HRVATSKI SABOR

Na temelju članka 89. Ustava Republike Hrvatske, donosim

ODLUKU
O PROGLAŠENJU ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA

Proglašavam Zakon o zaštiti potrošača, koji je Hrvatski sabor donio na sjednici 28. siječnja 2022.

Klasa: 011-02/22-02/01
Urbroj: 71-10-01/1-22-2
Zagreb, 3. veljače 2022.

Predsjednik
Republike Hrvatske
Zoran Milanović, v. r.

ZAKON
O ZAŠTITI POTROŠAČA

DIO PRVI
TEMELJNE ODREDBE

Predmet Zakona

Članak 1.

Ovim se Zakonom uređuje zaštita osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda, kao i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda na tržištu, i to:

1. pravo na zaštitu ekonomskih interesa potrošača
2. pravo na zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu
3. pravo na pravnu zaštitu potrošača
4. pravo na informiranje i izobrazbu potrošača
5. pravo na udruživanje potrošača u svrhu zaštite njihovih interesa
6. pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa.

Usklađivanje s pravnim aktima Europske unije

Članak 2.

Ovim se Zakonom u hrvatsko zakonodavstvo preuzimaju sljedeći akti Europske unije:

1. Direktiva Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima (SL L 95, 21. 4. 1993.)

2. Direktiva 98/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 16. veljače 1998. o zaštiti potrošača prilikom isticanja cijena proizvoda ponuđenih potrošačima (SL L 80, 18. 3. 1998.)

3. 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 (SL L 271, 9. 10. 2002.)

4. 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) (SL L 149, 11. 6. 2005.)

5. 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) (SL L 33, 3. 2. 2009.)

6. Direktiva 2009/22/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. travnja 2009. o sudskim nalozima za zaštitu interesa potrošača (kodificirana verzija) (Tekst značajan za EGP) (SL L 110, 1. 5. 2009.)

7. 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) (SL L 304, 22. 11. 2011.)

8. Direktiva (EU) 2019/770 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2019. o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja i digitalnih usluga (Tekst značajan za EGP) (SL L 136, 22. 5. 2019.)

9. Direktiva (EU) 2019/771 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2019. o određenim aspektima ugovora o kupoprodaji robe, izmjeni Uredbe (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/EZ (Tekst značajan za EGP) (SL L 136, 22. 5. 2019.)

10. Direktiva (EU) 2019/2161 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. studenoga 2019. o izmjeni Direktive Vijeća 93/13/EEZ i direktiva 98/6/EZ, 2005/29/EZ te 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća u pogledu boljeg izvršavanja i modernizacije pravila Unije o zaštiti potrošača (Tekst značajan za EGP) (SL L 328, 18. 12. 2019.).

Odnos prema drugim zakonima

Članak 3.

(1) Ako su odredbe ovoga Zakona u suprotnosti s odredbama zakona kojima se uređuju pojedina upravna područja, na odnose između potrošača i trgovaca primarno se primjenjuju odredbe tih posebnih zakona.

(2) Ako posebnim zakonima iz stavka 1. ovoga članka ili ovim Zakonom nije drukčije određeno, na obveznopravne odnose između potrošača i trgovca primjenjuju se odredbe propisa kojim se uređuju obveznopravni odnosi.

Pojmovi

Članak 4.

Pojedini pojmovi u smislu ovoga Zakona imaju sljedeće značenje:

1. *cijena za jedinicu mjere* je konačna cijena u službenoj valuti Republike Hrvatske, za jedan kilogram, jednu litru, jedan metar, jedan četvorni metar ili jedan kubni metar proizvoda ili neka druga jedinica količine koja se općenito ili uobičajeno koristi kod prodaje proizvoda na području Republike Hrvatske, a koja uključuje poreze i druga javna davanja

