



ULAGANJE U BUDUĆNOST

MINIVODIČ ZA POSLOVNU ZAJEDNICU

Zaštita potrošača

 MINPO

 BIZimpact



Ovaj projekt
sufinancira
Europski fond za
regionalni razvoj





Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO)

Ulica grada Vukovara 78
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 610 6111
E-pošta: pitanja@minpo.hr
www.minpo.hr



Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO)

Prilaz Gjure Deželića 7
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 488 1000
E-pošta: hamagbicro@hamagbicro.hr
www.hamagbicro.hr



Hrvatska gospodarska komora (HGK)

Rooseveltov trg 2, 10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 456 1555
E-pošta: hgk@hgk.hr
www.hgk.hr



Hrvatska obrtnička komora (HOK)

Ilica 49/II
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 480 6666
E-pošta: hok@hok.hr
www.hok.hr



Hrvatska udruga poslodavaca (HUP)

Radnička cesta 52/1
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 489 7555
E-pošta: hup@hup.hr
www.hup.hr



Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo

Amruševa 8/1
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel: +385 (0)1 487 0053
E-pošta: hsz@hsz.t-com.hr
www.zadruga.hr

MINIVODIČ ZA POSLOVNU ZAJEDNICU

Zaštita potrošača

Prof.dr.sc. Marko Baretić



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO GOSPODARSTVA



Ovaj projekt
sufinancira
Europski fond za
regionalni razvoj

EUROPSKA UNIJA

 **MINPO**

BIZimpact

Sadržaj

Predgovor	5
Što je zaštita potrošača?	7
Zašto je zaštita potrošača važna trgovcima?	8
Zaštita potrošača u europskoj uniji	9
Zaštita potrošača u Hrvatskoj	12
Ostali zakoni i podzakonski akti važni za zaštitu potrošača	14
Temeljna prava potrošača	16
Pravo na visoku razinu zaštite zdravlja i sigurnosti	16
Pravo na obaviještenost	17
Pravo na jednostran raskid ugovora	17
Pravo na zaštitu od nepoštenih ugovornih odredaba	18
Pravo na sukladnost kupljene robe sa ugovorom	19
Pravo na zaštitu od nepoštene poslovne prakse	20
Pravo na učinkovitu pravnu zaštitu	21
Utjecaj pravila zaštite potrošača na pojedine sektore	22
Nositelji zaštite potrošača	23
Hrvatska	23
Ministarstvo gospodarstva	23
Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača	24
Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatska udruga poslodavaca	24
Udruge za zaštitu potrošača	24
Europska unija	25
DG SANCO (Directorate General for Health and Consumer Protection)	25
Bureau Europeennes Unionsdes Consommateurs	25
Najčešća pitanja	26
Gdje do informacija?	32

Predgovor

Provedba projekta "Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice – BIZImpact II" traje od ožujka 2013. do ožujka 2015. godine. Projekt je dio „Operativnog programa za regionalnu konkurentnost 2007-2013“ koji je financiran sredstvima IPA programa Europske unije i Vlade Republike Hrvatske. Projekt BIZImpact II u svom radu uključuje brojne institucije koje svojim djelokrugom u potpunosti obuhvaćaju sektor maloga gospodarstva u Republici Hrvatskoj:

- Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO);
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG BICRO);
- Hrvatska gospodarska komora (HGK);
- Hrvatska obrtnička komora (HOK);
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP);
- Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo (HCZP).

Projekt BIZImpact II obuhvaća četiri komponente:

- Komponenta 1: Procjena ekonomskih učinaka za MSP-e;
- Komponenta 2: Razvoj procesa savjetovanja/javno-privatnih dijaloga s poslovnom zajednicom;
- Komponenta 3: Širenje informacija i podizanje svijesti;
- Komponenta 4: Razvoj kapaciteta za organiziranje informativnih kampanja u organizacijama korisnika projekta.

U sklopu komponente 3 ovoga projekta jedan od prioriteta predstavlja ažuriranje i revidiranje sedam minivodiča koji su izrađeni kako bi pružili kratak pregled određenih dijelova zakonodavstva i regulative s posebnim naglaskom na MSP-e. Ovaj minivodič obuhvaća temu **zaštite potrošača**.

Željeli bismo zahvaliti prof. Marku Baretiću koji je preuzeo odgovornost izrade minivodiča te Ministarstvu gospodarstva koje je pregledalo i odobrilo minivodič. Prof. Baretić izvanredni je profesor na katedri za građansko pravo Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu na kojemu, među ostalim, predaje predmet Zaštita potrošača. Osim što se dugi niz godina bavi zaštitom potrošača na znanstvenoj i nastavnoj razini, profesor Baretić aktivan je i izgradnji hrvatskog pravnog uređenja zaštite potrošača. Tako je sudjelovao u izradi Zakona o zaštiti potrošača iz 2003. godine, 2007. godine i 2014. godine. U izradi ovoga vodiča profesoru Baretiću u znatnoj je mjeri pomogao David Adesola Bankole, kojemu se također na tome zahvaljujemo.

Tiskana i elektronička inačica minivodiča bit će podijeljene širom zemlje uz pomoć korisnika projekta te korištenjem njihovih baza podataka i mreža. Također, trenutno radimo na izradi novih minivodiča koji će popuniti praznine u informacijama te obuhvatiti potrebe koje su identificirane na području sektora MSP-a.

Dodatne informacije, kao i ažurirani te novi minivodiči, bit će dostupni na web stranici projekta: www.bizimpact.hr.



Što je zaštita potrošača?

Kada govorimo o zaštiti potrošača, bitno je razlikovati politiku zaštite potrošača koja obuhvaća šire područje mjera kojima se pospješuju i štite interesi potrošača od prava zaštite potrošača koje se sastoji od pravnih propisa.

Na taj način politiku zaštite potrošača mogli bismo shvatiti kao širi rodni pojam koji bi obuhvaćao pravo zaštite potrošača, ali i mjere politike zaštite potrošača, poput:

1. Informiranja potrošača o svojstvima cijeni robe i usluga
2. Educiranja potrošača o njihovim pravima i obvezama
3. Promicanja i podupiranja organiziranja potrošača kako bi mogli štiti svoja prava
4. Omogućavanja predstavnicima potrošača da sudjeluju u radu tijela koja odlučuju o njihovim pravima i obvezama

Pravna pravila od kojih se sastoji pravo zaštite potrošača odnose se na zaštitu zdravlja i sigurnosti te zaštitu ekonomskih interesa potrošača kroz posebnu regulaciju ugovornih i izvanugovornih odnosa. Pravo zaštite potrošača važno je jer štiti svakog pojedinca. Potrošač je, naime, svaka fizička osoba koja na tržištu u osobne, nekomercijalne svrhe pribavlja robu i usluge.

Zašto je zaštita potrošača važna trgovcima?

Politika i pravila zaštite potrošača bi u idealnom scenariju trebale pružiti mogućnost trgovcima i potrošačima da se susretnu na tržištu pod uvjetima i pretpostavkama koji bi mogli zadovoljiti obje strane. Prema maksimi „Zadovoljan potrošač se uvijek vraća“, uspostava i održavanje povjerenja potrošača u tržište nije samo dobro za tržište nego je i korisno za trgovca. Što je potrošač aktivniji na tržištu, više koristi proizvode i nove metode trgovanja - povećava se obujam trgovanja, a time i očita dobit za samog trgovca.

Ne može se, međutim, sve prepustiti dobroj volji i suradnji trgovaca i potrošača. Zaštita potrošača, kako u Hrvatskoj, tako i u drugim državama članicama Europske unije, uređena je zakonima najčešće (polu)prisilne prirode koji su mahom usmjereni ka zaštiti slabije strane, što je u ovom odnosu potrošač. Poznavanje tih propisa od strane trgovaca nužno je kako bi oni svoje poslovanje mogli urediti u okviru onoga što je zakonom dopušteno, odnosno kako bi mogli odgovoriti zahtjevima koje pred njih postavljaju pravila zaštite potrošača.

