

CLeuIM



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MASTER STUDIJE PRAVNOG FAKULTETA UCG - PRAVO ZAŠTITE POTROŠAČA-

ZAŠTITA POTROŠAČA U OBLASTI NEPOŠTENIH UGOVORNIH ODREDBI I NEPOŠTENIH POLOVNIH PRAKSI

doc. dr Nikola Dožić

CLeuIM



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



NEPOŠTENE UGOVORNE ODREDBE

doc. dr Nikola Dožić

Izvori prava u ovoj oblasti

Zakon o zaštiti potrošača – nepoštene ugovorne odredbe

- horizontalna pravila
- kongentna pravila

Zakon o potrošačkim reditima – nepoštene ugovorne odredbe

- samo predviđanje zabrane poslovanja u slučaju nepravičnih

Zakon o zaštiti potrošača – korisnika finansijskih usluga – nepravične

- pozivanje na primjenu pravila ZZP-a

Nedosljednost u terminologiji domaćeg zakonodavca

Direktiva 93/13/EEZ o nepoštenim uslovima u potrošačkim ugovorima

Na koje se ugovore primjenjuju pravila...

Kada prof. trgovac prodaje proizvod ili pruža uslugu **sklapate ugovor** – kako o članstvu u teretani, naručivanju internetom bilo kog proizvoda, nedeljnoj nupovini namirnica.

Sve standardne ugovorne odredbe koje upotrebljavaju trgovci moraju biti poštene:

- Opšti uslovi poslovanja...
- Odredbe koje čine dio detaljnog ugovora koji morate potpisati...

Ugovorom se ne smije stvoriti neravnoteža između prava i obveza potrošača i prava i obveza trgovca.

Ugovorne odredbe moraju biti **jasne i razumljive**. Sve nejasnoće tumačit će se u korist potrošača.

Koje se odredbe mogu smatrati nepoštenim...

Načelno – sve o kojima se nije pojedinačno pregovaralo, ali ova pravila se ne primjenjuju se na ugovorne odredbe o:

- kojima se u ugovor unose zakonske odredbe prinudne prirode ,
- kojima se u ugovor unose odredbe i načela međunarodnih ugovora koji obavezuju Crnu Goru

Nije dopušteno ocjenjivati jesu li ugovorne odredbe o **predmetu ugovora i cijeni poštene** ako su te odredbe jasne, lako razumljive i uočljive

Razlikujemo posebno:

- Opšte kriterijume za ocjenu nepoštenosti odredbe
- Posebne kriterijume za ocjenu nepoštenosti odredbe – siva lista

Opšti kriterijume za ocjenu nepoštenosti odredbe

Svaka odredba:

– o kojoj se nije pojedinačno pregovaralo

- ako je tu odredbu *unaprijed formulisao trgovac*, zbog čega *potrošač nije imao uticaj na njen sadržaj*
- posebno ako je riječ o odredbi unaprijed formulisanog standardnog ugovora trgovca
- Ako se o nekoj pregovaralo – druge odredbe mogu biti predmet ocjene ako je formularni ugovor u pitanju
- Teret dokazivanja da se o odredbi pregovaralo – na trgovcu

– ako, suprotno načelu savjesnosti i poštenja

- Pravni standard – objektivni koncept

– uzrokuje znatnu neravnotežu u pravima i obvezama ugovornih strana na štetu potrošača

- Normativni a ne ekonomski kriterijum – nije u pitanju nesrazmjera davanja
- Formalni kriterijum – ista prava za obje ugovorne strane
- Materijalni kriterijum - da li su interesi obje ugovorne strana podjednako uzeti u obzir (kakve su dispoz.z.norme i da li je potrošač imao razloga da od njih odstupi, i da li su ta odstupanja rezultat zahtjeva ili specifičnosti potrošača)