2. *digitalna usluga* je usluga kojom se potrošaču omogućuje stvaranje, obrada i pohrana podataka u digitalnom obliku ili pristup njima; ili usluga kojom se omogućuje dijeljenje ili bilo koja druga interakcija s podacima u digitalnom obliku koje učitava ili stvara potrošač ili drugi korisnici te usluge, kao što su usluge za dijeljenje videozapisa i audiozapisa te druge usluge pohranjivanja datoteka na poslužitelje (file *hosting),* pohrana podataka u oblaku, elektronička pošta, društveni mediji i aplikacije u oblaku

3. *digitalni sadržaj* jesu podaci koji se proizvode i isporučuju u digitalnom obliku

4. *financijska usluga* je bankovna usluga, usluga kreditiranja, usluga osiguranja, usluga dobrovoljnog mirovinskog osiguranja, investicijska usluga ili platna usluga

5. *funkcionalnost* je mogućnost digitalnog sadržaja ili digitalne usluge izvršavati funkcije s obzirom na svoju svrhu

6. *internetsko tržište* je usluga kojom se upotrebom softvera, uključujući mrežne stranice, dio mrežnih stranica ili aplikacija kojima upravlja trgovac ili kojima se upravlja u njegovo ime, potrošačima omogućuje sklapanje ugovora na daljinu s drugim trgovcima ili potrošačima

7. *interoperabilnost* je sposobnost digitalnog sadržaja ili digitalne usluge funkcionirati s hardverom ili softverom različitim od onih pomoću kojih se obično koriste digitalni sadržaj ili digitalne usluge iste vrste

8. *javna dražba* je prodaja kod koje trgovac nudi proizvode potrošačima u okviru koje potrošači osobno sudjeluju ili imaju mogućnost osobno sudjelovati, a koja se provodi kroz transparentan postupak nadmetanja koji provodi voditelj dražbe, a u kojem je najuspješniji sudionik dražbe obvezan kupiti proizvod

9. *komercijalno jamstvo* je svaka obveza trgovca ili proizvođača koju, osim odgovornosti za materijalne nedostatke stvari, oni preuzimaju, a temeljem koje su dužni izvršiti povrat plaćenog ili zamijeniti, popraviti odnosno servisirati robu ako roba ne odgovara specifikacijama ili zahtjevima postavljenima u ispravi o jamstvu odnosno u oglašavanju dostupnom prije ili u vrijeme sklapanja ugovora

10. *kompatibilnost* je sposobnost digitalnog sadržaja ili digitalne usluge djelovati s hardverom ili softverom pomoću kojih se obično koriste digitalni sadržaj ili digitalne usluge iste vrste, a da taj digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu pritom nije potrebno konvertirati

11. *maloprodajna cijena* je konačna cijena u službenoj valuti Republike Hrvatske za pojedini proizvod odnosno određenu količinu proizvoda, uključujući poreze i druga javna davanja

12. *nedopušteni utjecaj* je iskorištavanje premoći u odnosu prema potrošaču, i to uporabom pritiska, bez obzira na to jesu li pritom uporabljene sila ili prijetnja, na način kojim se u znatnoj mjeri ograničava sposobnost potrošača da donese odluku utemeljenu na potpunoj obavijesti (informiranu odluku)

13. *nositelj pravila postupanja trgovaca* je svaki subjekt, uključujući pojedinog trgovca ili skupinu trgovaca, koji je odgovoran za sastavljanje i izmjenu pravila postupanja i/ili nadzor nad provođenjem tih pravila od strane onih koji su se obvezali provoditi ga

14. *odluka o kupnji* je svaka odluka koju donosi potrošač, a koja se odnosi na to hoće li, kako i pod kojim uvjetima kupovati, hoće li cijenu platiti u cijelosti ili u obrocima, hoće li proizvod zadržati ili njime dalje raspolagati, hoće li se koristiti pravima koja ima na temelju ugovora, bez obzira na to je li potrošač odlučio djelovati ili suzdržati se od djelovanja

15. *operator sredstava daljinske komunikacije* je bilo koja osoba čiji posao, zanimanje ili djelatnost uključuje i omogućavanje trgovcu uporabu jednog ili više sredstava daljinske komunikacije

16. *osobni podaci* jesu svi podaci kako su uređeni člankom 4. točkom 1. Uredbe (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. travnja 2016. o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ (Opća uredba o zaštiti podataka) (Tekst značajan za EGP) (SL L 119, 4. 5. 2016.)