Prihvatanjem jedinstvenih europskih pravila zaštite potrošača hrvatskim se trgovcima olakšava i pojeftinjuje poslovanje na jedinstvenom tržištu EU-a, ali i šire. Poslujući u skladu s hrvatskim pravilima hrvatski trgovci mogu biti sigurni da ispunjavaju kriterije i većinu zahtjeva zaštite potrošača u svim članicama EU-a. Ne samo to; budući da pravila EU prihvaćaju i sve zemlje Europskog ekonomskog prostora, ali i zemlje kandidati za članstvo u Europskoj uniji, poslovanjem u skladu sa zahtjevima Europske unije u pogledu zaštite potrošača ujedno se udovoljava zahtjevima zaštite potrošača mnogih europskih zemalja koje nisu članice EU-a. Time se bitno smanjuje potreba za skupim i dugotrajnim analizama pravnih poredaka i troškovi usklađivanja poslovanja s pravilima o zaštiti potrošača drugih zemalja. Umjesto da posluju na tržištu od 4,5 milijuna stanovnika, otvara im se mogućnost poslovanja na tržištu s preko 500 milijuna potencijalnih potrošača.

Konačno, pravila o zaštiti potrošača usko su povezana s pravilima o zaštiti tržišnog natjecanja. Velika većina trgovaca bez ikakve sumnje želi samoinicijativno pružiti visoku razinu zaštite svojim potrošačima. No, ima li se na umu da zaštita potrošača nameće trgovcima određene troškove, bez zakonskog uređenja zaštite potrošača, oni trgovci koji se ne bi samoinicijativno pridržavali visokih standarda zaštite potrošača ostvarivali bi neloyalnu prednost u odnosu na one trgovce koji žele štititi svoje potrošače. Stoga se kroz zakonsko uređenje zaštite potrošača propisuju minimalni standardi zaštite koje moraju poštovati svi trgovci. Na taj način nameću se svim trgovcima usmjerenim na potrošače dodatni troškovi, ali i osigurava pošteno tržišno natjecanje među trgovcima i onemogućava neloyalna konkurencija onih koji se nisu spremni samoinicijativno pridržavati standarda.

Zaštita potrošača u Europskoj uniji

Zaštita potrošača razvija se u Europskoj uniji gotovo već četrdeset godina. Njezin razvojni put može se pratiti od Rezolucije Vijeća iz 1975. o prethodnom programu Europske ekonomske zajednice za zaštitu potrošača i politiku obavještanja, kojom su u Europi prvi puta utvrđena i pobrojana osnovna prava potrošača, do onog što možemo smatrati današnjim Ustavno-pravnim temeljem zaštite potrošača, čl.12. i čl.169. Ugovora o funkcioniranju Europske unije, takozvanog Lisabonskog ugovora.

Osnovne karakteristike politike zaštite potrošača u EU-u:

1. Zaštita potrošača **neizravna je politika** Europske unije, što znači da se prvenstveno razvija u okviru izgradnje unutarnjeg tržišta i da zaštita potrošača ne predstavlja samostalnu politiku kao takvu unutar Unije. Ipak, kroz zaštitu unutarnjeg tržišta i ujednačavanje prava država članica želi se privući kako potrošače da kupuju u drugim državama, tako i trgovce da u njima trguju.
2. Zaštita potrošača područje je **podijeljene nadležnosti** između Unije i država članica.
3. Zaštita potrošača ujedno je i **horizontalna politika** Europske unije. O zaštiti potrošača mora se voditi računa pri provedbi svih ostalih službenih politika. Na taj se način, neovisno o tome u kojem gospodarskom sektoru potrošači djeluju ili u kojem se segmentu tržišta pojavljuju, njihovi interesi moraju štititi.
4. Europska unija načelno dozvoljava državama članicama da zadrže i propišu više zaštite potrošača ako to smatraju potrebnim i primjerenim. Zbog toga su pravila EU-a o zaštiti potrošača pravila **minimalne harmonizacije**.

Harmonizacijom pravila o zaštiti potrošača nastoji se podići razina zaštite zdravlja i sigurnosti te ekonomskih interesa potrošača kako bi potrošači povratili vjeru u tržište i postali aktivniji sudionici. Nadalje, žele se otkloniti zapreke slobodnom kretanju robe i usluga na zajedničkom tržištu koje proizlaze iz različitih pravila država.

Ujednačavanje prava država članica provodi se uglavnom putem direktiva. Preko devedeset direktiva danas izravno regulira područje prava potrošača, no kroz horizontalnu politiku broj je direktiva koje se dotiču potrošača bitno veći. Zato, kada govorimo o zaštiti potrošača na europskom prostoru ne možemo govoriti o „europskom pravu“ već o „europeiziranom pravu“, budući da direktive nisu izravno primjenjive nego ih države članice implementiraju u svoje nacionalno zakonodavstvo. Osim samih direktiva, potrošački *acquis* sačinjavaju i uredbe i rezolucije.

Pravnim aktima Europske unije uređuje se poglavito:

1. Zaštita zdravlja i sigurnosti potrošača
2. Zaštita ekonomskih interesa potrošača
3. Učinkovita pravna zaštita potrošača

Zaštita zdravlja i sigurnosti potrošača

- Direktiva 2001/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 3. prosinca 2001. o općoj sigurnosti proizvoda (Tekst značajan za EGP)
- Direktiva 85/374/EEZ o odgovornosti za neispravan proizvod

Zaštita ekonomskih interesa

- Direktiva 98/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 16. veljače 1998. o zaštiti potrošača prilikom isticanja cijena proizvoda ponuđenih potrošačima
- Direktiva 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu i o izmjeni Direktive Vijeća 84/450/EEZ, direktiva 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća („Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi“) Tekst značajan za EGP
- Direktiva 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2011. o pravima potrošača, izmjeni Direktive Vijeća 93/13/EEZ i Direktive 1999/44/EZ Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 85/577/EEZ i Direktive 97/7/EZ Europskog parlamenta i Vijeća Tekst značajan za EGP
- Direktiva 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. rujna 2002. o trgovanju na daljinu financijskim uslugama koje su namijenjene potrošačima i o izmjeni Direktive Vijeća 90/619/EEZ i direktiva 97/7/EZ i 98/27/EZ
- Direktiva Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima
- Direktiva 2008/122/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 14. siječnja 2009. o zaštiti potrošača u odnosu na određene aspekte ugovora o pravu na vremenski ograničenu uporabu nekretnine, o dugoročnim proizvodima za odmor, preprodaji i razmjeni Tekst značajan za EGP
- Direktiva 1999/44/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 25. svibnja 1999. o određenim aspektima prodaje potrošačke robe i garancijama
- Direktiva Vijeća od 13. lipnja 1990. o putovanjima, odmorima i kružnim putovanjima u paket aranžmanima
- Direktiva 2008/48/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. travnja 2008. o ugovorima o potrošačkim kreditima i stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 87/102/EEZ

Pravna zaštita potrošača

- Direktiva 2009/22/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. travnja 2009. o sudskim nalogima za zaštitu interesa potrošača (kodificirana verzija) Tekst značajan za EGP
- Uredba (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. listopada 2004. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za provedbu zakona o zaštiti potrošača (Uredba o suradnji u zaštiti potrošača) Tekst značajan za EGP
- Direktiva 2013/11/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 21. svibnja 2013. o alternativnom rješavanju potrošačkih sporova (Direktiva o potrošačkom ADR-u)
- Uredba 524/2013 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. svibnja 2013. o on-line rješavanju potrošačkih sporova (Uredba o potrošačkom ODR-u)

Zaštita potrošača u Hrvatskoj

Novim zakonom o zaštiti potrošača (NN 41/14), zakonodavstvo Republike Hrvatske u potpunosti je usklađeno s pravnom stečevinom Europske unije. No, osim Zakona o zaštiti potrošača, a na tragu ideje da je zaštita potrošača horizontalna politika Europske unije te da se o zaštiti potrošača mora voditi računa u svim segmentima i situacijama u kojima se potrošači pojavljuju na tržištu, zaštitu potrošača uređuje i oblikuje čitav niz drugih zakona. Najvažnije čine:

1. Zakon o obveznim odnosima (NN 35/05, 41/08, 125/11)
2. Zakon o općoj sigurnosti proizvoda (NN 30/09, 139/10, 14/14)
3. Zakon o nedopuštenom oglašavanju (NN 43/09)
4. Zakon o potrošačkom kreditiranju (NN 75/09, 112/12, 143/13, 147/13)
5. Zakon o kreditnim institucijama (NN 159/13)

Na području sigurnosti proizvoda relevantno europsko zakonodavstvo implementirano je u Hrvatski pravni sustav prvenstveno putem **Zakona o općoj sigurnosti proizvoda te Zakona o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti**.