Siva lista

- 1) ograničava ili isključuje odgovornost trgovca za štetu prouzrokovanu smrću ili tjelesnom povredom potrošača, ako je šteta posljedica štetne radnje trgovca;
- 2) ograničavaju ili isključuju prava koja potrošač ima prema trgovcu ili nekom trećem licu u slučaju potpunog ili djelimičnog neispunjenja ugovora, uključujući i odredbu o isključenju prebijanja duga potrošača sa dugom koji trgovac ima prema potrošaču;
- 3) potrošač obavezuje na ispunjenje ugovorne obaveze, a ispunjenje obaveze trgovca je uslovljeno okolnostima čije ispunjenje zavisi isključivo od volje trgovca;
- 4) predviđa da trgovac zadrži plaćeni iznos od potrošača kada potrošač odluči da ne zaključi odnosno ne izvrši ugovor, a to se pravo ne predviđa za potrošača ako trgovac ne želi da zaključi, odnosno izvrši ugovor;
- 5) potrošač obavezuje na naknadu štete zbog neizvršavanja ugovora u iznosu većem od stvarno prouzrokovane štete;
- 6) trgovac ovlašćuje na raskid ugovora na osnovu svoje diskrecione ocjene, a isto pravo nije predviđeno i za potrošača;
- 7) trgovac ovlašćuje da, u slučaju kada raskine ugovor, zadrži plaćeno za usluge koje nije pružio;
- 8) trgovac ovlašćuje na otkaz ugovora zaključenog na neodređeno vrijeme bez ostavljanja primjerenog otkaznog roka, osim u slučajevima kada postoje opravdani razlozi za otkaz ugovora;

Siva lista

9) određuje da će se ugovor na određeno vrijeme produžiti na neodređeno ili određeno vrijeme bez pristanka potrošača prije prestanka ugovora, ako je rok u kojem potrošač može da izjavi da ne pristaje na produžetak ugovora neprimjereno kratak;

10) potrošaču nameću određene obaveze, a potrošaču prije zaključenja ugovora nije omogućeno da se upozna sa tom odredbom;

11) trgovcu dopušta da jednostrano mijenja ugovorne odredbe bez valjanog, ugovorom predviđenog razloga;

12) trgovcu dopušta da jednostrano mijenja karakteristike proizvoda koji je predmet ugovora, bez valjanog razloga;

13) cijena robe ili usluge utvrđuje u vrijeme isporuke robe, odnosno pružanja usluge ili kojom se trgovcu dopušta povećanje cijene, bez prava potrošača na raskid ugovora, ako je stvarna cijena viša od cijene ugovorene u vrijeme zaključenja ugovora;

14) trgovcu daje pravo da ocijeni da li je proizvod saobrazan ugovoru;

15) trgovcu daje isključivo pravo tumačenja svih ili pojedinih odredaba ugovora;

Siva lista

16) isključuje ili ograničava odgovornost trgovca za obaveze koje je za njega preuzeo njegov zastupnik ili odredba kojom se poštovanje tih obaveza uslovljava ispunjenjem određenih formalnosti;

17) obavezuje potrošač na ispunjenje svojih ugovornih obaveza i ako trgovac nije ispunio ugovorne obaveze;

18) trgovcu dopušta da bez prethodnog pristanka potrošača prenese prava i obaveze iz ugovora na treće lice, ako se potrošač time dovodi u nepovoljniji položaj;

19) isključuje, ograničava ili otežava pravo potrošača da prava iz ugovora ostvari pred sudom ili drugim nadležnim organom ili organizacijom, a naročito kojom se obavezuje potrošač na rješavanje spora pred arbitražom koja nije predviđena odgovarajućim propisima, odnosno koja onemogućava izvođenje dokaza koji idu u prilog potrošaču ili odredba kojom se teret dokazivanja prebacuje na potrošača kada bi, na osnovu mjerodavnog prava, teret dokazivanja bio na trgovcu.

Posljedice nepoštenih odredbi u ugovoru

Nepoštene odredbe u potrošačkim ugovorima ništave su.

Ništavost neke odredbe ugovora ne povlači ništavost i samog ugovora, ako ugovor može opstati bez ništave odredbe.

Okolnosti koje se uzimaju u obzir prilikom ocjene ugovora

Prilikom ocjene da li je određena ugovorna odredba nepoštena cijeni se priroda proizvoda koji predstavlja predmet ugovora, sve okolnosti prije i prilikom zaključenja ugovora, druge ugovorne odredbe, kao i drugi ugovor koji, u odnosu na ugovor koji se ocjenjuje, predstavlja glavni ugovor.