17. *označavanje* je navođenje bilo koje riječi, podataka, trgovačkih naziva, žiga, slikovnog prikaza ili simbola koji se odnose na proizvod, a nalazi se na proizvodu, ambalaži, obavijesti, etiketi ili privjesnici koji prate ili se odnose na taj proizvod

18. *pisani prigovor potrošača* je prigovor kojim potrošač iznosi svoje nezadovoljstvo u odnosu na kupljenu robu, pruženu uslugu ili poslovanje trgovca s potrošačem, koji potrošač upućuje trgovcu na trajnom mediju ili sredstvom mrežne komunikacije koje omogućuje pohranu vremena i sadržaja komunikacije, na trajnom mediju, ako je trgovac omogućio takav oblik komunikacije

19. *poslovna praksa trgovca prema potrošaču* (u daljnjem tekstu: poslovna praksa) je svaka radnja, propuštanje, način ponašanja ili predstavljanja, poslovna komunikacija, uključujući oglašavanje i stavljanje proizvoda na tržište, koju je poduzeo trgovac, a izravno je povezana s promidžbom, prodajom ili isporukom proizvoda potrošaču

20. *poslovne prostorije* jesu prodajni prostor u nekretnini u kojem trgovac trajno obavlja svoju djelatnost odnosno prodajni prostor u pokretnini u kojem trgovac uobičajeno obavlja svoju djelatnost

21. *potrošač* je svaka fizička osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu izvan svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti

22. *povezani ugovor* je ugovor kojim se potrošaču pružaju usluge povezane s ugovorom:

– o pravu na vremenski ograničenu uporabu (timeshare) ili

– o dugotrajnom turističkom proizvodu ili

– sklopljenim na daljinu ili

– sklopljenim izvan poslovnih prostorija,

a koje pruža trgovac ili treća osoba, na temelju dogovora između treće osobe i trgovca

23. *poziv na kupnju* je svaki oblik poslovne komunikacije kojim se navode osnovna obilježja proizvoda i njegova cijena, i to na način koji je prikladan sredstvu poslovne komunikacije koje se koristi, a čime se potrošaču daje mogućnost kupnje proizvoda

24. *pravila postupanja trgovaca* jesu sporazum ili skup pravila koji nije donesen u obliku zakona ili nekog drugog propisa, a kojim je uređen način postupanja trgovaca koji su se obvezali poštovati ta pravila postupanja u odnosu na jednu ili više poslovnih praksi ili gospodarskih sektora

25. *profesionalna pažnja* je standard strukovnih sposobnosti i stupanj pažnje za koje se razumno očekuje da će ih trgovac primjenjivati u odnosu s potrošačem, a koje su u skladu s poštenom poslovnom praksom i načelom savjesnosti i poštenja na području djelovanja trgovca

26. *proizvod* je svaka roba ili usluga, uključujući nekretnine, digitalne usluge i digitalni sadržaj, prava i obveze

27. *proizvod u rasutom stanju* je proizvod koji je ponuđen na prodaju potrošačima, a koji nije prethodno zapakiran i koji je izmjeren u nazočnosti potrošača

28. *pružatelj internetskog tržišta* je trgovac koji pruža uslugu internetskog tržišta

29. *rangiranje* je relativna vidljivost proizvoda koji se nude potrošačima s obzirom na način na koji ih trgovac predstavlja, organizira ili obavještava, neovisno o tehnološkim sredstvima upotrijebljenima za takvo predstavljanje, organiziranje ili obavješćivanje