Dok Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanje suglasnosti, kako samo ime zakona sugerira, propisuje tehničke zahtjeve proizvoda te postupak ocjenjivanja njihove sukladnosti, Zakon o općoj sigurnosti proizvoda uređuje kriterije koje svi proizvodi koji se nude na tržištu moraju ispuniti da bi se smatrali sigurnima. Potrošačima trebaju u svakom trenutku biti dostupne sve bitne informacije koje se odnose na sigurnost proizvoda koji se nude na tržištu. U tom kontekstu posebno je važan RAPEX sustav (Rapid alert system for dangerous consumer products) brzog obavještanja između država članica i Europske komisije kada se na tržištu nalazi nesiguran proizvod odnosno proizvod koji predstavlja ozbiljan rizik za zdravlje i sigurnost potrošača.

Zakon o općoj sigurnosti proizvoda predstavlja opći propis na području sigurnosti proizvoda, postavljajući opći okvir sigurnosti koji se primjenjuje na sve aspekte i vrste rizika ako oni nisu uređeni posebnim propisom. Zakonom se uređuje zabrana proizvodnje, uvoza, izvoza, oglašavanja ili stavljanja na tržište opasne imitacije te daje definicija sigurnog proizvoda.

Inspeksijski nadzor nad provođenjem Zakona o općoj sigurnosti proizvoda obavljaju tržišni inspektori Ministarstva gospodarstva prema Zakonu o općem upravnom postupku (NN 47/2009). Inspektori Ministarstva gospodarstva imaju ovlasti poduzimati odgovarajuće mjere kao i primjenu hitnih mjera u slučajevima kada proizvod predstavlja ozbiljan rizik za potrošače, zbog čega imaju i ovlasti da zabrane stavljanje opasnih proizvoda na tržište. Ako se opasan proizvod već nalazi na tržištu, inspektori Ministarstva gospodarstva imaju

pravo narediti ili organizirati njegovo trenutačno i djelotvorno povlačenje, odnosno povrat proizvoda od potrošača i njegovo uništavanje.

U odnosu na poslovni sektor, Zakon potiče dragovoljno djelovanje proizvođača i distributera te stvaranja pravila dobre prakse u određenim sektorima sigurnosti proizvoda.

U ožujku 2009. godine donesen je **Zakon o nedopuštenom oglašavanju** čija je svrha zaštita trgovaca od zavaravajućeg oglašavanja i negativnih posljedica takvog oglašavanja, kao i propisivanje pretpostavki pod kojima je dozvoljeno usporedno oglašavanje.

Zavaravajućim oglašavanjem smatra se bilo koje oglašavanje koje dovodi u zabludu ili je vjerojatno da će dovesti u zabludu osobe kojima je upućeno, zbog čega može utjecati na njihovo ekonomsko ponašanje, odnosno da zbog toga povrijeđuje ili je vjerojatno da će povrijediti konkurente na tržištu. Ovakva vrsta oglašavanja je zabranjena.

Usporednim se oglašavanjem smatra bilo koje oglašavanje koje izravno ili neizravno upućuje na sudionike tržišne utakmice, odnosno ono koje izravno ili neizravno upućuje na robu ili usluge tržišnog sudionika. Takvo oglašavanje dozvoljeno je jedino ako su ispunjene posebne zakonske pretpostavke. Naime, uređivanje oblika i sadržaja dopuštenog usporednog oglašavanja omogućuje sudionicima tržišne utakmice objektivno predstavljanje različitih proizvoda na tržištu koji se mogu međusobno uspoređivati, a što u konačnici potrošačima predstavlja važan instrument informiranja.

Radi zaštite tržišnog natjecanja te radi stvaranja temeljnih uvjeta za uredno funkcioniranje tržišta, Zakonom o nedopuštenom oglašavanju predviđen je poseban mehanizam kojim će se suzbijati pojavljivanje nedopuštene oglašavajuće prakse. Riječ je o sustavu kolektivne zaštite interesa trgovaca. Uredbom o određivanju osoba ovlaštenih za pokretanje postupka u svrhu kolektivne zaštite trgovaca od nedopuštenog oglašavanja (NN 88/09, 155/09) Vlada je imenovala tijela i osobe koja su ovlaštena podnijeti tužbu, u svoje ime ali u interesu svih trgovaca, radi prestanka nedopuštene oglašivačke prakse. Cilj takve mjere je zaštititi cjelokupnu populaciju trgovaca na tržištu, te javnost općenito, a ujedno ima i preventivnu funkciju.

Posebno mjesto u cjelokupnom pravu zaštite potrošača svakako zauzima **Zakon o potrošačkom kreditiranju** - Zakon koji ima neupitno veliku ulogu u poslovnoj praksi, te područje u kojoj disparitet između znanja i informiranosti ugovornih strana posebno dolazi do izražaja, a uređuje ugovore o potrošačkom kreditiranju, konkretnije uvjete i načine na koji se oni mogu ponuditi potrošaču kroz obveze vjerovnika i kreditnih posrednika prema potrošaču, te prava potrošača u tom specifičnom ugovorom odnosu.

Kako bi potrošač mogao unaprijed znati što ga očekuje nakon sklapanja ugovora o potrošačkom kreditiranju, Zakon predviđa da je prije sklapanja ugovora o kreditu potrošača potrebno obavijestiti o nizu elemenata budućeg ugovora, a poglavito o efektivnoj kamatnoj stopi te ukupnim troškovima kredita.

Ovim je Zakonom potrošaču također dano pravo na jednostrani raskid ugovora, koji se u ovom Zakonu naziva pravo na odustanak.

Zakonom o potrošačkom kreditiranju uređena su neka posebna pitanja kreditiranja poput revolving kredita, prijevremene otplate kredita, povezanih ugovora o kreditu, prešutnog prekoračenja odobrenja prekoračenja po računu.

Konačno, ovim se Zakonom posebno uređuje položaj i uloga kreditnih posrednika.

Ostali zakoni i podzakonski akti važni za zaštitu potrošača

- Zakon o trgovini (NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13, 30/14)
- Zakon o elektroničkoj trgovini (NN 173/03, 67/08, 36/09, 130/11, 30/14)
- Zakon o leasingu (NN 141/13)
- Zakon o osiguranju (NN 151/05, 87/08, 82/09, 54/13, 94/14)
- Zakon o energiji (NN 120/12, 14/14)
- Zakon o regulaciji energetske djelatnosti (NN 120/12)
- Zakon o tržištu plina (NN 28/13, 14/14)
- Zakon o tržištu električne energije (NN 22/13)
- Zakon o tržištu toplinske energije (NN 80/13, 14/14)
- Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja (NN 79/09, 80/13)
- Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08, 90/11, 133/12, 80/13, 71/14)
- Zakon o zaštiti osobnih podataka (NN 103/03, 118/06, 41/08, 130/11, 106/12)
- Zakon o komunalnom gospodarstvu (NN 26/03, 82/04, 110/04, 178/04, 38/09, 79/09, 153/09, 49/11, 84/11, 90/11, 144/12)
- Zakon o održivom gospodarenju otpadom (NN 94/13)
- Zakon o normizaciji (NN 80/13)
- Zakon o obrtu (NN 143/13)
- Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti (NN 80/13, 14/14)
- Zakon o hrani (NN 81/13, 14/14)
- Zakon o genetski modificiranim organizmima (NN 70/05, 137/09, 28/13, 47/14)
- Zakon o lijekovima (NN 76/13, 90/14)
- Zakon o mirenju (NN 18/11)
- Zakon o arbitraži (NN 88/01)

