý určuje pravidlá pre obsahové služby alebo komunikáty v nich obsiahnuté alebo pravidlá správania sa pre poskytovateľov obsahových služieb,

c) ktorý určuje účinný mechanizmus presadzovania pravidiel podľa písmena b) vrátane primeraných sankcií,

d) ktorý určuje pravidelné, transparentné a nezávislé monitorovanie a hodnotenie dodržiavania kódexu.

(3) Zápis do evidencie podľa odseku 1 regulátor uskutoční na základe písomnej žiadosti, ktorá obsahuje

a) názov samoregulačného orgánu, identifikáciu osoby, ktorá je oprávnená konať v mene samoregulačného orgánu, a orgán presadzujúci dodržiavanie kódexu v mene samoregulačného orgánu, ak je zriadený, korešpondenčnú adresu, identifikačné číslo organizácie, telefónne číslo a adresu elektronickej pošty alebo webového sídla,

b) názov kódexu a pôsobnosť kódexu z hľadiska druhu obsahovej služby,

c) kontaktné údaje na podanie sťažnosti na porušenie kódexu alebo zákona (ďalej len „sťažnosť“).

(4) Prílohou žiadosti podľa odseku 3 je opis mechanizmu presadzovania pravidiel správania sa, opis účinných a primeraných sankcií a opis mechanizmu monitorovania a hodnotenia dodržiavania kódexu. Prílohou žiadosti podľa odseku 3 je aj kódex a zoznam osôb, ktoré sa zaviazali kódex

dodržiavať. Každú zmenu v žiadosti, kódexe alebo v zozname osôb, ktoré sa zaviazali kódex dodržiavať, oznámi žiadateľ regulátorovi do 30 dní od vzniku zmeny.

(5) Ak žiadosť nie je úplná alebo má regulátor dôvodné pochybnosti o pravdivosti údajov uvedených v žiadosti, vyzve žiadateľa, aby doplnil žiadosť alebo preukázal pravdivosť údajov uvedených v žiadosti, a určí mu na to primeranú lehotu; lehoty podľa odsekov 8, 9 a 10 v takom prípade neplynú.

(6) Regulátor žiadosť o zápis do evidencie zamietne, ak

a) žiadateľ nie je samoregulačným orgánom,

b) kódex nespĺňa podmienky podľa odseku 2,

c) žiadosť nemá náležitosti podľa odsekov 3 a 4 a žiadateľ v lehote určenej regulátorom neodstránil nedostatky alebo nepreukázal pravdivosť údajov uvedených v žiadosti.

(7) Ak regulátor žiadosť nezamietne ani konanie nezastaví, uskutoční zápis do evidencie; o zápise sa nevydáva rozhodnutie.

(8) Regulátor rozhodne podľa odseku 6 alebo 7 v lehote do 60 dní od začatia konania, inak je dňom zápisu do evidencie deň nasledujúci po márnom uplynutí tejto lehoty.

(9) Zmenu zápisu v evidencii uskutoční regulátor na žiadosť samoregulačného orgánu do 45 dní od prijatia oznámenia o zmene alebo z vlastného podnetu. Regulátor z vlastného podnetu rozhodne o zmene zápisu v evidencii ak zistí, že zapísané údaje sú neaktuálne alebo neúplné.

(10) O výmaze zápisu v evidencii rozhodne regulátor do 30 dní od doručenia žiadosti samoregulačného orgánu alebo z vlastného podnetu. O výmaze zápisu v evidencii z vlastného podnetu regulátor rozhodne, ak zistí, že

a) osoba zapísaná nie je alebo prestala byť samoregulačným orgánom,

b) zápis alebo zmena sa uskutočnila na základe nepravdivých údajov,

c) kódex prestal spĺňať podmienky podľa odseku 2.

(11) Ak regulátor vo svojej výročnej správe deklaroval, že konkrétny samoregulačný mechanizmus nie je účinný a zároveň samoregulačný orgán presadzujúci tento samoregulačný mechanizmus neprijal do 3 mesiacov od zverejnenia výročnej správy primerané opatrenia na nápravu, môže regulátor začať konanie o výmaze samoregulačného orgánu z evidencie.

