



Zaštita potrošača

Zagreb, 21. listopada 2015.

Vesna Buntić, mag.iur

Voditeljica Odjela za zaštitu potrošača

Uprava za trgovinu i unutarnje tržište



- **Uprava za trgovinu i unutarnje tržište**
- Sektor za robe, usluge i zaštitu potrošača
- Služba za politiku zaštite potrošača
- **Uprava za inspekcijske poslove u gospodarstvu**
- Sektor tržišne inspekcije



- Zakon o zaštiti potrošača („Narodne novine”, br. 41/14 i 110/15)
- Zakon o inspekcijama u gospodarstvu („Narodne novine”, br. 41/14 i 110/15)

- kreiranje politike zaštite potrošača
- nadzor nad provedbom Zakona o zaštiti potrošača i ostalih propisa kojima je uređeno pojedino područje zaštite potrošača, a kojima je izrijeком propisana nadležnost tržišnih inspektora
- nadzor nad proizvodima koji se već nalaze na tržištu

ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA

POJAM NEPOŠTENE POSLOVNE PRAKSE

Članak 32.

(1) Poslovna praksa je nepoštena:

- ako je suprotna zahtjevima profesionalne pažnje i
- **ako, u smislu određenog proizvoda, bitno utječe ili je vjerojatno da će bitno utjecati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača kojemu je takva praksa namijenjena ili do kojega ona dopire, odnosno prosječnog člana određene skupine potrošača na koju je ta praksa usmjerena.**

(4) Nepoštenom poslovnom praksom posebno se smatra:

- **zavaravajuća poslovna praksa**, kako je uređena u člancima 33. do 35. ovoga Zakona i
- agresivna poslovna praksa, kako je uređena u člancima 36. do 38. ovoga Zakona.

ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA

Zavaravajuće radnje

Članak 33.

(1) Poslovna praksa smatra se zavaravajućom ako sadrži netočne informacije, zbog čega je neistinita ili ako na neki drugi način, uključujući njezino cjelokupno predstavljanje, pa čak ako je informacija činjenično točna, zavarava ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača u vezi s nekom od okolnosti navedenih u stavku 2. ovoga članka, čime ga navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o kupnji koju inače ne bi donio.

(2) Okolnosti iz stavka 1. ovoga članka na koje se zavaravajuća poslovna praksa odnosi jesu:

2. osnovna obilježja proizvoda, kao što su njegova dostupnost, koristi, rizici, izvedba, sastav, pripadci, postojanje postprodajne pomoći potrošaču i sustava rješavanja pritužbi, metode i datum izrade ili nabave, dostava, podobnost za ostvarivanje svrhe, način korištenja, količina, specifikacija, zemljopisno ili tržišno podrijetlo, rezultati koji se očekuju od njegove uporabe ili **rezultati i bitni pokazatelji testova ili provjera provedenih na proizvodu**

Environmental claims

- according to the UCPD Guidance document³, environmental claims refer to the practice of suggesting or otherwise creating the impression (in the context of a commercial communication, marketing or advertising) that a product or a service is environmentally friendly (i.e. it has a positive impact on the environment) or is less damaging to the environment than competing goods or services. This may be due to, for example, its composition, the way it has been manufactured or produced, the way it can be disposed of and the reduction in energy or pollution which can be expected from its use. When such claims are not true or cannot be verified this practice can be described as 'greenwashing'.
- tvrdnja kojom se navodi da određeni proizvod ispunjava zahtjeve prihvatljive za okoliš

ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA

PREKRŠAJNE ODREDBE

Članak 138.

(1) Novčanom kaznom u iznosu od 10.000,00 do 100.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj trgovac – pravna osoba ako:

43. se koristi praksom koja je nepoštena u smislu članka 32. do 38. ovoga Zakona

Uredba o suradnji u zaštiti potrošača (CPC)

Uredbe o određivanju tijela za provedbu Uredbe (EZ-a) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. listopada 2004. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za provedbu propisa o zaštiti potrošača (CPC)

- uređuje postupke inspekcijskih tijela u odnosu na trgovca koji krši potrošačka prava na tržištu jedne ili više zemlje članice, a u kojoj nema svoje sjedište.
- tržišna inspekcija, koja nema ovlasti nadzora nad stranim trgovcem može zatražiti pomoć od nadležnog inspekcijskog tijela u zemlji sjedišta stranog trgovca, a kako bi isti poduzeo aktivnosti i mjere u odnosu na tog trgovca, a vezano uz povrede potrošačkih prava.
- Ministarstvo gospodarstva – CPC kontaktna točka

ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA

Zahvaljujem na pažnji!

vesna.buntic@mingo.hr