- Odluka o određivanju tijela i osoba ovlaštenih za pokretanje postupaka za zaštitu kolektivnih interesa potrošača (105/2014)
- Uredba o određivanju osoba ovlaštenih za pokretanje postupka u svrhu kolektivne zaštite trgovaca od nedopuštenog oglašavanja (NN 88/09, 155/09)
- Uredba o sustavu brze razmjene službenih obavijesti o proizvodima koji predstavljaju rizik za zdravlje i sigurnost potrošača (RAPEX) (NN 5/2011, 120/2014)
- Pravilnik o načinu isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda i usluga (NN 66/14)
- Pravilnik o obavješćivanju o proizvodu koji je opasan za potrošače (NN 55/10, 90/10, 109/2014)
- Pravilnik o odobrenju za pružanje usluga potrošačkog kreditiranja (NN 14/10, 16/13)
- Pravilnik o obvezi informiranja potrošača i o dodatnim pretpostavkama za izračun efektivne kamatne stope (NN 14/10, 124/13)
- Pravilnik o sadržaju, obliku i načinu vođenja evidencije sklopljenih ugovora (NN 1/13)



Temeljna prava potrošača

Pravila o zaštiti potrošača snažno utječu na hrvatsku poslovnu zajednicu. Ona potrošačima pružaju zaštitu u pravnim odnosima u koje ulaze s trgovcima.

Pravo na visoku razinu zaštite zdravlja i sigurnosti

Sigurnosni standardi EU-a ubrajaju se u najstrože na svijetu, a usklađivanjem s pravom Europske unije oni postaju dio našeg pravnog poretka. Trgovci su ovlašteni stavljati na tržište samo proizvode koji zadovoljavaju visoke sigurnosne standarde utvrđene propisima tehničkog zakonodavstva i normama. Osim općih pravila o sigurnosti proizvoda, koja se primjenjuju na sve proizvode, posebni propisi predviđaju sigurnosne standarde za određene grupe proizvoda kao što su igračke, kozmetika, električni uređaji i sl. Premda nijedan sustav sigurnosti ne može jamčiti potpunu sigurnost proizvoda, odnosno odsutnost rizika za potrošače, europski sustav sigurnosti proizvoda predviđa mehanizme zaštite potrošača u slučaju nesigurnih proizvoda na tržištu. Oni će se u najkraćem mogućem roku povući s tržišta. Ako bi određeni potrošači bili oštećeni neispravnošću proizvoda, imat će pravo na naknadu štete prema posebnim pravilima o odgovornosti za neispravan proizvod.

Siguran proizvod je svaki proizvod koji u normalnim ili razumno predvidljivim uvjetima uporabe ne predstavlja nikakav rizik ili predstavlja neznatan rizik spojiv s uporabom proizvoda te koji se smatra prihvatljivim i u skladu s visokom razinom zaštite sigurnosti i zdravlja ljudi. Pretpostavit će se da je određeni proizvod siguran ako je uvijek supsidijarno sukladan:

- Tehničkom propisu
- Hrvatskim normama kojima su preuzete europske norme
- Hrvatskim normama, koje u iznimnim situacijama može propisati i čelnik tijela državne uprave nadležan za poslove opće sigurnosti proizvoda.
- U ostalim slučajevima sukladnost proizvoda s općim sigurnosnim zahtjevima procjenjuje se s obzirom na
- Preporuke Europske komisije kojima se daju upute za ocjenu sigurnosti proizvoda
- Pravila dobre prakse u području sigurnosti proizvoda koja su na snazi u dotičnom sektoru
- Trenutačnu razinu znanosti i tehnike
- Razinu sigurnosti koju potrošači objektivno očekuju od određenog proizvoda.

Uz sve navedeno postoji i dodatna obveza proizvođača i distributera da na tržište stavljaju samo sigurne proizvode te da, ako znaju da proizvod koji su stavili na tržište predstavlja za potrošače rizike koji su nespojivi s općim sigurnosnim zahtjevima, moraju odmah

obavijestiti nadležna tijela. Odgovarat će čak i slučaju kad su trebali znati za postojeće rizike, te ako propuste dati potrebne obavijesti o uobičajenim i predvidivim rizicima upotrebe njihovog proizvoda.

Pravo na obaviještenost

„Samo dobro obaviješten potrošač može učinkovito zaštititi samog sebe“, paradigma je koja se provlači kroz cjelokupnu politiku zaštite potrošača. Dobra obaviještenost pretpostavka je donošenja ispravnih odluka, stvaranja svijesti oko osnovnih karakteristika robe i usluga te upućenosti oko svojih prava i obveza. Pritom dužnost obavještavanja potrošača obvezuje trgovca u predugovornom stadiju, kao i u stadiju ispunjenja ugovora. Ne samo Zakonom o zaštiti potrošača, već i drugim propisima od kojih su neki već i spomenuti, uređen je niz slučajeva u kojima su trgovci dužni dati potrošaču relevantne obavijesti.

Trgovac je u svakom slučaju dužan obavijestiti potrošača o maloprodajnoj cijeni i cijeni za jedinicu mjere proizvoda ili usluga koje pruža, osnovnim obilježjima proizvoda, uvjetima prodaje, te mogućnostima podnošenja pisanog prigovora. Te obavijesti moraju biti jasne, vidljive i čitljive.

U pogledu svakog proizvoda, trgovac mora obavijesti potrošača o:

- nazivu proizvoda, tipu i modelu proizvoda, sastavu proizvoda, svojstvima i tehničkim obilježjima, te nazivu i sjedištu proizvođača ili uvoznika koji ima sjedište na području Europske unije – iznimku čine samo proizvodi čije je označavanje uređeno posebnim propisom.
- Trgovac je također dužan obavijestiti potrošača o:
- njegovom pravu na jednostran, bezrazložan raskid ugovora
- općim uvjetima poslovanja te uvjetima korištenja javnih usluga, uz pisanu obavijest o svakoj promjeni istih
- troškovima dostave i povrata proizvoda

Pravo na jednostran raskid ugovora

Pravo na jednostrani raskid ugovora pravo je koje je potrošačima priznato nekolicinom europskih direktiva. Pravo koje predstavlja jednostrani, bezrazložni raskid ugovora spominju:

1. Direktiva o sklapanju na daljinu ugovora o potrošačkim financijskim uslugama
2. Direktiva o dugotrajnim turističkim proizvodima
3. Direktiva o potrošačkim kreditima
4. Direktiva o pravima potrošača

Sve navedene direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo te stoga pravo na jednostrani raskid ugovora imaju i hrvatski potrošači. Generalno govoreći, ako potrošač odluči iskoristiti svoje pravo na jednostrani raskid ugovora, morat će vratiti proizvod, imat će pravo na povrat novca te zbog svoje odluke neće snositi nikakve negativne posljedice raskida, poput naknade štete ili ugovorne kazne, niti mu se može zbog toga naplatiti neka posebna naknada.

Pravo na jednostrani raskid jamči se potrošačima prilikom:

1. distancijskog sklapanja ugovora, uključujući i ugovora o financijskim uslugama, tj. sklapanja ugovora kada se potrošač i trgovac ne nalaze istodobno na jednom mjestu, već sklapaju ugovor koristeći se sredstvima daljinske komunikacije poput interneta, kataloga ili telefona.
2. kupnje izvan poslovnih prostorija trgovca
3. sklapanja ugovora o potrošačkom kreditu
4. sklapanja ugovora o vremenski ograničenoj uporabi nekretnine (timeshare ugovor) i drugih ugovora o dugotrajnom turističkom proizvodu

Potrošač može jednostrano raskinuti ugovor u roku od 14 dana. Taj rok, ovisno o konkretnom ugovoru, počinje teći od dana sklapanja ugovora, predaje stvari u posjed ili, alternativno, od trenutka kada je potrošač primio sve potrebne prethodne obavijesti. Trgovac je obavezan obavijestiti potrošača o njegovom pravu na jednostrani raskid. U nekim situacijama zakon predviđa da će način korištenja prava za jednostrani raskid ugovora biti putem posebnog standardiziranog obrasca za raskid ugovora. Ako on izostane ili nije propisan, ugovor se uvijek može raskinuti putem bilo koje druge nedvosmislene izjave kojom potrošač izjašnjava svoju volju za raskidom ugovora. Tijekom spora, teret dokaza da je potrošaču dostavljena obavijest o pravu na jednostrani raskid leži na trgovcu.

