

**Odgovori na pitanja adresata  
Zakona o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi  
u lancu opskrbe hranom**

**Izradili:   Ministarstvo poljoprivrede i  
              Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja**

**Zagreb, 5. veljače 2018.**

## I. OPĆA PITANJA

1. U Zakonu o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi u članku 11. propisana je mogućnost sklapanja robno-trgovačkog kredita i ugovaranja plaćanja u roku duljem od 60 dana, ali ne duljem od 360 dana. Zakon o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom, kao *lex specialis*, skraćuje rok za plaćanje svježih robe na maksimalno 30 dana, ali ne brani ugovor o robno-trgovačkom kreditu. Slijedom navedenog, koji stav ima Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja o navedenom, odnosno kakav tretman ima ugovor o robno-trgovačkom kreditu u kontekstu Zakona o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi?

### Odgovor:

U odnosu na pitanja vezana uz primjenu članka 11. Zakona o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi i mogućnosti sklapanja robno-trgovačkog kredita Zakon o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom (dalje u tekstu: ZNTP) je *lex specialis* u odnosu na Zakon o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi i u skladu s time odredbe članka 11. Zakona o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi ne mogu derogirati odredbe ZNTP-a o rokovima plaćanja, a niti se rokovi plaćanja mogu produžiti kroz sklapanje robno-trgovačkog kredita koji je utvrđen člankom 11. stavkom 2. Zakona o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi. U svezi s navedenim posebno upućujemo na mišljenje Ministarstva financija KLASA:423-08/14-01/76, URBROJ: 513-07-21-01/14 od 15. svibnja 2014. godine koje u svom mišljenju posebno iznosi, cit: „*Ugovorom o robno-trgovačkom kreditu može se smatrati svaki ugovor u kojemu je odobrena odgoda plaćanja, odnosno svaki ugovor u kojemu je odobren rok ispunjenja novčane obveze koji se ne podudara s trenutkom ispunjenja obveze druge ugovorne strane.*

*Dakle, svaki ugovor kojim prodavatelj odnosno dobavljač, odobrava kupcu neki dulji rok plaćanja od 60 dana, sadržajno predstavlja ugovor o robnom kreditu jer prodavatelj na takav način (odobranjem roka plaćanja do 360 dana) kupca zapravo kreditira, ali u robi (ili pruženoj usluzi), a ne novčano.“*

Slijedom toga, pod robno-trgovačkim kreditom može se smatrati svaka zaključena odgoda plaćanja unutar 360 dana koju je dobavljač odobrio kupcu, što se može smatrati zaobilaženjem obveza o rokovima plaćanja koje uređuje ZNTP, kao prisilan propis i *lex specialis* u odnosu na Zakon o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi.

2. U odredbi koja se odnosi na naknadu kazni, ne govori se ništa o naknadama štete za kupce koji su oštećeni uslijed kupnje ili konzumiranja određene robe. Držimo da bi i to trebalo moći prefakturirati dobavljaču, ako je do naknade štete došlo zbog greške na proizvodu, odnosno ako za tu grešku nije odgovoran trgovac. Je li ovakav stav pravno moguć?

### Odgovor:

ZNTP ne uređuje pitanje odgovornosti dobavljača za štetu.

Odgovornost dobavljača za štetu koju je pretrpio kupac uslijed kupnje ili konzumacije poljoprivrednih ili prehrambenih proizvoda utvrđuje se u skladu s odredbama Zakona o obveznim odnosima.

3. Smije li se zadržati dosadašnje nazivlje: npr. rabat za marketing ili rabat za pozicioniranje, rabat za izlaganje rashladnih frižidera ili i to treba preimenovati u naknadu za marketing, naknadu za pozicioniranje i sl.?

Odgovor:

U smislu odredaba ZNTP-a, riječ je o uslugama koje izvršava trgovac, na izričiti zahtjev dobavljača, a trgovac je obavezan nakon izvršenja usluge izdati dobavljaču račun za izvršenu uslugu.

Za ovakve naknade nije primjereno koristiti naziv rabat jer one ne mogu biti izražene na računu dobavljača (članak 7. stavak 3. ZNTP-a) niti mogu dovesti do umanjenja nabavne cijene trgovca.

Pri tome mora se voditi računa da je pozicioniranje proizvoda i/ili marketing prije svega izričito tražio dobavljač u skladu s člankom 12. točkom 2. i 17. ZNTP-a i da su strane vezano uz ta pitanja svoje odnose prethodno uredile ugovorom.

4. Ako se mogu zadržati dosadašnji nazivi tj. ako to ostaje rabat, može li se tada isti koristiti u kalkulaciji cijene?

Odgovor:

U smislu članka 2. točke o) ZNTP-a, nabavnu cijenu umanjuju svi rabati ili popusti koji su istaknuti na računu dobavljača.

Na računu dobavljača ne smiju biti istaknute naknade za usluge koje trgovac pruža dobavljaču, a koje ovise o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca (članak 7. stavak 3. ZNTP-a).

S obzirom na to da se, primjerice, naknade za marketing i naknade za pozicioniranje iskazuju na računu trgovca po izvršenju ovih usluga, a ovise o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca, one ne utječu na umanjenje nabavne cijene.

5. Smatra li se ponuda+prihvata ponude ugovorom u smislu ovoga zakona?

Odgovor:

Ugovorni obvezni odnosi uređeni su Zakonom o obveznim odnosima. ZNTP propisuje da ugovori moraju biti sklopljeni u pisanom obliku.

Zakon o obveznim odnosima u članku 259. uređuje da ponuda ugovora, za čije sklapanje zakon zahtijeva poseban oblik, obavezuje ponuditelja samo ako je učinjena u tom obliku, a isto vrijedi i za prihvata ponude. Stoga, ponuda i prihvata ponude moraju biti sastavljeni u pisanom obliku.

6. Postoje li kakve smjernice što podrazumijeva izraz “pred istek roka”, osobito za voće i povrće?

Odgovor:

Treba se odrediti u skladu s trgovačkim običajima, ali u svakom slučaju mora se ostaviti određeno razdoblje za proizvode na kojima je istaknut istek roka trajanja ili oznaka najbolje upotrijebiti do, a ovisno o vrsti proizvoda za konzumaciju tog proizvoda od strane potrošača unutar razdoblja roka trajanja odnosno najbolje uporabe.

7. Naplata naknade za smještaj proizvoda na policama u prodajnom mjestu trgovca je dopuštena, ako je dobavljač izričito traži na određenoj polici. Je li, da bi se zadovoljio uvjet “na određenoj polici” pravilno navesti npr. “30% na policama na kojima su izložene paštete u svim supermarketima” ili slično?

Odgovor:

Naplata naknade za smještaj proizvoda na policama u prodajnom mjestu trgovca nije dopuštena. Iznimno, kada dobavljač ima poseban interes jer primjerice smatra da će mu određeni atraktivni položaj rezultirati boljom prodajom, može od trgovca izričito tražiti smještaj svog proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca. S obzirom na to da formulacijom „30% na policama na kojima su izložene paštete u svim supermarketima” nije utvrđen poseban smještaj na polici za paštete u odnosu na uobičajen smještaj tog proizvoda i ovakav izričaj navodi na dosada uobičajenu nepoštenu praksu naplate naknade za smještaj na polici. U smislu „smještaja na određenoj polici” pravilno bi bilo navesti jasno određeni položaj police i konkretno mjesto na polici.

8. Je li dopušteno imati ugovoren rabat za asortiman ili naknadu za asortiman i je li partnerski bonus dopušten?

Odgovor:

Ugovaranje rabata ili naknade za asortiman nije dopušteno i smatra se nepoštenom trgovačkom praksom u smislu članka 12 točke 11. ZNTP-a, s obzirom na to da iz toga ne proizlazi nikakva posebna dodatna stvarna i mjerljiva usluga trgovca prema dobavljaču, kako uređuje ZNTP. Naime, ovdje trgovac primarno ostvaruje svoj trgovački interes prodajući prije svega proizvode iz asortimana dobavljača za koje postoji interes kupaca, odnosno trgovac bira asortiman dobavljača vodeći se svojom poslovnom logikom, a ne slijedom potrebe da pruži uslugu trgovcu.

Partnerski bonus se, prema saznanjima Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN), u praksi ugovarao na inzistiranje trgovaca sa značajnom pregovaračkom snagom, a bez da je s druge strane za dobavljača postojala bilo kakva troškovna opravdanost. Trgovci pritom nisu pružali bilo kakvu uslugu dobavljačima za partnerski bonus.

Budući da je člankom 12. točkom 11. ZNTP-a uređeno kako se naplata naknade za usluge koje nisu pružene smatra nepoštenom trgovačkom praksom, partnerski bonus je u smislu ZNTP-a zabranjen.

Naime, kod partnerskog bonusa nema protučinidbe trgovca pa trgovac ne smije dobavljaču fakturirati naknadu za uslugu koju nije izvršio.

9. Do sada se s proizvođačem robne marke imalo ugovoreno da se 2 puta godišnje ili jednom godišnje može napraviti analiza njihovih proizvoda na njihov trošak, dakle, laboratorij koji trgovac odabere, napravi analizu koju trgovac traži i to se prefakturira proizvođaču. To je bila praksa iz razloga što se radi o robi koju trgovac pod svojim imenom stavlja na tržište i neispravnost proizvoda postaje njegov rizik (prekršajna odgovornost ili eventualna naknada štete ide na teret trgovca), a sam trgovac nema utjecaja na proizvodnju. Je li dopušteno prefakturirati trošak analize?

Odgovor:

Uobičajeno je da proizvođač hrane mora ispunjavati zahtjeve HACCP-a, ti zahtjevi predviđaju sustav samokontrole kvalitete od strane proizvođača. Stoga, proizvođač prehrambenog proizvoda, kada je on istovremeno i proizvođač određene robne marke za određenog trgovca, mora ispunjavati uvjete kontrole kvalitete čime može jamčiti za kvalitetu proizvoda svom kupcu. U ovom slučaju, s obzirom na to da se radi o robnoj marki trgovca, odnosno proizvod se na tržište ne stavlja pod robnom markom dobavljača-proizvođača, te kako trgovac - kupac želi dodatnom analizom provjeriti kvalitetu, taj trošak ne može plaćati dobavljač – proizvođač, već ga mora podmiriti kupac-trgovac. U protivnom se prefakturiranje troška takvih analiza može smatrati naplatom naknade za usluge koje nisu pružene sukladno članku 12. točki 11. ZNTP-a.

10. Primjenjuje li se ovaj Zakon kada se robu kupi u inozemstvu te se ista u inozemstvu i preuzme te je ugovoreno strano pravo kao mjerodavno? Pitanje zapravo glasi: mora li se i sa stranim dobavljačima nužno imati pisani ugovor?

Odgovor:

U smislu članka 2. točke f) ZNTP-a dobavljač je osoba koja prodaje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod trgovcu, neovisno o tome ima li taj dobavljač prebivalište ili sjedište u Republici Hrvatskoj ili inozemstvu. Dakle, ZNTP na jednak način tretira domaće i inozemne dobavljače.

Stoga, trgovac sa svim svojim dobavljačima, neovisno o tome jesu li domaći ili inozemni, mora imati sklopljen pisani ugovor.

11. Odnosi li se ovaj Zakon i na hranu za kućne ljubimce i na stočnu hranu?

Odgovor:

Ne, ZNTP se ne odnosi ni na hranu za kućne ljubimce niti na stočnu hranu.

Naime, člankom 2. stavkom 2. Uredbe 178/2002 je uređeno da pojam „Hrana” ne uključuje:

- (a) hranu za životinje;
- (b) žive životinje, osim ako su pripremljene za stavljanje na tržište za prehranu ljudi;
- (c) biljke prije ubiranja;
- (d) lijekove u smislu Direktive Vijeća 65/65/EEZ ( 1 ) i 92/73/EEZ ( 2 );
- (e) kozmetičke proizvode u smislu Direktive Vijeća 76/768/EEZ ( 3 );
- (f) duhan i duhanske proizvode u smislu Direktive Vijeća 89/622/EEZ ( 4 );
- (g) narkotike ili psihotropne tvari u smislu Jedinствене konvencije Ujedinjenih naroda o narkoticima iz 1961. i Konvencije Ujedinjenih naroda o psihotropnim tvarima iz 1971.;
- (h) ostatke i zagađivače.

Uredbom 178/2002 se smatra da „Hrana za životinje“ uključuje stočnu hranu i hranu za kućne ljubimce i ista se ne smatra „Hranom“.

U skladu s Uredbom 178/2002, pojam „poljoprivredni i prehrambeni proizvod“ u smislu članka 2. točke c) ZNTP-a ne uključuje stočnu hranu i hranu za kućne ljubimce.

12. Smiju li se imati ugovorne kazne (npr. za neisporuku robe u akciji ili za neispravan dokument i sl.)? Koliko se može iščitati, ovaj zakon to ne brani. Je li to točno?

Odgovor:

Da, dopušteno je ugovarati ugovornu kaznu, ali se pri tome mora pridržavati ograničenja uređenih člankom 10. ZNTP-a.

Naime, ugovorna kazna koja se određuje dobavljaču ne smije biti nerazmjerno visoka s obzirom na vrijednost i značenje objekta obveze i zabranjeno ju je naplatiti ako je do neispunjenja, zakašnjenja ili neurednog ispunjenja obveze dobavljača došlo iz uzroka koje je skrivio otkupljivač, prerađivač ili trgovac ili u drugim slučajevima ako je do neispunjenja, zakašnjenja ili neurednog ispunjenja obveze dobavljača došlo iz uzroka za koje dobavljač ne odgovara.

Kod prodaje robe na akcijama treba voditi računa i o tome da se ne krši odredba članka 12. točke 20. ZNTP-a koja zabranjuje trgovcima uvjetovanje dobavljačima sklapanja ugovora i poslovne suradnje nametanjem obveza sudjelovanja u sniženjima i akcijama smanjivanjem nabavne cijene na teret dobavljača. Drugim riječima, svaki dobavljač može odlučiti da ne želi sudjelovati u akcijama, a trgovac ih u tom slučaju može provoditi na način da se odrekne dijela svoje marže na određeni proizvod.