(12) Na zmenu zápisu a výmaz zápisu v evidencii na žiadosť samoregulačného orgánu sa primerane použijú odseky 5 až 8.“

* * *

Podľa § 128 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. musí žiadosť obsahovať:

a) názov samoregulačného orgánu, identifikáciu osoby, ktorá je oprávnená konať v mene samoregulačného orgánu, a orgán presadzujúci dodržiavanie kódexu v mene samoregulačného orgánu, ak je zriadený, korešpondenčnú adresu, identifikačné číslo organizácie, telefónne číslo a adresu elektronickej pošty alebo webového sídla,

b) názov kódexu a pôsobnosť kódexu z hľadiska druhu obsahovej služby,

c) kontaktné údaje na podanie sťažnosti na porušenie kódexu alebo zákona (ďalej len „sťažnosť“).

Žiadosť obsahuje všetky uvedené náležitosti, pričom názov samoregulačného orgánu je Rada pre reklamu a orgán presadzujúci dodržiavanie kódexu je Arbitrážna komisia. Názov kódexu je „OPČNÝ PROTOKOL k Etickému kódexu reklamnej praxe O REKLAMNEJ PRAXI PRI ŠÍRENÍ reklamy poskytovateľmi obsahovej služby“.

Podľa § 128 ods. 4 zákona č. 264/2022 Z. z. musí byť prílohou žiadosti opis mechanizmu presadzovania pravidiel správania sa, opis účinných a primeraných sankcií a opis mechanizmu monitorovania a hodnotenia dodržiavania kódexu. Prílohou žiadosti musí byť aj kódex a zoznam osôb, ktoré sa zaviazali kódex dodržiavať.

Z formálneho hľadiska obsahuje žiadosť všetky uvedené prílohy.

1. Opis mechanizmu presadzovania pravidiel správania sa

Mechanizmus presadzovania etických pravidiel správania sa pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie a inej formy propagácie uskutočňuje Rada pre reklamu na základe dvoch princípov:

1. ex ante – posúdenie návrhu reklamného komunikátu pred jeho zverejnením a vydaním atestu,
2. ex post – posúdenie možného porušenia pravidiel na základe sťažnosti, vydanie arbitrážneho nálezu.

Atestom je písomne odôvodnený názor Arbitrážnej komisie o tom, že určitý návrh reklamy, ktorý ešte nebol zverejnený v komunikačnom médiu je alebo nie je v súlade s kódexom. V prípade, že Arbitrážna komisia vydá atest, v ktorom konštatuje, že návrh reklamy nie je v súlade s kódexom, táto informácia je oznámená žiadateľovi o atest, pričom tento znáša všetky prípadné dôsledky s tým súvisiace. Atest sa vydáva spravidla do piatich pracovných dní.

Princíp presadzovania pravidiel ex post je založený na mechanizme podania, prijatia a vyhodnotenia sťažnosti na reklamu, na ktorú sa vzťahuje kódex, pokiaľ ju šíri strana protokolu ako širiteľ na území SR alebo z územia SR. Protokol sa vzťahuje na reklamu, na ktorú sa vzťahuje kódex, pokiaľ ju šíri aj iný poskytovateľ obsahových služieb ako strana Protokolu, ak Arbitrážna komisia posúdila na základe sťažnosti reklamu a ak poskytovateľ obsahových služieb, ktorý sa nezaviazal dodržiavať Protokol, vyhlási, že nález Arbitrážnej komisie akceptuje a zároveň splní prípadnú uloženú sankciu.

Oba mechanizmy sú podrobne popísané v žiadosti účastníka konania.

Kancelária Rady je toho názoru, že opis mechanizmu presadzovania pravidiel správania sa predložený žiadateľom obsahuje presný a podrobný opis toho, ako sa budú pravidlá zakotvené v kódexe vykonávať a aké prostriedky bude mať samoregulačný orgán k dispozícii.

2. Opis účinných a primeraných sankcií

Uplatňovanie sankcií je odlišné v závislosti od toho, či ide o posudzovanie ex ante alebo ex post:

1. ak Arbitrážna komisia vydá atest, že návrh reklamy nie je v súlade s kódexom, táto skutočnosť sa oznámi zadávateľovi reklamy a nezverejňuje sa. V prípade uverejnenia takejto reklamy bez primeranej úpravy nesie zadávateľ všetky prípadné dôsledky s tým súvisiace, čiže ak je podľa atestu reklama neetická a on nezabezpečí nápravu reklamy, ktorú uvedie na verejnosť, hrozí mu pozitívny nález, čo znamená, že reklama je v rozpore s kódexom.

2. Arbitrážna komisia môže v prípade pozitívneho nálezu uložiť nasledujúce sankcie:

- upozornenie na porušenie kódexu,
- oznámenie o porušení kódexu,
- povinnosť úpravy komunikátu,
- povinnosť na vlastné náklady inak plniť,
- pozastavenie šírenia,
- zákaz šírenia.