Pravo na zaštitu od nepoštenih ugovornih odredaba

Nepoštene ugovorne odredbe su one odredbe o kojima se nije pojedinačno pregovaralo, a koje suprotno načelu savjesnosti i poštenja uzrokuju znatnu neravnotežu u pravima i obvezama ugovornih strana. Pretpostavlja se da, u odnosu na potrošača, trgovac raspolaže znanjima, poslovnim vještinama te iskustvom koji su prosječnom potrošaču nedostupni i nepoznati. Svoj dominantan položaj na tržištu trgovac ne smije zlorabom pretočiti u nepoštene ugovore kojima bi obvezao potrošača. U tom smislu predvidi li, na primjer, trgovac u ugovoru:

- da potrošač neće imati pravo tražiti zamjenu kupljene stvari koja ima nedostatak,
- da potrošač neće imati pravo na povrat predujma kojega je platio i to unatoč činje-

nici da trgovac nije ispunio svoj dio obveze,

- ograničenje ili isključenje odgovornosti za štetu nastale tjelesnom ozljedom ili smrću potrošača, a šteta je posljedica štetne radnje trgovca,
- ovlaštenje da raskine ugovor te zadrži plaćeno za usluge koju još nije obavio,
- diskrecijsko pravo raskida ugovora za sebe, ali ne i za potrošača,
- ograničenje ili isključenje prava koja potrošač ima prema trgovcu ili nekoj trećoj osobi u slučaju potpunog ili djelomičnog neispunjenja ugovora,

te bi odredbe bile nepoštene ugovorne odredbe te kao takve, ne bi obvezivale potrošača.

Prilikom ocjene neke ugovorne odredbe kao nepoštene uzeti će se u obzir sve okolnosti prije i poslije sklapanja ugovora, ostale ugovorne odredbe te narav proizvoda ili usluge koja čini predmet ugovora. Dvojbene ili nerazumljive ugovorne odredbe tumačiti će se u smislu koji je povoljniji za potrošača. Utvrđivanje da je neka ugovorna odredba nepoštena ima za posljedicu ništetnost konkretne odredbe i ona neće obvezivati potrošača.

Udruge za zaštitu potrošača te druge ovlaštene osobe koje imaju opravdani interes za kolektivnu zaštitu potrošača imaju pravo zahtijevati od nadležnog suda zatražiti da utvrdi da je određena ugovorna odredba nepoštena.

Pravo na sukladnost kupljene robe sa ugovorom

Potrošač ima pravo zahtijevati da mu bude isporučena stvar koja je sukladna ugovoru, odnosno koja nema materijalne nedostatke. Ako stvar ne bi bila podobna za namjenu za koju je potrošač pribavljao, odnosno ako na drugi način ne bi bila u skladu sa ugovorom, potrošač ima pravo

- zahtijevati predaju nove stvari bez nedostatka
- popravak stvari
- zahtijevati sniženje cijene
- raskinuti ugovor.

To pravo potrošaču pripada u periodu od **dvije godine** od prijelaza rizika na potrošača i ono ne isključuje njegovo pravo na naknadu štete koju je moguće pretrpiti. Ova prava predstavljaju minimum pravne zaštite koja pripada potrošaču te se ona **ne mogu ugovorom isključiti ili ograničiti**. Želi li proizvođač ili trgovac potrošaču pružiti više prava ili mu omogućiti pravnu zaštitu u dužem razdoblju, za slučaj da stvar ima materijalni nedostatak, može to učiniti putem garancije. Ipak, garancija se u nekim segmentima

značajno razlikuje od odgovornosti za materijalne nedostatke. Dok garanciju može dati bilo prodavatelj bilo proizvođač, odgovornost za materijalne nedostatke uvijek obvezuje prodavatelja. Dok je garancija dobrovoljna te proizvođač ili prodavatelj samostalno odlučuju hoće li je dati, odgovornost za materijalne nedostatke propisana je zakonom i ne može se isključiti ili ograničiti. U tom smislu, **trgovac ne može koristiti garanciju kako bi isključio ili ograničio prava koja potrošači imaju na temelju zakonskih pravila o odgovornosti za materijalne nedostatke.**

Pravo na zaštitu od nepoštenih poslovnih praksi

U odnosima s potrošačima, trgovac je dužan postupati s potrebnom profesionalnom pažnjom, pošteno i korektno. Dužan je suzdržavati se od nepoštenih poslovnih praksi, što implicira suzdržavanje od uporabe prisile prema potrošaču ili bilo kojeg drugog oblika agresivne prakse te suzdržavanje od dovodenja prosječnog potrošača u zabludu kako bi se utjecalo na njegovo ekonomsko ponašanje. Zakon o zaštiti potrošača nabroja niz slučajeva zabranjene zavaravajuće i agresivne poslovne prakse.

Zavaravajuća poslovna praksa uključuje, među ostalim:

- isticanje zaštitnih znakova, znakova kvalitete ili sličnih znakova bez potrebnog odobrenja
- pozivanje na kupnju proizvoda po određenoj cijeni, a zatim odbijanja da kupcu pokaže oglašavani proizvod ili odbijanje prihvatanja narudžbe potrošača, odnosno dostave proizvoda u razumnom roku, s namjerom promidžbe nekog drugog proizvoda,
- pokazivanje neispravnog primjerka proizvoda s namjerom promidžbe nekog drugog proizvoda,
- iznošenje netočnih tvrdnji glede naravi i obujma rizika kojem bi mogla biti izložena osobna sigurnost potrošača ili članova njegove obitelji u slučaju da potrošač ne kupi proizvod.
- Agresivna poslovna praksa uključuje, među ostalim:
 - stvaranje dojma da potrošač ne može napustiti poslovni prostor sve dok ne sklopi ugovor,
 - posjećivanje potrošača u njegovu domu, ignorirajući pritom zahtjev potrošača da napusti njegov dom ili da ga se više ne posjećuje,
 - ustrajno i neželjeno komuniciranje s potrošačem putem telefona, telefaksa, elektroničke pošte ili drugog sredstva daljinske komunikacije.

Za primjenu nepoštene poslovne prakse trgovac će biti prekršajno odgovoran. Udruge za zaštitu potrošača te druge ovlaštene osobe koje imaju opravdani interes za kolektivnu zaštitu potrošača imaju pravo zahtijevati od nadležnih tijela zabranu takve prakse.

Pravo na učinkovitu pravnu zaštitu

Zbog relativno male vrijednosti transakcija, potrošači se rijetko odlučuju na sudsku zaštitu svojih prava i neki ih trgovci zbog toga nekažnjeno krše. Zakon stoga predviđa poseban postupak kolektivne zaštite potrošača u kojem tijela i osobe izričito navedene Odlukom o određivanju tijela i osoba ovlaštenih za pokretanje postupka za zaštitu kolektivnih interesa potrošača imaju pravo zahtijevati pred nadležnim sudom da se zabrani ponašanje trgovaca koje vrijeđa pravo potrošača.

Građanskopravna sudska zaštita potrošača, kako kolektivnih, tako i individualnih interesa, ne isključuje mogućnost pokretanja raznih disciplinskih postupaka, na primjer postupak pred Sudom časti Hrvatske gospodarske komore, te izricanja dodatnih sankcija. Dodatna alternativa je i mirno rješavanje sporova pred centrima za mirenje tijela poput HOK-a, HUP-a ili HGK-a.

Nadzor nad provedbom Zakona o zaštiti potrošača provode tržišni inspektori Ministarstva gospodarstva i ostali nadležni inspektori. U provedbi inspekcijskog nadzora, nadležni inspektor može:

- trgovcu privremeno zabraniti prodaju proizvoda i pružanje usluga,
- naložiti otklanjanje uočenih nedostataka u primjeni Zakona.

Trgovac koji postupi suprotno Zakonu o zaštiti potrošača može biti prekršajno odgovoran i kažnjen novčanom kaznom od 10.000 do 100.000 kn. Posebno se može kazniti i odgovorna osoba u pravnoj osobi kaznom od 10.000 do 15.000 kn.