30. *roba* je tjelesna pokretna stvar, osim onih koje su prodane u ovršnom ili drugom prisilnom postupku, uključujući vodu, plin i električnu energiju ako se prodaju u ograničenom obujmu ili utvrđenoj količini te stvar s ugrađenim digitalnim sadržajem ili digitalnom uslugom ili je povezana s njima na način da bez digitalnog sadržaja ili digitalne usluge roba ne bi bila funkcionalna (»roba s digitalnim elementima«)

31. *roba izrađena po specifikaciji potrošača* je roba koja nije unaprijed proizvedena, već je izrađena na temelju individualnog izbora ili odluke potrošača

32. *sredstva daljinske komunikacije* jesu sva sredstva koja se bez istodobne fizičke prisutnosti trgovca i potrošača mogu koristiti za sklapanje ugovora na daljinu, kao što su adresirani i neadresirani tiskani materijal, univerzalna pisma i dopisnice, tiskane promidžbene poruke s narudžbenicom, katalozi, telefoni s ljudskim posredovanjem i bez njega, radio, videofon, videotekst, telefaks, televizija, internet i elektronička pošta

33. *trajni medij* je svako sredstvo koje omogućava potrošaču ili trgovcu da pohrani informacije koje su njemu namijenjene tako da budu dostupne za kasniju uporabu toliko dugo koliko je potrebno s obzirom na svrhu informacije i koje omogućava nepromijenjenu reprodukciju podataka, kao što je papir, elektronička pošta, CD, DVD, memorijska kartica, memorijski štapić i čvrsti disk računala

34. *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

35. *ugovor na daljinu* je ugovor sklopljen između trgovca i potrošača u okviru organiziranog sustava prodaje ili pružanja usluge bez istodobne fizičke prisutnosti trgovca i potrošača na jednome mjestu pri čemu se do trenutka sklapanja ugovora te za sklapanje ugovora isključivo koristi jedno ili više sredstava daljinske komunikacije

36. *ugovor sklopljen izvan poslovnih prostorija* je ugovor između trgovca i potrošača:

– koji je sklopljen uz istodobnu fizičku prisutnost trgovca i potrošača na jednome mjestu koje ne predstavlja poslovne prostorije trgovca, čak i kad je potrošač dao ponudu

– koji je sklopljen u poslovnim prostorijama trgovca ili putem sredstava daljinske komunikacije neposredno nakon što je trgovac pristupio potrošaču osobno i individualno na mjestu koje nisu njegove poslovne prostorije, a u kojem su trgovac i potrošač bili istodobno fizički prisutni ili

– koji je sklopljen za vrijeme izleta koji je organizirao trgovac s namjerom ili ciljem promocije ili prodaje robe ili usluga potrošaču

37. *ugovor o kupoprodaji* je ugovor kojim trgovac prenosi ili se obvezuje prenijeti potrošaču robu u vlasništvo, a potrošač plaća ili se obvezuje platiti mu cijenu, uključujući bilo koji ugovor koji za predmet istodobno ima robu i uslugu

38. *ugovor o usluzi* je ugovor kojim trgovac pruža ili se obvezuje pružiti uslugu potrošaču, uključujući digitalnu uslugu, a potrošač plaća ili se obvezuje platiti mu cijenu

39. *ugovor o pravu na vremenski ograničenu uporabu (timeshare)* je ugovor sklopljen na razdoblje duže od godine dana kojim potrošač, uz naknadu, stječe pravo korištenja jednog ili više noćenja kroz više razdoblja korištenja

40. *ugovor o dugotrajnom turističkom proizvodu* je ugovor sklopljen na razdoblje duže od godine dana kojim potrošač, uz naknadu, prvenstveno stječe pravo na popust ili druge pogodnosti vezane uz smještaj, odvojeno ili zajedno s putovanjem ili drugim uslugama

41. *ugovor o ponovnoj prodaji* je ugovor kojim trgovac, uz naknadu, pomaže potrošaču pri prodaji ili kupnji prava na vremenski ograničenu uporabu (timeshare) ili drugog dugotrajnog turističkog proizvoda

