

Isticanje cijena prema novom zakonu o zaštiti potrošača

Darko Marečić, dipl. iur.

Zakonom kojim se uređuje zaštita potrošača propisano je da trgovac mora jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda koje nudi i prodaje na tržištu te se pridržavati tako istaknutih cijena. Osim tih cijena, ne smiju se isticati druge cijene izuzev u slučaju obavljanja posebnih oblika prodaje. Propisivanjem obveze isticanja cijena proizvoda kao i pridržavanje istaknutih cijena onemogućavaju se trgovcima primjena nepoštenih poslovnih prakse prema potrošačima glede načina utvrđivanja i naplaćivanja cijene, a potrošačima pruža informacija koja im je potrebna kako bi donijeli odluku o kupnji proizvoda po onoj cijeni koja najbolje odgovara njihovoj ekonomskoj mogućnosti. Na koji način trgovci moraju isticati cijene prema odredbama novoga Zakona o zaštiti potrošača, a posebno tijekom obavljanja posebnog oblika prodaje, pišemo u nastavku ovoga članka.

1. Uvod

Cijena je novčani izraz vrijednosti proizvoda (roba i usluga) koje se nude na tržištu, a formira se slobodno, osim u slučaju propisanih cijena. Nema sumnje da trgovci prilikom odlučivanja o visini iznosa cijene vode računa o tzv. „zakonu ponude i potražnje“ kao ekonomskom modelu određivanja cijena na tržištu, što pretpostavlja da su utvrđene cijene podložne promjenama (sniženjima odnosno povećanjima) u okviru obavljanja posebnih oblika prodaje (akcijske prodaje, rasprodaje, sezonskog sniženja i dr.) ili odobravanju popusta, ovisno o potražnji i ponudi istovrsnih proizvoda (roba/usluga) na tržištu.

Svrha propisivanja obveze isticanja cijena kao i načina na koje se cijene moraju isticati te obveza pridržavanja istaknutih cijena je u tome, da se pojedine trgovce onemogućiti da, ovisno o platežnoj mogućnosti svakog pojedinog potrošača ili određene skupine potrošača ili drugim subjektivnim okolnostima, samovoljno mijenjaju iznos prethodno utvrđene cijene proizvoda ili se istaknutih cijena ne pridržavaju, čime se stvara pretpostavka za ravnopravnu tržišnu utakmicu svih onih trgovaca koji koji na tržištu prodaju istovrsnu robu odnosno pružaju istovrsne usluge, a ujedno onemogućuje primjena nepoštenih poslovnih prakse prema potrošačima. Istovremeno, osigurava se potrošačima uvid u cijenu proizvoda prije zaključenja potrošačkog ugovora, kako bi uz ostale informacije (primjerice o vrsti, sastavu, kvaliteti, količini i drugim osobinama proizvoda i o proizvođaču) mogli donijeti ispravnu odluku o kupnji upravo one robe, od-

nosno naručivanja one usluge, koji najbolje odgovaraju njihovim potrebama i ekonomskim mogućnostima (kupovnoj moći). Ujedno se time omogućuje i ostvarivanje prava na zaštitu ekonomskih interesa potrošača i prava na točnu i potpunu informaciju o cijeni, kao dva od ostalih osnovnih prava čija se zaštita uređuje odredbama Zakona.¹

Dana 28. svibnja 2022. godine stupio je na snagu novi Zakon o zaštiti potrošača (Nar. nov., br. 19/22., u nastavku: Zakon) koji je zamijenio do tada važeći istoimeni zakon iz 2014. Razlog njegovog donošenja, pored ostalog, je i prenošenje Direktive (EU) 2019/2161 Europskog parlamenta i Vijeća od 27.11.2019. u pogledu boljeg izvršavanja i modernizacije pravila Unije o zaštiti potrošača (tzv. "Omnibus direktiva") u hrvatsko zakonodavstvo. Riječ je o direktivi kojom su izmijenjene četiri direktive, kojima se, pored nepoštenih uvjeta u potrošačkim ugovorima, nepoštenih poslovnih prakse i pravima potrošača, uređuje viša razina zaštite potrošača prilikom isticanja proizvoda (roba i usluga), posebice prilikom najavljanja (oglašavanja) i obavljanja posebnih oblika prodaje.

Dok su odredbe Zakona o isticanju cijena i pridržavanju istaknute cijene u cijelosti ostale iste kao što su to bile određene u prethodno

1 Zakonom o zaštiti potrošača štite se slijedeća osnovna prava potrošača pri kupnji proizvoda i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda na tržištu: pravo na zaštitu ekonomskih interesa potrošača; pravo na zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu; pravo na pravnu zaštitu potrošača; pravo na informiranje i izobrazbu potrošača; pravo na udruživanje potrošača u svrhu zaštite njihovih interesa; i pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa.



važecem zakonu, isticanje cijena tijekom najavlivanja i provođenja posebnih oblika prodaje propisano je na bitno drugačiji način.

2. Isticanje cijena i pridržavanja istaknutih cijena

2.1. Općenito o obvezi isticanja cijena i pridržavanju istaknutih cijena

Trgovac mora istaknuti iznos maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda koje nudi i prodaje na tržištu te se pridržavati tako istaknutih cijena. Opće pravilo o načinu isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere propisano je odredbom čl. 7. Zakona, a posebna pravila načinima isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere u prodajnom objektu kao i načina isticanja cijena usluga propisano je Pravilnikom o načinu isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda u usluga (Nar. nov., br. 66/14. i 16/15., u nastavku: Pravilnik). Navedeni Pravilnik ostaje na snazi dok ministar gospodarstva i održivog razvoja ne donese novi pravilnik usklađen s odredbama novoga Zakona, a kojeg treba donijeti najkasnije u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Zakona, odnosno do 28.8.2022. (čl. 155. Zakona).

Obveza isticanja cijena i pridržavanja istaknutih cijena odnosi se na svaku pravnu i fizičku osobu koja se u smislu Zakona smatra trgovcem koja svoje proizvode nudi i prodaje potrošačima. **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, a **potrošač** svaka fizička osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu izvan svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti. Odredbe Zakona o obvezi i načinu isticanja cijena (i pridržavanja istaknutih cijena) imperativne su (prisilne) naravi, što znači trgovci nemaju mogućnost fakultativnog odlučivanja o tome hoće li ili neće isticati cijene kako je to propisano općim pravilom i posebnim pravilima o načinu isticanju cijena.

Što se smatra maloprodajnom, a što cijenom za jedinicu mjere, kao i što se smatra proizvodom, definirano je odredbom čl. 4. Zakona. **Maloprodajna cijena** je konačna cijena u kunama za pojedini proizvod ili uslugu, odnosno određenu količinu proizvoda, uključujući poreze i druga javna davanja (dalje u tekstu: MPC). **Cijena za jedinicu mjere** je konačna cijena u kunama, za jedan kilogram (1 kg), jednu litru (1L), jedan metar (1 m), jedan četvorni metar (1 m²) ili jedan kubni metar proizvoda (1 m³) ili neka druga jedinica količine koja se općenito ili uobičajeno koristi kod prodaje proizvoda na pojedinom području Republike Hrvatske (npr. stručak, tucet ili doza, mjerica, rizma, arak, doza, i sl.), a koja uključuje poreze, trošarine i sva druga javna davanja (u daljnjem tekstu: CJM). **Proizvod** je svaka roba ili usluga, uključujući nekretnine, digitalne usluge i digitalni sadržaj, prava i obveze. 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").

Ono što je zajedničko za obje cijene, je da MPC i CJM za potrošače mora mora biti konačna, što znači da potrošač nije dužan plaćati dodatni iznos za kupljenu proizvod, osim iznosa istaknutog na proizvodu ili njegovom prodajnom mjestu. Stoga, i jedna i druga cijena u sebi uključuju proizvođačku odnosno nabavnu cijenu, ovisne troško-

ve nabave robe ako su nastali, popuste (rabat, *casa sconto*) ako su na ulaznom računu iskazani, razliku u cijenu odnosno maloprodajnu maržu, porez na dodanu vrijednosti (PDV) i trošarinu - ako je to propisano, naknada za povratnu ambalažu - ako se radi o ambalaži koja podliježe toj naknadi te sva druga javna davanja ako su posebnim propisom propisana.

Određivanje (formiranje) MPC odnosno CJM u trgovini temelji se na svakoj knjigovodstvenoj ispravi koja sadrži podatke o cijeni i promjeni cijene (npr. kalkulacija, primka za vlastitu robu, zapisnik o promjeni cijena i dr.). Podsjećamo da je odredbom čl. 16. Zakona o trgovini² propisano da trgovac mora nadležnom inspektoratu osigurati podatke o stanju robe u prodajnom objektu na temelju pisanih isprava ili elektroničkog zapisa o nastalom poslovnom događaju iz kojih se može spoznati poslovni događaj (zaduženje, razduženje, cijena). Isprave o robi u prodajnom objektu moraju sadržavati najmanje sljedeće podatke: imenu ili nazivu dobavljača; broju i datumu isprave o zaduženju ili razduženju robe; nazivu, mjernoj jedinici i količine robe; **prodajnoj cijeni robe; promjeni prodajne cijene robe**; a pravna i fizička osoba koja obavlja prodaju svojih proizvoda (obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, mali proizvođač poljoprivrednog sadnog materijala, registrirani proizvođač, šumoposjednik, udruga i druga neprofitna pravna osoba, pravna i fizička osoba koja posjeduje povlasticu za uzgoj riba i drugih morskih organizama ili odobrenje za akvakulturu) sastavlja primku za vlastitu robu. Isprava o robi mora se za vrijeme poslovanja nalaziti u prodajnom objektu odnosno na prodajnom mjestu kako bi se mogla predočiti na uvid nadležnom inspektoratu na njegov zahtjev. U djelatnosti ugostiteljstva, pružanju usluga u turizmu te pružanju drugih usluga, isprava o cijeni robe je cjenik, na kojem se uz naziv usluge ističu i konačne cijene. Pravilnikom je propisano u kojem se slučaju cijene robi mogu isticati na cjeniku.

