

Novi Zakon o zaštiti potrošača – isticanje cijena i nepoštene poslovne prakse

13. lipnja 2022. | Legal Alerts br. 3 | Consumer Protection vol. I

28. svibnja 2022. je na snagu stupio novi Zakon o zaštiti potrošača kojim se u hrvatski pravni sustav implementira Direktiva (EU) 2019/2161, odnosno jedan od zadnjih regulatornih mehanizama na EU razini kojima je cilj dodatno ujednačiti i unaprijediti pravila o zaštiti potrošača te poboljšati njihovu provedbu. Novi zakon i dalje štiti potrošače od nepoštenih i zavaravajućih praksi te propuštanja trgovaca, ali istovremeno se uvode i brojne izmjene obveza za trgovce. Najznačajnije promjene su sadržane u odredbama o iskazivanju cijena robe i usluga, dok se ostale izmjene koncentriraju na pristup trgovaca prema potrošačima i zaštitu potrošača od zavaravajućih informacija o robi i/ili uslugama koje trgovac nudi. Kako bismo Vam pomogli u procesu usklađivanja sa novom regulativom, kroz seriju od tri publikacije Vam donosimo osnovni pregled najznačajnijih novosti.

Isticanje cijena

Kao osnovno pravilo, ZZP određuje da trgovac mora jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda koju pruža. Pritom, na proizvodu ili na prodajnom mjestu se osim navedenih cijena – u pravilu – ne smiju se istaknuti druge cijene. Iznimke, koje se osobito odnose na posebne oblike prodaje, opisujemo u nastavku.

Cijenu za jedinicu mjere neće biti potrebno istaknuti ako je takva cijena istovjetna s maloprodajnom cijenom proizvoda (primjerice: ako je masa pojedinog proizvoda jedan kilogram). Isto tako, cijena za jedinicu mjere mora biti navedena pri oglašavanju u kojemu se navodi maloprodajna cijena proizvoda ili usluga (primjerice u reklamnom letku).

Što su to posebni oblici prodaje?

Otvorena lista posebnih oblika prodaje, između ostalog, obuhvaća:

- akcijsku prodaju,
- rasprodaju,
- sezonsko sniženje,
- prodaju robe s greškom i
- prodaju robe kojoj istječe rok uporabe.

Ovdje je važno istaknuti da ovaj popis nije "zatvorena lista" te da bi se kao posebni oblici prodaje trebale smatrati i druge najave sniženja cijena.

Isticanje cijena kod posebnih oblika prodaje

Kod posebnih oblika prodaje se cijene ističu na sljedeći način: ističe se (i) cijena koja se primjenjuje tijekom trajanja posebnog oblika prodaje (brojčani iskaz) i (ii) najniža cijena koju je trgovac primjenjivao za istu robu tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje (brojčani iskaz).

Trgovcima ovdje nije zabranjeno da uz navedeni prikaz koriste i postotne oznake kao niti da precrtaju prethodnu cijenu, ali to sve samo ako je brojčani prikaz dvije cijene koje prethodno navodimo jasno prikazan.

Pritom, navedena pravila o isticanju cijena se primjenjuju i na oglašavanje robe (reklame, letci, reklamni postovi na društvenim mrežama i sl.), ali ne i na oglašavanje usluga te ugovore sklopljene izvan poslovnih prostorija i ugovore sklopljene na daljinu (u odnosu na usluge).

Izračun cijene za posebni oblik prodaje

Radi boljeg razumijevanja, pravila o izračunu cijene za posebni oblik prodaje opisujemo na primjeru 'akcijske prodaje'. Riječ je o dva koraka:

1. Trgovac koji najavljuje sniženje cijene mora utvrditi najnižu cijenu koju je naplaćivao za predmetnu robu tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje. Takva najniža cijena uključuje bilo koju prethodnu „sniženu” cijenu tijekom tog trideseto-dnevnog razdoblja.

2. Utvrđena „prethodna” cijena je referentna cijena, odnosno prethodna se cijena umanjuje za definirani postotak sniženja. Dobiveni iznos predstavlja cijenu za posebni oblik prodaje.

Opće najave sniženja cijena

Kad trgovci najavljuju sniženja cijena na općenit način, na primjer „20 % popusta na sve danas”, ne postoji obveza da se u takvoj objavi ističe i konkretan iznos cijene za poseban oblik prodaje i najniže cijene u posljednjih 30 dana.

Međutim, obje se cijene za pojedinu robu obuhvaćenu najavom moraju navesti na prodajnom mjestu, odnosno na odgovarajućim etiketama u trgovinama ili u odjeljcima s cijenama na sučeljima internetskih trgovina.

Skupno oglašavanje

Odredbe o isticanju cijena ne sprječavaju skupno oglašavanje sniženja cijena ako središnji subjekti, primjerice davatelji franšize, planiraju i oglašavaju kampanje za snižavanje cijena u ime prodavatelja (trgovaca na malo) koji distribuiraju njihove proizvode.

Ako takav središnji subjekt najavljuje sniženja cijena u ime svojih članova, taj subjekt mora osigurati da trgovci

na malo koji sudjeluju u sniženju mogu ispuniti zahtjeve u pogledu sniženja cijena, npr. mora omogućiti tim trgovcima na malo da poštuju pravila o navođenju „prethodne” cijene.

Svaki trgovac na malo koji sudjeluje u sniženju i u ovom je slučaju odgovoran za to da relevantna roba koju prodaje u okviru kampanje za snižavanje cijena ima točnu „prethodnu” cijenu.

Isticanje cijene i nepoštene poslovne prakse

U svakom slučaju uvijek treba pripaziti na odredbe o nepoštenim i zavaravajućim trgovačkim praksama čak i u slučaju da je nešto dopušteno kod samog prikaza cijena.

Primjerice, moglo bi se ocijeniti nepoštenom trgovačkom praksom ako se oglašava općom izjavom „sniženja do 80 %” ako je u stvarnosti cijena smanjena za 80 % samo za nekoliko proizvoda, dok je cijena ostalih proizvoda snižena u znatno manjem postotku.

Kontakti:

Mislav Bradvica

+385 (0)91 203 6678

m.bradvica@bmwc.hr

Kristina Rudec

+385 (0)99 589 8096

k.rudec@bmwc.hr

Ivan Luetić, LL.M. Harvard Law School

+385 (0)91 588 5664

i.luetic@bmwc.hr

**U pripremi publikacije su sudjelovali i odvjetnički vježbenici Lucija Aralica, Antonija Paladina i Andrea Smolić.*

Ova publikacija je pripremljena od strane odvjetničkog društva Bradvica Marić Wahl Cesarec d.o.o. kao obavijest o pravnim novostima namijenjena strankama, suradnicima i partnerima. Informacije sadržane u ovoj publikaciji ne predstavljaju pravni savjet te ne mogu biti tumačene kao takve. U slučaju da imate bilo kakvih pitanja ili nejasnoća vezanih za sadržaj ove publikacije, molimo da se obratite pravniku s kojim se uobičajeno savjetujete.