42. *ugovor o zamjeni* je ugovor kojim se potrošač, uz naknadu, uključuje u sustav zamjene koji mu omogućuje noćenje ili druge usluge, u zamjenu za omogućavanje drugim osobama privremenog korištenja pogodnosti koje potrošač ima na temelju svoga prava na vremenski ograničenu uporabu (timeshare)

43. *uređena profesija* je profesionalna djelatnost ili skupina profesionalnih djelatnosti za čije pokretanje, obavljanje ili određeni način obavljanja zakon ili drugi propis izravno ili neizravno zahtijeva određenu profesionalnu kvalifikaciju

44. *važan utjecaj na ekonomsko ponašanje potrošača* je korištenje poslovne prakse radi znatnog umanjivanja sposobnosti potrošača da donese odluku utemeljenu na potpunoj obavijesti, što dovodi do toga da potrošač donosi odluku o kupnji koju inače ne bi donio.

Korištenje pojmova s rodnim značenjem

Članak 5.

Izrazi koji se koriste u ovom Zakonu, a imaju rodno značenje, odnose se jednako na muški i ženski rod.

DIO DRUGI
POSLOVANJE TRGOVACA S POTROŠAČIMA

GLAVA I.
OPĆE ODREDBE

Označavanje proizvoda

Članak 6.

(1) Proizvodi koji se na području Republike Hrvatske nude potrošačima moraju na ambalaži, privjesnici, naljepnici ili na samom proizvodu sadržavati:

1. osnovna obilježja proizvoda u mjeri koja je potrebna da bi potrošač donio odluku o kupnji, kao što su naziv proizvoda, tip i model proizvoda, naziv pod kojim se proizvod prodaje, sastav proizvoda, svojstva i tehnička obilježja proizvoda

2. naziv i sjedište proizvođača ili uvoznika koji ima sjedište na području Europske unije.

(2) Podaci iz stavka 1. ovoga članka moraju biti jasni, vidljivi i čitljivi te napisani hrvatskim jezikom i latiničnim pismom, što ne isključuje mogućnost istodobne uporabe drugih jezika, a mogu uključivati znakove i piktograme lako razumljive potrošaču.

(3) Ako su napisani na više jezika, podaci iz stavka 1. ovoga članka moraju biti napisani na isti način.

(4) Odredbe ovoga članka ne primjenjuju se na proizvode čije je označavanje uređeno posebnim propisom.

Isticanje cijena proizvoda

Članak 7.

(1) Trgovac mora jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda koju pruža.

(2) Na proizvodu ili na prodajnom mjestu, osim cijena iz stavka 1. ovoga članka, ne smiju se istaknuti druge cijene, osim u slučajevima iz članka 8. stavka 4. i glave II. ovoga dijela Zakona.

(3) Cijenu za jedinicu mjere nije potrebno istaknuti ako je istovjetna s maloprodajnom cijenom proizvoda.

(4) Kod proizvoda u rasutom stanju ističe se samo cijena za jedinicu mjere na prodajnome mjestu proizvoda.

(5) Trgovac cijenu mora istaknuti tako da ne oštećuje proizvod.

(6) Odredbe stavka 1. ovoga članka ne primjenjuju se na javnu dražbu i prodaju umjetničkih djela i antikviteta te na cijene usluga uređene posebnim propisima.

(7) Trgovac se mora pridržavati istaknute maloprodajne cijene.

(8) Pri oglašavanju u kojem se navodi maloprodajna cijena proizvoda mora biti navedena i cijena za jedinicu mjere, sukladno odredbama ovoga članka.

(9) Ministar nadležan za područje zaštite potrošača pravilnikom propisuje način isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere iz stavka 1. ovoga članka.

Uvjeti prodaje

Članak 8.

(1) Trgovac je dužan uvjete prodaje istaknuti jasno, vidljivo i čitljivo.

(2) Trgovac je dužan pridržavati se uvjeta prodaje.

(3) Posebne uvjete prodaje trgovac može odobriti za: