NN 20/2018 (1.3.2018.), Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2017. do 2020. godine

HRVATSKI SABOR

405

Na temelju članka 130. stavka 2. Zakona o zaštiti potrošača (»Narodne novine«, br. 41/14. i 110/15.) Hrvatski sabor na sjednici 16. veljače 2018. donio je

NACIONALNI PROGRAM
ZAŠTITE POTROŠAČA ZA RAZDOBLJE OD 2017. DO 2020. GODINE

1. UVOD

Glavni cilj politike zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj je poboljšanje kvalitete života građana i dio je strateškog cilja Europske unije kojim se želi osigurati da svi građani Europske unije uživaju visoke standarde zaštite potrošača. Ujedno, politika zaštite potrošača predstavlja važan segment razvoja modernog tržišta.

Zajedničko obilježje svih modernih demokratskih država je zaštita interesa ekonomski slabije strane u poslovnim transakcijama na tržištu. S tim u vezi politika zaštite potrošača predstavlja skup različitih mjera i aktivnosti usmjerenih na poboljšanje položaja potrošača na tržištu.

Danas se smatra da je potrošač regulator razvoja gospodarstva koji izravno utječe na poslovnu politiku gospodarstvenika i potiče konkurentnost. Stoga je zaštita potrošača važan segment jedinstvenog tržišta Europske unije koji izravno utječe na njegovo funkcioniranje, odnosno na razvoj poslovnih aktivnosti i ekonomski rast.

Uspješnost implementacije potrošačke politike na nacionalno tržište ovisi o transpoziciji europskog zakonodavstva, izgradnji administrativne strukture i kapaciteta usmjerenih na provedbu ove politike, razvijenosti i kompetentnosti udruga za zaštitu potrošača, učinkovitom nadzoru, kao i razvijenim mehanizmima za rješavanje potrošačkih pritužbi i sporova.

2. MISIJA

Politika zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj u sljedećem četverogodišnjem razdoblju bit će usmjerena na daljnji razvoj standarda zaštite prava potrošača, a što podrazumijeva da zaštita potrošača u svim sektorskim politikama bude komplementarna i da osigurava visoke standarde zaštite potrošača, na način da se štite ekonomski interesi potrošača, omogućava informiranost i educiranost o važnosti politike zaštite potrošača svih dionika u ovom području te da se osiguravaju jednostavne procedure za rješavanje potrošačkih pritužbi.

Glavni je cilj ovoga Nacionalnog programa zaštite potrošača za razdoblje od 2017. do 2020. godine (u daljnjem tekstu: Nacionalni program) osnažiti potrošača tako da postane aktivan sudionik na tržištu te unaprijediti integraciju potrošačkih prava kroza sve sektorske politike.

Posebni ciljevi su:

1. bolja informiranost i educiranost potrošača o njihovim pravima
2. osiguranje potrošačima instrumenata brzog rješavanja pritužbi i sporova
3. bolja provedba potrošačkih prava kroz djelotvoran nadzor na tržištu
4. daljnji razvoj politike sigurnosti proizvoda
5. jačanje neovisnosti i reprezentativnosti udruga za zaštitu potrošača
6. jačanje uloge jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u provedbi politike zaštite potrošača.

3. VIZIJA

Visoka razina potrošačkih prava pri pružanju roba i usluga na tržištu Republike Hrvatske pridonijet će većoj konkurentnosti domaćega gospodarstva, vratiti zadovoljstvo i povjerenje potrošača i tako pridonijeti povećanju gospodarske aktivnosti. Implementacijom europskih standarda zaštite potrošača povećat će se konkurentnost hrvatskoga gospodarstva i njegova integracija na jedinstveno tržište, što bi trebalo utjecati na povećanje gospodarske aktivnosti u cjelini.

4. KLJUČNI IZAZOVI

Ovim Nacionalnim programom predlažu se ciljevi i aktivnosti koji trebaju pridonijeti kvalitetnijem okruženju za potrošače u razdoblju od 2017. do 2020. godine. Definirane mjere temelje se na Izvješću o provedbi Nacionalnog programa zaštite potrošača za razdoblje od 2013. do 2016. godine, putem kojeg je izvršena analiza stvarnog stanja na području zaštite potrošača, kao i procjena je li došlo do napretka u sustavu zaštite potrošača u odnosu na prethodno razdoblje.