13. Je li dopušteno ugovarati naknadu za postavljanje dobavljačevog frižidera u prodajnom prostoru trgovca na zahtjev dobavljača. Može li se to podvesti pod naknadu za uslugu koju trgovac pruža dobavljaču, a koja je mjerljiva? To ne bi bila čista marketinška aktivnost, a ni čisto pozicioniranje proizvoda. Slijedom navedenog, postavlja se pitanje može li se naplatiti naknada za tu uslugu ako inicijativa dolazi od strane dobavljača te u što bi spadala ta usluga?

Odgovor:

U ovom slučaju može se govoriti o izuzeću vezanom uz članak 12. točku 2. ZNTP-a jer dobavljač traži poseban smještaj proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca. U smislu gore navedene odredbe i izričaja „smještaja na određenoj polici“ pravilno bi bilo navesti jasno određeni položaj police i konkretno mjesto na polici. Međutim, u primjeru iz pitanja položaj na polici ne bi bilo potrebno posebno određivati jer je za očekivati da su sve police namijenjene za proizvode dobavljača te bi stoga bilo dovoljno jasno navesti položaj frižidera.

14. Primjenjuje li se ovaj zakon i na ugovore trgovca s dobavljačima koji nisu registrirani u RH budući da se nabava hrane odvija na globalnom tržištu te su uz domaće zastupljeni dobavljači iz EU i drugih zemalja izvan EU ?

Odgovor:

U smislu članka 2. točke f) ZNTP se primjenjuje na sve ugovore koje trgovac sklapa s dobavljačem bez obzira na to ima li taj dobavljač sjedište u RH ili u inozemstvu.

15. Je li moguće produljenje roka iz članka 32. zakona na 31.12.2018. godine? Smatramo postojeći rok prekratkim, a uz niz nejasnoća na koji način primijeniti pojedine odredbe zakona, smatra se da bi uz produljeni rok implementacija zakona bila uspješnija i učinkovitija uz nužnu edukaciju subjekata. Produljenjem bi se omogućila edukacija subjekata te postupno usklađivanje. Je li tako nešto moguće?

Odgovor:

Nije moguće jer bi za izmjenu zakonskog roka bila potrebna i izmjena ZNTP-a.

16. Razmišlja li se o edukaciji vezanoj uz primjenu ovog zakona za sve subjekte u poslovanju s hranom u prvom kvartalu 2018. godine, zapravo u vremenu kada je najpotrebnija (razdoblje usklađivanja)? Budući da ima niz nejasnoća i različitih tumačenja pojedinih odredbi, smatramo da je edukacija nužna kako za trgovce tako i za proizvođače / dobavljače - kako bi se pojasnile pojedine odredbe, a sve u cilju zakonitog postupanja koje je otežano ako su odredbe nejasne i podložne različitim tumačenjima. U kojem vremenskom razdoblju se može očekivati organiziranje edukacije? Napomena – HGK može biti dionik u organizaciji šire edukacije na teritoriju RH.

Odgovor:

Edukacija vezana uz primjenu ZNTP-a predviđena je počevši od 15. veljače 2018. godine, budući da će odgovori na postavljena pitanja adresata ZNTP-a biti javno objavljeni na mrežnim stranicama Ministarstva poljoprivrede i AZTN-a početkom veljače 2018.

17. Na koji način se ponašati u smislu ugovorne dokumentacije u prijelaznom razdoblju (od stupanja na snagu ovoga Zakona odnosno od 7.12.17. do 31.03.18.)?

Odgovor:

Prijelazno razdoblje određeno je za usklađivanje važećih ugovora i poslovne prakse s odredbama ZNTP-a. Stoga je u prijelaznom razdoblju potrebno utvrditi koje su odredbe važećih ugovora protivne odredbama ZNTP-a i pristupiti izmjeni tih ugovora ili sklapanju novih ugovora, a u slučajevima u kojima se poslovna suradnja odvijala bez pisanog ugovora treba pristupiti sklapanju ugovora jer se od 1. travnja 2018. neće moći odvijati bez pisanog ugovora.

18. S obzirom na to da se Zakon odnosi samo na poljoprivredne i prehrambene proizvode, treba li s "mješovitim" dobavljačima zaključivati dva ugovora?

Odgovor:

Budući da se ZNTP odnosi isključivo na poljoprivredne i prehrambene proizvode, o tome hoće li se u slučaju tzv. mješovitih dobavljača sklapati jedan ili dva ugovora ovisi o međusobnom dogovoru ugovornih strana. Međutim, ako za poljoprivredne i prehrambene proizvode i ostale proizvode koje ne obuhvaća ZNTP postoji samo jedan ugovor, tada taj ugovor mora imati oblik i sadržaj utvrđen odredbama ZNTP-a.

19. Smije li se u prijelaznom razdoblju konzumirati sve stavke važećeg ugovora (stavke koje su u suprotnosti s novim zakonom)?

Odgovor:

U prijelaznom razdoblju se smiju konzumirati sve stavke važećeg ugovora pod uvjetom da su one u skladu ostalim važećim propisima koji se eventualno na njih odnose. Od 1. travnja 2018. svi ugovori moraju biti u skladu s odredbama ZNTP-a.

20. Razdoblje prilagodbe je do 31.03.2018. godine. Što s primjenom novih uvjeta i retroaktivnim odobrenjem razlike novougovorenih komercijalnih uvjeta od 01.01.18. godine ukoliko se ugovor potpiše npr. 15.03.2018. godine?

Odgovor:

Navedeno ovisi o dogovoru ugovornih strana.

21. Formulacija nabavne i neto nabavne cijene u prijelaznom razdoblju, kalkulatívna marža ne smije biti u minusu (Prisutna različita tumačenja u praksi)?

Odgovor:

U prijelaznom razdoblju nabavna cijena i prodaja ispod nabavne cijene je za trgovce uređena općim propisom o trgovini.

ZNTP ne uređuje pojam kalkulatívne marže, ali za njeno određenje relevantno je značenje pojma nabavne cijene iz članka 2. točke o) ZNTP-a.

22. Željeli bismo jasnoću o točnom opsegu usluga koje su obuhvaćene novim zakonom i za koje je sada zabranjeno izvršiti plaćanje: na primjer, jesu li naknade za



uvrštenje obuhvaćene (one obično pokrivaju administrativne troškove trgovca)? Je li u redu platiti položaj na polici (ako se traži određeni položaj bolji od normalnog položaja na polici)?

Odgovor:

Naplata naknade za uvrštavanje poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda dobavljača predstavlja nepoštenu trgovačku praksu koja je bez iznimke zabranjena u smislu članka 12. točke 1. ZNTP-a.

Naplata naknade dobavljaču za smještaj njegovih proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca dopuštena je samo ako je dobavljač izričito to zahtijevao od trgovca (mora postojati pisani trag koji to dokazuje, primjerice, zahtjev upućen elektroničkom poštom). U protivnom, ako nema izričitog zahtjeva dobavljača naplata naknade je zabranjena.

23. Tko je stranka koja je kažnjena zbog kršenja? Samo trgovac ili također i isporučitelj?

Odgovor:

Za iznimno tešku povredu ZNTP-a iz članka 24. stavka 1. te za teške povrede ZNTP-a iz članka 24. stavka 2. mogu odgovarati isključivo otkupljivači, prerađivači i trgovci.

Dobavljač u smislu ZNTP-a može odgovarati samo za povredu članka 26. ZNTP-a koja uređuje ostale povrede toga zakona, primjerice kada protivno članku 17. ZNTP-a dobavljač ne dostavlja AZTN-u tražene obavijesti u obliku pisanih očitovanja te ne dostavlja na uvid ugovore i druge potrebne podatke i dokumentaciju.

24. Primjenjuje li se ovaj zakon na sve trgovce ili samo na one s jakim tržišnim položajem?

Odgovor:

ZNTP se primjenjuje na trgovce koji imaju značajnu pregovaračku snagu, a riječ je o trgovcima čiji ukupni godišnji prihod i ukupan godišnji prihod povezanih društava s trgovcem ostvaren u Republici Hrvatskoj prelazi iznos od 100.000.000,00 kuna (članak 3. stavci 2. i 5. ZNTP-a).

25. Čini se da zakon sugerira da postoji ograničenje minimalnih preprodajnih cijena u smislu dampa - tj. preprodavač ili trgovac ne smije preprodavati proizvode za manju cijenu od one za koju ih je kupio (izračunato kao kataloška cijena plus PDV). Bilo kakva potvrda/ objašnjenje pravila bilo bi korisno i postoje li iznimke od toga? Na primjer, što je s kratkoročnim promocijama? I što je s otkupom zaliha koje više nisu posve svježe (npr. kada tvrtka otkupi zalihe na kraju odnosa s distributerom: može li se dopustiti odstupanje, primjerice, za činjenicu da proizvod više nije svjež kao kad je kupljen, pa to eventualno opravdava nižu cijenu od izvorne)?

### Odgovor:

Iznimke kada je dopuštena prodaja po cijeni nižoj od nabavne cijene i to krajnjem potrošaču propisane su člankom 12. točkom 14. ZNTP-a. Riječ je samo o tri predviđene iznimke i to u slučaju kada je riječ o proizvodima pred istekom roka trajanja, kada je riječ o povlačenju poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda iz asortimana i kada je riječ o potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja prodajnog objekta.

Kratkoročne promocije, kao niti otkup proizvoda koji nisu posve svježi, ako nisu pred istekom roka trajanja, nisu ZNTP-om dopušteni slučajevi u kojima trgovac može prodati proizvod krajnjem potrošaču po cijeni nižoj od nabavne.

26. Smatra li se kao nepoštena trgovačka praksa ugovaranje naknade koja se naziva bonus skala, a obračunava se kao % na ukupni promet (pod promet se smatra fakturna vrijednost robe koju je trgovac nabavio od dobavljača)?

Primjer:

- za godišnji promet od 1.000.000 kn - 2.000.000 kn - trgovac početkom 2019. tereti dobavljača za ostvareni bonus od 1% prometa,
- za godišnji promet od 2.000.001 kn - 3.000.000 kn - trgovac početkom 2019. tereti dobavljača za ostvareni bonus od 1,5% prometa,
- za godišnji promet od 3.000.001 kn - 4.000.000 kn - trgovac početkom 2019. tereti dobavljača za ostvareni bonus od 2% prometa

### Odgovor:

Ugovaranje naknade koja ovisi o količinskom ili vrijednosnom iskazu prometa između trgovca i dobavljača (promet podrazumijeva fakturnu vrijednost robe koju je trgovac nabavio od dobavljača) iznad određenog minimalno ostvarenog prometa ne bi se smatralo nepoštenom trgovačkom praksom, s obzirom na to da je takva trgovčeva usluga jasna i mjerljiva. Pri tome je bitno naglasiti da takva naknada mora biti od strane dobavljača prihvaćena i ugovorom određena. Dodatne razine „skale bonusa“ stvar su dogovora dobavljača i trgovca.

Međutim, nepoštenom trgovačkom praksom smatrala bi se situacija u kojoj bi se za ostvareni promet istih proizvoda ugovorila i naplatila dvostruka naknada, jedna temeljem količinskog ispunjenja „bonus skale“, a druga temeljem vrijednosnog ispunjenja „bonus skale“. Pri tome smatramo da se dobavljač i trgovac trebaju sporazumjeti za koju će se vrstu naknade opredijeliti količinsku ili vrijednosnu.

Ako su se trgovac i dobavljač vezano uz ovu uslugu sporazumjeli ugovorom, tada trgovac ima pravo naknadu zaračunati dobavljaču, u ugovorenom iznosu i u razdobljima kako je predviđeno ugovorom. Naknada se iskazuje na računu trgovca koji se ispostavlja dobavljaču.

27. Smatra li se kao nepoštena trgovačka praksa ugovaranje naknade koja se naziva količinska bonus skala, a obračunava se kao % na fakturnu vrijednost robe koju je trgovac nabavio od dobavljača ukoliko je ostvario određene količinske ciljeve?

Primjer:

- za godišnju nabavu od 1000 do 2000 komada dodatnih 1% na fakturnu vrijednost te nabavke

-za godišnju nabavu od 2001 do 3000 komada dodatnih 1,5% na fakturnu vrijednost te nabavke

Odgovor:

Na ovo pitanje dan je odgovor kroz prethodno pitanje broj 26., odnosno ovakva naknada za „količinsku bonus skalu“ može se smatrati prihvatljivom, uz već prethodno naglašeno da se po istoj osnovi ne smije ugovarati „količinska i vrijednosna bonus skala.“

28. Smatra li se nepoštenom trgovačkom praksom ukoliko su za jednu grupu artikala ugovorena količinska bonus skala i bonus skala za cjelokupan promet?

Odgovor:

Odgovor na ovo pitanje sadržan je u odgovorima na pitanja broj 26. i 27., odnosno ugovaranje za jednu grupu proizvoda i količinske bonus skale i bonus skale na cjelokupan promet, kao što je prethodno objašnjeno, smatra se naplatom dvije naknade po istoj osnovi i nije dopušteno te bi se smatralo nepoštenom trgovačkom praksom.

29. Smatra li se kao nepoštena trgovačka praksa naknada za određenu policu (bočna polica, košare, hladnjak, palete, display i sl.) na pojedini način kako je to dolje opisano u primjerima?

Primjeri:

- naknada se izračunava na način: 5% na ukupni promet dobavljača XY d.d. za cijelu 2018. za uslugu pozicioniranja grupe proizvoda čokolada na displayima samo u drugom kvartalu 2018.

- naknada se izračunava na način: 5% na promet grupe čokolada XY za cijelu 2018. za uslugu pozicioniranja čokolada na displayima samo u drugom kvartalu 2018.

- naknada se izračunava na način: 5% na promet grupe čokolada XY u određenom mjesecu u kojem su pozicionirane čokolade XY na displayima samo u drugom kvartalu 2018.