Súčasťou sankčného mechanizmu je aj možnosť rozhodnutia valného zhromaždenia Rady pre reklamu o vylúčení člena z Rady pre reklamu. Valné zhromaždenie môže vylúčiť člena z Rady pre reklamu, ak:

- člen prestal spĺňať alebo v čase prijatia nespĺňal podmienky členstva v Rade pre reklamu,
- člen nerešpektuje rozhodnutie Komisie alebo sa ním neriadi,
- člen aj po písomnom upozornení porušuje povinnosti stanovenú mu stanovami alebo rozhodnutiami orgánov Rady pre reklamu.

Podrobný opis sankcií je uvedený v žiadosti účastníka konania.

Aj v tomto prípade sme toho názoru, že žiadosť obsahuje podrobný opis sankcií za porušenie kódexu, pričom sankcie dostupné samoregulačnému orgánu sú dostatočné na odradenie osôb, ktoré sa zaviazali kódex dodržiavať, od porušovania kódexu. Okrem klasických sankcií obsahuje aj možnosť vylúčenia člena ako najprísnejšej sankcie. Keďže pre poskytovateľov obsahových služieb je výhodné byť súčasťou samoregulačného mechanizmu, možnosť vylúčenia v prípade opakovaného porušovania povinností má silný preventívny účinok.

Okrem toho, v prípade ak subjekt, ktorému bola uložená sankcia, neoznámi Rade pre reklamu splnenie uloženej povinnosti v ustanovenej lehote alebo uloženu povinnosť nesplní, Rada podá podnet na začatie konania pred Radou pre mediálne služby alebo Komisiou na ochranu maloletých. Poskytovateľ obsahovej služby sa tak v prípade neplnenia povinností nevyhne prípadnému postihu zo strany Rady alebo Komisie na ochranu maloletých.

3. Opis mechanizmu monitorovania a hodnotenia dodržiavania kódexu

Mechanizmus monitorovania dodržiavania kódexu zabezpečuje Rada pre reklamu okrem iného prostredníctvom výkonného riaditeľa, ktorý je oprávnený realizovať monitoring reklamy.

Okrem pravidelnej činnosti Arbitrážnej komisie sa Rada zaoberá monitorovaním dodržiavania kódexu aj prostredníctvom vzdelávacieho podujatia Raňajky s reklamou, ktoré organizuje od roku 2015 v spolupráci s Klubom reklamných agentúr Slovenska.

Monitoring dodržiavania kódexu a informovanie odbornej verejnosti o rozhodnutia Arbitrážnej komisie a stave dodržiavania etických pravidiel v reklame sa uskutočňuje aj formou pravidelných vystúpení zástupcov Rady pre reklamu na externých podujatiach a konferenciách.

Rada pre reklamu na svojom webovom sídle v záujme zabezpečenia dodržiavania kódexu zverejňuje nasledujúce informácie:

- aktuálne znenie kódexu,
- zoznam osôb, ktoré pristúpili ku kódexu,
- informácie o Arbitrážnej komisii,
- správy o činnosti,
- informácie o spôsobe podávania sťažností,
- informácie o mechanizme nezávislej kontroly plnenia uložených sankcií a presadzovania dodržiavania kódexu – evidencia hodnotenia dodržiavania kódexu,
- konečné znenia nálezov

K mechanizmu hodnotenia žiadateľ uviedol, že súčasťou uloženej sankcie je povinnosť oznámiť Rade pre reklamu splnenie uloženej povinnosti v ustanovenej lehote. Rada bezprostredne po uplynutí ustanovenej lehoty na splnenie uloženej povinnosti vykoná kontrolu splnenia povinnosti a vyznačí ju v evidencii hodnotenia dodržiavania kódexu, ktorá je zverejnená na webovej stránke. Túto informáciu oznámi aj regulátorovi.

Oba mechanizmy sú podrobnejšie opísané v samotnej žiadosti.

V prípade mechanizmu monitorovania a hodnotenia dodržiavania kódexu sme toho názoru, že opísaný mechanizmus sa netýka samotného monitorovania a hodnotenia, ale iba informovania o nálezoch, resp. všeobecných informácií o samoregulačnom mechanizme. Podľa názoru Kancelárie Rady však z neho nie je zrejmé, ako reálne prebieha monitorovanie a hodnotenie

dodržiavania kódexu, kto ho vykonáva, v akej periodicite a pod. Absentuje tak, podľa nášho názoru, popis vnútorného mechanizmu vykonávania týchto činností, na základe čoho by sa dala posúdiť ich dostatočnosť.