Predložene inicijative pridonijet će unaprjeđenju regulatornog okvira koje, s jedne strane, osigurava potrošačima visoku zaštitu njihovih prava, a, s druge strane, jamči jednostavnije uvjete poslovanja, zatim unaprjeđenju suradnje s drugim tijelima u provedbi ove politike, kao i sa svim ostalim dionicima, jačanju neovisnosti i reprezentativnosti udruga za zaštitu potrošača, unaprjeđenju mehanizama za pomoć potrošačima pri rješavanju njihovih pritužbi, kao i uspostavljanju odgovarajućeg sustava izvansudskog rješavanja potrošačkih sporova te osiguravanju odgovarajućih uvjeta za provedbu politike sigurnosti proizvoda, sve radi ostvarivanja dodatnog napretka u ovom području.

Razvoj interneta, kao i sve popularnija kupnja putem interneta u potpunosti su promijenili način prezentiranja i prodaje proizvoda i usluga, kao i razmjenu informacija u odnosu na jednostavnije i brže uspoređivanje cijena i karakteristike proizvoda. To je područje iznimno važno s obzirom na to da se radi o vrlo dinamičnom i rastućem sektoru.

Nužno je stoga osigurati mjere koje će pridonijeti tomu da se potrošači osjećaju sigurno pri kupnji putem interneta u smislu da mogu jednostavnije i brže ostvarivati svoja potrošačka prava te da su proizvodi koje kupuju sigurni. Jedna od predloženih mjera odnosila bi se na istraživanje tržišta glede uvođenja oznake povjerenja za internetsku trgovinu, kako bi se pridobilo više povjerenja kod potrošača, a trgovce potaknulo na poboljšanje kvalitete njihove usluge.

Budući da se velik broj pritužbi potrošača odnosi na probleme ostvarivanja potrošačkih prava kod proizvoda s materijalnim nedostatkom, određivanje dobre poslovne prakse pri zaštiti prava potrošača kod proizvoda s materijalnim nedostatkom pridonijet će jednostavnijem ostvarivanju potrošačkih prava, kao i ujednačavanju postupanja trgovaca vezano uz problematiku odgovornosti za materijalne nedostatke stvari.

5. PRIORITETI I GLAVNI SMJEROVI RAZVOJA POLITIKE ZAŠTITE POTROŠAČA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Iako prema Potrošačkom semaforu (engl. *Consumer Conditions Scoreboard)* iz 2015. godine Republika Hrvatska ima vrlo nizak indeks povjerenja potrošača, potrebno je naglasiti da se u proteklih desetak godina na ovom području puno postiglo.

Bez obzira na činjenicu što je važeće zakonodavstvo Republike Hrvatske u području zaštite potrošača u potpunosti usklađeno sa zakonodavstvom Europske unije, potrošači, u pojedinim slučajevima, ne uspijevaju u potpunosti ostvariti svoja prava, zbog nedovoljne informiranosti i educiranosti o svojim pravima.

Kako bi se povjerenje prava potrošača u idućem razdoblju unaprijedilo, potrebno je osigurati učinkovitu provedbu zakonodavnog okvira iz područja zaštite potrošača, kontinuiranu edukaciju potrošača i trgovaca, kao i učinkovite alate za brzo rješavanje pritužbi i sporova, a sve radi jednostavnijeg i bržeg ostvarivanja prava potrošača.

Time će politika zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj pridonijeti daljnjem ekonomskom razvoju te unaprijediti konkurentnost hrvatskoga gospodarstva, što je preduvjet za bolje pozicioniranje na jedinstvenom tržištu.

Stoga se ovim Nacionalnim programom planiraju aktivnosti koje se odnose na:

– daljnje unaprjeđenje zakonodavnog okvira iz područja zaštite potrošača
– učinkovitu provedbu zakonodavstva iz područja zaštite potrošača
– učinkovitu provedbu politike sigurnosti proizvoda
– informiranje i edukaciju trgovaca i potrošača
– učinkovite alate za brzo rješavanje pritužbi i sporova potrošača
– daljnji razvoj udruga za zaštitu potrošača
– uključivanje jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u provedbu politike zaštite potrošača.