Odgovor:

ZNTP ne utvrđuje na koji način će trgovac određivati visinu naknade za smještaj proizvoda na određenim policama u slučaju kada to dobavljač izričito traži. Ono što ZNTP utvrđuje je da takva naknada mora biti iskazana na računu koji trgovac ispostavlja dobavljaču (članak 7. stavak 3. ZNTP-a).

Tako, primjerice, trgovac može odrediti naknadu u određenom % od ostvarenog prometa u određenom razdoblju ili u fiksnom iznosu.

30. Može li zahtjev dobavljača biti okviran s brojem i vremenskim trajanjem posebnog izlaganja ili detaljan s konkretnim razdobljima/datumima?

Odgovor:

U zahtjevu dobavljača takvi podaci bi trebali biti barem određivi.

31. Može li naknada iz čl.12. t.17. biti ugovorena u % za cijelo ugovoreno razdoblje (godina) i kako mora biti definiran zahtjev dobavljača za promocijom?

Primjer: a) 3% na promet 2018. marketing naknada za 3 pozicije u letcima trgovca koji vrijede 7 dana? b) 3% na promet 2018. marketing naknada za: 1. objava letak od-do/ 2. objava od-do/ 3. objava od-do?

Odgovor:

ZNTP ne utvrđuje na koji način će trgovac odrediti naknadu za marketinške i promidžbene usluge. Stoga ta naknada može biti određena u postotku za određeno razdoblje, a dobavljač se mora odlučiti pristaje li na tako određenu naknadu.

Međutim, ZNTP u članku 12. točki 17. utvrđuje da je naplata takve naknade dopuštena samo ako dobavljač takvu uslugu izričito traži od trgovca.

Zahtjev dobavljača treba biti izričit - u pisanom obliku - kako bi se u svakom trenutku moglo dokazati da je zahtjev za obavljanje usluge podnio dobavljač, odnosno da obavljanje takve usluge nije nametnuto od strane trgovca.

32. Ako ne može biti ugovorena u %, treba li trgovac formirati marketing cjenik?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na prethodno pitanje pod brojem 31. Međutim, trgovac se može odlučiti i za donošenje marketing cjenika kako bi njegovo poslovanje bilo transparentno prema svim dobavljačima.

33. Ako je ova naknada određena u fiksnom iznosu, može li zahtjev dobavljača za marketing uslugama biti okviran samo s vrstom i brojem određenog oblika promidžbe ili detaljan s nabrojanim aktivnostima i razdobljima/datumima trajanja aktivnosti. Primjer: a) 3 objave u letku/ 2 newslettera/ 1 prom.letak b) 1. objava letak od 15.2.2018. do 21.2.2018. / 2. objava od 15.6.2018. do 21.6.2018./ 3. objava od 15.9.2018. do 21.9.2018.

Odgovor:

Zahtjev dobavljača za marketing uslugama trebao bi sadržavati podatke o konkretnoj vrsti marketinške aktivnosti trgovca u kojoj dobavljač želi sudjelovati. Međutim, radi jednostavnosti provedbe, bilo bi dopušteno da trgovac, primjerice, najavi izdavanje promotivnog letka u određeno vrijeme, a dobavljač mu može samo uputiti zahtjev (najčešće elektroničkom poštom) da neki od njegovih proizvoda uvrsti na taj letak.

34. Određuje li Zakon da dobavljač mora imati jedinstveni veleprodajni cjenik za cijelo tržište?

Odgovor:

U smislu ZNTP-a ne proizlazi takva obveza za dobavljače.

Međutim, dobavljači koji su u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, koji su također prisilne prirode, moraju voditi računa da ne provode diskriminaciju u cijenama, odnosno da iste proizvode ne prodaju po različitim cijenama različitim kupcima koji su međusobni konkurenti, unatoč istim troškovima.

Dobavljači kod određivanja cijena moraju voditi računa o tome da se razlika u cijenama za pojedine kategorije kupaca temelji na troškovnom principu, odnosno da je ekonomski opravdana. Ono što može činiti opravdanom razliku u cijeni proizvoda je razlika u troškovima proizvodnje, prodaje ili isporuke proizvoda.

Iako je u načelu dopušteno imati više cjenika, dobavljač ne smije imati poseban cjenik samo za pojedinog kupca, već isključivo za pojedine kategorije kupaca.

Dakle, kada dobavljač ima više cjenika, razlike u cijenama moraju biti utemeljene na troškovnom principu, odnosno moraju biti ekonomski opravdane. Formiranje različitih cjenika za različite kategorije kupaca na način da razlike u cijenama nisu utemeljene na troškovnom principu, odnosno da nisu ekonomski opravdane mogle bi biti utvrđene zabranjenim u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja.

35. Je li naplata naknade za elektroničku izmjenu podataka (tzv. EDI sustav – electronic data exchange) dopuštena temeljem Zakona? Ako ne, je li dopušteno naplatiti administrativne troškove zbog nedostatka elektroničke podrške pri izmjeni podataka?

Odgovor:

Korištenje sustava za elektroničku izmjenu podataka trebalo bi biti dobrovoljno. Izuzetno, ako je tehnički nužno koristiti predmetni sustav, naplata naknade koja je troškovno opravdana mogla bi se smatrati dopuštenom.

S druge strane ako dobavljač ne koristi predmetni sustav EDI, ne bi bilo dopušteno dobavljaču naplatiti naknadu administrativnih troškova.

36. Je li ovim Zakonom dopušteno naplatiti naknadu za uslugu zajedničke nabave robe koju trgovci pružaju dobavljačima kada se udruže radi zajedničke nabave (tzv. buying cooperations)?

Odgovor:

ZNTP ne zabranjuje naplatu naknade za uslugu zajedničke nabave robe.

37. Jasno je da za svaku isporuku mora biti izdan račun i da mora sadržavati iznos ugovorenih popusta ili rabata i točnu specifikaciju na što se odnose. No, nije potpuno jasno što podrazumijevaju naknade za usluge trgovca dobavljaču, čije ostvarenje

ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca, a ne smatraju se nametanjem nepoštene trgovačke prakse. Koje i kakve su to usluge?

Odgovor:

To su usluge koje trgovac pruža dobavljaču i koje su ugovorene između dobavljača i trgovca, a visina naknade ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca.

Bitno je utvrditi da trgovac pruža određenu uslugu dobavljaču koja ZNTP-om nije utvrđena nepoštenom trgovačkom praksom i za izvršenu uslugu trgovac izdaje račun dobavljaču, dobavljač za izvršenu uslugu temeljem tog računa plaća trgovcu naknadu, a kolika će biti ta naknada ovisi najčešće o rezultatima prodaje trgovca odnosno prodanim količinama proizvoda u određenom razdoblju.

Primjerice, dopušteno je ugovoriti da će trgovcu za pružanje neke usluge - prodane količine određenih proizvoda u određenom razdoblju pripasti određeni % od prodaje u tom razdoblju ili se može ugovoriti fiksna naknada.

Takve usluge su i usluge trgovca koje su iznimno na zahtjev dobavljača dopuštene u smislu članka 12. ZNTP-a. Primjerice, marketinške i promidžbene usluge koje dobavljač izričito zatraži, dostava podataka o izlazu proizvoda dobavljača s blagajni na prodajnim mjestima trgovca, ako to dobavljač izričito traži, smještaj proizvoda na određenim policama u prodajnom mjestu trgovca, ako to dobavljač izričito traži.

38. U provedbi Zakona nije jasno smatraju li se akcijske prodaje uslugama čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca?. Naime, ako se postigne dogovor/sporazum s dobavljačem (a ne radi se nametnutoj obvezi) mora li dobavljač odmah odobriti akcijski rabat trgovcu ili tek po završetku akcije, kad obje strane imaju jasan podatak o tome koliko je proizvoda prodano tijekom akcije (stvaran i mjerljiv učinak).

Odgovor:

U okviru akcijske prodaje povećanjem obima prodaje trgovac primarno ostvaruje svoj trgovački interes. Akcijska prodaja je moguća kad je provodi trgovac na teret svoje marže, uvažavajući odredbu članaka 12. točke 14. ZNTP-a da ne prodaje proizvod krajnjem potrošaču ispod nabavne cijene, osim kada je riječ o proizvodima pred istekom roka trajanja, kada je riječ o povlačenju poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda iz asortimana ili kada je riječ o potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja prodajnog objekta.

Međutim, nije isključeno da dobavljač može imati interes da njegov proizvod bude na akciji u određenim razdobljima. U svezi s tim trgovac može dobavljaču pružiti uslugu provođenja akcijske prodaje, a takva usluga trgovca prema dobavljaču mora biti jasna i mjerljiva. Pri tome mjerljivom se smatra jasno realizirana prodaja proizvoda na akciji, u kojoj se akcijsko sniženje cijene, veže uz obim prodaje tog proizvoda na blagajnama trgovca, a učinak akcije je u konačnici prenijet na krajnjeg potrošača.

Na taj način i pod uvjetom da su se trgovac i dobavljač o tome prethodno usuglasili i svoj odnos oko provođenje akcije uredili ugovorom, te da se akcija ne provodi ispod

nabavne cijene, takva usluga trgovca ne smatra se nepoštenom trgovačkom praksom. Za takvu uslugu trgovac može dobavljaču ispostaviti račun i zaračunati naknadu, ovisno o broju jedinica prodanih proizvoda u akciji i visini jedinične akcijske naknade po proizvodu, a koju su prethodno ugovorili.

39. U provedbi se postavlja i pitanje o tome što od popusta i naknada ulazi u cijenu prema trgovcima. Ulaze li u tu cijenu naknadna odobrenja za usluge trgovca koje se odnose na trade marketing aktivnosti (pozicioniranje i sl.)?

Odgovor:

Za trade marketing aktivnosti koje obavlja trgovac, a koje je izričito tražio dobavljač, a uređeno je ugovorom i vezano uz iznimku utvrđenu člankom 12. točkom 17. ZNTP-a, trgovac može naplatiti naknadu koju iskazuje na posebnom računu.

Takve naknade ne smiju biti navedene na računu dobavljača kao rabat ili popust jer je riječ o uslugama koje trgovac obavlja za dobavljača (članak 7. stavak 3. ZNTP-a).

40. Prihvaćaju li se odobrenja po sell out-u za odrađenu akciju kao temelj za sniženje cijene ili se sve mora raditi po principu akcijskog rabata na računu, što dodatno nameće obveze protivno dogovoru koji smo postigli?

Odgovor:

Odobrenje po sell out-u za odrađenu akciju nije dopušteno u smislu ZNTP-a jer rabat smije biti iskazan isključivo na računu dobavljača u smislu članka 7. stavka 2. ZNTP-a.

Trgovac ovisno o količini prodaje na određenoj akciji obračunava naknadu i izdaje račun dobavljaču. Tako obračunata naknada neće biti temelj za sniženje nabavne cijene. Radi boljeg razumijevanja pitanja akcije upućujemo na odgovor na pitanje 38. iz ovoga dijela.

41. Može li se ili ne može OFF invoice promatrati kao kalkulatívni element kod izrade maloprodajne cijene imajući u vidu da se radi o uslugama za trade marketing?

Odgovor:

U smislu članak 7. stavka 2. ZNTP-a račun koji dobavljač izdaje trgovcu mora sadržavati jasno navedeni iznos svih ugovorenih rabata i točnu specifikaciju na što se iznosi odnose. Budući da se rabati moraju iskazivati isključivo na računu dobavljača, korištenje OFF invoice-a u ovu svrhu je zabranjeno.

42. Prestaju li biti zabranjena postupanja, koja su zakonom utvrđena kao nepoštena trgovačka praksa, ako se radi o uslugama koje traži dobavljač, iako nije izričito u Zakonu predviđena mogućnost dobavljača da tu uslugu izričito traži?

Odgovor:

Ne, postupanja koja su ZNTP-om utvrđena nepoštenom trgovačkom praksom i ako za takva postupanja nije propisana iznimka, su uvijek zabranjena u smislu ZNTP-a, neovisno o tome postoji li izričiti zahtjev dobavljača dostavljen trgovcu za takvo postupanje.

43. Jasno je da za svaku isporuku mora biti izdan račun i da mora sadržavati iznos ugovorenih popusta ili rabata i točnu specifikaciju na što se odnose. No, nije potpuno jasno što podrazumijevaju naknade za usluge trgovca dobavljaču, čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca, a ne smatraju se nametanjem nepoštenih trgovačkih prakse. Koje i kakve su to usluge?

Odgovor:

Na ovo pitanje je već odgovoreno. Vidjeti odgovore na pitanje pod brojem 37. i 38.

44. Ako trgovac ima s dobavljačima ugovorenu mogućnost da jednom godišnje kod njih provede audit (u njihovoj proizvodnji provede nadzor) i da im prefakturira trošak ispitivača (ispitivač bi bio ovlašten laboratorij po našem izboru), je li to moguće i dalje činiti?

Odgovor:

ZNTP u članku 12. točki 13. zabranjuje prebacivanje rizika poslovanja s trgovca na dobavljača pa samo, primjerice, navodi određene slučajeve. Iako ZNTP izričito ne spominje kao primjer trošak provođenja audita od strane ovlaštenog laboratorija, takvo postupanje moglo bi biti ocijenjeno zabranjenim ako proizvođač sam u neovisnom ili vlastitom ovlaštenom laboratoriju kontrolira kvalitetu svojih proizvoda i o tome može predložiti dokaz trgovcu.

45. Može li se marketing ugovarati u % od prometa? Isplaćuje se na način da se troši kroz fakturiranje marketinške aktivnosti na zahtjev dobavljača.

Odgovor:

Naknada za marketing može se obračunavati u % od prometa, ali takva naknada može biti iskazana isključivo na računu trgovca u smislu članka 7. stavka 3. ZNTP-a.

Pri tome se mora voditi računa da je prije svega marketing izričito tražio dobavljač u skladu s člankom 12. točkom 17. ZNTP-a i da su strane vezane uz ovo pitanje svoje odnose prethodno uredile ugovorom.

46. Razmjena podataka –može li se dogovoriti u % uz izričito traženje dobavljača za dostavu podataka?

Odgovor:

Ako se pitanje odnosi na slučaj opisan u članku 12. točki 19. ZNTP-a, trgovac na izričit zahtjev dobavljača može izvršiti uslugu dostave podataka o izlazu proizvoda



dobavljača s blagajni na prodajnom mjestu trgovca te naknadu za tu uslugu iskazati na računu koji trgovac fakturira dobavljaču. ZNTP ne određuje na koji način će trgovac odrediti tu naknadu, ali trebao bi pritom voditi računa da pri određivanju naknade ne diskriminira dobavljače.

47. Pozicijski bonus – može li se isplaćivati na mjesečnom nivou kroz rabat za strateško pozicioniranje ili na neki drugi bonus jer dobavljač npr. traži pozicioniranje u udjelima jer mu je isto od velike važnosti?

Odgovor:

Dosadašnji pozicijski bonus u skladu s člankom 7. stavkom 3. ZNTP-a trgovac može naplatiti kao naknadu za uslugu koju trgovac pruža dobavljaču, a ta naknada mora biti iskazana na računu koji trgovac fakturira dobavljaču. Pri tome se mora voditi računa da je pozicioniranje proizvoda prije svega izričito tražio dobavljač u skladu s člankom 12. točkom 2. ZNTP-a i da su strane vezane uz ovo pitanje svoje odnose prethodno uredile ugovorom. Radi boljeg razumijevanja upućujemo na odgovor na pitanje broj 7. iz ovoga dijela.

48. Nabavna cijena – kako će se promatrati i kontrolirati ista s obzirom na veliki broj prodajnih mjesta ( dostavnih ) jer se ne prima sva roba na centralno skladište da bi u istom momentu ulaz robe bio po svim prodajnim mjestima isti i što ako akcija koja je dogovorena ne uđe u trgovinu, a cijena se mora spustiti jer počinje objava akcijske prodaje?

Odgovor:

Pitanje je nejasno. Značenje pojma nabavne cijene uređeno je člankom 2. točkom o) ZNTP-a. Nabavna cijena je jedinična cijena dobavljača po kojoj se kupuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod, umanjena za sve rabate i popuste iskazane isključivo na računu dobavljača, te uvećana za zavisne troškove koji su vezani za nabavu proizvoda. Zavisni troškovi u pravilu uključuju troškove prijevoza, osiguranja, špedicije i carine. Zavisni troškovi su troškovi trgovca. Mjesto isporuke mora biti navedeno u ugovoru.

Akcijaska prodaja objašnjena je u odgovoru na pitanje pod brojem 38. iz ovoga dijela.

49. Bonus za rashladnu opremu je mjerljiv jer je dobavljaču zaista u cilju da ima rashladnu opremu koja se nalazi u poslovnicama trgovca i koja je popisana, dakle mjerljiva. Može li se dogovoriti ovaj trošak u % od prometa?

Odgovor:

Pitanje je nejasno. Ako se pod rashladnom opremom u pitanju podrazumijeva poseban frižider dobavljača u kojem će na njegov zahtjev biti izloženi proizvodi dobavljača u prodajnom prostoru trgovca, u tom slučaju, u smislu odredaba ZNTP-a, riječ je o uslugama koje izvršava trgovac koji ustupa dio svog prodajnog prostora, na izričiti zahtjev dobavljača, a trgovac može odrediti naknadu za tu uslugu i nakon izvršenja usluge izdati dobavljaču račun za izvršenu uslugu. Naknada za tu uslugu može se ugovoriti i u % od prometa. Pri tome se mora voditi računa da je

pozicioniranje proizvoda prije svega izričito tražio dobavljač u skladu s člankom 12. točkom 2. ZNTP-a i da su strane vezano uz ovo pitanje svoje odnose prethodno uredile ugovorom. Radi boljeg razumijevanja upućujemo na odgovor na pitanje broj 8. iz ovoga dijela.

50. Koja je definicija zajedničke proizvodnje temeljem ovog Zakona? Je li to kooperacija?

Odgovor:

ZNTP ne uređuje pojam zajedničke proizvodnje. Ugovor o zajedničkoj proizvodnji, pod uvjetom da ima sve bitne sastojke ugovora koje utvrđuje članak 5. stavak 1. ZNTP-a, iznimno zamjenjuje obvezni pisani ugovor između dobavljača i otkupljivača i/ili prerađivača. U skladu s tim i u kooperaciji mora biti sačinjen pisani kooperantski ugovor koji mora sadržavati bitne sastojke ugovora koji su utvrđeni člankom 5. stavkom 1. ZNTP-a. Međutim, iznimke od sklapanja pisanog ugovora u odnosima između dobavljača i trgovaca ne postoje.

Agencija će sukladno primjenjivim važećim relevantnim propisima procjenjivati u svakom pojedinom slučaju je li riječ o ugovoru o zajedničkoj proizvodnji i sadrži li on sve bitne sastojke iz članka 5. stavka 1. ZNTP-a. U tom smislu, za pretpostaviti je da se ugovor o kooperaciji u proizvodnji može smatrati ugovorom o zajedničkoj proizvodnji.

51. Je li trgovac dužan imati svoje opće uvjete?

Odgovor:

Nije obavezan, ali ako ih ima moraju biti u skladu s člankom 8. ZNTP-a.

52. Je li prodaja proizvoda ispod nabavne cijene (npr. u prijelaznom periodu od prvih 14 dana nakon stupanja zakona na snagu) budući da inspekcija gleda ulazne račune, cijene bi samim time bile u dumpingu jer bi iz računa proizlazilo da je nabavna cijena veća od maloprodajne budući da postoji praksa (što neki inspektori prihvaćaju neki ne) da se nabavna cijena smanjuje za sve dogovorene izvanfaktorne bonuse.

Budući da prema novom zakonu treba uskladiti praksu jer je isključivo propisano da se cijena odnosi isključivo na ono što je na računu, pitanje je što je s onim ulazima robe koji su isporučeni prije stupanja zakona na snagu (npr.30.11), a proizvod je još u prodaji npr.20.12. kada inspekcija dođe u kontrolu?

Hoće li se tada priznati kalkulacija nabavne cijene napravljena prije stupanja zakona na snagu za proizvode koji su još u prodaji?

Odgovor:

Za sve ugovore koji su sklopljeni prije stupanja na snagu ZNTP-a vrijedi obveza da moraju biti usklađeni s odredbama ZNTP-a zaključno s 31. ožujkom 2018. Stoga se

sve do tog dana prodaja robe može odvijati na način kako je bilo ranije ugovoreno, pa i u odnosu na nabavnu cijenu.

53. Molim vas informaciju odnosi li se Zakon o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom na Marasku d.d. kao proizvođača i distributera u dijelu alkoholnih pića.

Odgovor:

Kako se Uredbom 178/2002 pod pojmom „hrane“ smatra i piće, a što uključuje vino, pivo, alkoholna i bezalkoholna pića, slijedom toga pojam „poljoprivredni i prehrambeni proizvod“ iz članka 2. točke c) ZNTP-a uključuje vino, pivo, alkoholna i bezalkoholna pića. Prema tome trgovina alkoholnim pićima je predmet ZNTP-a te se ZNTP s jedne strane može neposredno odnositi na Marasku i to kao otkupljivača i/ili prerađivača poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda ako ispunjava uvjet iz članka 3. stavka 3. ZNTP-a. U tom slučaju, Maraska je obvezna do 31. 3. 2018. godine uskladiti svoje poslovanje sa ZNTP-om, a posebno u dijelu svojih odnosa s poljoprivrednim proizvođačima u slučaju da od njih otkupljuje poljoprivredne proizvode. S druge strane, Maraska se na tržištu javlja kao dobavljač u odnosu s trgovcima iz članka 3. stavka 2. ZNTP-a te se odredbe ZNTP-a primjenjuju i na taj poslovni odnos na način da se trgovcima zabranjuje primjena nepoštene trgovačke prakse uređena člancima 4. do 12. ZNTP-a.

54. Odredbom članka 2. točke o) Zakona propisano je: nabavna cijena je jedinična cijena dobavljača po kojoj se kupuje poljoprivredni i ili prehrambeni proizvod, umanjena za sve rabate ili popuste iskazane isključivo na računu, te uvećana za zavisne troškove koji su vezani za nabavu istog. Zavisni troškovi u pravilu uključuju troškove prijevoza, osiguranja, špedicije i carine.

Na koji način bi obveznik primjene Zakona trebao obračunavati zavisne troškove (prijevoz, osiguranje, špedicija i carina), sve uzevši u obzir činjenicu da je zavisne troškove teško obračunati po pojedinom proizvodu jer se proizvodi najčešće prevoze, osiguravaju i carine skupno.

Odgovor:

Zavisni troškovi po jednom proizvodu mogu se obračunavati na dva načina. Prvi način je po vrijednosti proizvoda. Ovo je uobičajeni način obračuna zavisnih troškova i on podrazumijeva da se ukupna vrijednost zavisnih troškova rasporedi na proizvode koji su predmet nabave proporcionalno njihovoj nabavnoj vrijednosti. Primjerice, ako je trgovac nabavio dva proizvoda, s tim da je vrijednost jednog proizvoda 5.000 kuna, a vrijednost drugog proizvoda 45.000 kuna, zavisni troškovi nabave raspoređuju se na način da se 10% ukupne vrijednosti zavisnih troškova rasporedi na prvi proizvod, a 90% na drugi.

Drugi način obračuna zavisnih troškova je po količini. Ovaj način obračuna se rjeđe koristi, a podrazumijeva da se ukupna vrijednost zavisnih troškova rasporedi na proizvode koji su predmet nabave proporcionalno nabavljenoj količini. Primjerice, ako su kupljena dva proizvoda i to jedan proizvoda u količini od 50 komada, a drugi u količini od 450 komada, zavisni troškovi nabave raspoređuju se na način da se 10% ukupne vrijednosti zavisnih troškova rasporedi na prvi proizvod a 90% na drugi.

55. Odredbom članka 4. stavka 2. točke 4. Zakona propisano je da su nepoštene trgovačke prakse i mogućnost jednostranog raskida ugovora s dobavljačem u nepisanom obliku ili bez navođenja osnovanih razloga za raskid ugovora ili mogućnost otkaza ugovora s dobavljačem bez primjerenog otkaznog roka ili mogućnost jednostrane izmjene ugovora od strane otkupljivača i/ili prerađivača ili trgovca.

S obzirom na to da je u poslovnim odnosima uobičajeno ugovarati mogućnost raskida ugovora bez navođenja razloga za raskid (što zapravo prema Zakonu o obveznim odnosima predstavlja otkaz ugovora, a ne raskid), tumače li se riječi u citiranoj odredbi Zakona: „bez navođenja osnovanih razloga za raskid“ isključivo kao raskid ugovora ili se mogu tumačiti i kao otkaz ugovora i mogu li ugovorne strane slobodno ugovarati razloge za raskid ugovora (primjerice, insolventnost druge ugovorne strane) ili postoje određena ograničenja i/ili tumačenja tih riječi prema kojima AZTN neke razloge za raskid ne bi prihvaćala kao valjane.

Ako je odredbama Zakona o obveznim odnosima dopušteno ugovoriti mogućnost raskida, odnosno otkaza ugovora bez navođenja razloga, primjenjuje li se u tom slučaju Zakon o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom, kao *lex specialis*?

#### Odgovor:

Pojmovi raskida i otkaza ugovora uređeni su Zakonom o obveznim odnosima i kao takvi se tumače i u smislu ZNTP-a. Međutim, budući da je ZNTP prisilan propis, a ugovorni odnosi moraju biti u skladu s prisilnim propisima (članak 2. Zakona o obveznim odnosima) raskid ugovora mora biti u pisanom obliku i moraju biti navedeni osnovani razlozi za raskid, primjerice zbog neispunjenja obveze (u pravilu skrivljena ponašanja dobavljača koja se mogu dokazati). ili zbog promijenjenih okolnosti kao što je propisano i Zakonom o obveznim odnosima. AZTN u postupcima ima ovlast utvrđivati jesu li razlozi za raskid ugovora osnovani.

Ako je riječ o otkazu ugovora tada se ne trebaju navoditi razlozi za otkaz, ali se mora odrediti primjereni otkazni rok.

56. Odredbom članka 12. stavak 1. točke 2. Zakona propisano je: „Osim nepoštenih trgovačkih praksi iz članka 4. te članaka 6. do 10. ovoga Zakona, ostale nepoštene trgovačke prakse u odnosu dobavljača i trgovca u trgovini poljoprivrednim ili prehrambenim proizvodima su naplata naknade za smještaj proizvoda na policama u prodajnom mjestu trgovca, osim u slučaju kada dobavljač od trgovca izričito traži smještaj svog proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca.“

Znači li to da trgovac može dobavljaču naplatiti kada dobavljač traži smještaj proizvoda unutar određene police - npr. da na polici koju dobavljač nije dužan platiti jer nije tražio da police bude u prednjem dijelu trgovine, nego je trgovac tu policu razmjestio po svom nahođenju u trgovini, a dobavljač jedino traži da proizvod bude na zadnjem dijelu police ili može li trgovac dobavljaču naplatiti naknadu u slučaju kada mu nudi 2, 3 ili više police, pa dobavljač inzistira da proizvod bude na zadnjoj od ponuđenih police? Znači li to da raspored proizvoda ovisi isključivo o volji trgovca?

Odgovor:

Raspored polica ovisi o volji trgovca. Međutim, ako dobavljač želi da njegovi proizvodi budu izloženi na određenoj polici ili dijelu police u prodajnom mjestu trgovca mora to pisanim putem zatražiti od dobavljača. Iz pisanog zahtjeva dobavljača mora se vidjeti gdje želi da njegovi proizvodi budu smješteni, a trgovac pod uvjetom da je u mogućnosti udovoljiti njegovom zahtjevu, može mu naplatiti za tu uslugu naknadu.

57. Odnosi li se zabrana vraćanja isporučenih, a neprodanih proizvoda i na ugovore o komisiji? Naime sam smisao ugovora o komisiji (komisionoj prodaji) jest da komisionar (u ovom slučaju trgovac) u svoje ime, a za račun komitenta (dobavljača) prodaje komitentove proizvode te komisionar nikada ne postaje vlasnikom proizvoda što znači da ih komitent može tražiti natrag, ako ti proizvodi ne budu prodani. Ako bi se odredba članka 12. točke 3. Zakona primjenjivala i na ugovore o komisiji, mišljenja smo da bi u tom slučaju u odnosima trgovaca i dobavljača ugovori o komisiji (kao i ugovori o nalogu) bili proglašeni nezakonitima.

Odgovor:

ZNTP uređuje zabranu nepoštene trgovačke prakse u poslovnim odnosima dobavljača i prerađivača ili otkupljivača ili trgovaca u lancu opskrbe hranom i ZNTP se posebno ne odnosi samo na kupoprodajne ugovore, već i sve druge oblike ugovornih odnosa, pa tako i ugovore o komisiji. U skladu s tim, strane koje imaju svoj odnos uređen ugovorom o komisiji, trebaju svoj ugovor uskladiti s odredbama ZNTP-a. Sve primjenjive odredbe o nepoštenim trgovačkim praksama uređene ZNTP-om, kao prisilnim propisom, odnose se jednako na ugovore o komisiji, kao i na kupoprodajne ugovore.

## II. PITANJA VEZANA UZ ČLANKE ZAKONA

### **Tumačenje članka 2.**

1. U definiciji nabavne cijene između ostaloga piše "...umanjena za sve rabate ili popuste...". Termin "popust" spominje se nadalje i u čl. 7. Međutim, nema definicije popusta, kao što, primjerice, postoji definicija naknade.

a) Što je to "popust"?

Odgovor:

Rabat ili popust je umanjenje prodajne cijene koju dobavljač sukladno svojoj volji odobrava kupcu ako kupac od dobavljača kupi određenu količinu proizvoda ili ispuni određene uvjete. Pri tome dobavljač i trgovac svoj odnos prethodno uređuju ugovorom.

b) Prema zakonskoj definiciji, nabavna cijena je jedinična cijena dobavljača po kojoj se kupuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod, umanjena za sve rabate ili popuste iskazane isključivo na računu, te uvećana za zavisne troškove koji su vezani za nabavu istog. U praksi trgovaca je uobičajeno ugovarati naknadni popust (rabat, skonto i sl.), koji ovisi o učinku trgovca (kupca), primjerice popust od 3% na određene prodane količine. Konkretno, nabavna cijena iskazana na računu prodavatelja se naknadno umanjuje za 3%, nakon što prodavatelj proda određene količine. Računovodstvena isprava za obračun popusta je prodavateljevo odobrenje (rjeđe) ili kupčevo terećenje (češće).

Odgovor:

Rabati se u smislu ZNTP-a ne bi smjeli iskazivati u obliku prodavateljevog odobrenja ili kupčevog terećenja, već isključivo na računu dobavljača.

Budući da u trenutku izdavanja računa dobavljač ne može unaprijed znati koje količine će njegovih proizvoda u određenom razdoblju trgovac uspjeti prodati, ne može niti iskazati rabat na računu. Naime, u tom slučaju riječ je o naknadi trgovca, a ne o rabatu. Takva naknada mora biti iskazana na posebnom računu koji trgovac izdaje dobavljaču.

Naime, u smislu članka 7. stavka 3. ZNTP-a, na računu dobavljača nikada ne smiju biti naknade za usluge trgovca koje ovise o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca. S druge strane, rabati ili popusti koji dovode do umanjenja nabavne cijene dobavljača moraju biti iskazani i specificirani na računu dobavljača (članak 7. stavak 1. i 2.).

Međutim, nepoštenom trgovačkom praksom smatrala bi se situacija u kojoj bi se za ostvareni promet istih proizvoda ugovorila i naplatila dvostruka naknada, jedna temeljem vrijednosti nabavljenog proizvoda i tog prometa između dobavljača i trgovca, a druga temeljem vrijednosti prodaje tog istog proizvoda. Radi boljeg razumijevanja upućujemo na odgovor vezan uz pitanje broj 26. iz dijela I.

2. Je li u ovom primjeru nabavna cijena isključivo prva cijena na računu dobavljača (prodavatelja) ili se nabavna cijena može umanjiti za naknadno izdane knjigovodstvene isprave, tj. terećenje izdano od strane kupca (trgovca), ili odobrenje izdano od strane prodavatelja (dobavljača)?

Odgovor:

Vezano uz odgovor iz prethodnog pitanja označenog brojem 1., nabavna cijena ne može se naknadno umanjiti za rabate priznate u naknadno izdanim knjigovodstvenim ispravama jer se rabati smiju iskazivati isključivo na računu dobavljača.

3. Što je s riječnom ribom iz ulova? Spada li riječna riba iz ulova u svježe poljoprivredne i prehrambene proizvode ili ne?

Odgovor:

Riječna riba iz ulova i akvakulture te morska riba iz akvakulture spada u svježe poljoprivredne i prehrambene proizvode, odnosno u proizvode na koje se primjenjuje ZNTP jer nije izuzeta iz značenja pojma poljoprivredni i prehrambeni proizvodi, a namijenjena je konzumaciji ljudi (članak 2. točka c) ZNTP-a).

4. Odnosi li se izuzetak i na prerađevine morske ribe, npr. konzerve i sl. te smrznutu morsku ribu ili samo na svježu iz ulova?

Odgovor:

Izuzetak od primjene ZNTP-a odnosi se samo na svježu morsku ribu i druge morske organizme iz ulova.

Međutim, smrznuta morska riba, konzerve i ostale prerađevine od ribe te morska riba iz akvakulture, se smatraju proizvodima na koje se primjenjuje ZNTP.

5. Kako će se promatrati pozicija pojedinog poslovnog subjekta s obzirom da kao dobavljač ne bi bio odgovoran ni za kakvu povredu?

Odgovor:

Odgovornost dobavljača se utvrđuje u smislu Zakona o obveznim odnosima.

Dobavljač u smislu ZNTP-a može odgovarati samo za povredu članka 26. ZNTP-a koja uređuje ostale povrede toga zakona, primjerice kada protivno članku 17. ZNTP-a dobavljač ne dostavlja Agenciji tražene obavijesti u obliku pisanih očitovanja te ne dostavlja na uvid ugovore i druge potrebne podatke i dokumentaciju.

6. Promatra li se za definiciju trgovca samo registracija određenog poslovnog subjekta za kupnju/prodaju robe, ili se promatraju njegove stvarne aktivnosti na tržištu, i u kojoj mjeri se mora baviti trgovinom kako bi bio smatran trgovcem?

### Odgovor:

Značenje pojma trgovac utvrđeno je u članku 2. točki i) ZNTP-a. Trgovac je fizička ili pravna osoba utvrđena u skladu s općim propisom o trgovini koja kupuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod radi daljnje prodaje.

U smislu članka 4. Zakona o trgovini trgovac je pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe i/ili pružanja usluga u trgovini.

Trgovcem se, u smislu ZNTP-a, može smatrati samo osoba koja je registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe u smislu Zakona o trgovini, koja u promatranom odnosu kupuje poljoprivredne ili prehrambene proizvode, koja te proizvode kupuje radi daljnje prodaje i koja zajedno sa svojim povezanim društvima ostvaruje ukupni godišnji prihod utvrđen člankom 3. stavkom 2. ZNTP-a. Budući da u toj odredbi nije zakonodavac istaknuo da prihod mora biti ostvaren samo od djelatnosti kupnje i prodaje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, u obzir će se uzeti i prihodi iz drugih djelatnosti, ako ih ima. Dakle, adresatima ZNTP-a trebali bi se smatrati svi trgovci na veliko i malo koji kupuju poljoprivredne i prehrambene proizvode radi daljnje prodaje i iz svojeg cjelokupnog poslovanja ostvaruju ukupni prihod veći od 100 milijuna kuna, uključivo i ukupne prihode od prodaje povezanih društava.

Međutim, neće se sve osobe koje su registrirane za kupnju i prodaju robe u smislu Zakona o trgovini smatrati trgovcima u smislu ZNTP-a. Tako, primjerice, kod ugostitelja svrha kupnje robe nije daljnja prodaja već obavljanje ugostiteljske djelatnosti na način kako su one uređene Zakonom o ugostiteljstvu (članak 4.) pa se na njih ne primjenjuje ZNTP.

7. Hoće li se dobavljači/otkupljivači/prerađivači koji imaju direktnu dostavu svojim kupcima (malim trgovcima, ugostiteljskim objektima) u tom slučaju smatrati trgovcima?

### Odgovor:

Osoba će se smatrati dobavljačem kada u pojedinom odnosu prodaje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod otkupljivaču i/ili prerađivaču ili izravno trgovcu. Pored primarnih proizvođača i otkupljivači i/ili prerađivači će se u pojedinom odnosu smatrati dobavljačima kad otkupljene ili prerađene poljoprivredne ili prehrambene proizvode prodaju trgovcu.

Osoba će se smatrati trgovcem kada istovremeno zadovoljava sljedeće uvjete:

- smatra se trgovcem u smislu Zakona o trgovini, odnosno registrirana je za obavljanje kupnje i prodaje robe,
- u promatranom odnosu ona kupuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod,
- svrha kupnje poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda je daljnja prodaja.

Veliki broj sudionika u lancu opskrbe hranom (proizvođača, otkupljivača, dobavljača, trgovaca) se može smatrati trgovcem u smislu Zakona o trgovini, ali se u smislu ZNTP-a oni mogu smatrati trgovcima samo uz ispunjenje dva dodatna uvjeta. Objasniti ćemo navedeno na dva primjera:



- Trgovac na veliko koji prodaje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod trgovcu na malo radi daljnje prodaje smatrat će se dobavljačem u smislu ZNTP-a jer on u konkretnom slučaju nije taj koji kupuje te proizvode, iako je u smislu Zakona o trgovini trgovac.

- Trgovac na malo koji kupuje poljoprivredne ili prehrambene proizvode od dobavljača jest trgovac u smislu ZNTP-a jer, osim što je registriran kao trgovac u smislu Zakona o trgovini, navedene proizvode u konkretnom slučaju kupuje radi daljnje prodaje potrošačima.

Ugostitelj koji je registriran i za kupnju i prodaju robe u smislu Zakona o trgovini i koji kupuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod, od drugog trgovca, nije trgovac u smislu ZNTP-a. Kod ugostitelja svrha kupnje tih proizvoda nije daljnja prodaja već obavljanje ugostiteljske djelatnosti na način kako su one uređene Zakonom o ugostiteljstvu (članak 4.) Stoga su ugostitelji i osobe koje im dostavljaju robu izuzete od primjene ZNTP-a.

Dakle, u smislu ZNTP-a u odnosima s različitim kategorijama osoba, ista se osoba može javiti u različitim svojstvima kao dobavljač, otkupljivač, prerađivač ili trgovac. Tako se, primjerice, osoba koja se bavi trgovinom na veliko može smatrati trgovcem kad se promatra njen odnos s dobavljačem, odnosno smatrat će se dobavljačem kad se promatra njen odnos s trgovcem na malo kao kupcem. Pored primarnih proizvođača i otkupljivači i/ili prerađivači će se u pojedinom odnosu smatrati dobavljačima kad otkupljene ili prerađene poljoprivredne ili prehrambene proizvode prodaju trgovcu.

8. Jesu li za određenje mjesta isporuke kumulativno nužna oba elementa – isporuka robe + prijelaz svih rizika, i što ako na trgovca ne prelaze odmah svi rizici nego samo neki?

Odgovor:

ZNTP u članku 2. točki m) određuje značenje pojma mjesta isporuke kao mjesta na kojem dobavljač isporučuje poljoprivredni ili prehrambeni proizvod otkupljivaču i/ili prerađivaču ili trgovcu i na kojem u trenutku isporuke svi rizici i odgovornosti za poljoprivredni ili prehrambeni proizvod prelaze na otkupljivača i/ili prerađivača ili trgovca. Također, prebacivanje rizika poslovanja s trgovca na dobavljača utvrđeno je nepoštenom trgovačkom praksom u smislu članka 12. točke 13. ZNTP-a, a mjesto isporuke je bitni sastojak ugovora između dobavljača i trgovca. Stoga je u tom smislu zabranjeno ugovarati da isporukom robe rizik ne prelazi na kupca.

### **Tumačenje članka 3.**

9. Ukoliko dobavljač ima bitno veće prihode od trgovca, kako je moguće da trgovac u odnosu na tog dobavljača ima značajnu pregovaračku snagu?

Odgovor:

ZNTP je u članku 3. utvrdio koji se trgovci smatraju trgovcima sa značajnom pregovaračkom snagom.

10. Ako takav dobavljač inzistira i traži određene uvjete kod prodaje svojih proizvoda, je li trgovac odgovoran za povredu ako to prihvati?

Odgovor:

Jeste, ako su njegovi zahtjevi protivni odredbama ZNTP-a. Pritom, ako je riječ o dobavljaču sa značajnom tržišnom snagom, a osobito ako ima vladajući položaj na nekom mjerodavnom tržištu, AZTN može njegovo postupanje ocjenjivati i primjenom Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja koji je također prisilni propis.

11. Zbog čega je dopuštena neravnomjernost na tržištu u smislu da dobavljači i trgovci koji ne prelaze zadane granice mogu činiti sve, pa i najteže povrede zakona kao što je prodaja ispod nabavne cijene?

Odgovor:

Prodaja proizvoda ispod nabavne cijene zabranjena je i Zakonom o trgovini koji se odnosi na sve trgovce.

12. Promatra li se samo prihod od trgovine ili i od drugih djelatnosti?

Odgovor:

Promatra se prihod ostvaren od svih djelatnosti, budući da u članku 3. ZNTP-a, a niti u drugim odredbama ZNTP-a nisu od uračunavanja u ukupni godišnji prihod izuzeti prihodi od ostalih djelatnosti.

13. Ako se poslovni subjekt bavi sa više aktivnosti, i trgovina predstavlja manji dio, ali mu ipak ukupni prihodi prelaze zadane iznose, da li se također smatra obveznikom primjene zakona?

Odgovor:

Poslovni subjekt se smatra obveznikom primjene ZNTP-a ako ispunjava kriterije utvrđene člankom 3. ZNTP-a, neovisno o tome predstavlja li mu prihod od trgovine manji dio ukupno ostvarenog godišnjeg prihoda. Vidjeti i odgovore na pitanja broj 6. i 7. ovoga dijela.

### **Tumačenje članaka 5. i 6.**

14. Moraju li svi elementi biti sadržani u istom dokumentu ili je dovoljno da budu na pisani način ugovoreni među ugovornim stranama?

Odgovor:

Ne moraju svi elementi ugovora biti sadržani u istom dokumentu. Dopušteno je da se pojedina pitanja urede dodatkom ili aneksom ugovora. Bitno je da su i ugovor i dodaci ili aneksi u pisanom obliku.

15. Ako nedostaje samo jedan od obveznih elemenata Ugovora, zbog čega je propisana ništetnost cijelog ugovora?

Odgovor:

Budući da je ZNTP po svojoj naravi prisilan propis kojeg se svi moraju pridržavati, a temelj tog propisa je pisani ugovor između ugovornih strana s obveznim bitnim sastojcima ugovora koji su određeni ZNTP-om, propisana je ništetnost ugovora u slučaju da nema sve bitne sastojke.

16. Smiju li dobavljači slobodno formirati cjenike za svakog trgovca posebno ili mora postojati jedinstveni cjenik za sve subjekte na tržištu, s obzirom na to da je praksa ne samo u Hrvatskoj nego i na drugim tržištima, da svi dobavljači imaju jedinstveni cjenik svojih proizvoda za sve svoje kupce te da upravo visinom rabata i popusta na fakturi, diferenciraju svoje kupce s obzirom na njihovu veličinu, promet, širinu asortimana roba i sl. koje kupuju od dobavljača. Bilo bi apsurdno da dobavljači imaju umjesto jedinstvenog, različite cjenike za svoje kupce, jer ako je tome tako, onda se postavlja pitanje i svrha naprijed navedenih rabata i popusta na fakturi. Cjenik kao institut u takvim okolnostima više ne bi postojao. Isto tako u slučaju promjene cijena proizvoda od strane dobavljača, stvarne korekcije cijena bi se mogle selektivno primjenjivati u različitim postocima prema od kupca do kupca što će uzrokovati totalnu netransparentnost u cijenama, s obzirom na to da ne bi postojao jedinstveni cjenik.

Odgovor:

U smislu ZNTP-a ne proizlazi takva obveza za dobavljače.

Međutim, dobavljači koji imaju vladajući položaju na mjerodavnom tržištu u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, koji su također prisilne prirode, moraju voditi računa da ne provode diskriminaciju u cijenama, odnosno da iste proizvode ne prodaju po različitim cijenama različitim kupcima koji su međusobni konkurenti, unatoč istim troškovima.

Dobavljači kod određivanja cijena moraju voditi računa o tome da se razlika u cijenama za pojedine kategorije kupaca temelji na troškovnom principu, odnosno da je ekonomski opravdana. Ono što može činiti opravdanim razliku u cijeni proizvoda je razlika u troškovima proizvodnje, prodaje ili isporuke proizvoda.

Iako je u načelu dopušteno imati više cjenika, dobavljač ne smije imati poseban cjenik samo za pojedinog kupca, već isključivo za pojedine kategorije kupaca.

Dakle, kada dobavljač ima više cjenika, razlike u cijenama moraju biti utemeljene na troškovnom principu, odnosno moraju biti ekonomski opravdane. Formiranje različitih cjenika za različite kategorije kupaca na način da razlike u cijenama nisu utemeljene na troškovnom principu, odnosno da nisu ekonomski opravdane mogle bi biti utvrđene zabranjenim u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja.

17. Način određivanja cijene, odnosno izračuna iste – koji je to način? (npr. važeće tržišne cijene – je li dopuštena ta formulacija?)

Odgovor:

Dopuštena je formulacija prema kojoj se cijena određuje kao „važeca tržišna cijena, ali se pri tome treba navesti na koji način će se utvrditi tržišna cijena.

18. Kod javne nabave je posebni problem po pitanju visine cijene, budući da je kod ugovora o javnoj nabavi cijena fiksna i nepromjenjiva tijekom npr. godine dana pa, shodno tome, može u određenom trenutku doći i do prodaje ispod nabavne cijene jer dobavljač trgovcu digne cijenu, a dobavljač neke ustanove primjerice to isto ne smije učiniti?

Odgovor:

Kod javne nabave u opisanoj situaciji promatra se samo cijena koja je ugovorena u trenutku sklapanja ugovora.

19. Smije li se sukladno Zakonu o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi, ugovoriti robno trgovački kredit?

Odgovor:

Odgovoreno u dijelu I. Opća pitanja, na pitanje pod brojem 1.

20. Kod iznimke od pisanog ugovora kad se radi na otkupni blok, gdje i na koji način se javno objavljuju uvjeti otkuplivača i/ili prerađivača?

Odgovor:

Na internet stranici, u novinama, na oglasnoj ploči otkuplivača i/ili prerađivača, dakle, na bilo koji način na koji se može utvrditi da su bili dostupni dobavljačima.

21. U slučaju promjene cijene, moraju li se ti uvjeti stalno ponovno objavljivati, budući da je to često na dnevnoj bazi?

Odgovor:

Ako je ovo pitanje povezano s prethodnim pitanjem, dakle za slučaj iznimke od sklapanja pisanog ugovora, promjena cijena u pravilu se mora objaviti. Međutim, ako je cijena određiva ili na neki drugi način javno dostupna ne mora se stalno ponovno objavljivati.

**Tumačenje članka 6.**

22. Uobičajeno je da proizvođači / dobavljači mijenjaju cijene svojih proizvoda tijekom godine, uslijed poskupljenja sirovina. Znači li ova odredba da se svaki puta kad se promijeni cijena određenog proizvoda mora promijeniti ugovor?

Odgovor:

Cijena mora uvijek biti određiva. Stoga, nije potrebno mijenjati ugovor svaki puta kad se promijeni cijena određenog proizvoda. Međutim, u ugovoru je svakako potrebno urediti kako se određuje cijena u slučaju promjena.

23. Može li se postojećem ugovoru samo dodati novi cjenik?

Odgovor:

Može, ako se to učini u obliku dodatka i ako to potpišu obje ugovorne strane.

U svakom slučaju, treba uvijek paziti da izmjena cjenika ne predstavlja jednostranu izmjenu ugovora koja je zabranjena člankom 9. stavkom 3. ZNTP-a.

24. Kako u ugovoru definirati cijenu proizvoda kod npr. burzovne robe, čija se cijena mijenja na tjednoj bazi?

Odgovor:

Može se ugovoriti da se cijena mijenja u skladu s promjenom cijena na tržištu. Međutim, treba osigurati transparentnost informacije o cijeni i trgovcu i dobavljaču, odnosno ugovornim stranama mora biti jasno gdje se dolazi do informacije o cijeni, a po potrebi se to navodi i u ugovoru.

25. Molimo pojasniti kako u ugovoru definirati kvalitetu 'brandiranih' proizvoda, kao što su npr. Čokolino, Nutella i sl.?

Odgovor:

Kvaliteta proizvoda se može definirati u skladu s trgovačkim običajima.

26. Do koje razine se u ugovoru mora definirati kvaliteta proizvoda?

Odgovor:

U ugovoru se kvaliteta proizvoda mora definirati u skladu s trgovačkim običajima.

Prilikom ugovaranja kvalitete nekog proizvoda, kao predmeta isporuke, ugovorne strane se mogu pozvati na propisane standarde kvalitete ili više standarde koji trebaju biti i jasno navedeni, kao i na standarde koje međusobno dogovore u skladu s vlastitim interesima, osobito u slučaju kada propisi posebno ne uređuju pitanje kvalitete nekog proizvoda. Tako ugovorene odredbe o kvaliteti proizvoda, obje strane moraju primjenjivati te trgovac ne može odbiti primitak robe ako ista ispunjava ugovorenu kvalitetu.

27. Je li dovoljno npr. priložiti proizvođačku specifikaciju proizvoda?

Odgovor:

Proizvođačku specifikaciju proizvoda je dovoljno priložiti ako je njome definirana kvaliteta proizvoda u skladu s trgovačkim običajima.

28. Je li odredba o roku plaćanja od 30 dana za svježe proizvode utvrđena u Zakonu u koliziji sa Zakonom o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi kojim je propisan rok ispunjenja novčane obveze među poduzetnicima koji ne može biti duži od 60 dana?

Odgovor:

ZNTP je *lex specialis* u odnosu na Zakon o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi. Stoga rokovi plaćanja moraju biti određeni u skladu sa ZNTP-om.

29. Zakon propisuje da se kao sastavni dio ugovora navede vrsta prehrambenih proizvoda koji su predmet ugovora. Svaki dobavljač ima svoj cjenik sa svojim kompletnim asortimanom. Međusobnim pregovorima se određuje koje proizvode dobavljača s predmetnog cjenika će trgovac uvrstiti u svoj asortiman. Ako se ugovoru priloži cjenik s kompletnim asortimanom dobavljača znači li to da trgovac ima obvezu kupovati sve proizvode s cjenika dok ih izričito ne izlista? Predlažemo da se dopusti mogućnost da se kompletni cjenik prilaže kao prilog ugovoru, a da ne moraju svi artikli biti uvršteni u asortiman trgovca. Ispostavljanje lista proizvoda samo s proizvodima dobavljača koji su u asortimanu trgovca je veliki dodatni administrativni napor kako za trgovce tako i za dobavljače. Postoje dobavljači koji isporučuju i do 1000 artikala pojedinom trgovcu.

Odgovor:

Ovisi kako su ugovorne strane to pitanje uredile ugovorom. One mogu ugovoriti da priloženi cjenik s kompletnim asortimanom proizvoda nekog dobavljača ugovoru ne obvezuje trgovca na kupnju svih proizvoda s cjenika već samo onih koje trgovac odabere.

Radi praktičnosti dopušteno je priložiti cjenik svih artikala dobavljača, a da pritom ne moraju svi artikli biti uvršteni u asortiman trgovca. Sve ovisi o tome kako je uređeno ugovorom između ugovornih strana.

30. Rok plaćanja počinje teći od dana primitka proizvoda koji je predmet isporuke. Česta je pojava da dobavljač (prodavatelj) ne izdaje račun odmah po isporuci proizvoda, odnosno da dostavi kupcu (trgovcu) račun u roku koji nije dovoljan za obradu računa i odobrenje plaćanja (npr. 25. dan nakon dana isporuke). Trgovac ne može izvršiti plaćanje bez valjane knjigovodstvene isprave. Također, veći trgovci posluju s nekoliko stotina dobavljača, pa je nužno račune zaprimiti barem 15 dana prije dospjeća, kako bi se računi mogli proknjižiti, odobriti i na vrijeme platiti. Smije li se ugovarati da rok plaćanja počinje teći od dana primitka proizvoda i računa?

Odgovor:

Ako nije izdan račun, trgovac je realno onemogućen od plaćanja. Stoga je preporuka dobavljačima da odmah izdaju račun u trenutku isporuke proizvoda što je u skladu s člankom 7. stavkom 2. ZNTP-a.

Ako dobavljač ne izda račun u trenutku isporuke proizvoda, trgovcu će se rok plaćanja od 30 dana ili 60 dana u smislu ZNTP-a računati od dana zaprimanja računa.

31. Kako je trgovac dužan postupiti ukoliko mu dobavljač uopće ne izda račun? Kako je trgovac dužan postupiti ako mu dobavljač izda račun prekasno (kad ne ostane dovoljno vremena za knjiženje, odobrenje i plaćanje računa)?

Odgovor:

Kada nije izdan račun, trgovac je realno onemogućen od plaćanja.

Trgovac u tim situacijama nije dužan platiti isporuku u rokovima utvrđenim ZNTP-om koji se počinju računati od trenutka primitka proizvoda, ali je obvezan platiti proizvod u roku od 30 ili 60 dana od dana primitka računa dobavljača.

32. Člankom 6. utvrđuje se obvezni sadržaj ugovora dobavljača i trgovca, među ostalim i cijena proizvoda ili način određivanja, odnosno izračuna cijene – nigdje nije definirano što je cijena proizvoda pa nije jasno što podrazumijeva izračun cijene?

Odgovor:

Cijena proizvoda jest jedinična cijena dobavljača po kojoj trgovac kupuje proizvod umanjena za sve rabate ili popuste iskazane isključivo na računu dobavljača. Ona čini dio nabavne cijene uređene člankom 2. točkom o) ZNTP-a.

U skladu s člankom 6 stavkom 1. točkom 1. ZNTP-a podrazumijeva se da ugovorom treba biti utvrđena primjerice:

- jedinična cijena proizvoda vezana uz mjernu jedinicu (kg, lit, kom), a bez obzira na isporučenu kvalitetu proizvoda (kao što je npr. 2,30 kn/litri mlijeka bez obzira na parametre kvalitete mlijeka (bjelančevine i masti, somatske stanice) ili
- opisni način određivanja ili izračuna cijene pod kojim se podrazumijeva da su dobavljač i otkupljivač i/ili prerađivač ugovorom utvrdili da će se cijena obračunavati na temelju određenih parametara (primjerom: ugovorom o otkupu mlijeka utvrđeno da će se cijena mlijeka izračunati na temelju udjela % masti i % bjelančevina, pri čemu 0,1% udio mliječne masti nominalno ima jediničnu vrijednost 0,199 kn, a 0,1% udio bjelančevina nominalno ima jediničnu vrijednost 0,235 kn. Pod opisanim načinom podrazumijeva se i slučaj u kojem dobavljač i otkupljivač i/ili prerađivač ugovorom urede plaćanje u skladu sa standardnom kvalitetom te urede što je to standardna kvaliteta (primjerice, za pšenicu vlaga 13,5%, primjese 5%, bjelančevine 12,5% te se

za tu kvalitetu utvrđuje cijena od 1,05 kn/kg, a za svako odstupanja od ovih parametara obračunava bonus ili malus u skladu s tablicom. ....

Ovim primjerima samo se želi skrenuti pažnja da ZNTP uređuje da način određivanja ili izračuna cijene, odnosno ugovorena cijena moraju biti transparentno prikazani i utvrđeni ugovorom.

33. Čim je definirana kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda?

Odgovor:

Kvaliteta proizvoda se definira u skladu s trgovačkim običajima.

Prilikom ugovaranja kvalitete nekog proizvoda, kao predmeta isporuke, ugovorne strane se mogu pozvati na propisane standarde kvalitete ili više standarde koji trebaju biti i jasno navedeni, kao i na standarde koje međusobno dogovore u skladu s vlastitim interesima, osobito u slučaju kada propisi posebno ne uređuju pitanje kvalitete nekog proizvoda. Tako ugovorene odredbe o kvaliteti proizvoda, obje strane moraju primjenjivati te trgovac ne može odbiti primitak robe ako ista ispunjava ugovorenu kvalitetu.

### **Tumačenje članka 7.**

34. Koji su to točno popusti i rabati koji se smiju navesti na računu i što je to točna specifikacija istih (npr. količinski, akcijski, rabati na izričit zahtjev dobavljača) ?

Odgovor:

U skladu s člankom 7. stavkom 2. rabati koji se smiju navesti na računu dobavljača moraju zadovoljavati sljedeće uvjete:

- moraju biti utemeljeni na pisanom ugovoru između trgovca i dobavljača,
- moraju biti specificirani sukladno ugovoru i
- njihov iznos mora biti jasno naveden na računu

Količinski rabat može biti iskazan kao rabat na računu dobavljača na količinu koja se trenutno kupuje, dakle ako se iznos rabata može fiksno odrediti;

Dobavljač u skladu sa svojom poslovnom politikom može slobodno upravljati svojim rabatima i popustima, a pri tome mu davanje takvog popusta ili rabata ne smije biti nametnuto od strane trgovca ili otkupljivača/prerađivača.

U odnosu na naknade koje se iskazuju na računu trgovca odgovoreno je na pitanja pod brojem 37. i 38. u dijelu I. Opća pitanja i na pitanje pod brojem 65. u ovom dijelu.

35. Kakve sve popuste/rabate mogu davati dobavljači? U kojoj mjeri specifikacija mora biti izražena na računu, odnosno može li se nalaziti u nekom dodatnom dokumentu (kalkulaciji/obračunu)?



Odgovor:

Vidjeti odgovor na pitanje broj 34.

Specifikacija mora biti navedena na način da se iz računa može vidjeti u vezi s kojom ugovornom odredbom se rabat ili popust odobrava. Kalkulacije i obračuni se mogu nalaziti i u drugim (pomoćnim) dokumentima, ali ako se bez navedenih kalkucija/obračuna ne može utvrditi iznos rabata, onda se ne može smatrati da je rabat dovoljno specificiran u smislu članka 7. stavka 2. ZNTP-a.

36. Može li uslugu umjesto trgovca pružiti neki drugi poslovni subjekt; koji će istu fakturirati trgovcu, a trgovac će ju praktički „prefakturirati“ dobavljaču?

Odgovor:

Načelno bi se neke usluge koje je umjesto trgovca pružio neki drugi poslovni subjekt mogle „prefakturirati“, pod uvjetom da su tako ugovorili dobavljač i trgovac. I na dalje se u tom slučaju naknada za izvršenu uslugu iskazuje na računu tog drugog poslovnog subjekta ili trgovca koji taj račun dostavlja trgovcu nakon izvršene usluge.

37. Mogu li naknadna odobrenja dobavljača vezana za određenu robu biti dio kalkucije nabavne cijene u prethodnom razdoblju (npr. u slučaju sniženja cijene zbog materijalnog nedostatka i sl.)?

Odgovor:

Naknadno odobrenje dobavljača vezano uz određenu robu nije moguće te kao takvo ne može biti dio kalkucije nabavne cijene u prethodnom razdoblju.

38. Mogu li naknadna odobrenja dobavljača striktno vezana za količinu nabavljene robe biti dio kalkucije nabavne cijene u prethodnom razdoblju (iako znači nisu naznačene na svakom računu) ili ih mora naplatiti trgovac kao uslugu?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na prethodno pitanje kao i pitanja vezana uz količinski bonus pod brojem 26., 27. i 28. u dijelu I. Opća pitanja.

39. Mora li račun za svaku isporuku sadržavati iznos svih popusta, rabata i naknada pa čak i onih koji se u smislu čl. 12. st. 1. t. 2., 3., 17. i 19. obračunavaju periodično? Ako da, to je u praksi nerealno provesti, budući da kontra činidba nastupa kasnije.

Odgovor:

Dobavljač u skladu sa svojom poslovnom politikom može slobodno upravljati svojim rabatima i popustima, a pri tome mu davanje takvog popusta ili rabata ne smije biti nametnuto od strane trgovca ili otkupljivača ili prerađivača. Dobavljač svoje rabate i popuste treba vezati uz isporuku proizvoda jer članak 7. stavak 1. ZNTP-a to propisuje. Za usluge trgovca kod kojih kontra činidba nastupa kasnije dobavljač ne

može dati popust na svojem računu, već trgovac može za danu uslugu naplatiti naknadu u smislu članka 12. točke 2., 17. i 19. ZNTP-a, ako je to dobavljač prethodno izričito tražio. Pod uvjetima iz članka 12. točke 3. ZNTP-a, trgovac iznimno može naplatiti naknadu za vraćanje neprodanih proizvoda.

40. Koje su to naknade za usluge trgovca čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca, a ne smatraju se nametanjem nepoštene trgovačke prakse? Konkretno, je li to bonus ili super rabat za ciljani ili povećani promet i sl.?

Odgovor:

Odgovor na ovo pitanje sadržan je u dijelu I. Opća pitanja u odgovorima na pitanje broj 26., 27. i 28. te 37. i 38.

41. Kako bi trebao izgledati račun?

Odgovor:

Odredbe ZNTP-a ne utječu na porezne propise o obliku i sadržaju računa (članak 7. stavak 3. ZNTP-a). Određuje se samo veća transparentnost pri određivanju rabata na računima dobavljača, ali se ne mijenja ni oblik niti sadržaj računa. Dakle, ne mijenja se izgled računa.

42. Člankom 7.st.3. definiraju se naknade koje ne smiju biti izražene na računu dobavljača, ali se smiju ugovarati. Koje su to naknade, smiju li se izražavati u apsolutnom i relativnom iznosu. Može li se kroz ove naknade definirati i godišnji bonus?

Odgovor:

Na računu dobavljača ne smiju biti navedene naknade čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca.

Naknade trgovaca se mogu iskazivati u apsolutnom ili relativnom iznosu.

Detalniji odgovor na ovo pitanje sadržan je u dijelu I. Opća pitanja u odgovorima na pitanje broj 26. te 37. i 38.

43. Zbog sistemskih ograničenja u praksi će biti teško na računu navesti točnu specifikaciju na što se određeni popust ili rabat odnosi. Može li stoga račun uputiti na odredbu u ugovoru kojom se regulira određeni rabat?

Odgovor:

Može, na računu se može naznačiti ugovorna odredba kojom se uređuje određeni rabat.

### **Tumačenje članka 8.**

Za trgovce su Opći uvjeti poslovanja sastavni dio ugovorne dokumentacije koju oni potpisuju s dobavljačima.

44. Vrijedi li rok za prilagodbu ugovora (do 31.03.2018.) također i za prilagodbu Općih uvjeta nabave i poslovanja, budući da su dio ugovora?

Odgovor:

Rok za usklađivanje do 31. ožujka 2018. vrijedi i za usklađivanje općih uvjeta poslovanja.

45. Gdje i na koji način se objavljuju opći uvjeti poslovanja?

Odgovor:

Nema promjene u načinu objavljivanja općih uvjeta poslovanja, oni se objavljuju u skladu sa Zakonom o obveznim odnosima i trgovačkim običajima. ZNTP samo uređuje u članku 8. da trgovac, otkupljivač i/ili prerađivač mora dobavljača upozoriti na primjenu općih uvjeta poslovanja i na način objave općih uvjeta poslovanja te da odredbe općih uvjeta poslovanja moraju biti jasne i razumljive i ne smiju sadržavati nepoštene trgovačke prakse utvrđene ZNTP-om.

### **Tumačenje članka 10.**

46. Kolika je to nerazmjerno visoka ugovorna kazna i koji su to uzroci za njezinu zabranu, a za koje dobavljač ne odgovara? Koji su kriteriji za njezino određivanje općenito?

Odgovor:

Nerazmjerno visokom ugovornom kaznom mogao bi se, primjerice, smatrati iznos ugovorne kazne koji premašuje iznos potencijalne štete. ZNTP zabranjuje da se dobavljaču nametne nerazmjerno visoku ugovornu kaznu s obzirom na vrijednost i značenje objekta obveze. U svakom pojedinom slučaju će AZTN morati utvrđivati vrijednost i značenje objekta obveze te je li riječ o nerazmjerno visokoj ugovornoj kazni, a u skladu s trgovačkim običajima.

Ako je do neispunjenja, neurednog ispunjenja ili zakašnjenja došlo skrivljenim ponašanjem druge ugovorne strane ili iz uzroka za koje dužnik ne odgovara tada je zabranjeno naplatiti ugovornu kaznu. Skrivena ponašanja druge ugovorne strane i drugi uzroci morat će se utvrđivati u pojedinim postupcima.

47. Člankom 10. definira se nametanje ugovornih kazni. Što znači nerazmjerno? Definiraju li se u relativnom iznosu u odnosu na promet s dobavljačem? U odnosu na prihod dobavljača?

Odgovor:

Navedeno je potrebno utvrditi u skladu s trgovačkim običajima.

**Tumačenje članka 11.**

48. Što je to netransparentno umanjenje količine i/ili vrijednosti poljoprivrednih ili prehrambenih proizvoda?

Odgovor:

Primjerice, preuzimanje određenih količina jabuka standardne kvalitete i naknadno obrazloženje nakon preuzimanja jabuka da svega polovina od preuzetih odgovara standardnoj kvaliteti, bez mogućnosti provjere tih navoda od strane dobavljača jer su proizvodi već obrađeni.

49. Koji je i kakav administrativni trošak treba snositi dobavljač kod sklapanja ugovora s otkupljivačem i/ili prerađivačem, sukladno točki 5. članka 11.?

Odgovor:

Odredba je općenita, a u postupku bi se trebalo utvrđivati postoji li uopće neki administrativni trošak koji bi dobavljač morao unaprijed snositi kod sklapanja ugovora s otkupljivačem i/ili prerađivačem.

**Tumačenje članka 12.**

50. U članku 12. st. 1. t. 13. navodi se da je nepoštena praksa prebacivanje rizika poslovanja (...) osim u slučaju kad su izrečene kazne na temelju odluka nadležnih tijela posljedica nedostatka proizvoda za koje je odgovoran dobavljač, zatim u točki 3. je odredba vezana za vraćanje isporučenih, a neprodanih proizvoda, osim u slučajevima kada je roba prvi put isporučena trgovcu i za koji proizvod dobavljač izričito traži prodaju, a unaprijed je pisanim putem upozoren od strane trgovca da se roba neće prodati.

Što ako postoji greška na robi koju je prouzročio proizvođač te se naloži povlačenje konkretnog proizvoda iz prodaje? Na čiji teret takav trošak ide? Uobičajeno je bilo da se roba uništi, a trošak uništenja snosi dobavljač (primjerice, nedavno se desio slučaj povlačenja kukuruznih pahuljica). Po ovom zakonu, trgovac ne bi smio naplatiti uništavanje, a nije pravično da uništavanje plati trgovac ako je problem prouzročio dobavljač/proizvođač. Naime, mišljenja smo da je već dovoljno to što trgovac ima trošak transporta i prikupljanja proizvoda po svojim prodajnim mjestima.

Odgovor:

Navedeni primjer iz pitanja se ne bi mogao utvrditi kao prebacivanje rizika poslovanja na dobavljača. U smislu Zakona o obveznim odnosima dobavljač odgovara za materijalne nedostatke proizvoda i dužan je naknaditi trgovcu štetu koja je uzrokovana neispravnošću proizvoda.

51. Može li se u ugovoru s dobavljačima kruha ugovoriti klauzula da su dobavljači obvezni neprodane krušne proizvode u prodavaonici preuzeti i odobriti račun kupcu (trgovcu) za vrijednost tih neprodanih proizvoda

Odgovor:

Ne može. U smislu članka 12. točke 3. ZNTP-a vraćanje isporučenih, a neprodanih proizvoda, naplata naknade za zbrinjavanje takvih proizvoda, naplata naknade dobavljaču za neprodane proizvode kojima je istekao rok trajanja, smatra se nepoštenom trgovačkom praksom.

52. Članak 12. st. 1. t.2. koji je to "izričit" način na koji dobavljač može tražiti smještaj svog proizvoda na određenoj polici trgovca?

Odgovor:

Zahtjev za smještaj proizvoda, na određenoj polici u trgovini mora dati dobavljač, a taj zahtjev trebao bi biti u pisanom obliku, primjerice, dostavljen trgovcu elektroničkom poštom.

53. Kako utvrditi naknadu u slučaju da dobavljač od trgovca izričito traži smještaj svog proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca, odnosno, može li to biti cjenik trgovca koji bi onda dobavljač prihvatio ili ne (cijena ovisno o položaju robe na polici i veličini prodavaonice?)

Odgovor:

Naknada za smještaj proizvoda na pojedinoj polici može biti određena prema cjeniku trgovca.

54. Sukladno članku 12.st.1.t.3 kako utvrditi naknadu za zbrinjavanje neprodanih proizvoda kojima je istekao rok trajanja, a prvi put su isporučeni trgovcu, kao i proizvoda za koje dobavljač izričito traži prodaju iako je prethodno pisanim putem upozoren od strane trgovca da zbog slabog obrtaja može doći do isteka roka trajanja tih proizvoda?

Odgovor:

ZNTP ne utvrđuje na koji će način trgovac odrediti tu naknadu. Možemo samo preporučiti da se te naknade utvrđuju prema tržišnoj cijene naknade za zbrinjavanje.