4. Kódex

Kódex, ktorým je Opčný protokol k Etickému kódexu reklamnej praxe, upravuje etické pravidlá šírenia mediálnej komerčnej komunikácie v rámci alebo prostredníctvom

- a) programových služieb televízneho vysielania,
- b) programových služieb rozhlasového vysielania,
- c) audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a
- d) platformy na zdieľanie videí

Protokol sa vzťahuje na mediálnu komerčnú komunikáciu a inú formu propagácie, pokiaľ ju šíri strana Protokolu ako šíriteľ na území Slovenskej republiky alebo z územia Slovenskej republiky. Protokol sa vzťahuje na mediálnu komerčnú komunikáciu a inú formu propagácie pokiaľ ju šíri aj iný poskytovateľ obsahových služieb ako strana Protokolu, ak Arbitrážna komisia Rady pre reklamu posúdila na základe sťažnosti reklamu a ak poskytovateľ obsahových služieb, ktorý sa nezaviazal dodržiavať kódex, vyhlási, že nález Arbitrážnej komisie akceptuje a zároveň splní prípadnú uloženú sankciu.

Kódex v § 3 definuje základné pojmy a následne v § 4 až 21 ustanovuje konkrétne povinnosti. Následne ustanovuje niektoré procesné náležitosti týkajúce sa súčinnosti, sankcií a pod. Povinnosti uvedené v kódexu kopírujú ustanovenia zákona č. 264/2022 Z. z., konkrétne § 71 až 99, hoci sú naformulované mierne odlišne. Kódex obsahuje všetky povinnosti týkajúce sa mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 71 až 99 zákona č. 264/2022 Z. z., okrem vysielania politickej propagácie. Okrem toho obsahuje tiež povinnosť týkajúcu sa hlasitosti mediálnej komerčnej komunikácie. V prípade schválenia by tak Rada naďalej dohliadala nad hlasitosťou programov, avšak nad hlasitosťou mediálnej komerčnej komunikácie by dohliadala Rada pre reklamu (§ 15 ods. 7 kódexu).

Identifikovali sme dva prípady, v ktorých podľa nášho názoru neboli ustanovenia zákona č. 264/2022 Z. z. prevedené do kódexu správne, a tým zmenili význam samotnej povinnosti. Ide o nasledujúce prípady:

1. § 13 ods. 2 kódexu – *„Sponzorský odkaz ako súčasť mediálnej komerčnej komunikácie môže propagovať názov alebo obchodné meno sponzora, jeho ochrannú známku, dobrú povest', tovary alebo aktivity, pokiaľ sponzorom nie je osoba podľa odseku 3, musí však zároveň obsahovať aspoň jednu z nasledujúcich informácií:*

- a) názov, obchodné meno alebo meno a priezvisko sponzora, ktorý plnenie poskytol*
- b) logo sponzora alebo*
- c) odkaz na výrobok alebo službu sponzora.“*

Ide podľa nás o implementáciu § 92 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., podľa ktorého *„Sponsorovanie je plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie programu, programovej služby, audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, platformy na zdieľanie videí alebo videa vytvoreného užívateľom s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povest', tovary alebo aktivity osoby, ktorá také plnenie poskytna.“*

Sponzorský odkaz je v § 93 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z. definovaný nasledovne:

„Sponzorským odkazom je

- a) uvedenie názvu, obchodného mena alebo mena a priezviska sponzora, ktorý plnenie poskytol,*

alebo

b) *zobrazenie loga sponzora alebo uvedenie odkazu na výrobok alebo službu sponzora.*“

Definícia sponzorského odkazu uvedená v kódexe je teda kompilátom definície sponzorovania ako takého a sponzorského odkazu podľa zákona č. 264/2022 Z. z. Je však nevyhnutné striktné rozlišovať medzi sponzorovaním ako činnosťou a sponzorským odkazom, ktorý informuje o tom, kto je sponzorom konkrétneho programu, programovej služby, atď. Cieľom sponzorovania síce je propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity osoby, ktorá plnenie poskytla, avšak nie prostredníctvom sponzorského odkazu, ale už samotnou skutočnosťou, že určitá osoba sponzoruje konkrétny program. Sponzorský odkaz má slúžiť iba na informovanie diváka o skutočnosti, že určitý program je sponzorovaný.

