

# Net hr28.05.2022.

## **NEMA VIŠE LABAVO / Sutra na snagu stupa novi Zakon o zaštiti potrošača: Ima niz novosti, ali ovih 10 ključnih promjena biste svakako trebali znati**

Novi zakon donosi niz novosti za potrošače i trgovce koje će značajno unaprijediti zaštitu potrošača i otkloniti slabosti dosadašnje pravne regulative

27.5.2022.

[Danas.hr](http://Danas.hr)

- Od sutra, 28. svibnja, na snagu stupa novi Zakon o zaštiti potrošača, kojim Hrvatska preuzima europsku pravnu stečevinu iz područja politike zaštite potrošača. Novi zakon donosi niz novosti za potrošače i trgovce, [piše tportal](#) donoseći popis 10 najvažnijih promjena koje će značajno unaprijediti zaštitu potrošača i otkloniti slabosti dosadašnje pravne regulative.

### **1. Zabrana oglašavanja i prodaje proizvoda istog naziva, ali različite kvalitete**

Odredbama o nepoštenoj poslovnoj praksi propisana je zabrana stavljanja robe na tržište uz tvrdnju da je identična robi na tržištima drugih država članica iako se u stvarnosti znatno razlikuje po sastavu ili obilježjima. Zaslugu za uvođenje ove odredbe u europsku direktivu ima i naša europarlamentarka Biljana Borzan jer je provela istraživanje u suradnji s Hrvatskom agencijom za hranu i dokazala da je na hrvatskom tržištu čak trećina istovjetnih proizvoda lošija od onih na njemačkom tržištu. Zakonom su predviđeni izuzeci od ove odredbe ako je to opravdano legitimnim i objektivnim kriterijima, pri čemu se potrošači moraju informirati, a trgovci bi trebali imati slobodu davanja takvih informacija na različite načine.

### **2. Dvojne cijene prilikom sniženja**

Trgovci će morati prilikom najave sezonskog sniženja, rasprodaje, akcijske prodaje, prodaje robe s greškom, kao i tijekom ostalih posebnih ponuda po nižim cijenama od onih u redovitoj prodaji, uz sniženu cijenu istaknuti najnižu cijenu proizvoda u roku od 30 dana prije sniženja. Na taj način se onemogućuje učestala praksa da se nekoliko dana prije sniženja cijene podižu kako bi se lažno prikazalo veće sniženje od stvarnog.

Tekst se nastavlja ispod oglasa

### **3. Stroga pravila za komentare, ocjenjivanje i rangiranje proizvoda**

Po novom zakonu, trgovci koji objavljuju komentare i recenzije kupaca na proizvode morat će jasno istaknuti jesu li oni zaista isprobali proizvod te moraju naznačiti jesu li platili kupcima za njegovo ocjenjivanje. Također, trgovcima se zabranjuje uklanjanje negativnih ocjena i komentara. Također, ako je trgovac izravno ili neizravno platio pružatelju usluge internetskog pretraživanja za viši rang pojedinog proizvoda u rezultatima pretraživanja, pružatelj usluge internetskog pretraživanja trebao bi obavijestiti potrošače o toj činjenici u sažetom, lako dostupnom i razumljivom obliku.

### **4. Jačanje informiranja u internetskoj trgovini**

Zakonom se uvode strože obveze informiranja za pružatelje internetskih trgovina (tzv. platforme), putem kojih više trgovaca prodaje robe i usluge. Vlasnici takvih platformi morat će jasno informirati potrošače o tome je li treća strana koja nudi robu, usluge ili digitalni sadržaj trgovac u smislu potrošačkog zakonodavstva ili ne, i to na temelju izjave koju daje prodavatelj. Ako pružatelj usluga na platformi nije trgovac, pružatelji internetskih tržišta trebaju obavijestiti kupca da se prava potrošača ne primjenjuju na sklopljeni ugovor.

Osim toga, potrošači trebaju biti informirani o tome tko snosi obveze vezane za konkretan ugovor sklopljen posredstvom pružatelja internetskih tržišta, odnosno dijele li se obveze između prodavatelja i konkretnog pružatelja internetskih tržišta. Te bi informacije trebale biti pružene na jasan i razumljiv način, a ne samo u općim uvjetima poslovanja ili sličnim ugovornim dokumentima, već i na druge dostupne načine.

### **5. Troškove vještačenja prilikom materijalnog nedostatka može snositi i potrošač**

Prilikom ispunjenja ugovora, najveća se novost odnosi na snošenje troškova vještačenja u slučaju postojanja materijalnog nedostatka u trenutku prijelaza rizika. Za razliku od dosadašnjeg uređenja, prema kojem je troškove vještačenja uvijek snosio trgovac, novim je zakonom propisano da troškove vještačenja predujmljuje trgovac, a konačno ih snosi trgovac ili potrošač, ovisno o rezultatu vještačenja ako se nedostatak pojavio u propisanom roku koji se razlikuje ovisno o tome o kojoj se vrsti ugovora radi.