Utjecaj pravila zaštite potrošača na pojedine sektore

Pravila zaštite potrošača primjenjuju se u svakom tržišnom odnosu i gospodarskom sektoru u kojem trgovci posluju s potrošačima. Ipak, neka su ograničena na pojedine sektore ili na trgovce koji se služe specifičnim metodama, poput prodaje na daljinu ili putem akvizitera.

Sektor	Pravila
Svi sektori	<ul style="list-style-type: none">- nepoštene odredbe u potrošačkim ugovorima- nepoštena poslovna praksa- kolektivna zaštita potrošača- odgovornost za materijalne nedostatke
Trgovina na malo	<ul style="list-style-type: none">- isticanje prodajnih uvjeta- isticanje cijene- izdavanje računa- izdavanje isprava koje prate proizvod- davanje obavijesti o proizvodu- sezonsko sniženje, akcijska prodaja, rasprodaja i prodaja proizvoda sgreškom- prodaja izvan poslovnih prostorija
Turistički sektor	<ul style="list-style-type: none">- ugovor o organiziranju turističkog putovanja- ugovor o <i>timeshareu</i> (vremenski ograničenoj uporabi nekretnine) te ugovor o drugim dugotrajnim turističkim proizvodima
Financijski sektor	<ul style="list-style-type: none">- ugovor o kreditu u okviru potrošačkog kreditiranja- potrošački ugovor o financijskim uslugama sklopljen na daljinu- ugovor o osiguranju- ugovor o leasingu
Javne (komunalne) usluge	<ul style="list-style-type: none">- javne usluge koje se pružaju potrošaču- dostupnost priključka- opći uvjeti pružanja usluga
Prodaja na daljinu	<ul style="list-style-type: none">- ugovori sklopljeni na daljinu
Proizvodnja	<ul style="list-style-type: none">- sigurnosni zahtjevi za proizvod- odgovornost za neispravan proizvod

Nositelji zaštite potrošača

Hrvatska

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, nositelji zaštite potrošača su Hrvatski sabor, Vlada Republike Hrvatske, ministarstvo nadležno za poslove zaštite potrošača, prvenstveno je to Ministarstvo gospodarstva, nadležna inspekcijska tijela, Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača, udruge za zaštitu potrošača, jedinice lokalne samouprave, te druga poslovna udruženja i tijela javne vlasti poput Hrvatske gospodarske komore, Hrvatske obrtničke komore te Hrvatske udruge poslodavaca.

Ministarstvo gospodarstva

Služba za razvoj politike zaštite potrošača Ministarstva gospodarstva obavlja širok spektar poslova vezanih za zaštitu potrošača poput:

- sudjeluje u izradi i provedbi zakona i drugih propisa vezanih za zaštitu potrošača,
- daje stručna mišljenja vezana za zaštitu potrošača,
- provodi aktivnosti u vezi s prilagodbom nacionalnog zakonodavstva zakonodavstvu Europske unije iz područja zaštite potrošača,
- surađuje sa sudovima časti HGK-a i HOK-a pri rješavanju potrošačkih sporova,
- izrađuje izvješća radi sustavnog informiranja nadležnih tijela o stupnju usklađenosti zakonodavstva za potrebe pridruživanja Republike Hrvatske Europskoj uniji,
- obavlja stručne poslove vezane uz rad Nacionalnog vijeća za zaštitu potrošača,
- uspostavlja i vodi Centralni informacijski sustav zaštite potrošača.

Za obavljanje poslova Odjela za zaštitu potrošača, ustrojeni su:

1. Odsjek za razvoj i praćenje sustava zaštite potrošača
2. Odsjek za edukaciju i informiranje o sustavu zaštite potrošača
3. Odsjek za usklađivanje zakonodavstava u području zaštite potrošača
4. Odsjek za programe i projekte Europske unije iz područja zaštite potrošača

Tržišni inspektori Ministarstva gospodarstva i druge nadležne inspekcije

Obavljaju nadzor nad provedbom Zakona o zaštiti potrošača. Pri provedbi nadzora mogu:

- trgovcu privremeno zabraniti prodaju proizvoda i pružanja usluga

- narediti trgovcu otklanjanje utvrđenih nepravilnosti
- u određenim situacijama koje propisuje Zakon narediti vraćanje već naplaćenog iznosa potrošačima

Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača

Savjetodavno tijelo koje Vlada RH osniva na vrijeme od četiri godine. Čine ga predstavnici državnih tijela nadležnih za područje zaštite potrošača, trgovaca, potrošača i neovisni stručnjaci iz područja zaštite potrošača.

Sudjeluje u izradi Nacionalnog programa za zaštitu potrošača i izvješća o njegovu ostvarivanju, potiče izmjene i dopune postojećih te donošenje novih propisa, sudjeluje u kreiranju politike zaštite potrošača i izvješćuje Vladu o slučajevima kršenja dobrih poslovnih običaja.

Sudjelovanjem u radu Nacionalnog vijeća predstavnici trgovaca mogu utjecati na kreiranje zakonodavstva na području zaštite potrošača te uspostavljanje partnerskog odnosa s predstavnicima potrošača.

Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatska udruga poslodavaca

- organiziraju centre za mirenje pred kojima se mogu rješavati potrošački sporovi
- osnivaju i organiziraju sudove časti pred kojima se, među ostalim, odlučuje o provedbi prava potrošača od strane pojedinih trgovaca
- informiraju svoje članove o obvezama koje pred njih postavljaju pravila o zaštiti potrošača

Udruge za zaštitu potrošača

Udruge za zaštitu potrošača:

- osnivaju ih potrošači radi promicanja i zaštite svojih prava i interesa,
- rade neovisno o interesima trgovaca i ne smiju od njih dobivati sredstva,
- pružaju potrošačima preventivnu zaštitu, informiraju ih o njihovim pravima i obvezama, provode usporedna i naknadna testiranja proizvoda, pružaju pomoć oštećenom potrošaču u nastupu prema trgovcu, vode evidencije o primljenim prijavama potrošača i postupcima poduzetim za njihovo rješavanje, daju primjedbe i prijedloge pri donošenju propisa koji se odnose na područje zaštite potrošača, iniciraju pred nadležnim tijelima postupke kolektivne zaštite potrošača.

Europska unija

DG SANCO (Directorate General for Health and Consumer Protection)

Tijelo Komisije EZ-a nadležno za politiku zaštite zdravlja i zaštite potrošača koje tu politiku kreira i provodi u EU-u izradom prijedloga propisa i programa zaštite potrošača, zaštite i poboljšanja čovjekova zdravlja, osiguranja sigurnosti hrane, zaštite zdravlja životinja i biljaka te promicanja humanog tretmana životinja. U provedbi politike usko surađuje s Vijećem EU-a, Europskim parlamentom, međunarodnim partnerima EU-a, vladama država članica te udrugama za zaštitu potrošača.

Bureau Europeendes Unionsdes Consommateurs- BEUC, Europski ured za zaštitu potrošača

Europski ured za zaštitu potrošača, ili kraće BEUC, je krovna organizacija koja objedinjuje 40 poštovanih, neovisnih i etabliranih udruga za zaštitu potrošača iz 31 europske zemlje, predstavljajući ih sve zajedno na europskoj razini. Udruga istražuje odluke EU-a te razvoj u politici zaštite potrošača koji bi mogli utjecati na potrošače, prvenstveno: financijske usluge, hrana, digitalna prava, potrošačka prava, održivost, sigurnost, zdravlje i energija. Glavnu ulogu BEUC-a predstavljaju promoviranje i lobiranje interesa svih europskih potrošača.

Najčešća pitanja

1. Potrošač

Potrošačem se u smislu Zakona o zaštiti potrošača smatra svaka fizička osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu u svrhe koje nisu namijenjene njegovoj poslovnoj, obrtničkoj ili profesionalnoj djelatnosti. Važno je naglasiti da se u smislu Zakona o zaštiti potrošača govori samo ako su ispunjena dva kumulativna uvjeta:

- mora biti riječ o fizičkoj osobi
- ta osoba mora sklapati pravni posao ili djelovati na tržištu u svrhe koje nisu namijenjene njezinoj poslovnoj djelatnosti niti obavljanju djelatnosti slobodnog zanimanja.