5.1. DALJNJE UNAPRJEĐENJE ZAKONODAVNOG OKVIRA IZ PODRUČJA ZAŠTITE POTROŠAČA

Vezano uz regulatorni okvir, područje zaštite potrošača vrlo je dinamično i na europskoj razini, ali i na nacionalnoj razini. Naime, moderno tržište i novi oblici poslovanju zahtijevaju i nova zakonska rješenja. Pri tome, uz osiguravanje zaštite prava potrošača, treba voditi računa i o uvjetima poslovanja. Sve to trebalo bi pridonijeti stvaranju modernog zakonodavstva koje, s jedne strane, osigurava potrošačima visoku zaštitu njihovih prava, a, s druge strane, jamči jednostavnije uvjete poslovanja.

Slijedom toga, Europska komisija od 2015. godine provodi Regulatorni program za provjeru stanja i učinkovitosti (engl. *Regulatory Fitness and Performance Programme – REFIT),* u koji je uključena i Republika Hrvatska, a kojim se želi osigurati prikladnost i učinkovitost propisa, te se poduzimaju mjere za pojednostavnjenje zakonodavstva i smanjenje regulatornih troškova kako bi se pridonijelo jasnom, stabilnom i predvidivom regulatornom okviru kojim se podupire gospodarski rast.

5.1.1. Daljnje unaprjeđenje zakonodavnog okvira u Europskoj uniji

Europska politika zaštite potrošača ključni je element funkcionalnog jedinstvenog tržišta čija je svrha jamčiti potrošačima prava prilikom kupnje robe i usluga na tržištu, kao i pružiti dodatnu zaštitu pojedinim skupinama potrošača, npr. ranjivim potrošačima. Jačanje uloge potrošača i učinkovita zaštita njihove sigurnosti i ekonomskih interesa glavni su elementi europske politike u području zaštite potrošača.

Zajednička politika zaštite potrošača država članica na jedinstvenom tržištu svakako može pridonijeti održivom razvitku Europe do 2020. godine. Akt o jedinstvenom tržištu strateški je dokument važan za poticanje povjerenja potrošača u jedinstveno tržište za koje se smatra da nije u dovoljnoj mjeri iskorišteno od država članica, posebno u prekograničnoj trgovini.

S obzirom na činjenicu da se svjetsko gospodarstvo ubrzano digitalizira, da su informacijske i komunikacijske tehnologije temelj svih modernih inovativnih gospodarskih sustava te da internet i digitalne tehnologije mijenjaju način 1397967985života' i rada, na razini pojedinca i u društvu javlja se potreba za usklađenim djelovanjem svih dionika na jedinstvenom tržištu.

Strategijom jedinstvenoga digitalnog tržišta Europska komisija utvrdila je niz područja u kojima je potrebno poduzimanje mjera radi uklanjanja prepreka prekograničnoj kupnji putem interneta, kao i za definiranje odgovarajućeg regulatornog okvira za internetsku trgovinu.

Internetska i digitalna tehnologija mijenjaju naše društvo i način na koji ljudi posluju. Stoga je jedan od prioriteta Europske komisije stvaranje jedinstvenog digitalnog tržišta i ukidanje postojećih ograničenja prekogranične internetske trgovine. Jedinstvenim digitalnim tržištem žele se ujediniti nacionalna tržišta u jedno funkcionalno jedinstveno digitalno tržište.

Prekogranična internetska trgovina bilježi porast i potrošači se sve više odlučuju na takav način kupnje, s obzirom na to da on ima mnogo prednosti. Gledano sa stajališta potrošača, prekogranična trgovina omogućava jednak pristup robi i uslugama na jedinstvenom tržištu Europske unije, daje mogućnost uspoređivanja kvalitete i cijene proizvoda te mogućnost izbora između velikog broja proizvoda i usluga, što u konačnici znači kupnju po povoljnijim cijenama.

Bez obzira na to što prekogranična internetska trgovina u Europskoj uniji bilježi rast, još uvijek se nedovoljan broj potrošača odlučuje na kupnju putem interneta iz druge države članice Europske unije. Postojeća ograničenja utječu na njihovu odluku da odustanu od prekogranične internetske kupnje, i to najčešće zbog straha od prijevare, pojave problema i nemogućnosti ostvarivanja svojih potrošačkih prava.

Potrošači koji žele kupiti proizvod ili uslugu putem interneta suočavaju se s ograničenjima kao što su pristup robi i uslugama na internetu, razlike u cijenama, uvjeti prodaje ili plaćanja, previsoke cijene dostave, geografsko blokiranje i drugi oblici diskriminacije na temelju nacionalnosti, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana na jedinstvenom tržištu.

Europska komisija poduzima niz mjera kojima nastoji ukinuti postojeća ograničenja kako bi potaknula rast internetske trgovine. Cilj je olakšati i pojednostavniti kupnju i prodaju robe i usluga na internetu, povećati povjerenje potrošača u prekograničnu internetsku trgovinu, kako bi potrošači mogli iskoristiti sve prednosti koje im kupnja putem interneta pruža, te pojednostavniti poslovanje poslovnih subjekata kako bi ih se potaknulo na prodaju putem interneta.

Jedna od prioritetnih mjera jest sprječavanje diskriminacije prema potrošačima i poslovnim subjektima pri kupnji robe i usluga na internetu na jedinstvenom tržištu Europske unije, a koja može biti povezana s pitanjem nacionalnosti, boravištem ili zemljopisnom lokacijom, što je protivno osnovnim načelima Europske unije. S tim u vezi, Europska komisija objavila je u svibnju 2016. Prijedlog uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o rješavanju problema geografskog blokiranja i drugih oblika diskriminacije na unutarnjem tržištu na temelju nacionalnosti, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana klijenata te o izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2009/22/EZ (u daljnjem tekstu: Prijedlog uredbe o geografskom blokiranju) broj dokumenta: 52016PC0289.

Cilj Prijedloga uredbe o geografskom blokiranju je ukidanje prepreka u prekograničnoj kupnji na internetu, kako bi potrošači, bez obzira na to iz koje države dolaze ili gdje imaju boravište, neometano mogli pristupiti kupnji na internetu i u njoj sudjelovati.

Kako bi se osiguralo dobro funkcioniranje jedinstvenog tržišta kao područja bez unutarnjih granica u kojem je zajamčeno slobodno kretanje robe i usluga, nije dovoljno samo ukinuti državne granice jer trgovci katkad uvode prepreke koje nisu u skladu sa slobodama jedinstvenog tržišta. To se događa kada trgovci koji posluju u jednoj državi članici blokiraju ili ograničavaju pristup svojim internetskim sučeljima, odnosno robi i uslugama klijentima iz drugih država članica koji žele sudjelovati u prekograničnim poslovnim transakcijama (praksa poznata pod nazivom geografsko blokiranje).

U smislu Prijedloga uredbe o geografskom blokiranju, pojam »klijent« predstavlja potrošača (fizičku osobu) ili poslovnog subjekta (kada djeluje u svojstvu potrošača), državljanina države članice ili s mjestom boravišta ili poslovnog nastana u državi članici, koji namjerava kupiti ili kupuje robu ili uslugu unutar područja Europske unije.

Do geografskog blokiranja može doći i na neizravan način, primjerice, zbog drugih mjera trgovaca koje uključuju primjenu različitih općih uvjeta pristupa njihovoj robi i uslugama za klijente iz drugih država članica na internetu i izvan njega. Iako katkad mogu postojati objektivna opravdanja za takvo različito postupanje, postoje slučajevi kada trgovci potrošačima koji žele obavljati prekogranične transakcije uskraćuju pristup robi ili uslugama ili primjenjuju različite uvjete u tom smislu iz isključivo poslovnih razloga.

Prijedlog uredbe o geografskom blokiranju odnosi se isključivo na prekograničnu trgovinu, a obuhvaća trgovce s poslovnim nastanom u Europskoj uniji, kao i one s poslovnim nastanom u trećim zemljama, ali koji prodaju robu i usluge klijentima u Europskoj uniji. Njime se zabranjuje blokiranje pristupa mrežnim mjestima i drugim internetskim sučeljima te preusmjeravanje klijenata s njihove inačice u jednoj državi na inačicu dostupnu u drugoj državi.

Pojedini trgovci upotrebljavaju različite inačice svojih internetskih sučelja kojima ciljaju na klijente iz različitih država članica. Iako bi ta mogućnost trebala postojati, trebalo bi zabraniti preusmjeravanje klijenta s jedne inačice internetskog sučelja na drugu bez njegova pristanka. Klijent bi u svakom trenutku trebao moći pristupiti svim inačicama internetskih sučelja.

Prijedlog uredbe o geografskom blokiranju ne odnosi se na samo određivanje cijena pa su trgovci slobodni u određivanju svojih cijena. Također se ne odnosi ni na dinamično određivanje cijena u okviru kojeg trgovci prilagođavaju svoje ponude tijekom vremena, ovisno o raznim čimbenicima koji nisu povezani s boravištem klijenata.

Bitno je naglasiti da zabrana diskriminacije, odnosno omogućavanje pristupa internetskim sučeljima, robi i uslugama koja se nastoji postići Prijedlogom uredbe o geografskom blokiranju ne predstavlja obvezu za trgovca da uspostavi poslovne transakcije s klijentima.

Nadalje, kako bi se vratilo povjerenje potrošača i trgovaca i kako bi se potaknule prekogranične aktivnosti, Europska komisija je svjesna da je potrebno osigurati učinkovitu i dosljednu provedbu europskog zakonodavstva unutar svih država članica.

S tim u vezi, a s obzirom na to da je Strategijom jedinstvenog digitalnog tržišta (Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija »Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu« COM(2015) 192) i Strategijom jedinstvenog tržišta (Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija »Poboljšanje jedinstvenog tržišta: više prilika za ljude i poduzeća« COM(2015) 550), koje su donesene 2015. godine, utvrđeno kako potencijal jedinstvenog tržišta nije u potpunosti iskorišten, posebice glede prekogranične prodaje, jedna od mjera iz navedenih strategija odnosi se i na učinkovitiju provedbu propisa o zaštiti potrošača, odnosno unaprjeđenje nadzora nad tržištem u situacijama prekogranične kupnje, radi vraćanja povjerenja potrošača.

Naime, važećom Uredbom (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. listopada 2004. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za provedbu zakona o zaštiti potrošača (Službeni list L 364) (Uredba o suradnji u zaštiti potrošača) iz 2004. godine uređen je okvir za suradnju između nacionalnih nadzornih (inspekcijskih) tijela u Europskoj uniji kako bi se njihovim djelovanjem minimiziralo kršenje potrošačkih prava od strane trgovaca na jedinstvenom tržištu.

Tijekom provedbe Uredbe o suradnji u zaštiti potrošača Europska komisija utvrdila je probleme koji sprječavaju njezinu učinkovitost, a odnose se na nedostatne istražne i provedbene ovlasti nacionalnih inspekcijskih tijela za učinkovitu i brzu međusobnu suradnju, posebno u digitalnom okruženju, rokove za razmjenu podataka među tim tijelima te potrebu za jasnijim uređenjem pravila vezano uz koordinaciju djelovanja inspekcijskih tijela.

Vezano uz proširenje ovlasti nacionalnih inspekcijskih tijela, predlaže se mogućnost blokiranja mrežne stranice trgovca u slučajevima kada on prekomjerno krši prava potrošača prilikom prekogranične kupnje. Ovim će se omogućiti sprječavanje kršenja prava većeg broja potrošača od strane pojedinog trgovca.

Također, jasnije se uređuje zajedničko djelovanje (koordinacija) država članica u slučajevima kada trgovac krši prava potrošača u više država članica (raširena povreda), odnosno pravila o određivanju države članice kao koordinatora, koja donosi odluku o pokretanju zajedničkog djelovanja.

Isto tako, Europska komisija može se uključiti kao koordinator zajedničkog djelovanja država članica u situacijama kada su povredom trgovca zahvaćena tržišta više država članica.

S obzirom na navedeno, Europska komisija je, radi unaprjeđenja prekogranične provedbe prava Europske unije o zaštiti potrošača, u lipnju 2016. godine predložila reviziju važeće, odnosno donošenje nove, cjelovite Uredbe o suradnji u zaštiti potrošača kojom će razviti suvremene, učinkovite i djelotvorne mehanizme za zaštitu potrošača, kao i istražne i provedbene ovlasti nadležnih tijela te djelovanje protiv povreda potrošačkih prava koje zahvaćaju više država članica (raširenih povreda).

5.1.2. Daljnje unaprjeđenje zakonodavnog okvira u Republici Hrvatskoj

Harmonizacija pravila o zaštiti potrošača u svim državama članicama trebala bi otkloniti zapreke slobodnom kretanju robe i usluga na jedinstvenom tržištu koje proizlaze iz različitih pravila u pojedinim članicama, a kako bi se vratilo povjerenje potrošača i trgovaca u funkcioniranje jedinstvenog tržišta i na taj način iskoristile sve njegove mogućnosti i prednosti. Potrebno je stalno razvijati jedinstveni regulatorni okvir koji osigurava pravnu sigurnost za potrošače i trgovce, a što pridonosi stvaranju poticajnog okruženja za povećanje poslovne aktivnosti na jedinstvenom tržištu.

Republika Hrvatska će kao punopravna članica Europske unije u predstojećem razdoblju na području zaštite potrošača i sigurnosti proizvoda i dalje aktivno sudjelovati u procesima izrade i donošenja europskog zakonodavstva te će usklađivati nacionalno zakonodavstvo s aktualnim promjenama europskog zakonodavstva u ovom području.

Internetska trgovina u sve je većem porastu i predstavlja izazov glede zaštite ekonomskih interesa potrošača i sigurnosti proizvoda. Naime, jednostavnost osnivanja poslovnog subjekta za ovakav oblik trgovanja, kao i činjenice da trgovci koji isključivo prodaju robu putem interneta mogu brzo »nestati« s tržišta bez određene odgovornosti za robu koju su prodali, kao i za ostala potrošačka prava koja iz ovakvih ugovora proizlaze, u odnosu na tradicionalnu trgovinu predstavlja određeni oblik neravnoteže među poslovnim subjektima na tržištu.

Sigurnost proizvoda koji se prodaju putem interneta velik je izazov za cijelu Europsku uniju. Stoga Europska komisija poduzima čitav niz mjera za boljim uređenjem i suradnjom na ovom području te očekuje od država članica osnaženje nadzora nad trgovinom putem interneta, kao i poboljšanje prekogranične suradnje nadzornih (inspekcijskih) tijela svih država članica.

S tim u vezi na nacionalnoj razini potrebno je napraviti daljnji napredak u poboljšanju provedbe zakonodavstva iz područja zaštite potrošača, odnosno omogućiti učinkovit nadzor nad tržištem koji osigurava zaštitu prava potrošača i sigurnost proizvoda koji se prodaju putem interneta. Naime, učinkovitom provedbom mjera protiv trgovaca koji krše prava potrošača može se pridonijeti jačanju povjerenja potrošača.

Daljnjom edukacijom i specijalizacijom inspektora za internetsku trgovinu pridonijet će se učinkovitijem nadzoru.

Nadalje, radi jačanja povjerenja potrošača u suradnji s poslovnim udruženjima potrebno je pokrenuti aktivnosti koje se odnose na istraživanje tržišta vezano uz sustav oznaka povjerenja za trgovce koji obavljaju trgovinu putem interneta.

Oznake povjerenja osigurale bi, odnosno povećale povjerenje potrošača u trgovca koji obavlja trgovinu putem interneta, a koji na svojim mrežnim stranicama ima istaknutu navedenu oznaku.

Naime, radi se o oznakama koje predstavljaju potvrdu da se određena trgovina koja se obavlja putem interneta provodi prema određenim kriterijima kao što su valjanost poslovnog modela, standardi zaštite potrošača koje je trgovac implementirao u svoje poslovanje, njegova financijska stabilnost i pružanje podrške kupcu nakon prodaje, kao i obavijest koristi li trgovac alternativno rješavanje potrošačkih sporova. Time se potrošaču šalje jasna poruka da se trgovac pridržava određenog skupa pravila i da je za potrošača siguran.

Oznaka povjerenja koja se stavlja na naslovnicu internetskog trgovca ima ulogu uspostavljanja odnosa povjerenja između potrošača i trgovca, a posebno je korisna za male trgovce koji nisu dovoljno prepoznati od većeg broja potrošača.

Nadalje, oznaka povjerenja poticala bi trgovce na poboljšanje vlastitih procesa prodaje, što uključuje isporuku robe, ponudu, višu razinu poštivanja prava potrošača te spremnost za prekograničnu trgovinu i povećanje svoje gospodarske aktivnosti.

Budući da je turizam jedna od važnijih grana gospodarstva za Republiku Hrvatsku, iznimno je važna implementacija u nacionalno zakonodavstvo nove Direktive (EU) 2015/2302 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. studenoga 2015. o putovanjima u paket-aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima, o izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 90/314/EEZ Europskog parlamenta i Vijeća (Službeni list L 326).