Trgovac je dužan pridržavati se istaknutih cijena, u protivnom snosi prekršajnu odgovornost, a u slučaju da tržišni inspektor Državnog inspektorata tijekom provedbe inspeksijskog nadzora utvrdi da je trgovac potrošaču naplatio cijenu u višem iznosu, rješenjem će trgovcu naložiti povrat više naplaćenog iznosa oštećenom potrošaču, odnosno uplatu tog iznosa u korist državnog proračuna ako potrošač nije poznat.

2.2. Opće pravilo o isticanju cijene proizvoda

Trgovac mora jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos MPC i CJM proizvoda i to na proizvodu ili na prodajnom mjestu proizvoda. Osim tih cijena, na proizvodu ili prodajnom mjestu ne smiju se isticati druge cijene (npr. veleprodajna cijena, usporedna cijena istog proizvoda kod drugog trgovca i tome sl.), izuzev u slučaju posebnih oblika prodaje i odobravanja popusta za pojedine proizvode ili skupinu proizvoda.

Razlog propisivanja obveze isticanja CJM proizvoda je omogućavanje potrošaču usporedbe cijene istovrsnih proizvoda istih ili različitih količinskih pretpakovina istog ili drugog proizvođača. Primjerice, na boci rakije šljivovice 0,70 L potrebno je uz MPC (npr. 65,00 kn/kom) istaknuti i CJM odnosno cijenu za 1 L tog alkoholnog pića (npr. 92,86 kn/L). Međutim, CJM nije potrebno isticati ako je ona istovjetna MPC (npr. uz istaknutu MPC od 70,00 kn na prodajnom mjestu vina u bocama od 1 L., nije potrebno isticati i CJM tj. cijenu za 1 L, budući je istovjetna istaknutoj MPC tog vina). Za proizvode kod kojih se navodi težina ocijedene mase, CJM odnosi se na navedenu

2 Nar. nov., br. 87/08., 116/08., 76/09.-Odl.ust.s., 114/11., 68/13., 30/14., 32/19., 98/19. i 32/20.




težinu ocijeđene mase (npr. za pretpakovinu kisele paprike na kojoj je naznačena neto količina 700 g, a težina ocijeđene mase 550 g, uz MPC od 12,00 kn/kom ističe se i CJM od 21,82 kn/kg - ali u odnosu na ocijeđenu masu odnosno višnje bez tekućine). S druge strane, kod robe u rasutom stanju (nepretpakirane hrane ili druge robe koja se prodaje u rinfuzi) potrebno je istaknuti samo CJM (za 1 Kg, 1 L, 1 m i dr.).

Opće pravilo o isticanju MPC i CJM primjenjuje se i pri oglašavanju te svim oblicima trgovine na malo (u prodavaonici i izvan prodavaonice: prilikom prodaje na štandovima i klupama, u kiosku, tijekom prigodne prodaje, prodaje putem automata i pokretne prodaje te prodaje putem interneta, TV prodaje i putem drugih sredstava daljinske komunikacije).

2.3. Posebna pravila o načinu isticanja MPC i CJM

MPC i CJM mora biti za potrošače istaknuta nedvosmisleno, jasno, vidljivo i čitljivo. Cijena je **nedvosmisleno istaknuta** ako je isključena mogućnost njene zamjene s cijenom drugog proizvoda koji se nalazi u njenoj neposrednoj blizini. Cijena je **istaknuta vidljivo i čitljivo** ako je ispisana fontom slova i brojeva koje potrošač s prosječnim vidom može bez teškoće uočiti i pročitati s jedne točke gledanja te ne smije biti prekrivena drugom cijenom ili drugim podacima (primjerice, cijena ne smije ispisana na dnu ambalaže proizvoda izloženih na prodajnoj polici tako da uopće nije vidljiva potrošaču). Cijena se mora istaknuta tako da se ne oštećuje proizvod (primjerice ispisana na etiketi nalijepljenoj na proizvodu ili njegovoj ambalaži na način da se njenim odljepljivanjem proizvod ili ambalaža oštećuju).

Cijena se obvezno ističe u kunama (oznaka "kn"), a uz to može biti istaknuta i u drugoj valuti, u kom slučaju za potrošače je mjerodavna ona cijena koja je istaknuta u kunama.

Vrijednost u kunama i lipama brojačano se iskazuje punim brojem s dvije decimale (primjerice 2,60 kn ili 0,20 kn), a kada se cijena navodi i u stranoj valuti, uz brojčanu vrijednost valute naznačuje se skraćena oznaka valute i/ili se može dodati slika zastave države čija se valuta ističe na cijeni (npr. 3,50 EUR ili 3,50 € ili  3,50; 25,00 USD ili 25,00 \$; ili  25,00; 50,00 GBP ili 50,00 £ ili  50,00).

Dodajemo da je Prijedlogom Zakona o uvođenju eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj, koji se nalazi u proceduri donošenja, predviđeno obvezno dvojno iskazivanje cijena roba i usluga u kunama i eurima s početkom primjene 5. rujna 2022. do zaključno 31. prosinca 2023. nakon čega će se cijene isticati samo u eurima.

2.3.1. Način isticanja MPC

MPC proizvoda mora biti istaknuta na proizvodu (na robu ili njenoj ambalaži) ili na prodajnom mjestu proizvoda (prodajnoj stalaži, polici, vitrini, pultu i dr.). Dakle, nije potrebno isticati MPC na proizvodu odnosno njegovoj ambalaži i na prodajnom mjestu proizvoda već je dovoljno da ista bude istaknuta samo na proizvodu ili samo na prodajnom mjestu proizvoda, ovisno o poslovnoj odluci trgovca. MPC je potrebno istaknuti i za sve proizvode koji se prodaju, a nalaze se u izlogu (ali ne i za one proizvode koji se nalaze primjerice u priručnom skladištu).

Ako je MPC istaknuta na prodajnom mjestu, tada mora biti istaknuta na oznaci s nazivom proizvoda i to ispred ili ispod ili pokraj proizvoda na prodajnom mjestu, a iznimno i iznad proizvoda, uz uvjet da ne postoji mogućnost njene zamjene s MPC drugog proizvoda koji se nalazi u neposrednoj blizini.

Iznimno, MPC proizvoda koji se prodaju putem kioska i sl. prodajnih objekta (prodajnog automata, pokretnog vozila, prodajne klupe

ili štanda) može se istaknuti i u obliku **cjenika** u kojem za svaki proizvod mora biti, uz MPC označen i naziv proizvoda. Naime, kiosk i pokretno vozilo su prodajni objekti za obavljanje trgovine na malo izvan prodavaonice kojima je osnovna značajka da potrošači ne ulazi u unutarnji prostor kioska odnosno pokretnog vozila, već se prodaja obavlja kroz otvor kioska odnosno iz pokretnog vozila, te isticanje MPC na prodajnom mjestu ne bi bilo uočljivo na potrošače. Kad je riječ o prodajnom automatu, ako je tehnička izvedba prodajnog automata omogućuje isticanje cijene na svakom proizvodu, tada se cijena mora tako i isticati, u protivnom, ako tehnička izvedba prodajnog automata ne omogućuje isticanje cijene na svakom proizvodu, tada se cijena može isticati u obliku cjenika vidno istaknutog na prodajnom automatu. Isto se odnosi i na isticanje cijena koji se nude i prodaju na prodajnom štandu odnosno prodajnoj klupi.

Primjer 1. - Isticanje MPC na proizvodu, prodajnom mjestu i na cjeniku:

ŠEĆER KRISTAL

Neto: 1 kg

MPC: 7,20 kn

MARAMA "NADA"

100% svila

MPC: 450,00 kn

Price: 49,00 GBP

66.00 USD

CJENIK PROIZVODA U POKRETNJOJ PRODAJI

Naziv robe	Mjerna jedinica	Cijena
Kruh polubijeli	800 g	7,50 kn
Pecivo pletenica	150 g	2,10 kn
Alkoholni ocat	1 L	7,20 kn
Brašno glatko T-550	1 kg	7,00 kn

2.3.2. Način isticanja CJM

Kad je u pitanju isticanje CJM **nepretpakiranih proizvoda** (proizvodi koji se prodaju u rasutom stanju odnosno rinfuzi), cijena mora biti istaknuta na prodajnom mjestu, bilo na ambalaži u kojoj se nalaze rasuti proizvodi (voće, povrće, bomboni, ulje, tekstil u metraži i dr.) ili na prodajnoj polici, odnosno prodajnom štandu ili prodajnom klupi na kojoj se nalaze nepretpakirani proizvodi.

Kod **pretpakiranih proizvoda**, CJM ističe se zajedno sa MPC proizvoda (osim ako je MPC istovjetna CJM). Pravilnikom o isticanju cijena propisana je za trgovce, čiji je prodajni prostor površine veći od 50 m², obveza isticanja CJM uz MPC za sve proizvode iz čl. 6.st.1. Pravilnika, osim proizvoda iz čl.6.st.2. Pravilnika. Budući je obveza isticanja CJM za određene proizvode vezana uz veličinu prodajnog prostora, smatramo nužnim istaknuti da se propisana veličina odnosi na neto površinu prodajnog prostora, pod kojom se podrazumijeva samo onaj prodajni prostor u kojem se nalazi roba namijenjena prodaji i u koji potrošači imaju mogućnost pristupa (bez prodajnog pulta ako je riječ o prodavaonici s metodom klasičnog posluživanja "iza pulta", priručnog skladišta i sanitarnih prostorija).

Trgovci čiji je prodajni prostor veći od 50 m², uz MPC moraju istaknuti i CJM za slijedeće proizvode: hranu i hranu za životinje;



deterdžente; dječje pelene; boje i lakove (izuzev slikarskih boja); ulja i tekućine za motore i motorna vozila; destiliranu vodu; proizvode za njegu lica i tijela; proizvode za pranje i čišćenje lica i tijela; proizvode za pranje i njegu kose; proizvode za pranje, čišćenje i njegu zubi i usne šupljine. Iznimno, iako je prodajni prostor površine veći od 50 m², trgovci nisu uz MPC nisu obvezni isticati i CJM za slijedeću hranu i hranu za životinje: proizvode mase manje od 50 grama ili obujma manjeg od 50 mililitara, proizvode koji se prodaju kao paklon paketi ili kompleti, proizvode koji se prodaju u okviru posebnih oblika prodaje, poslastice za kućne ljubimce, kolače, alkoholna pića u pakiranjima do 100 ml, smrznute deserte obujma do 500 ml, voće i povrće koje se prodaje komadno ili u svežnju.

Primjer 2. Isticanje CJM za neprepakirano voće i prepakirane proizvode:

JABUKA IDARED

(1 kl.)

Proizvodi: OPG MIRA

Cijena: 10,00 kn/kg

Price: 1,10 € /kg

DETERDŽENT ZA PRANJE

RUBLJA MIMI

Neto: 2,6 kg

MPC: 90,00 kn/kom.

CJM: 34,62 kn/kg

DJEČJE PELENE

BABY 20/1

MPC: 30,00 kn / pak.

CJM: 1,50 kn / kom.

NEKTAR JABUKA

1,5 L

MPC: 12,00 kn

CJM: 8,00 kn/L

Trgovci čiji je prodajni prostor površine 50 m² i manji, za iste proizvode nisu dužni, ali mogu (ako žele) na tim proizvodima ili njihovim prodajnim mjestima, uz MPC istaknuti i CJM.

2.3.3. Način označavanja cijena usluga

Trgovac koji pruža uslugu (npr. frizer, fotograf, video snimatelj, automehaničar, serviser računala i dr.) mora imati cjenik usluga istaknut u poslovnoj prostoriji, koji mora biti lako dostupan potrošaču i na kojem cijene moraju biti iskazane na jasan, vidljiv i čitljiv način. Ako trgovac, obzirom na broj i raznovrsnost usluga, nije u mogućnosti sve usluge koje pruža istaknuti na tom cjeniku, tada cijenu usluge može istaknuti u obliku kataloga usluga s cijenama, posebne brošure ili prospekta s nedvosmislenim opisom usluga s cijenama ili na drugi odgovarajući način (npr. putem displeja koji je vidno postavljen u poslovnom prostoru). Uz cijenu usluge, potrebno je navesti vrstu i opseg usluga koje pod istaknutom cijenom pruža. Ako se usluga pruža izvan poslovnih prostorija trgovca, u cijeni usluge moraju biti istaknuti i svi pripadajući troškovi (npr. troškovi prijevoza do mjesta

pružanja usluga). Ako su proizvodi (ugradbeni ili zamjenski) sastavni dio usluge, njihova cijena mora biti istaknuta uz cijenu pripadajuće usluge (npr. "Usluga zamjene guma na motornom vozilu 50,00 kn/po kotaču, cijena gume tip XY 200,00 kn").

Dodajemo, da je posebnim propisima kojima se uređuje djelatnost ugostiteljstva propisana obveza vidnog isticanja cjenika ugostiteljskih usluga (s nazivom vrste jela i/ili pića i/ili napitaka, jedinicom mjere i cijenom) koji, pored hrvatskog mora biti ispisan i najmanje na još jednom svjetskom jeziku (a u ugostiteljskim objektima za smještaj, to je obavezno engleski jezik).

Primjer 3. - Isticanje cjenika fotografskih usluga:

Foto studio SNIMAK

VI. Paula Marečić

Karlovac

Karlovačka bb.

OIB: 98765432123

C J E N I K

FOTOGRAFSKIH USLUGA I USLUGA VIDEO SNIMANJA

Vrsta usluge:	Pobliza oznaka	Komad	Cijena u kn
Snimanje fotografija za dokumente	svi formati	6	50,00
Obiteljsko fotografiranje	10 x 15 cm	5	30,00
Izrada fotografija	9 x 13 cm	1	2,00
Izrada fotografija	10 x 15 cm	1	3,00
Video snimanje i fotografiranje vjenčanja	Komplet A	1	1.500,00
Video snimanje i fotografiranje vjenčanja	Komplet B	1	3.000,00

Napomene:

Komplet A uključuje:

video snimanje cijelog vjenčanja (3 DVD-a) te fotografiranje i izradu do najviše 100 fotografija (10 x 15 cm), ako je udaljenost mjesta snimanja do 50 km od sjedišta obrta.

Komplet B uključuje:

video snimanje vjenčanja od crkve ili matičnog ureda (3 DVD-a) te fotografiranje kao i izradu do najviše 200 fotografija (10 x 15 cm), ako je udaljenost mjesta snimanja do 50 km od sjedišta obrta.

Dodatne usluge:

Žurna izrada fotografija (u roku od 30 minuta) – cijena se uvećava za 25,00 kn.

Izlazak na video snimanje i fotografiranje ako je mjesto snimanja/fotografiranja udaljeno više od 50 km od sjedišta obrta, naplaćuje se 2,50 kn/km.

2.4. Iznimke od primjene pravila o obvezi isticanja

Odredbom čl. 7. st.6. Zakona propisano je da se pravila o obvezi i načinu isticanja cijena ne primjenjuju na javnu dražbu, prodaju umjetničkih dijela i antikviteta, kao i na cijene usluga koje su uređene posebnim propisima. **Dražba**, kao posebni oblik prodaje robe, organizirana je prodaja robe najboljem kupcu na temelju javnog nadmetanja na određenom mjestu i u određeno vrijeme, a način i uvjeti njenog obavljanja uređeni su odredbama Zakona o trgovini. Tako se primjerice, pravila o obvezi i načinu isticanja cijena propisana odredbama Zakona o zaštiti potrošača neće primjenjivati na



dražbu određenih drvnih sortimenata koja se organizira i provodi sukladno Uredbi o dražbi određenih drvnih sortimenata (Nar. nov., br. 100/15.), prodaju pijeska putem javnog nadmetanja koja se provodi sukladno Odluci o prodaji pijeska na slobodnom tržištu putem javnog nadmetanja (Nar. nov., br. 68/11.) **Umjetničko djelo** može se definirati kao fizički i uvjetno svjetlosni ili zvučni objekt koji je rezultat stvaralaštva umjetnika, nadahnuća, talenta, inspiracije i uložene truda i napora umjetnika, odnosno njegovog izraza misli i osjećaja pretočenog u djelo s određenom, primarno estetskom, ali i povijesnom vrijednošću (npr. crteži, grafike, slike, fotografije, skulpture i dr.). **Antikvitēt** označava predmet koji ima kulturnu vrijednost po svojoj starini i rijetkosti. **Posebni propisi kojim se uređuju cijene pojedinih usluga** (zbog čega se na njihovu isticanje ne primjenjuju odredbe ovoga Zakona) primjerice su: Zakon o energiji (Nar. nov., br. 120/12., 14/14., 95/15. 102/15. i 68/18.) kojim je propisano da se cijene opskrbe električnom energijom, toplinskom energijom i plinom utvrđuju putem tarifnih sustava koji se objavljuju u službenom listu RH (Narodnim novinama) i na mrežnoj stranici energetske subjekta koji krajnjim korisnicima pruža energetske usluge, kao i u općim uvjetima energetske subjekta istaknutog na njegovoj mrežnoj stranici; Zakon o komunalnom gospodarstvu (Nar. nov., br. 68/18., 110/18. i 32/20.) kojim je propisan način obračuna i plaćanja komunalne usluge koje mora primjenjivati pružatelj komunalne usluge kao i da je cjenik komunalne usluge dužan objaviti na svojoj oglasnoj ploči i na svojim mrežnim stranicama; Zakon o vodnim uslugama (Nar. nov., br. 66/19.) kojim je propisan način utvrđivanja cijena vodnih usluga, kao i obveza isporučitelja vodnih usluga da je dužan objaviti odluku o cijeni vodnih usluga u službenom listu županije i u jednom lokalnom mediju te na svojoj mrežnoj stranici.

Međutim, u svim navedenim slučajevima, iznimka se odnosi samo na primjenu pravila o obvezi i načinu isticanju cijena, ali ne i u odnosu na obvezu pridržavanja utvrđene cijene, što znači da je trgovac dužan pridržavati se cijene postignute na dražbi ili cijene usluge utvrđene u tarifnom sustavu ili na drugi propisani način te objavljene u službenom glasilu ili mrežnoj stranici trgovca koji pruža uslugu.

Pored navedenog, ističemo da se pravila o obvezi i načinu isticanja cijena propisana ovim Zakonom ne primjenjuju na trgovce koji obavljaju djelatnost trgovine na veliko, dok u trgovini na malo trgovac nije obavezan istaknuti cijenu proizvodima koji nisu namijenjeni prodaji. U tom slučaju, a u svrhu točnog i potpunog pružanja informacija potrošačima, preporuča se o tome vidno istaknuti obavijest, bilo na proizvodu ili njegovom prodajnom mjestu (npr. "Rezervirano", "Nije za prodaju", "Prodano", "Izložbeni uzorak" i tome sl.).

3. Posebni oblici prodaje

3.1. Što su posebni oblici prodaje

Pod posebnim oblicima prodaje, u smislu čl. 19. st.1. Zakona, smatra se prodaja proizvoda po cijenama nižim od cijena u redovnoj prodaji, a obuhvaća prodajne oblike iz st. 2. ovoga članka i to: akcijsku prodaju, rasprodaju, sezonsko sniženje, prodaju proizvoda s greškom i prodaju proizvoda kojim istječe rok uporabe. Bitno je istaknuti da posebni oblici prodaje navedeni u čl. 19.st.2. Zakona mogu koristiti samo uz uvjete propisane odredbama čl. 20. do 24. Zakona, u protivnom, ako ti uvjeti nisu ispunjeni, trgovac ne smije posebni oblik prodaje najavljivati i provoditi pod tim nazivima. Naime, obavljanje posebnog oblika prodaje protivno propisanim uvjetima ima obilježje nepošteno zavaravajuće poslovne prakse, koja je Zakonom izrijekom zabranjena. Odredbom čl. 19.st.3. Zakona propisano je da trgovac prilikom obavljanja posebnog oblika prodaje može koristiti i

druge nazive, različite od onih navedenih u st.2. istog članka, ako se proizvodi prodaju po nižoj cijeni od one u redovnoj prodaji.

3.1.1. Akcijska prodaja

Akcijska prodaja je prodaja određenih proizvoda po cijeni koja je niža od cijene tog proizvoda u redovnoj prodaji. Zakon ne propisuje razdoblje trajanja akcijske prodaje, kao niti broj akcijskih prodaja unutar određenog vremenskog razdoblja (mjeseca, godine), što znači, da odluku o duljini trajanja akcijske prodaje i broju akcijskih prodaja određuje trgovac samostalno. Kod provođenja akcijske prodaje, trgovac treba voditi računa da se akcijska prodaje ne provodi uzastopno odnosno učestalo, pri čemu se cijena neposredno prije akcijske prodaje povećava, pa zatim tijekom akcije snižava, jer se takva praksa može smatrati zavaravajućom poslovnom praksom trgovca prema potrošaču, kao i da akcijska cijena ne bude niža od nabavne cijene s PDV-om, jer se takva prodaja, u smislu Zakona o trgovini,³ smatra nepoštenim trgovanjem, koje je tim Zakonom zabranjeno. Trgovac nije dužan na proizvodima ili prodajnom mjestu isticati obavijest o akcijskoj prodaji niti proizvode obuhvaćene akcijskom prodajom izdvojiti od ostalih proizvoda, ali nema zapreka da tako postupi, odnosno da takvu prodaju najavljuje i označava kao akcijsku prodaju ili prodaju po akcijskim cijenama, te da ih izdvoji izdvoji na posebno prodajno mjesto kako bi bili dostupniji potrošačima.

3.1.2. Rasprodaja

Rasprodaja je prodaja proizvoda po nižoj cijeni u slučaju: prestanka poslovanja trgovca, prestanka poslovanja u dosadašnjim poslovnim prostorijama, prestanka prodaje određenog proizvoda iz predmeta poslovanja trgovca, kada je poslovanje trgovca ozbiljno ugroženo i u slučaju obavljanja složenijih građevinskih radova unutar ili na poslovnim prostorijama. Imajući u vidu navedeno, smatramo da se ne bi moglo raditi o rasprodaji, već o zavaravajućoj poslovnoj praksi ako bi trgovac najavljivao i provodio kao rasprodaju: prodaju muških tenisica određenog proizvođača, a po nižim cijenama bi prodavao samo muške tenisice velikih brojeva (npr. 45. i 46.); cjelokupnog asortimana zbog obavljanja građevinskih radova u prodavaonici, a u stvarnosti bi se radilo samo o razmještaju prodajnih policaj i pultova i/ili bojanju zidova; zbog stečaja ili likvidacije, iako isti postupci nad trgovcem nisu otvoreni.

3.1.3. Sezonsko sniženje

Sezonsko sniženje smatra se prodaja proizvoda po sniženoj cijeni nakon protka sezone. U kojem se vremenskom razdoblju i u koje uvjete takva prodaja može obavljati propisano je Pravilnikom o uvjetima i načinu provođenja sezonskog sniženja (Nar. nov., br. 135/15.), koji se, prema čl. 155. Zakona i dalje primjenjuje sve dok ministar gospodarstva i održivog razvoja ne donese novi pravilnik (isti mora donijeti najkasnije u roku od 90 dana od dana stupnja na snagu Zakona odnosno do 28.8.2022.).

Ovim Pravilnikom propisano je da se sezonsko sniženje može obavljati najviše dva puta godišnje i to kao: zimsko sezonsko sniženje - započinje od 27. prosinca; i ljetno sezonsko sniženje - započinje od 1. srpnja te može trajati najdulje 60 dana računajući od datuma koji označavaju početak svakog od tih sniženja. Ukoliko se unutar propisanog razdoblja sezonskog sniženja ne prodaju svi proizvodi obuhvaćeni sniženjem, trgovac može nastaviti s prodajom proizvoda po sniženoj cijeni sve do isteka zaliha, ali takvu prodaju više ne smije oglašavati kao sezonsko sniženje (reklamne natpise o sezonskom

3 Nar. nov., br. 87/08., 116/08., 76709., 114/11., 68/13., 30/14., 32/19., 98/19. i 32/20.



snižanju istaknute na izlogu i/ili u prodavaonici i/ili na prodajnom mjestu proizvoda obuhvaćenih sezonskim sniženjem treba ukloniti).

3.1.4. Roba s greškom i roba kojoj istječe rok uporabe

Ako trgovac prodaje robu koja ima grešku, mora jasno, vidljivo i čitljivo označiti na robi ili na prodajnom mjestu da je riječ prodaji robe s greškom te upoznati potrošača u čemu se sastoji greška na robi (primjerice isticanjem obavijesti o tome na robi li prodajnom mjestu ili s obavijest da se podaci o grešci daju usmeno). Roba koja se prodaje po nižoj cijeni od cijene u redovnoj prodaji jer joj istječe rok uporabe, što je najčešće hrana, hrana za životinje i premeti opće uporabe, mora imati dodatno jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti krajnji rok uporabe.

I jednu i drugu robu, trgovac ne mora posebno izdvojiti, ali smatramo da nema zapreke da to učini ako smatra da će time pospješiti njihovu prodaju. Skrećemo pozornost da trgovac odgovara za materijalne nedostatke koji se pojave i na robi s greškom, kao i onoj kojoj skoro istječe rok trajanja, osim u odnosu na onaj nedostatak (grešku) te na skori istek roka trajanja zbog kojih se prodaje po nižim cijenama, uz uvjet da je potrošač bio upoznat sa greškom odnosno istekom roka trajanja i na njihovu kupnju pristao.

3.1.5. Korištenje drugih naziva za posebne oblike prodaje

Prilikom odabira naziva pod kojima bi trgovac obavljao prodaju proizvoda po cijenama nižim od redovnih cijena, trgovac mora voditi računa da se time ne zavaravaju potrošači u pogledu načina izračuna cijena odnosno da ne najavljuje i provodi prodaju robe po nižim cijenama koje to u stvarnosti nisu, jer se takva praksa smatra zavaravajućom poslovnom praksom trgovca prema potrošačima, a koja je odredbom čl. 33. Zakona izrijekom zabranjena.

Zavaravajući nazivi obavljanja posebnih oblika prodaje bili bi primjerice slijedeći nazivi: „*Trajno niska cijena*“ ili „*Diskontno niska cijena*“ - jer navedeno upućuje na redovnu cijenu proizvoda koji se tako prodaju stalno ili u diskont prodavaonici ili out let prodavaonici; ili „*Sniženje dijela asortimana*“, „*Veliko sniženje*“, „*Vikend sniženje*“ ili bilo koji dugi naziv s riječju „*Sniženje*“ - jer takav izričaj prosječnog potrošača može asociirati na „sezonsko sniženje“ čime ga se dovodi u zabludu glede stvarnog razloga prodaje proizvoda po nižim cijenama. Jednako tako, oglašavanje „sezonskog sniženja“ izvan propisanih razdoblja održavanja ljetnog i zimskog sezonskog sniženja, smatra se zavaravajućom nepoštenom poslovnom praksom.

Umjesto prethodno navedenih primjera, **podobni nazivi za posebne oblike prodaje mogli biti** primjerice biti neki od slijedećih naziva: „*Posebna ponuda*“, „*Posebne pogodnosti*“, „*Late shopping*“ ili „*Noćna kupnja*“, „*Vikend niske cijene*“, „*Vikend kupnja po nižim cijenama*“, „*Vikend popust*“, „*Happy hours*“, „*Crni petak*“, „*Posebna prilika*“, „*Najbolja prilika*“, „*Niže cijene povodom x godišnjice poslovanja*“, „*Prodaja po posebno sniženim cijenama*“, „*Super cijene*“, „*Blagdanske pogodnosti*“ i tome sl.

3.2. Način isticanja cijena kod posebnih oblika prodaje

Novi Zakon, način isticanja cijena za vrijeme obavljanja posebnog oblika prodaje propisuje odvojeno, odnosno posebno za posebni oblik prodaje robe (čl. 19. st.4.i 5.) te posebno za posebni oblik prodaje usluga (čl. 19.st.6.).

Tijekom trajanja posebnog oblika **prodaje robe** kao i **kod oglašavanja takve prodaje**, trgovac je dužan istaknuti cijenu koju pri-

mjenjuje tijekom trajanja posebnog oblika prodaje i **najnižu cijenu koju je trgovac primjenjivao za istu robu tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje.**

Tijekom trajanja posebnog oblika **prodaje usluge unutar poslovnih prostorija**, trgovac je dužan istaknuti cijenu koju primjenjuje tijekom trajanja posebnog oblika prodaje i **najnižu cijenu koju je trgovac primjenjivao za istu uslugu tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje, osim u slučaju oglašavanja usluga i sklapanja ugovora izvan poslovnih prostorija i ugovora sklopljenih na daljinu.**

Dakle, prema novom Zakonu, trgovac je dužan primjenjivati pravilo o isticanju dvije cijene tijekom obavljanja posebnog oblika prodaje roba bilo u poslovnoj prostoriji ili izvan poslovne prostorije odnosno na daljinu te bez obzira na duljinu trajanja takve prodaje, kao i kod oglašavanja posebnog oblika prodaje. Za usluge se pravilo o isticanju dvije cijene primjenjuje samo u slučaju kada se poseban oblik prodaje usluga provodi u poslovnoj prostoriji trgovca (npr. u frizerskom salonu, automehaničarskoj radnji i dr.), a ne i kada se usluge pružaju na daljinu (npr. pružanje usluge poreznog savjetovanja ili održavanje tečaja stranog jezika) ili izvan poslovne prostorije trgovca (npr. usluge popravka kućanskih uređaja u prostorijama potrošača), niti kod oglašavanja takve prodaje (u tim slučajevima, trgovac ističe samo cijenu koju primjenjuje tijekom provođenja posebnog oblika prodaje usluga).

Europska komisija objavila je Smjernice za tumačenje i primjenu čl. 6.a. Direktive 98/6 EZ Europskog parlamenta i Vijeća o zaštiti potrošača prilikom isticanja cijena proizvoda ponuđenih potrošačima (SL C 526, 29.12.2021., u nastavku: Smjernica) u kojoj se pojašnjava na koji se način najavljuju (oglašavaju) i provode posebni oblici prodaje, koja se cijena smatra referentnom cijenom na temelju koje se izračunava svako najavljeno sniženje i koje se cijene ističu tijekom provođenja posebnog oblika prodaje.

Tako se u Smjernici navodi da trgovac sniženje cijena najavljuje bilo u obliku postotka (npr. „*Sniženo 30%*“), određenog iznosa (npr. „*Sniženo 10,00 kn*“ ili „*Sniženo za 10,00 kn*“), ili navođenjem nove (**niže**) cijene zajedno s naznakom prethodne (**više**) cijene (npr. „*Snižena cijena 130,00 kn / Najniža cijena 150 kn*“). Obzirom da Smjernica „prethodnu cijenu“ definira kao **najnižu cijenu koja se primjenjivala tijekom razdoblja koje nije kraće od 30 dana prije primjene sniženja cijena**, možemo konstatirati da pojam „prethodna cijena“ koji se koristi u Smjernici, odgovara pojmu „najniže cijene“ iz čl. 19. st. 4. Zakona - u odnosu na posebni oblik prodaje robe i čl. 19.st.6. Zakona - u odnosu na posebni oblik prodaje usluga (**najniža cijena koju je trgovac primjenjivao za istu robu odnosno uslugu tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje**).



ističemo...

Najniža cijena uključuje redovnu cijenu (početnu ili posljednju) i bilo koju sniženu cijenu tijekom referentnog razdoblja od 30 dana, ako je ona najniža cijena u tom razdoblju.

Prema Smjernici, sniženje cijena mora se predstaviti uz navedenu najnižu cijenu kao referentnu cijenu, na temelju koje se izračunava svako najavljeno postotno sniženje, bez obzira na to što je možda posljednja prodajna cijena robe bila viša od najniže cijene. Imajući u vidu navedeno, smatramo da se i ostala sniženja koja se ne najavljuju u postotnom iznosu (primjerice u određenom novčanom iznosu, ili bez navođenja iznosa) trebaju provoditi na način da je referentna cijena u odnosu na koje se provodi sniženje,



najniža cijena proizvoda po kojoj se roba prodavala odnosno usluga pružala tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenja posebnog oblika prodaje.

**ističemo...**

Dakle, cijena koja se primjenjuje tijekom posebnog oblika prodaje mora biti niža od najniže cijene istog proizvoda u razdoblju od 30 dana prije početka provođenja posebnog oblika prodaje.

Drugim riječima, trgovci više neće moći manipulirati cijenama i najavljivati lažna sniženja cijena unutar razdoblja od 30 dana, na primjer tako da povećaju cijenu na kratko razdoblje kako bi nakon toga snizili i predstavili to kao znatno sniženje cijena. Međutim, trgovci pritom moraju paziti da cijena koju primjenjuju tijekom trajanja posebnog oblika prodaje ne bude niža od nabavna cijene tog proizvoda s PDV-om, jer bi se u tom slučaju radilo o nepoštenom trgovanju, koje je odredbom čl. 64. Zakona o trgovini izrijekom zabranjeno (osim u slučaju kad se radi o skorom isteku roka valjanosti, povlačenju robe iz asortimana, potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja objekta te stečaja i likvidacije trgovačkog društva odnosno zatvaranja obrta ili drugim razlozima kojima trgovac ne čini radnje kojim ase sprječava, ograničava ili narušava tržišno natjecanje.)

Dodajemo, da kod provođenja posebnog oblika prodaje robe, trgovac mora sačiniti zapisnik o sniženju posljednje (više) cijene na (nižu) cijenu koju primjenjuje tijekom trajanja posebnog oblika prodaje. Iznimno, kod odobravanja popusta za pojedine proizvode ili skupinu proizvoda trgovac ne treba sačinjavati zapisnik o sniženju cijena, već popust odobrava i iskazuje na računu potrošača, s time da je potrebno uvjet o visini popusta vidno istaknuti u prodajnom objektu.

Kao što je prethodno već rečeno, tijekom obavljanja posebnog oblika prodaje, trgovac treba na proizvodu ili prodajnom mjestu vidno istaknuti (nižu) cijenu koju primjenjuje tijekom trajanja posebnog oblika prodaje i najnižu cijenu koju je za isti proizvod primjenjivao u zadnjih 30 dana (osim kod posebnog oblika prodaje **usluga** na daljinu, izvan poslovnih prostorija i kod oglašavanja takve prodaje, kad ističe samo cijenu tijekom trajanja posebnog oblika prodaje usluga). Najniža cijena se može (ali i ne mora) precrtati, a ista se može označiti na neki od slijedećih načina: "Najniža cijena", "Prethodno najniža cijena" ili "Najniža cijena u prethodnih 30 dana" ili "Naša najniža cijena". U marketinške svrhe, posebni oblici koji se provode mogu se oglašavati naznakama kao što su "Rasprodaja po cijenama nižim od najnižih cijena prethodnih 30 dana", "Odobravamo popust od X% na najniže cijene" i sl.

Primjer 4. - Utvrđivanje najniže cijene kao referentne cijene u odnosu na koje se provodi sniženje cijene tijekom trajanja posebnog oblika prodaje:

Trgovac dana 2.6. prodaje robu ABC po MPC od 170,00 kn, nakon čega 12.6. istu robu zaprima po višoj nabavnoj cijeni te utvrđuje novu (višu) MPC u iznosu od 190,00 kn, da bi 20.6. zapisnikom dodatno povisio MPC na iznos od 200,00 kn. U svrhu povećanja prodaje, trgovac namjerava od 25.6. prodavati predmetnu robu po akcijskim (nižim) cijenama. U ovom primjeru, referentna cijena u odnosu na koju trgovac treba provoditi akcijsko sniženje je cijena od 170,00 kn, budući da je to najniža cijena iste robe u razdoblju od 30 dana prije početka akcijske prodaje, što znači da bi akcijska cijena morala biti 169,99 kn ili niža, ali ne niža od nabavne cijene iste robe s PDV-om.

U tom slučaju, trgovac zapisnikom snižava posljednju (višu) cijenu od 200,00 kn na (nižu) cijenu koju primjenjuje tijekom trajanja akcije (npr. na 160,00 kn). Pritom, prethodnu najnižu cijenu može, ali i ne mora označiti kao "najnižu cijenu" te precrtati.

Primjer 5. - Isticanje cijene robe po akcijskoj cijeni:

Trgovac je 1.7. stavio u prodaju perilicu rublja model ABA (kapacitet pranja rublja 8 kg, energetska razred A) koje je utvrdio MPC u iznosu od 3.500,00 kn, nakon čega najavljuje 20.7. akcijsku prodaju preostale količine televizora na zalih, po sniženoj cijeni od 3.000,00 kn. Budući je početna cijena ujedno i najniža cijena u razdoblju 30 dana prije akcijske prodaje, trgovac zapisnikom snižava tu cijenu na nižu (akcijsku) cijenu od 3.000,00 kn te obje cijene ističe na proizvodu ili njegovom prodajnom mjestu.

PERILICA RUBLJA

MODEL ABA

(kapacitet pranja rublja: 8 kg, energetska razred A)

Najniža cijena: 464,53 € / 3.500,00 kn

Akcijska cijena: 398,17 € / 3.000,00 kn

Primjer 6. - Isticanje cijene robe čija cijena je više puta mijenjana:

Trgovac obavlja prodaju neprehrambenih proizvoda, između kojih i deterdžente za pranje rublja tvorničkog naziva "Sensitiv", proizvođača Tvornice deterdženta Darko, d.o.o., Jastrebarsko, kojeg je u više navrata zaprimao po različitim različitim nabavnim cijenama zbog čega je utvrđivao i različite maloprodajne cijene. Tako tijekom mjeseca kolovoza tom proizvodu utvrđuje maloprodajne cijene kako slijedi: kod prve nabave 1.8. u iznosu od 80,00 kn; kod druge nabave 8.8. u iznosu od 150,00 kn; kod treće nabave 12.8. u iznosu od 120,00 kn, kod četvrte nabave 1.9. u iznosu od 180,00 kn. Trgovac više ne namjerava u svojoj prodavaonici prodavati deterdžente za pranje rublja istog proizvođača te 15.9. oglašava i provodi rasprodaju istih proizvoda po cijeni od 90,00 kn. Naime, budući je tijekom razdoblja od 30 dana prije provođenje rasprodaje najniža cijena tog deterdženta bila 120,00 kn, to je ujedno referentna cijena u odnosu na koju trgovac može provoditi sniženje (cijena od 80,00 kn se ne uzima u obzir jer je tu cijenu trgovac primjenjivao izvan razdoblja od 30 dana prije početka rasprodaje). Trgovac posljednju cijenu od 180,00 kn zapisnikom treba sniziti na cijenu od 90,00 kn koju će primjenjivati tijekom rasprodaje, a na proizvodu ili prodajnom mjestu ističe tu cijenu (90,00 kn) i najnižu cijenu (120,00 kn).

R A S P R O D A J A**DETERDŽENTA ZA PRANJE RUBLJA SENSITIV**

1,5 kg

Proizvodi: Tvornica deterdženta DARKO d.o.o.

10 450 Jastrebarsko, Zadržna 7.

Snižena cijena: **90,00 kn/kom**
60,00 kn/kgNajniža cijena: ~~120,00 kn/kom~~
~~80,00 kn/kg~~

**Primjer 7. - Isticanje cijene robi tijekom ljetnog sniženja:**

Trgovac obavlja prodaju odjeće u prodavaonici i putem interneta, između kojih i mušku košulju TOMI veličine M, L i XL po MPC u iznosu od 100,00 kn, da bi 1.6. istu cijenu zapisnikom snizio i prodavao po MPC od 90,00 kn. Trgovac 20.7. zaprima novu količinu istih košulja te utvrđuje MPC u iznosu od 120,00 kn. Radi uspješnije prodaje preostale količine muških košulja trgovac odlučio od 1. 8. do 29.8. provesti ljetno sezonsko sniženje predmetne robe kako u prodavaonici tako i one koje nudi i prodaje putem interneta, te u tom razdoblju prodavati predmetne muške košulje po cijeni nižoj za 18,00 kn. Kako je najniža cijena predmetne robe u razdoblju 30 dana prije provedbe ljetnog sezonskog sniženja bila utvrđena u iznosu od 90,00 kn, tada se ta cijena snižava za 18,00 kn, tako da cijena na ljetnom sezonskom sniženju iznosi 72,00 kn. U tu svrhu, posljednju cijenu od 120,00 kn zapisnički snižava na cijenu od 72,00 kn, a na prodajnom mjestu ističe tu i najnižu cijenu (72,00 kn i 90,00 kn)

U istom primjeru, trgovac umjesto sniženja cijena za određeni iznos, ljetno sezonsko sniženje može najavljivati i provoditi u postotnom sniženju za 20%.

LJETNO SEZONSKO SNIŽENJE ZA 18,00 kn
(od 1.8. do 29.8.2022.)

MUŠKA KOŠULJA TOMI
(vel. M-XL)

Najniža cijena: ~~90,00 kn~~
Cijena na sniženju: **72,00 kn**

LJETNO SEZONSKO SNIŽENJE OD 20%
(od 1.8. do 29.8.2022.)

MUŠKA KOŠULJA TOMI
(vel. M-XL)

Snižena cijena: **72,00 kn**
Naša najniža cijena: ~~90,00 kn~~

Primjer 8. - Isticanje cijene prilikom posebnog oblika prodaje usluga:

Škola stranih jezika u svojim prostorijama organizira tečajeve engleskog, njemačkog, španjolskog i talijanskog jezika svih razina (od A1.1. do C2.2.) i to u trajanju od 60 sati, s intenzitetom predavanja 3 x 2 sata tjedno, po cijenama istaknutim na cijeniku za svaku razinu tečaja. Na cjeniku koji se primjenjuje od 1.5. cijena tečaja stranog jezika razina A1.1. bila je 1.300,00 kn, a razine A1.2. bila je 1.400,00 kn. Od 1.7. na snazi je novi cijenik u kojem je cijena tečaja stranog jezika razina A1.1 utvrđena u iznosu od 1.500,00 kn, a razine A1.2. u iznosu od 1.600,00 kn. Tijekom mjesca kolovoza škola je na sve cijene tečajeva odobravalala popust od 10%, tako da je cijena tečaja razine A1.1. iznosila 1.350,00 kn, a razine A1.2. bila je 1.440,00 kn. Škola najavljuje tijekom mjeseca rujna akcijske cijene tečajeva stranih jezika razine A1.1 i razine A1.2. kako bi privukla što više novih polaznika na početne tečajeve stranih jezika. Budući je u razdoblju koji je prethodio 30 dana od dana početka provođenja akcijskih cijena na tečajeve stranih jezika iste razine, najniža cijena tečaja stranih jezika razine A1.1. bila 1.350,00 kn, a razine A1.2. u iznosu od 1.440,00 kn (zbog odobravanja popusta od 10% na primjenjivane

cijene u tom razdoblju), to znači da akcijske cijene moraju biti niže od tih cijena. U skladu s time, škola utvrđuje akcijske cijene tečaja stranih jezika razine A1.1. u iznosu od 1.300,00 kn, a razine A1.2. u iznosu od 1.400,00 kn.

CJENIK TEČAJA STRANIH JEZIKA
(primjena od 1.7.)

Jezici: engleski, njemački, španjolski i talijanski
Trajanje trajanja tečaja: 60 školskih sati
Intenzitet pohađanja tečaja: 3 x 2 sata tjedno

Razina A1.1.	1.500,00 kn	A1.2.	1.600,00 kn
Razina A2.1.	1.700,00 kn	A2.2.	1.800,00 kn
Razina B1.1.	1.900,00 kn	B1.2.	2.000,00 kn
Razina B2.1.	2.100,00 kn	B2.2.	2.200,00 kn
Razina C1.1.	2.300,00 kn	C1.2.	2.350,00 kn
Razina C2.1.	2.400,00 kn	C2.2.	2.500,00 kn

AKCIJSKE CIJENE
NA TEČAJEVE STRANIH JEZIKA RAZINE A1.1. i A1.2.
TIJEKOM MJESECA RUJNA

Najniža cijena:
razina A1.1. 1.350,00 kn razina A1.2. 1.440,00 kn
Akcijska cijena:
razina A1.1. **1.300,00 kn** razina A1.2. **1.400,00 kn**

Ako bi škola stranih jezika tečajeve stranih jezika održavala putem interneta (*on line*) tada se na cijeniku koji treba objaviti na mrežnoj stranici škole stranih jezika, ističu samo akcijske cijene tečajeva razine A1.1. i razine A1.2. (nije potrebno isticati i njihove najniže cijene u prethodnih 30 dana).

3.3. Na koju se prodaju ne primjenjuju pravila o isticanju dviju cijena

Pravila o isticanju cijena prilikom obavljanja posebnog oblika prodaje **ne primjenjuje se: a) kada su cijene proizvoda kombinirane ili vezane uz uvjetne ponude** (npr. "Dva za cijenu jednoga" ili "Jedan kupiš, jedan gratis"); **b) na programe vjernosti**, kao što su kartice za popust ili kuponi, u okviru kojih potrošač ima pravo na popust na cijene svih proizvoda trgovca ili određenih linija proizvoda tijekom produljenih neprekidnih razdoblja (npr. šest mjeseci, jedna godina i sl.) ili kojima omogućuje prikupljanje bodova za buduće kupnje; **c) na stvarna personalizirana sniženja cijena** (primjerice, kad potrošač nakon kupnje dobije vrijednosni kupon za 20% popusta koji vrijedi za slijedeću kupnju ili kupnju do kraja mjeseca, ili se sniženje odobrava pri posebnim prilikama za određenog potrošača, primjerice, nakon pristupanja programu vjernosti ili povodom rođendana i sl.); **d) popust za određenu skupinu potrošača** (npr. za umirovljenike, djecu, mladence i sl.) i **na određeni način plaćanja** (za gotovinsko plaćanje i sl.). U navedenim slučajevima trgovac je dužan u poslovnom prostoru (prodavaonica, internet stranica, katalogi) vidno istaknuti uvjete takve prodaje i istih se pridržavati.

U primjenjivanju promidžbene prakse kojima se promiču prethodno navedene cjenovne prednosti u kojima se ne primjenjuju pravila o isticanju (dviju) cijena na način kako je to propisano čl. 19.st.4. i 6. Zakona, primjena takvih praksi ocjenjuje se prema Zakonu u skladu s odredbama o nepoštenoj poslovnoj praksi. S druge strane, preduga razdoblja u kojima se primjenjuju posebne pogodnosti (sniženja cijene



na, popusti) u usporedbi s razdobljem u kojima se proizvod prodaje po redovnoj cijeni, ili oglašavanja poput "Sniženje do 70%", a kad je cijena smanjena za taj postotak samo za nekoliko proizvoda, dok je cijena ostalih proizvoda snižena u znatno nižem postotku, također može biti smatrana nepoštenom zavaravajućom poslovnom praksom trgovca prema potrošačima, što se ocjenjuje u svakom konkretnom slučaju.

4. Primjena pravila o isticanju cijena kod odobravanja popusta na proizvode

Ako trgovac odobrava potrošačima prodajne uvjet, dužan je uvjete prodaje jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti u poslovnom prostoru (prodavaonici, kiosku, prodajnom štandu, internet stranici web shopa) i pridržavati se istaknutih uvjeta. Popust kao poseban uvjet prodaje, trgovac može odobriti za pojedine proizvode ili skupinu proizvoda, pojedine skupine potrošača (npr. umirovljenike, vojnike, djecu, mlade i dr.) ili pojedine oblike plaćanja (npr. za gotovinsko plaćanje).



ističemo...

Odredbom čl. 8. st. 4. Zakona izrijekom je propisano da ako trgovac, kao poseban uvjet prodaje odobrava popust za pojedine proizvode ili skupine proizvoda, dužan je istaknuti MPC u skladu s odredbama kojima se uređuje isticanje cijena kod posebnih oblika prodaje, osim ako drugačije nije uređeno posebnim zakonom.

To znači, da se obveza isticanja cijena na način propisan odredbama Zakona za isticanje cijena tijekom provođenja posebnog oblika prodaje, odnosi isključivo na odobravanje popusta za pojedine proizvode (pr. za mlijeko određenog proizvođača, mušku obuću određene veličine, za određeni model televizora) ili skupinu proizvoda (npr. za dječju odjeću, za voće i povrće, za perilice rublja svih proizvođača i modela koje trgovac prodaje), a ne kada se popust odobrava za pojedine skupine potrošača ili oblike plaćanja.

Ako bi trgovac odobravao popust u određenoj visini postotka na **ukupnu kupnju**, smatramo da u tom slučaju nije obvezan primjenjivati pravila o isticanju (dviju) cijena, a kao što je to propisano za posebne oblike prodaje, već cijene ostaju istaknute kao i u redovnoj prodaji, a popust se odobrava i iskazuje na računu potrošača (obavijest o odobravanju popusta na ukupnu kupnju, kao i o visini odobrenog popusta, mora biti vidno istaknuta u prodajnom prostoru).

Primjer 9. - Isticanje cijene za robe za koju se odobrava popust:

Trgovac od lipnja obavlja prodaju meda na štandu na prostoru tržnice na malo, pored ostalih i bagremov med u pretpakovini od 1000 g, po cijeni u iznosu od 120,00 kn. Tijekom mjeseca srpnja trgovac oglašava akcijsku prodaju meda po cijeni od 100,00 kn. U tu svrhu trgovac treba sačiniti zapisnik o sniženju cijene od 120,00 kn na akcijsku cijenu od 100,00 kn. Trgovac radi boljeg plasmana prodaje najavljuje i provodi odobravanje popusta od 10% na cijene bagremovog meda tijekom mjeseca kolovoza. Budući je u razdoblju od 30 dana prije prodaje meda s popustom, najniža cijena tom proizvodu bila akcijska cijena od 100,00 kn, tada je to ujedno i referentna cijena u odnosu na koju se izračunava smanjenje cijene za oglašavanih 10%. Na prodajnom mjestu ili na medu trgovac ističe najnižu cijenu od 100,00 kn i cijenu umanjenu za odobrenih 10% popusta (90,00

kn). Zapisnik o sniženju cijena nije potrebno sačinjavati budući se popust iskazuje i odobrava na računu potrošača.

BAGREMOV MED - 1000 g
(tijekom kolovoza odobravamo
popust od 10%)

Cijena: 100,00 kn
Cijena s popustom: 90,00 kn

5. Iskazivanje cijena u eurima

Potpisivanjem Ugovora o pristupanju RH Europskoj uniji, Republika Hrvatska je preuzela obvezu uvođenja eura nakon što ispuni zadan kriterije za ulazak u eurozonu. Nacionalnim planom zamjene hrvatske kune eurom koji je donijela Vlada RH u prosincu 2020. godine predviđeno je razdoblje obveznog dvojnog iskazivanja (u eurima i u kunama) s početkom primjene prvog ponedjeljka u rujnu 2022. te završava protekom 12 mjeseci od datuma uvođenja eura, odnosno koje započinje 5.9.2022. i traje zaključno do 31.12.2023. Dvojno iskazivanje provodit će se u skladu sa Zakonom o uvođenju eura (koji se nalazi u proceduri donošenja), Zakonom o zaštiti potrošača i Pravilnikom o načinu isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda i usluga.

Koordinacijski odbor za prilagodnu gospodarstva i zaštitu potrošača u siječnju 2022. donio je Smjernice za prilagodbu gospodarstva u procesu zamjene hrvatske kune eurom, koji sadrži detaljne informacije za poduzetnike o prilagodbama vezano za dvojno iskazivanje. U smjernicama je navedeno da isti dokument ipak ne predstavlja službeno tumačenje pravnih odredbi te je podložan promjenama stupanjem na snagu Zakona o uvođenju eura kao službene valute u RH. U nastavku članka dajemo prikaz bitnih odredbi iz predmetne Smjernice koje se odnose na način dvojnog isticanja cijena.

5.1. Općenito o obvezi dvojnog iskazivanja

Dvojno iskazivanje treba biti nedvosmisleno, lako uočljivo i čitko, a prilikom preračunavanja uvijek se mora koristiti puni iznos fiksnog tečaja konverzije kojeg će utvrditi Vijeće EU i koji se sastoji od cijelog broja iza kojeg slijedi pet decimala. Nakon provedenog preračunavanja (konverzije) iz kune u euro (primjenom punog brojčanog iznosa fiksnog tečaja, dobiveni rezultat se zaokružuje na dvije decimale s točnošću od 1 centa, a na temelju treće decimale. Ako je treća decimale manja od pet (od 0 - 4) druga decimale ostaje nepromijenjena, a ako jednaka ili veća od pet (od 5 - 9), druga decimale povećava se za jednu, tj. zaokružuje na viši cent. (Npr. ako je preračunati iznos eura 25,201. zaokružuje se na 25,20., ako je preračunati iznos eura 9,289. zaokružuje se na 9,29 eura).

Za potrebe pojašnjavanja primjera isticanja cijena u eurima, u ovom članku se primjenjuje fiksni tečaj konverzije iz Smjernice, a koji iznosi 1 EUR = 7,53450 HRK.

Dvojno iskazivanje obvezno je kod svih oblika prodaje na malo: u poslovnim prostorijama, odnosno na robu ili na prodajnom mjestu ili na cjeniku, ako se radi o uslugama; putem internet trgovine; izvan poslovnih prostorija i ugovora na daljinu; putem telefona; i tijekom provođenja promotivnih i marketinških aktivnosti.

Iznimno, od obveze dvojnog iskazivanja cijena (i drugih novčanih iskaza vrijednosti roba i usluga u odnosu prema potrošačima) izuzeti su: totemi benzinskih postaja (stupovi sa iskazanim cijenama i

derivatima), agregati i električne punionice; zasloni blagajni i samoposlužni uređaji za prodaju roba i usluga; aparati za povrat ambalaže (TOMRA) te povratne naknade ambalaže koje su vidljive na automatiziranom uređaju za preuzimanje otpadne ambalaže; povratna naknada na ambalaži; TV sučelja u svrhu prodaje usluga; uređaji za samoočitavanje cijena u trgovini (*price checker*); iznosi na strojevima za vaganje te naljepnice s vaganim barkodom i cijenom; unaprijed plaćene elektroničke komunikacije (*prepaid* bonovi); ambalaža SIM kartica; kartice za javne telefonske govornice; svi oblici prodaje robe na malo izvan prodavaonica (prigodna prodaja, prodaja putem automata, na štandovima i klupama na tržnicama i izvan tržnica te unutar trgovačkih centara i ustanova, putem kioska, pokretna prodaja, prodaja u proizvodnim objektima obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i objektima pravnih ili fizičkih osoba koje posjeduju povlasticu za akvakulturu ili povlasticu za uzgoj riba i drugih morskih organizama, u spremištima, trapilištima i sl. koja prodaju poljoprivredni sadni materijal te u prostorima kulturnih, sakralnih, obrazovno-pedagoških, sportskih, znanstvenih i drugih javnih ustanova te prostorima koji su proglašeni zaštićenim područjem prirode u skladu s posebnim propisima); karte i ulaznice; kuponi za popuste i kuponi u vrijednosti vraćene robe; cijene otisnute na knjigama i drugim periodičkim publikacijama; igre na sreću i zabavne igre; iznosi koji se naznačuju na pošiljkama i uputnicama; darovne (poklon) kartice; poštanske marke, frankirane marke i biljezi; carinske deklaracije; i taksimetar. Za sve navedene iznimke, do 31.12.2022. cijene moraju biti iskazane u kunama, a od 1.1.2023. u eurima. Međutim, navedene iznimke ne odnose se na obvezu dvojnog iskazivanja ukupnog iznosa na računima, što znači da se na računu za kupljenu robu u navedenim oblicima prodaje odnosno navedenoj robi i/ili uslugama, iznos mora iskazati u kunama i eurima. Pritom se obveza dvojnog iskazivanja odnosi (samo) na ukupan iznos na računu, što znači da će trgovci morati blagajne i naplatne uređaje prilagoditi za dvojno iskazivanje iznosa kako bi na računima ukupan iznos bio iskazan u obje valute), uz obvezu iskazivanja i fiksnog tečaja konverzije.