V prípade kódexu teda môže byť propagačný samotný sponzorský odkaz, avšak podľa zákona č. 264/2022 Z. z. slúži na propagáciu samotná činnosť sponzorovania. Kódex je tak v tejto časti voľnejší a umožňuje, aby aj sponzorský odkaz mohol propagovať názov alebo obchodné meno sponzora, jeho ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity. Uvedené je však povolené iba v prípade sponzorského odkazu v rozhlasovej programovej službe podľa § 93 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z.

Sponzorský odkaz podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (okrem sponzorského odkazu v rozhlasovej programovej službe) by mal byť neutrálny a obsahovať iba jednoduchú informáciu o tom, kto je sponzorom, avšak bez toho, aby dochádzalo k propagácii sponzora priamo v sponzorskom odkaze. Uvedené vyplýva aj z rozsiahlej rozhodovacej praxe Rady a slovenských súdov. Pokiaľ by bol sponzorský odkaz propagačný, išlo by o reklamu, na ktorú by sa vzťahovali všetky povinnosti týkajúce sa vysielania reklamy (oddelenie od iných častí programovej služby, zarátanie do času vyhradeného vysielaniu reklamy atď.). Uvedené ustanovenie kódexu tak vyvoláva rozpor s právnou úpravou.

2. § 13 ods. 3 kódexu – *„Pokiaľ je sponzorom osoba, ktorá sa zaoberá výrobou alebo predajom liekov alebo poskytovaním zdravotných výkonov, nesmie podporovať predaj liekov viazaný na lekárske predpis a poskytovanie zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia.“*

V tomto prípade ide o implementáciu § 94 ods. 4 zákona č. 264/2022 Z. z., podľa ktorého *„Program, programová služba alebo audiovizuálna mediálna služba na požiadanie sponzorované osobou, ktorá sa zaoberá výrobou alebo predajom liekov alebo poskytovaním zdravotných výkonov, nesmie podporovať predaj liekov viazaný na lekárske predpis a poskytovanie zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia.“*

Podľa nášho názoru by v § 13 ods. 3 kódexu malo byť pred slovom „nesmie“ uvedené „program, programová služba alebo audiovizuálna mediálna služba na požiadanie“, v opačnom prípade toto ustanovenie vyznieva tak, samotná osoba, ktorá sa zaoberá výrobou alebo predajom liekov alebo poskytovaním zdravotných výkonov, nesmie podporovať predaj liekov viazaný na lekárske predpis a poskytovanie zdravotných výkonov uhrádzaných na základe verejného zdravotného poistenia. Aj toto ustanovenie tak vyvoláva rozpor s právnou úpravou.

Ostatné povinnosti ustanovené v kódexe korešpondujú významovo so zákonnou úpravou. Sme toho názoru, že okrem vyššie uvedených dvoch prípadov je predložené znenie kódexu akceptovateľné.

5. Zoznam osôb, ktoré sa zaviazali kódex dodržiavať

Kódex sa zaviazali dodržiavať nasledujúce osoby:

- MAC TV s.r.o.
- MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.
- C.E.N. s.r.o.
- Rozhlas a televízia Slovenska (na základe doplnenia žiadosti zo dňa 1. 8. 2023)
- Asociácia rádii Slovenska a jej členovia (<https://asociaciaradii.sk/clenovia-ars/>)

Sme toho názoru, že v prípade vyššie uvedených subjektov je možné hovoriť o významnej časti trhu vo vymedzenom druhu obsahovej služby s ohľadom na ciele sledované kódexom, keďže ide o najväčších slovenských televíznych vysielateľov s celoštátnou pôsobnosťou s najväčšou sledovanosťou spomedzi slovenských televíznych vysielateľov, ako aj väčšinu celoplošných a regionálnych rozhlasových vysielateľov, ktorí vysielajú najpočúvanejšie rozhlasové programové služby.

* * *

Na základe uvedených skutočností sme toho názoru, že predložená žiadosť síce formálne obsahuje všetky náležitosti, avšak opis mechanizmu monitorovania a hodnotenia dodržiavania kódexu nie je dostatočný na posúdenie, ako tieto mechanizmy reálne fungujú.

Zároveň predložený kódex podľa nášho názoru vykazuje nezrovnalosti s právnou úpravou podľa zákona č. 264/2022 Z. z., kvôli čomu podľa nás nie je možné kódex v takejto podobne schváliť.

Z toho dôvodu Kancelária Rady vyzve účastníka konania na doplnenie svojej žiadosti v súlade s § 128 ods. 5 zákona č. 264/2022 Z. z. a určí mu primeranú lehotu na doplnenie, pretože žiadosť nie je úplná.