2. Trgovac

Trgovac je bilo koja osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu u okviru svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti, uključujući i osobu koja nastupa u ime ili za račun trgovca. Ovakvom odredbom Zakon o zaštiti potrošača široko definira pojam trgovca tako da ona obuhvaća kako fizičke, tako i pravna osobe, koja djeluje u okviru svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti. U tom smislu, trgovcem se primjerice, smatraju trgovačka društva, obrtnici, slobodna zanimanja, ali isto tako ustanove te javnopravna tijela poput, primjerice, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave koje potrošačima pružaju određene usluge.

3. Posebni oblici prodaje

Zanimljivost novog Zakona o zaštiti potrošača je da odredbe o posebnim oblicima prodaje, u odnosu na ostale odredbe novog Zakona, stupaju na snagu tek 1.1. 2015., ostavljajući na taj način trgovcima dodatno vrijeme da svoje poslovanje usklade sa novim propisima, ali i ostavlja na snazi adekvatne odredbe starog Zakona o zaštiti potrošača (NN 79/07, 125/07, 75/09, 89/09, 133/09, 78/12, 56/13).

Novim Zakonom o zaštiti potrošača (NN 41/14) posebnim oblicima prodaje smatra se prodaja proizvoda i usluga po cijenama nižim od cijena u redovnoj prodaji, a osobito akcijska prodaja, rasprodaja, sezonsko sniženje, prodaja proizvoda s greškom i prodaja proizvoda kojima istječe rok uporabe. Ovakva odredba ostavlja trgovcu prostor da posebne oblike prodaje nazove i organizira na drugačiji način, uz obavezu isticanja dviju cijena - cijenu u redovnoj prodaji te cijenu tijekom posebnog oblika prodaje.

Od 1.1.2015. godine trgovce u ovom segmentu prodaje očekuju sljedeće novine:

a) Sezonsko sniženje, rasprodaja i akcijska prodaja

Sezonskim sniženjem smatra se prodaja proizvoda po sniženoj cijeni nakon proteka sezone, najviše tri puta godišnje, koje mora započeti u razdoblju između 27.12. i 10.1., 1.4. i 15.4. te 10.8. i 25.8. i ne smije trajati duže od 60 dana.

- Ukoliko trgovac označava sezonsko sniženje, na način da se postotak sniženja cijena objavljuje u rasponu (primjerice od 20% do 70%), najveći postotak sniženja na početku sezonskog sniženja mora se odnositi na najmanje jednu petinu (odnosno 20%) svih proizvoda na sezonskom sniženju.
- Ne prodaje li tijekom trajanja sezonskog sniženja sve proizvode, trgovac može nastaviti s prodajom proizvoda po sniženoj cijeni, no takvu prodaju ne smije oglašavati kao sezonsko sniženje.

Rasprodajom se smatra prodaja proizvoda po nižoj cijeni u slučaju

- prestanka poslovanja trgovca ili prestanka poslovanja u dosadašnjim poslovnim prostorijama,
- prestanka prodaje određenog proizvoda iz predmeta poslovanja trgovca,
- kada je ozbiljno ugroženo poslovanje trgovca te
- kada se obavljaju ozbiljniji građevinski radovi unutar ili izvan poslovnih prostorija trgovca.

Akcijaska prodaja je prodaja određenih proizvoda u razdoblju koje nije duže od 30 dana po cijeni koja je niža od redovne cijene istih proizvoda.

- Početak, razlog i trajanje akcijske prodaje u okviru zakonskog maksimuma određuje sam trgovac, no svaki put proizvodi koji su na akciji moraju biti posebno, jasno, vidljivo i čitljivo označeni riječima „akcija“ ili „akcijska prodaja“.
- Trgovac je također uvijek dužan navesti trajanje akcijske prodaje.

b) Proizvod s greškom i proizvod kojem istječe rok uporabe

Posebni oblici prodaje predstavljaju i prodaju po sniženoj cijeni proizvoda s greškom i proizvoda kojima istječe rok uporabe.

- Kod prodaje proizvoda s greškom trgovac je dužan jasno, vidljivo i čitljivo označiti na proizvodu ili prodajnom mjestu da je riječ o proizvodu s greškom te dodatno upozoriti potrošača u čemu se sastoji greška na proizvodu.
- Ako se proizvod prodaje po cijeni nižoj od redovne jer mu istječe rok uporabe mora imati dodatno jasno, vidljivo i čitljivo istaknut krajnji rok uporabe.

4. Isticanje cijena proizvoda

Trgovac je dužan jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos utvrđene maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda ili usluga koje pruža te označiti da je cijena u kunama. Uz isticanje cijena u kunama, trgovac može cijenu istaknuti i u drugim valutama. Cijena je nedvosmisleno istaknuta ako je isključena mogućnost njene zamjene s maloprodajnom cijenom drugog proizvoda koji se nalazi u neposrednoj blizini. Iznimno se cijena ne mora istaknuti, ako proizvodi nisu namijenjeni prodaji. Pod maloprodajnom cijenom podrazumijeva se konačna cijena za pojedini proizvod ili uslugu, odnosno određenu količinu proizvoda, uključujući porez na dodanu vrijednost. Pod cijenom za jedinicu mjere podrazumijeva se konačna cijena za jedan kilogram, cijena za jednu litru, jedan metar, jedan četvorni metar ili jedan kubni metar ili neku drugu jedinicu količine koja se općenito ili uobičajeno koristi kod prodaje proizvoda na pojedinom području Republike Hrvatske, uključujući porez na dodanu vrijednost. Kod proizvoda u rasutom (slobodnom) stanju ističe se samo cijena za jedinicu mjere na prodajnom mjestu proizvoda. Cijenu za jedinicu mjere nije potrebno istaknuti ako je istovjetna s maloprodajnom cijenom proizvoda.

Na proizvod ili na prodajnom mjestu, osim maloprodajnih cijena za jedincu mjere, **ne smiju** biti istaknute druge cijene, osim u slučaju posebnih uvjeta prodaje te posebnih oblika prodaje. Nadalje, trgovac je dužan istaknuti cijenu tako da ne oštećuje proizvod.

Odredbe o isticanju maloprodajne cijene, cijene za jedinicu mjere proizvoda, te izuzeci od pravila o dopuštenosti isticanja konačne cijene ne primjenjuju se na javne dražbe i prodaje umjetničkih djela i antikviteta te na cijene usluga uređene drugim propisima.

5. Obveza trgovca za nedostatak na proizvodu

Ukoliko se na kupljenom proizvodu pojavi nedostatak, trgovac je dužan na zahtjev i prema izboru potrošača takav proizvod zamijeniti novim ispravnim proizvodom ili otkloniti nedostatak na proizvodu, sniziti cijenu ili mu vratiti svotu plaćenu za taj proizvod.

Ako se radi o nedostatku kod obavljene usluge, trgovac je dužan na zahtjev potrošača otkloniti nedostatak obavljene usluge, sniziti cijenu ili vratiti svotu plaćenu za obavljenju uslugu.

Potrošač može zahtijevati povrat plaćene svote novca samo ako je prethodno dao trgovcu primjereni rok za otklanjanje nedostataka bilo na proizvodu ili kod obavljene usluge, vratiti svotu plaćenu za obavljenju uslugu osim ako je očito da trgovac neće otkloniti nedostatak niti u naknadnom roku, odnosno ako je izjavio da neće otklopiti nedostatak niti u naknadnom roku.

Ukoliko se pokaže potreba za dokazivanjem nedostataka na proizvodu, odnosno na obavljenoj usluzi, tada se taj isti nedostatak dokazuje vještačenjem u za to ovlaštenim ustanovama ili uz pomoć ovlaštenog sudskog vještaka. Ako se nedostatak pojavi u roku od šest mjeseci od dana prijelaza rizika na potrošača, a trgovac smatra da nedostatak u tom trenutku nije postojao, troškove vještačenja snosi trgovac. Drugačija je situacija ako se nedostatak na proizvodu pojavi nakon 6 mjeseci ali prije 24 mjeseca od prijelaza rizika na potrošača - tada troškove vještačenja snosi bilo trgovac, bilo potrošač, ovisno o rezultatu vještačenja.