Nedopuštenost ocjene pojedinih ugovornih odredaba

Nije dopušteno ocjenjivanje nepoštenosti ugovornih odredaba o predmetu ugovora i cijeni ako su te odredbe čitke, jasne, nedvosmislene, razumljive i lako uočljive.

Izuzetno dopušteno je ocjenjivati ugovorne odredbe koje se odnose na formiranje i promjenu cijena, kao i na način plaćanja.

Odredbe ugovora u pisanoj formi

Ako ugovor mora biti sačinjen u pisanoj formi, u skladu sa zakonom ili sporazumom stranaka, odredbe ugovora moraju biti napisane čitko, jasno, nedvosmisleno, razumljivo i lako uočljive.

Tumačenje ugovora

Nejasne, dvosmislene ili nerazumljive ugovorne odredbe tumače se u smislu koji je najpovoljniji za potrošača.

Ova odredba ne primjenjuje se u postupcima pokrenutim u skladu sa pravilima o kolektivnoj zaštiti interesa potrošača.



NEPOŠTENE POLOVNE PRAKSE

doc. dr Nikola Dožić

Izvori prava u ovoj oblasti

Zakon o zaštiti potrošača – nepoštene ugovorne odredbe

- horizontalna pravila
- kongentna pravila

Zakon tržišnoj inspekciji

Direktiva 2005/29/EC o nepoštenim poslovnim praksama

Pojam poslovne prakse

Poslovna praksa trgovca prema potrošaču je svaka radnja, propust, ponašanje ili prezentacija, poslovna komunikacija, uključujući oglašavanje i marketing proizvoda, koju preduzima trgovac, a direktno je povezana sa promocijom, prodajom ili isporukom proizvoda potrošaču.

Pravna priroda pravila o NPP

- Horizontalna i opšta pravila (predviđeni izuzeci za posebna pravila o NPP)
- Pravila javnog prava koja utiču na regulaciju tržišta
- Preventivni karakter pravila

NAČIN DEFINISANJA NEPOŠTENE PRAKSE

- Opšta definicija nepoštene poslovne prakse
- Definisavanje pojedinih oblika nepoštene poslovne prakse
- Određivanje pojedinih oblika nepoštene poslovne prakse putem crne liste

Pojam nepoštene poslovne prakse

Nepoštenom poslovnom praksom smatra se praksa koja:

- je suprotna zahtjevima **profesionalne pažnje**;
- u pogledu određenog proizvoda **bitno utiče** ili je vjerovatno da će bitno uticati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača koji je tom djelovanju izložen ili kome je namijenjena ili **prosječnog člana grupe potrošača** kada je poslovna praksa usmjerena na posebnu grupu potrošača;
- obmanjujuća poslovna praksa;
- agresivna poslovna praksa;
- zahtjev za plaćanje potraživanja za iznos računa koje potrošač osporava u sudskom, vansudskom ili upravnom postupku, a redovno plaća nesporne iznose računa;
- isporuka robe ili pružanje usluge koju potrošač nije naručio, a za koju trgovac zahtjeva plaćanje.

Poslovna praksa koja će vjerovatno bitno uticati na ekonomsko ponašanje jasno odredive grupe potrošača koji su zbog tjelesnih ili duševnih mana, starosne dobi ili lakomislenosti posebno osjetljivi na određenu poslovnu praksu ili određeni proizvod, na način koji je trgovac mogao razumno predvidjeti, procjenjivaće se prema prosječnom članu te grupe potrošača.

Prethodna odredba ne primjenjuje se na slučajeve uobičajenog i dopuštenog oglašavanja koje podrazumijeva i davanje pretjeranih izjava ili izjava koje ne treba uzimati doslovno.

Polje primjene pravila o nepoštenoj poslovnoj praksi

Svaka praksa trgovca u odnosu prema potrošaču prije, za vrijeme i nakon zaključenja pravnog posla u

vezi s određenim proizvodom, s tim da se ova pravila ne utiču na primjenu pravila i propisa:

- ugovornog prava, naročito pravila o punovažnosti, sačinjavanju ili pravnim posljedicama ugovora;
- kojima se uređuju zdravstveni i zahtjevi bezbjednosti za proizvode;
- kojima se određuje nadležnost sudova;
- kojima se određuju uslovi zasnivanja ili sistem odobravanja uređenih profesija, kao i primjena deontoloških kodeksa ponašanja ili druga posebna pravila, a čija je svrha da održe visok stepen profesionalnog integriteta tih profesija.

Pravila o NPP ne primjenjuju se na izdavanje sertifikata i utvrđivanje stepena finoće predmeta od dragocjenih metala.

Ako su pojedini aspekti nepoštene poslovne prakse uređeni posebnim propisima, pravila o NPP iz ZZP-a ne primjenjuju se na te aspekte.

Pojam obmanjujuće poslovne prakse

Poslovna praksa smatra se obmanjujućom ako sadrži informacije koje je čine neistinitom, ili na drugi način obmanjuje ili je vjerovatno da će obmanuti prosječnog potrošača u pogledu neke od okolnosti, koje su navedene u sledećem pasusu, čime ga navodi ili je vjerovatno da će da ga navede da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.

Postojanje obmanjujuće poslovne prakse može da se odnosi na sljedeće okolnosti:

1) postojanje ili prirodu proizvoda;

2) osnovne karakteristike proizvoda koje se odnose na dostupnost, korist, rizike, način izrade, sastav, dodatke koji prate proizvod, pomoć koja se pruža potrošačima poslije prodaje i postupanje po njihovim prigovorima, način i datum proizvodnje ili nabavke, isporuku, podobnost za ostvarivanje cilja, način korišćenja, količina, specifikacija, geografsko ili tržišno porijeklo, rezultati koji se očekuju od njegove upotrebe ili rezultati i bitni pokazatelji ispitivanja ili provjera sprovedenih na proizvodu;

3) obim obaveza trgovca, razloge za određeno postupanje trgovca, kao i prirodu postupka prodaje, izjavu ili simbol koji se odnosi na direktno ili indirektno sponzorstvo ili preporučivanje trgovca ili proizvoda;

4) cijenu proizvoda ili način na koji je cijena obračunata ili obećanje prodajne pogodnosti u pogledu cijene;

Pojam obmanjujuće poslovne prakse

Postojanje obmanjujuće poslovne prakse može da se odnosi na sljedeće okolnosti:

5) potrebu servisiranja, rezervnih dijelova, zamjenu ili popravku;

6) prirodu, obilježja i prava trgovca ili njegovog zastupnika, kao što su identitet, imovina, kvalifikacije, status, odobrenja, članstvo u određenim udruženjima ili povezanost s nekim drugim subjektima, industrijska, komercijalna ili intelektualna svojina, nagrade i priznanja;

7) prava potrošača, uključujući pravo zamjene ili povraćaja plaćenog iznosa, u skladu sa odredbama ovog zakona kojima se uređuje saobraznost ugovoru i garancija, kao i rizicima kojima potrošač može biti izložen.

Poslovna praksa smatra se obmanjujućom i ako, u određenom slučaju, uzimajući u obzir sva obilježja i okolnosti slučaja, prosječnog potrošača navede ili je vjerovatno da će da ga navede da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio, a obuhvata:

1) bilo koji oblik stavljanja proizvoda na tržište, uključujući i komparativno oglašavanje koje otežava razlikovanje tog proizvoda od drugih proizvoda, žigova, trgovačkih naziva ili drugih znakova raspoznavanja konkurenata na tržištu;

2) nepoštovanje obaveza od strane trgovca, koje proizilaze iz kodeksa koji ga obavezuje, pod uslovom da ta obaveza ne predstavlja samo namjeru već utvrđenu obavezu koju je moguće provjeriti, a pod uslovom da je trgovac u okviru poslovne prakse naznačio da je vezan tim kodeksom.