5.2. Način dvojnog iskazivanja cijena roba i usluga

Smjernice predlažu da se dvojno iskazivanje cijena obavlja na način da je cijena u eurima primarna (na lijevoj strani ili iznad), a u kunama sekundarna (na desnoj strani ili ispod) s time da se prilikom navođenja cijena roba i usluga koristi za cijenu u eurima, oznaka EUR ili znak € i to za iznosa i razmaka (primjerice iznos od 30 EUR ili 30 €). No, o načinu i modelu dvojnog iskazivanja cijena u konačnici odlučuje svaki trgovac samostalno, uvažavajući obveze o dvojnog iskazivanju kako će biti propisano Zakonom o uvođenju eura kao službene valute u RH, Zakonom o zaštiti potrošača i Pravilnikom o načinu isticanja maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda i usluga.

Na vidljivom mjestu u prodajnom prostoru i mjestu pružanja usluga, na internetskim stranicama i na samonaplatnim uređajima, trgovac će morati istaknuti fiksni tečaj konverzije, a ukoliko prodaju obavlja putem telefona isti treba biti jasno komuniciran.

Kad je riječ o prodaji izvan poslovnih prostorija ili putem telefona, dvojna cijena se mora iskazati u predugovornim obavijestima koje se potrošaču moraju dostaviti prije sklapanja ugovora izvan poslovnih prostorija te u ponudi koju trgovac dostavlja potrošaču na trajnom mediju nakon ponude koju je potrošaču dao putem telefona. Tijekom provođenja promotivnih i marketinških aktivnosti (primjerice na tiskanim letcima i katalogima, TV oglasima, oglasnim panoima, društvenim mrežama, internet stranicama, mobilnim aplikacijama i

drugim medijima) moraju se također iskazati dvojne cijene, a fiksni tečaj konverzije je potrebno prikazati na jednom mjestu, odnosno ne za svaku robu ili uslugu (primjerice, u slučaju letka - na dnu letka, u slučaju kataloga - na početnoj stranici kataloga, u slučaju TV oglašavanja - na dnu ili vrhu ekrana).

Primjer 10. - Dvojno isticanje cijena pretpakirane i nepretpakirane robe:

Jabuka zelena (OPG Darko)		
1,06 EUR/kg 8,00 kn/kg		
Lutka Paula		
3, 32 €	25,00 kn	
Voćni sok VOČKO (1,5 L)		
MPC	2,00 €	15,00 kn
CJM	1,33 €	10,00 kn

Primjer 11. - Dvojno iskazivanje cijena kod posebnog oblika prodaje:

Lutka Paula (popust 10%)		
Cijena s popustom	2,98 €	22,50 kn
Najniža cijena	3,32 €	25,00 kn
Ženska majica NADA (akcija)		
MPC	10,62 €	80,00 kn
Najniža cijena	13,27 €	100,00 kn

Primjer 12. - Dvojno iskazivanje cijena usluga:

CJENIK FRIZERSKIH USLUGA		
Usluga	Cijena	
Šišanje za žene	19,91 €	150,00 kn
Šišanje za muškarce	13,27 €	100,00 kn
Šišanje djece	10,60 €	80,00 kn
Feniranje	9,29 €	70,00 kn
Bojanje kose	15,93 €	120,00 kn
Napomena: Tečaj eura prema središnjem paritetu 1 € = 7,53450 kn Za umirovljenike odobravamo popust od 10%.		

6. Zaključak

Obveza isticanja cijena proizvoda u djelatnosti trgovine na malo maloprodaji i prilikom pružanja usluga u trgovini, i kao i obveza pridržavanja tako istaknutih cijena, propisana je prije svega radi zaštite osnovnih prava potrošača zajamčenih odredbama Zakona o zaštiti potrošača, posebice prava na točnu i potpunu informaciju o cijeni te zaštitu ekonomskih interesa potrošača. U svrhu sprječavanja manipulacije trgovaca glede lažnog oglašavanja i provođenja sniženja koja u stvarnosti to nisu, novim Zakonom propisano je da trgovac





koji provodi poseban oblik prodaje robe, mora istaknuti cijenu tijekom trajanja posebnog oblika prodaje i najnižu cijenu koju je za istu robu primjenjivao tijekom razdoblja 30 dana prije održavanja takve prodaje, kao i u slučaju obavljanja posebnog oblika prodaje usluga, osim kod sklapanja ugovora o uslugama izvan poslovnih prostorija trgovca i ugovora na daljinu te oglašavanja posebnih oblika prodaje usluga, u kom slučaju ističe samo cijenu tijekom trajanja takve prodaje. Povećana razina zaštite potrošača od provođenja lažnih (prijevarnih) snižavanja osigurana je kroz odredbe Smjernice Europske komisije za tumačenje i primjenu čl. 6.a. Direktive 98/6/EZ prema kojoj svako naznačeno postotno sniženje mora se temeljiti na prethodnoj odnosno najnižoj cijeni istog proizvoda koja se primjenjivala u razdoblju 30 dana prije održavanja posebnog oblika prodaje. Od 5. rujna 2022. do zaključno 31. prosinca 2023. cijene će se morati iskazivati u kunama i eurima u skladu s odredbama Zakona o uvođenju eura, osim za pojedine oblike i načine prodaje odnosno pojedinu robu i usluge koje su tim Zakonom izuzete od obveze dvojnog iskazivanja cijena.

Ne zaboravite:

- **Trgovac mora jasno, vidljivo i čitljivo istaknuti iznos maloprodajne cijene i cijene za jedinicu mjere proizvoda koju pruža, osim u slučaju prodaje robe u rasutom stanju kada ističe samo maloprodajnu cijenu, a cijenu za jedinicu mjere nije potrebno isticati ako je istovjetna s maloprodajnom cijenom;**
- **Cijene se ističu u kunama (kn), a uz to se mogu isticati i u drugim valutama, u kom slučaju za potrošača je mjerodavna cijena istaknuta u kunama;**
- **Cijene se ističu na proizvodu ili na prodajnom mjestu, a uz maloprodajnu cijenu i cijenu za jedinicu mjere ne smiju se isticati druge cijene, osim u slučaju posebnih oblika prodaje;**
- **Ako trgovac provodi poseban oblik prodaje (sezonska sniženja, akcijske prodaje, rasprodaje, prodaju robe s greškom ili kojoj skoro istječe rok) mora istaknuti cijenu tijekom trajanja posebnog oblika prodaje i najnižu cijenu koju je za isti proizvod primjenjivao u razdoblju 30 dana prije početka održavanja posebnog oblika prodaje;**
- **Pravilo o isticanju dviju cijena tijekom trajanja posebnog oblika prodaje primjenjuje se na sve oblike i načine prodaje robe (u poslovnoj prostoriji, izvan poslovnih prostorija kao i na daljinu) te bez obzira na duljinu trajanja takve prodaje, kao i kod oglašavanja te kod obavljanja posebnih oblika prodaja (pružanja) usluga u poslovnoj prostoriji trgovca;**
- **Kod posebnog oblika prodaje usluga koje se pružaju izvan poslovnih prostorija trgovca i na daljinu te kod oglašavanja, ističe se samo cijena koja se primjenjuje tijekom provođenja posebnog oblika prodaje (akcije, sniženja, odobravanja popusta);**
- **Referentna cijena proizvoda u odnosu na koje se provodi snižavanja cijena tijekom posebnog oblika prodaje je najniža cijena koju je trgovac primjenjivao za isti proizvod u razdoblju od 30 dana prije održavanja posebnog oblika prodaje;**
- **Ako trgovac za pojedine proizvode ili skupinu proizvoda odobrava popust, dužan je istaknuti cijenu koju primjenjuje tijekom odobravanja popusta i najnižu cijenu istog proizvoda koju je primjenjiva u prethodnom razdoblju od 30 dana.**

BESPLATNO ZA PRETPLATNIKE

**SVAKODNEVNO KORIŠTENJE STRUČNE
TELEFONSKE KONZULTANTSKE SLUŽBE!**



**Ponedjeljom i četvrtkom
od 11.00 do 15.30 sati,
utorkom, srijedom i petkom
od 8.30 do 13.00 sati.**

www.racunovodstvo-porezi.hr

Objavite svoje financijske izvještaje u RiPup-u

Cijena: **980⁰⁰ kn + PDV**

T: 01 / 49 21 737