6. Uvjeti prodaje proizvoda i pružanja usluga

Trgovac mora svoje prodajne uvjete jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti u prodajnom prostoru i mora ih se pridržavati. Ova obveza odnosi se kako na opće, tako i na posebne uvjete prodaje. Naime, trgovac može odobravati posebne prodajne uvjete ne samo za pojedine proizvode, pojedinim skupinama potrošača (rodilje, mladenci, invalidi, umirovljenici i dr.), već i za pojedine oblike plaćanja.

U sva tri slučaja uvjeti moraju biti jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti na prodajnim mjestima, a ako ujedno odobrava popust za pojedinu vrstu proizvoda ili skupinu proizvoda, trgovac je dužan maloprodajnu cijenu prikazati prema pravilima propisanim za posebne oblike prodaje. Isto tako, trgovcu je zabranjeno davanje osobnih podataka potrošača bilo kojoj trećoj osobi bez posebne prethodne privole potrošača koje mora biti u skladu sa zakonom kojim se uređuje zaštita osobnih podataka.

7. Plaćanje predujmom

Nije rijetko da u praksi trgovci uvjetuju kupnju svojih proizvoda i pružanja usluga plaćanjem predujma koji može biti djelomičan ili ukupan, jednokratni ili obročni.

Kad trgovac isporuči proizvod ili obavi uslugu, nakon primitka predujma dužan je potrošaču tom prigodom obračunati i isplatiti kamate po kamatnoj stopi poslovne banke trgovca za oročene štedne uloge na tri mjeseca za cijelo razdoblje, računajući od dana primljenog predujma do dana isporuke proizvoda ako je rok isporuke proizvoda ili pružanja usluge dulji od jednog mjeseca.

Ova odredba primjenjuje se i u slučaju kad trgovac ne može isporučiti ugovoreni proizvod ili obaviti uslugu. U to slučaju trgovac je dužan potrošaču vratiti njegov uplaćeni predujam te obračunati propisane kamate od dana primitka uplate do dana ispate, što mora biti obavljeno što je moguće prije, a najkasnije u roku od sedam dana od dana kada je nastupilo zakašnjenje, to jest nemogućnost ispunjenja ugovorne obveze.

8. Isprave koje prate proizvod

Pri sklapanju potrošačkih ugovora, dakle još u predugovornom stadiju, trgovac je dužan potrošača, između ostalog, obavijestiti i o ispravama koje prate proizvod. Riječ je o ispravama koje je proizvođač priredio radi lakše i sigurnije uporabe proizvoda kao što su jamstvo, tehničke upute, upute za sklapanje, upute za uporabu, popis ovlaštenih servisa i upozorenje o mogućoj opasnosti pri uporabi. Zakon propisuje da isprave moraju biti napisane jasno, vidljivo i čitljivo na hrvatskom jeziku i latiničnim pismom te da prijevod propisanih isprava mora u potpunosti odgovarati izvorniku.

9. Ambalaža

Proizvodi koje trgovac prodaje ne smiju biti pakirani u takvu ambalažu koja bi potrošača mogla dovesti u zabludu oko mase ili veličine proizvoda te moraju biti u skladu s posebnim propisima koji propisuju dodatne zahtjeve za ambalažu. Na zahtjev potrošača trgovac mora zadržati ambalažu prodanog proizvoda i adekvatno ju sanirati. U slučaju ponude zamatanja posebnim papirom za zamatanje i dodatnim ukrasima, cijena tih proizvoda i usluge zamatanja mora biti istaknuta jasno, vidljivo i čitljivo.

10. Pisani prigovor

Trgovac je u obvezi omogućiti potrošaču podnošenje pisanog prigovora u svojim poslovnim prostorijama ili putem pošte, telefaksa ili elektroničke pošte. Na zaprimljene prigovore trgovac je dužan bez odgađanja pisanim putem potvrditi njegov primitak. Ako s tom potvrdom ne pošalje i odgovor na prigovor to mora učiniti **u roku od 15 dana** od zaprimanja prigovora. Isto tako trgovac je dužan voditi pisanu evidenciju prigovora najmanje godinu dana od primitka prigovora.

Pisani prigovor predstavlja praktičan instrument u rješavanju spornih odnosa između potrošača i trgovca. Time bi se najbrže i najjednostavnije mogli riješiti nastali prigovori te bi potrošač mogao ostvariti svoja povrijeđena prava. Ukoliko ne bi uspio na taj način, potrošaču ostaje čitav niz različitih pravnih instrumenata za rješavanje pritužbi i potrošačkih sporova, kao što su prijava nadležnim inspekcijama, te sudska i izvansudska zaštita.

Nadalje, smatra se da će ovako rješenje u potpunosti biti provedivo na obostrano zadovoljstvo potrošača i samih trgovaca, koji će sukladno najučestalijim prigovorima potrošača imati uvid u manjkavosti svoga poslovanja što će im omogućiti da ga unaprijedi.



Gdje do informacija?

Hrvatska

Odjel za zaštitu potrošača Ministarstva gospodarstva – službena stranica

<http://potrosac.mingorp.hr/hr/potrosac/>

Ministarstvo gospodarstva – mrežna stranica s osnovnim podacima o udrugama za zaštitu potrošača u Republici Hrvatskoj

<http://potrosac.mingo.hr/hr/potrosac/clanak.php?id=12487>

Ministarstvo gospodarstva – mrežna stranica sa osnovnim podacima o savjetovalištim za zaštitu potrošača

<http://potrosac.mingo.hr/hr/potrosac/clanak.php?id=12348>

Uprava za inspekcijske poslove u gospodarstvu

<http://www.mingo.hr/page/uprava-za-inspekcijske-poslove-u-gospodarstvu>

Hrvatski zavod za norme

<http://www.hzn.hr/>

Sud časti pri Hrvatskoj gospodarskoj komori

<https://www.hgk.hr/category/sudovi-pri-hgk/sud-casti-pri-hgk>

Centar za mirenje pri Hrvatskoj gospodarskoj komori

<https://www.hgk.hr/category/sudovi-pri-hgk/centar-za-mirenje-pri-hgk>

Sud časti pri Hrvatskoj obrtničkoj komori

http://www.hok.hr/sud_casti

Centar za mirenje pri Hrvatskoj obrtničkoj komori

http://www.hok.hr/centar_za_mirenje

Centar za mirenje pri Hrvatskoj udruzi poslodavaca

<http://www.hup.hr/o-centru-za-mirenje-hup-a.aspx>

Europska unija

Europa – Gateway to the European Union – službena stranica

http://europa.eu/index_en.htm

Eur-Lex – baza podataka europskog zakonodavstva (acquis communautaire)

<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=hr>

EuropeanCommission – Consumer – službe stranica EU-a posvećena zaštiti potrošača

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

DG SANCO – službena stranica

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/index_en.htm

SCADPLUS - mrežna stranica Europske unije s osnovnim informacijama o politici zaštite potrošača u EU

http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/index_en.htm

BEUC – službena stranica

<http://www.beuc.org/>





Ministarstvo poduzetništva i obrta

Ulica grada Vukovara 78

10000 Zagreb

Tel.: 01 610 61 11

Fax.: 01 610 69 21

provedba@minpo.hr

www.minpo.hr



Središnja agencija za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije

Ulica grada Vukovara 284 (objekt C)

10000 Zagreb

Tel.: 01 459 12 45

Fax.: 01 459 10 75

info@safu.hr

www.safu.hr



Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice

BIZimpact II

Savska cesta 41/VI kat

10000 Zagreb

Tel.: 01 798 09 82

Fax.: 01 798 09 82

info@bizimpact.hr

www.bizimpact.hr

Za dodatne informacije o EU fondovima posjetite:

www.strukturnifondovi.hr

Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost
Ministarstva poduzetništva i obrta



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO GOSPODARSTVA