Obmanjujuća propuštanja

Poslovna praksa smatra se obmanjujućom ako u određenom slučaju, uzimajući u obzir sva obilježja i okolnosti slučaja, kao i ograničenja sredstva komunikacije, ne sadrži važna obavještenja koja su potrebna prosječnom potrošaču za donošenje odluke o pravnom poslu zasnovane na potpunoj informisanosti i time ga navede ili je vjerovatno da će da ga navede da donese odluku o pravnom poslu koju inače ne bi donio, kao i:

- skrivanje važnih obavještenja ili pružanje nejasnih, nerazumljivih, dvosmislenih ili nepravovremenih obavještenja;
- nenavođenje svrhe poslovne prakse koja nije očigledna iz okolnosti slučaja.

Kada trgovac koristi sredstvo komunikacije koje je prostorno ili vremenski ograničeno, a prilikom ocjene da li je određeno važno obavještenje izostavljeno uzimaju se u obzir ta ograničenja i druge mjere koje je trgovac preduzeo radi dostavljanja tih obavještenja potrošaču na neki drugi način.

Obmanjujuća propuštanja

U slučaju poziva na kupovinu, ako nije očigledno iz okolnosti slučaja, bitnim će se smatrati informacije

o:

- osnovnim obilježjima proizvoda u mjeri koja je prikladna proizvodu i sredstvu komunikacije koje se koristi;
- sjedištu i identitetu trgovca, kao što su naziv ili ime i, ako je to potrebno, adresa i identitet lica u čije ime nastupa;
- cijeni proizvoda ili, kad priroda proizvoda ne omogućava da cijena bude izračunata unaprijed, načinu na koji će cijena biti izračunata, kao i o, kad je vjerovatno da će iziskivati dodatne troškove, poštanskim troškovima i troškovima prevoza i dostave, a ako ti troškovi ne mogu biti izračunati unaprijed, naznaku da se plaćaju i ti dodatni troškovi;
- uslovima plaćanja, dostave, drugim elementima ispunjenja ugovora, kao i sistemu rješavanja prigovora potrošača, ako ti elementi odstupaju od zahtjeva profesionalne pažnje, i
- postojanju prava na raskid ili otkaz ugovora, ako je riječ o proizvodima ili pravnim poslovima za koje su predviđena i ta prava.

Bitnim informacijama smatraju se i informacije koje je trgovac dužan da pruži potrošaču prilikom poslovne komunikacije, uključujući oglašavanje i stavljanje proizvoda na tržište, u skladu sa ovim ili drugim zakonom

Obmanjujuća poslovna praksa – Crna lista

Obmanjujućom poslovnom praksom u svim okolnostima smatraju se:

- 1) neistinita tvrdnja trgovca da je potpisnik određenog kodeksa;
- 2) isticanje zaštitnih znakova, znakova kvaliteta ili sličnih znakova bez propisanog odobrenja;
- 3) neistinita tvrdnja da je kodeks koji trgovac primjenjuje odobrila ovlaštena organizacija;
- 4) neistinita tvrdnja trgovca da je njegovu djelatnost, poslovnu praksu ili proizvod odobrio, preporučio ili dopustio nadležni organ ili imenovana, odnosno ovlaštena organizacija, odnosno da njegova poslovna praksa ili proizvod ispunjava zahtjeve za izdavanje tog odobrenja, preporuke ili dozvole;
- 5) pozivanje na kupovinu proizvoda po određenoj cijeni, bez obavještenja o razumnim osnovima zbog kojih bi trgovac mogao očekivati da neće biti u mogućnosti da isporuči, odnosno osigura da drugi trgovac isporuči taj ili sličan proizvod po cijeni, u roku i u količini koji su razumni s obzirom na taj proizvod, obim oglašavanja proizvoda i ponuđenu cijenu;
- 6) pozivanje na kupovinu proizvoda po određenoj cijeni, uz odbijanje trgovca da potrošaču pokaže oglašeni proizvod ili da prihvati narudžbinu potrošača ili odbijanje da dostavi proizvod u razumnom roku, kao i pokazivanje neispravnog primjerka proizvoda, sa namjerom promovisanja nekog drugog proizvoda;
- 7) neistinita tvrdnja da će proizvod biti dostupan samo u kratkom roku, odnosno da će biti dostupan samo pod posebnim uslovima u kratkom roku, da bi se potrošač naveo da odmah donese odluku o kupovini, čime mu se uskraćuje mogućnost ili vrijeme potrebno da donese odluku zasnovanu na saznanju o svim relevantnim okolnostima;