Tekst se nastavlja ispod oglasa

S druge strane, ako se materijalni nedostatak na robu ili neusklađenost digitalnog sadržaja ili digitalne usluge s ugovorom pojavi nakon isteka propisanih rokova, ali ne kasnije od dvije godine od dana prijelaza rizika na potrošača, troškove vještačenja predujmljuje potrošač, a konačno ih snosi trgovac ili potrošač, ovisno o rezultatu vještačenja.

### **6. Više prekršajne kazne za trgovce pri kršenju prava velikog broja potrošača**

Tijekom pandemije covid-19 zabilježeni su brojni slučajevi zavaravajuće poslovne prakse u online okruženju, osobito vezane za zavaravanje o obilježjima proizvoda koji se nude. Kako je riječ o prekršajima s prekograničnim elementom koji utječu na prava mnogobrojnih potrošača u državama članicama, pokazalo se da trenutno propisane novčane kazne nemaju dovoljan odvraćajući učinak.

Stoga novi zakon, u skladu s preporukama EU-a, predviđa strože prekršajne sankcije za trgovce prilikom prekograničnih povreda koje obuhvaćaju kršenje potrošačkih prava velikog broja potrošača. Predviđeno je kažnjavanje za novu kategoriju prekršaja kojima je nanesena šteta kolektivnim interesima i pravima potrošača u najmanje tri države članice EU-a, i to u iznosu od četiri posto ukupnog prometa u godini počinjenja prekršaja, a ako je šteta nanesena kolektivnim interesima i pravima potrošača u najmanje dvije trećine država članica, koje zajedno čine najmanje dvije trećine stanovništva EU-a, novčana kazna iznosi od dva do pet posto ukupnog prometa u godini počinjenja prekršaja.

## **7. Trgovac mora jasno odgovoriti na prigovor potrošača**

Zakonom se uvodi obveza trgovaca da u postupku procesa prigovora potrošača kao odgovor na prigovor pruži kupcu jasnu informaciju prihvaća li ga ili ne, jer je dosadašnja praksa pokazala da su njihovi odgovori nerijetko nerazumljivi, a proces prigovaranja time je bespotrebno dugačak i kompliciran. Trgovac mora odgovoriti na prigovor potrošača u roku od 15 dana od dana zaprimanja prigovora, jasno se izjašnjavajući prihvaća li osnovanost prigovora.

Tekst se nastavlja ispod oglasa

Također, zakonom je uređeno da nadležni inspektor može na osnovi zaprimljene predstavke potrošača, a prije pokretanja inspekcijskog postupka nad trgovcem, pisanim putem zatražiti izjašnjavanje trgovca u odnosu na sadržaj predstavke potrošača, odnosno izjašnjavanje hoće li udovoljiti zahtjevu potrošača. Ako bi se trgovac u svom očitovanju suglasio sa zahtjevom potrošača, ne bi se pokretao inspekcijski postupak. U suprotnom, pokreće se inspekcijski postupak po službenoj dužnosti.

## **8. Inspektorima dopušten *mystery shopping***

Državni inspektori mogu kupovati s tajnim identitetom i ako se tijekom te kupnje utvrdi postojanje nepravilnosti, trgovac je dužan snositi trošak kupljenog proizvoda i troškove postupka.

## **9. Pojednostavljen sustav rješavanja prigovora na uslugu parkiranja**

U zakonu je dopunjen taksativni popis javnih usluga parkiranja na uređenim javnim površinama i u javnim garažama. Potreba za regulacijom ove usluge javila se zbog brojnih sporova na tu temu. Naime većina prigovora na uslugu parkiranja dosad se rješavala u okviru upravnog postupka, odnosno spora. Budući da je vođenje tih postupaka otežano za potrošače, ovom izmjenom omogućeno je vođenje reklamacijskog postupka. Po novome, potrošači koji imaju prigovor mogu se obratiti Povjerenstvu za zaštitu potrošača pri pružatelju usluge koji po

zakonu kao člana mora imati i predstavnika potrošačkih udruga, umjesto da se pružateljima usluga parkinga dopušta da proces reklamacija zapravo samostalno uređuju, a što se pokazalo iznimno lošim za potrošače. Također, zakon uređuje dopuštene načine podnošenja reklamacije, koje obuhvaćaju dolazak osobno u poslovne prostorije, putem pošte i elektroničke pošte, kao i dužnost trgovca da jasno, vidljivo i čitljivo istakne obavijest o načinu podnošenja reklamacije u svojim poslovnim prostorijama i na mrežnoj stranici ako je uspostavljena.

## **10. Zabranjena preprodaja ulaznica**

Kako bi se spriječile zlouporabe u prodaji ulaznica za događaje od velikog interesa javnosti (sportski događaji, koncerti i sl.), uvedena je zabrana preprodaje ulaznica ako su ih trgovci nabavili upotrebom automatiziranih sredstava za zaobilaženje bilo kojeg ograničenja broja ulaznica koje jedna osoba može kupiti ili bilo kojih drugih pravila primjenjivih na kupnju ulaznica.