Obmanjujuća poslovna praksa – Crna lista

- 8) obavezivanje na postprodajne usluge potrošaču, sa kojim je trgovac ostvario komunikaciju prije njegove odluke o kupovini, na jeziku koji nije službeni jezik države u kojoj se trgovac nalazi, a nakon toga omogućio pružanje tih usluga na nekom drugom jeziku, na kojem nije ostvarena komunikacija prije odlučivanja o kupovini, o čemu potrošač nije bio jasno upozoren prije zaključivanja ugovora;
- 9) neistinita tvrdnja ili stvaranje utiska na drugi način da se proizvod može legalno prodati;
- 10) isticanje kao prednosti ponude prava potrošača koja mu po zakonu pripadaju;
- 11) korišćenje uredničkih sadržaja u medijima radi promocije proizvoda, bez jasne i nedvosmislene informacije izražene riječima, znakovima ili zvucima, na osnovu kojih potrošač može jasno prepoznati da se radi o plaćenju promociji;
- 12) neistinita tvrdnja o prirodi i obimu rizika za ličnu bezbjednost potrošača ili članova njegove porodice, ako potrošač ne kupi proizvod;
- 13) oglašavanje proizvoda koji je sličan proizvodu koji je proizveo neki drugi proizvođač, na način da se potrošač namjerno navodi na pogrešan zaključak da je oglašavani proizvod proizveo taj drugi proizvođač;
- 14) uspostavljanje, vođenje ili promocija piramidalnih promotivnih programa, u kojima potrošač određenim činjenjem stiče mogućnost da dobije naknadu koja prvenstveno potiče od uvođenja drugih potrošača u piramidalni program, a ne od kupovine ili korišćenja proizvoda;

Obmanjujuća poslovna praksa – Crna lista

- 15) neistinita tvrdnja da će trgovac uskoro prestati sa svojom djelatnošću ili da će se preseliti u drugi poslovni prostor;
- 16) tvrdnja da proizvod povećava šansu za dobitak u igrama na sreću;
- 17) neistinita tvrdnja da proizvod može da izliječi bolest, disfunkcionalnost ili malformaciju;
- 18) prenošenje netačnih obavještenja u odnosu na stanja na tržištu ili dostupnost proizvoda, s namjerom da se potrošač navede da kupi proizvod pod uslovima koji su nepovoljniji od uobičajenih tržišnih uslova;
- 19) tvrdnja trgovca da u okviru poslovne prakse nudi učešće u promotivnoj nagradnoj igri ili nagradu, bez dodjeljivanja tih nagrada ili odgovarajuće zamjene;
- 20) opisivanje proizvoda oznakama "gratis", "besplatno", "bez naknade" ili sličnim oznakama ako je potrošač dužan da za taj proizvod plati iznos različit od nužnih troškova odgovora na ponudu, troškova dostave ili primanje proizvoda;
- 21) uvrščivanje u promotivne materijale računa ili drugog zahtjeva za plaćanje da bi potrošač stekao utisak da je već naručio oglašavani proizvod koji se nudi;
- 22) lažna tvrdnja ili stvaranje utiska da trgovac ne djeluje u okviru svoje poslovne djelatnosti, odnosno djelatnosti slobodnog zanimanja ili lažno predstavljanje trgovca kao potrošača;
- 23) stvaranje pogrešnog utiska kod potrošača da su usluge koje se nude poslije prodaje određenog proizvoda dostupne i na teritoriji druge države.

Agresivna poslovna praksa

Poslovna praksa smatra se agresivnom, u smislu ovog zakona, ako se u određenom slučaju, uzimajući u obzir sva obilježja i okolnosti slučaja, vrši uznemiravanje, prinuda, uključujući fizičku silu ili prijetnju, kao i nedopušten uticaj, koji u bitnoj mjeri umanjuju ili je vjerovatno da će umanjiti slobodu izbora ili postupanja prosječnog potrošača u odnosu na proizvode, čime se navodi ili je vjerovatno da će se navesti da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.

Uznemiravanje, prinuda i nedopušteni uticaj

Prilikom odlučivanja da li je u poslovnoj praksi korišćeno uznemiravanje, prinuda, uključujući fizičku silu ili prijetnju ili nedopušteni uticaj, cijeni se:

- 1) vrijeme, mjesto odnosno priroda i trajanje poslovne prakse i upornosti koju je trgovac pokazao;
- 2) da li je trgovac koristio prijeteći ili uvredljiv govor ili ponašanje;
- 3) da li je trgovac iskorištavao nesrećne ili druge okolnosti u kojima se potrošač nalazio, a koje su bile tolikog značaja da su umanjile sposobnost potrošača da razumno rasuđuje, a trgovac je bio svjestan da će te okolnosti uticati na odluku potrošača u pogledu proizvoda;
- 4) otežavajuća ili nesrazmjerna vanugovorna prepreka koju trgovac postavlja potrošaču koji želi da ostvari svoje ugovorno pravo, uključujući pravo da raskine ili otkaže ugovor ili izabere drugi proizvod ili drugog trgovca;
- 5) korišćenje prijetnje o preduzimanju radnje koja se po zakonu ne može preduzeti.

Agresivna poslovna praksa u svim okolnostima

Agresivnom poslovnom praksom smatra se:

- 1) stvaranje utiska da potrošač ne može da napusti poslovni prostor trgovca prije zaključenja ugovora;
- 2) posjećivanje potrošača u njegovom domu, suprotno zahtjevu potrošača da se napusti njegov dom ili da se više ne čine posjete, osim u slučaju i u mjeri u kojoj je to potrebno radi prinudnog ispunjenja u skladu sa propisima;
- 3) uporno i protiv volje potrošača obraćanje preko telefona, telefaks-uređaja, elektronske pošte ili drugog sredstva komunikacije na daljinu, osim u slučajevima i u mjeri u kojoj je to opravdano zbog prinudnog ispunjenja ugovorne obaveze u skladu sa zakonom;
- 4) zahtijevanje od potrošača koji želi da podnese odštetni zahtjev na osnovu polise osiguranja da dostavi određene dokumente koji, po razumnoj ocjeni, nijesu od značaja za ocjenu opravdanosti tog zahtjeva ili izbjegavanje odgovora na dopise potrošača, sa namjerom da se odvrati od ostvarivanja prava koja mu pripadaju na osnovu ugovora;

Agresivna poslovna praksa u svim okolnostima

Agresivnom poslovnom praksom smatra se:

- 5) oglašavanje kojim se direktno obraća djeci da kupuju ili da nagovore svoje roditelje ili druga punoljetna lica da im kupe oglašavani proizvod;
- 6) zahtijevanje plaćanja proizvoda odmah, plaćanja na rate, vraćanja ili čuvanja proizvoda koji potrošač nije naručio;
- 7) direktno obavještavanje potrošača da će posao ili opstanak trgovca biti ugroženi ako potrošač ne kupi proizvod;
- 8) lažno predstavljanje da je potrošač osvojio ili da će osvojiti, bezuslovno ili uz ispunjenje određenog uslova, određenu nagradu ili neku drugu korist, ako ta nagrada ili druga korist nije predviđena, odnosno kada je u stvarnosti preduzimanje bilo kakve radnje usmjerene na ostvarivanje te nagrade ili druge koristi uslovljeno određenim plaćanjem od strane potrošača ili potrošaču prouzrokuje troškove.

POSLJEDICE NEPOŠTENE POSLOVNE

PRAKSE

Nepoštena poslovna praksa je zabranjena.

Vidovi zaštite:

- Prekršajna sankcija
- Građanskopravna (sudska) zaštita
 - ❖ zaštita kolektivnih interesa potrošača
 - ❖ zaštita individualnih interesa potrošača
- Vansudska zaštita?