55. Obuhvaća li naknada opisana u prethodnom pitanju pod brojem 54. direktne troškove (stvarni trošak zbrinjavanja ovlaštenog društva) i indirektne troškove (angažman radnika trgovca, logističke troškove u vezi s tim i sl.?).

Odgovor:

Ako postoje ti troškovi i ako su oni dokazivi opravdano ih je naplatiti.

56. Člankom 12.st.1.t.4. uređuje se naknada za sklapanje ugovora s dobavljačem koja nije razmjerna administrativnom trošku koji treba snositi dobavljač? Molimo pojasniti odredbu.

Odgovor:

Odredba je općenita, a u postupku bi se trebalo utvrđivati postoji li uopće neki administrativni trošak koji bi dobavljač morao unaprijed snositi kod sklapanja ugovora s trgovcem.

57. Člankom 12.st.1.t.6. uređuje se naknada za čuvanje i manipulaciju nakon isporuke? Molimo pojasniti odredbu.

Odgovor:

Zabranjeno je naplatiti naknadu za čuvanje i manipulaciju nakon isporuke poljoprivrednog i prehrambenog proizvoda, budući da je čuvanje i manipulacija proizvoda preduvjet za obavljanje trgovine. U skladu s navedenim, zabranjeno je da svoje troškove u tom dijelu poslovanja trgovac prebacuje na dobavljača.

58. Članak 12.st.1.t.10, molimo pojasniti odredbu.

Odgovor:

Navedenom se odredbom nastoji spriječiti da trgovac uvjetuje kupnju ugovorenih proizvoda time da dobavljaču uvjetuje proizvodnju i isporuku proizvoda koji se smatraju zamjenskim ugovorenim proizvodima, odnosno da uvjetuje proizvodnju proizvoda određene robne marke trgovca.

59. Članak 12.st.1.t.13., odnosi li se to na materijalne nedostatke na robi, vidljive i skrivene, u smislu ZOO, za koje je odgovoran dobavljač?

Odgovor:

Prebacivanje rizika na dobavljača koje se smatra nepoštenom trgovačkom praksom u smislu članka 12. stavka 13. ZNTP-a se ne odnosi na odgovornost dobavljača za materijalne nedostatke proizvoda za koje dobavljač i dalje odgovara u smislu Zakona o obveznim odnosima.

60. Ako da, što se misli pod naknadom, odnosno, kako je utvrditi, a posebno kada se može naplatiti imajući u vidu da, u slučaju sudskih sporova (prekršajni postupci, građanske parnice potrošača protiv kupca i sl.) isti dugo traju.

Odgovor:

Pod naknadom se misli na naknadu štete za novčane i ostale kazne neopravdano izrečene trgovcu.

61. Članak 12.st.1.t.14., prodaja poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda krajnjem potrošaču po cijeni nižoj od bilo koje nabavne cijene u nabavnom lancu tog proizvoda s PDV-om, koja je to cijena?

Odgovor:

To je najviša cijena po kojoj je kupljen proizvod u nabavnom lancu.

62. Članak 12.st.1.t.16., da li je to rabat na godišnju realizaciju trgovca?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na pitanje broj 26., 27. i 28. u dijelu I. Opća pitanja.

63. Članak 12.st.1 t.17., kako utvrditi naknadu u slučaju da dobavljač od trgovca izričito traži posebnu promidžbu svojih proizvoda koji se nalaze na prodajnim mjestima trgovca, odnosno, može li to biti cjenik trgovca koji bi onda dobavljač prihvatio ili ne?

Odgovor:

Može, trgovac tu naknadu može odrediti svojim cjenikom.

64. Članak 12.st.1.t.19., kako utvrditi naknadu u slučaju da dobavljač od trgovca izričito traži podatke o izlazu proizvoda dobavljača s blagajni na prodajnim mjestima trgovca?

Odgovor:

ZNTP ne propisuje način određivanja naknade, određuje je trgovac za uslugu koju on pruža, a dobavljač je može prihvatiti ili ne.

65. Članak 12.st.1.t.20., kako odrediti cijenu proizvoda na akciji u situaciji kada dobavljač želi sudjelovati u akcijskoj cijeni? Argumentum a contrario, znači li da, u situaciji kada ne postoji uvjetovanje sklapanja ugovora dobavljaču nametanjem obveza sudjelovanja u sniženjima ili akcijama, je moguće smanje nabavne cijene na teret dobavljača?

Odgovor:

U okviru akcijske prodaje povećanjem obima prodaje trgovac primarno ostvaruje svoj trgovački interes. Akcijska prodaja je moguća kad je provodi trgovac na teret svoje marže, uvažavajući odredbu članka 12. točke 14. ZNTP-a da ne prodaje proizvod krajnjem potrošaču ispod nabavne cijene, osim kada je riječ o proizvodima pred istekom roka trajanja, kada je riječ o povlačenju poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda iz asortimana ili kada je riječ o potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja prodajnog objekta.

Međutim, nije isključeno da dobavljač može imati interes da njegov proizvod bude na akciji u određenim razdobljima. U svezi s tim trgovac može dobavljaču pružiti uslugu

provođenja akcijske prodaje, a takva usluga trgovca prema dobavljaču mora biti jasna i mjerljiva. Pri tome mjerljivom se smatra jasno realizirana prodaja proizvoda na akciji, u kojoj se akcijsko sniženje cijene, veže uz obim prodaje tog proizvoda na blagajnama trgovca, a učinak akcije je u konačnici prenijet na krajnjeg potrošača.

Na taj način i pod uvjetom da su se trgovac i dobavljač o tome prethodno usuglasili i svoj odnos oko provođenje akcije uredili ugovorom, te da se akcija ne provodi ispod nabavne cijene, takva usluga trgovca ne smatra se nepoštenom trgovačkom praksom. Za takvu uslugu trgovac može dobavljaču ispostaviti račun i zaračunati naknadu, ovisno o broju jedinica prodanih proizvoda u akciji i visini jedinične akcijske naknade po proizvodu, a koju su prethodno ugovorili.

66. Članak 12.st.1.t.22., što kada do izlistavanja proizvoda mora doći zbog kršenja odredbi ugovora od strane dobavljača?

Odgovor:

Ovisi o tome što su ugovorne strane ugovorile, a je li to kršenje odredbe članka 12. točke 22. moći će se procjenjivati samo u postupku uvidom u sve činjenice i okolnosti konkretnog slučaja.

67. Članak 12.st.1.t.24., koji bi slučajevi bili opravdani za nepreuzimanje ugovorenih i proizvedenih količina poljoprivrednih ili prehrambenih proizvoda robnih marki trgovaca?

Odgovor:

Primjerice, u slučaju da proizvod nije ugovorene kvalitete, izgleda i slično, a što se zahtijeva od proizvoda robne marke tog trgovca.

68. Članak 12. u 24. točki definira ostale nepoštene trgovačke prakse od koji su neke dozvoljene uz određene uvjete, a koji otvaraju niz pitanja:

a) smještaj proizvoda ako trgovac izričito traži (na koji način, u kojoj formi?)

Odgovor:

Ne može to tražiti trgovac, uvijek takav zahtjev može podnijeti samo dobavljač i to u pisanoj formi.

b) povrat neprodanih proizvoda, upozorenje od strane trgovca (na koji način i u kojoj formi?), specifičnosti odrađivanja povrata pekarskih proizvoda?

Odgovor:

Povrat isporučenih, a neprodanih proizvoda pa tako i pekarskih proizvoda je dopušten isključivo iz razloga određenih člankom 12. točkom 3. ZNTP-a, a riječ je dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda koji se prvi put isporučuju trgovcu pa trgovcu ne može biti poznato unaprijed kako će se isti prodavati i dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda kada je riječ o proizvodu za koji dobavljač izričito traži



prodaju, a unaprijed je pisanim putem upozoren od strane trgovca da zbog slabog obrtaja može doći do isteka roka trajanja tih proizvoda. Upozorenje trgovca mora biti u pisanoj formi, primjerice elektroničkom poštom.

c) ugovaranje naknade koja se ne iskazuje na računu, podrazumijevaju li se pod tom točkom bonusi koji neće biti na fakturi, a odnose se na npr. udjele na polici, širinu asortimana, dubinu asortimana, pozicije unutar kategorije?

Odgovor:

Ugovaranje naknade koja se ne iskazuje na računu dobavljača dopušteno je kada je riječ o naknadi trgovca čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca i koja se iskazuje na računu trgovca koji on dostavlja dobavljaču. Međutim, naknada za asortiman je zabranjena. (vidjeti odgovor na pitanje broj 8. u dijelu I. Opća pitanja. Dodatno vidjeti odgovore na pitanja 26. do 28. te 37. i 38. u dijelu I. Opća pitanja.)

69. Mora li se naknada za smještaj na polici na izričiti zahtjev dobavljača riješiti ugovorno za sve proizvode unaprijed kao što je to do sada bila praksa ili to treba činiti van ugovorno, naknado temeljem dodatnih zahtjeva dobavljača za postojeće kao i nove atraktivne proizvode iz ponude istoga?

Odgovor:

Mogućnost da trgovac dobavljaču, ako dobavljač to želi, pruža uslugu smještaja određenih proizvoda na određenoj polici, kao i način izračuna naknade za tu uslugu, trebali bi biti predviđeni u ugovoru između trgovca i dobavljača. Međutim, takva načelna ugovorna odredba, ne mora odmah sadržavati izričiti zahtjev dobavljača za smještaj pojedinih proizvoda na određenoj polici u prodajnom mjestu trgovca, već dobavljač zahtjev može uputiti trgovcu i u van ugovornoj formi.

Dakle, ako između dobavljača i trgovca postoji ugovor koji predviđa načelnu mogućnost da trgovac, ako to dobavljač želi, daje uslugu smještaja na policama, dobavljač bi trebao naknadno, u pisanom obliku, primjerice elektroničkom poštom, zatražiti od trgovca da uslugu smještaja pruži za točno određeni proizvod na određenim policama u trgovini. Bez tog pisanog zahtjeva dobavljača trgovac ne može naplatiti naknadu za smještaj na policama.

70. Članak 12. st. 1. t. 3., vraćanje isporučenih, a neprodanih proizvoda (povrat prema dobavljaču), može li se isto ugovoriti i prema tome postupati (znači dobavljač već kod sklapanja ugovora daje pristanak da se vraćaju neprodani proizvodi iz bilo kojeg razloga) ili se prije svakog povrata robe mora raditi pojedinačna najava i obavijest dobavljaču i za svaki proizvod koji se vraća obvezno pisati razloge? (primjer: pojedini dobavljači isporučuju proizvode na dnevnoj bazi i na dnevnoj bazi se odrađuje i vraćanje zbog isteka roka trajanja, ali i slabog obrtaja jer je u praksi problem za svaki artikl pisati posebne najave pa je pitanje može li se isto definirati ugovorom i na koji način?).

### Odgovor:

Povrat isporučenih, a neprodanih proizvoda je dopušten isključivo iz razloga određenih člankom 12. točkom 3. ZNTP-a, a riječ je dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda koji se prvi put isporučuju trgovcu pa trgovcu ne može biti poznato unaprijed kako će se isti prodavati i dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda kada je riječ o proizvodu za koji dobavljač izričito traži prodaju, a unaprijed je pisanim putem upozoren od strane trgovca da zbog slabog obrtaja može doći do isteka roka trajanja tih proizvoda.

S obzirom na to da se obrtajnost proizvoda mijenja od razdoblja do razdoblja i da je tek nakon sklapanju ugovora moguće utvrditi je li proizvod obrtajan ili ne, upozorenje trgovca o tome da je proizvod slabog obrtaja nije primjereno unaprijed predvidjeti u ugovoru.

Upozorenje trgovca dobavljaču, da je proizvod slabog obrtaja, moglo bi se, primjerice, dati prilikom narudžbe tih proizvoda ili u nekom drugom pisanom dopisu u kojem trgovac upozorava da proizvod nije obrtajan.

ZNTP ne daje odgovor na pitanje kako utvrditi obrtajnost proizvoda, a što će biti važno utvrditi u praksi. Naime, radi ostvarenja svrhe i smisla ZNTP-a nužno je od strane trgovaca utvrditi jasne, mjerljive i transparentne kriterije obrtajnosti kako u protivnom ne bi došlo do neopravdanog vraćanja proizvoda dobavljačima.

Na taj način bi trgovci morali promišljati o količinama koje naručuju i ne bi mogli svoje troškove netransparentno prebacivati na dobavljače.

71. Članak 12.st.1.t.14. na koji će način trgovac moći utvrditi koja je bila nabavna cijena proizvoda u nabavnom lancu kad isti ima podatak samo o cijeni po kojoj je istu kupio od dobavljača? Npr., netko u lancu dobije neki proizvod u kompenzaciju, spusti cijenu da se on naplati, a ta cijena u konačnici može onda biti niža od nabavne. Kako trgovac tada može znati koja je bila nabavna cijena od početka stavljanja robe u promet u lancu više subjekata koji su jedan te isti proizvod prodavali jedni drugima u određenom trenutku?

### Odgovor:

Trgovac u pravilu može znati samo nabavnu cijenu po kojoj je kupio određeni proizvod. Međutim, u slučaju povezanih poduzetnika, ako je dobavljač koji je trgovac na veliko povezano društvo s trgovcem na malo kojem prodaje proizvode radi prodaje istih krajnjim potrošačima, ZNTP ostavlja mogućnost AZTN-u da u svrhu utvrđivanja nabavne cijene proizvoda može promatrati i ugovorni odnos između trgovca na veliko i njegovog dobavljača koji se ne smatra s njim povezanim društvom. U tom slučaju, trgovac na malo koji nabavlja proizvode od trgovca na veliko koji je s njim povezani poduzetnik ne bi mogao prodavati proizvod ispod nabavne cijene koju je za taj proizvod platio trgovac na veliko, ako je riječ o nabavnoj cijeni koja je veća od nabavne cijene trgovca na malo. Naime, ovdje zakonodavac implicite pretpostavlja da trgovac na malo ima saznanja o nabavnim cijenama svojih povezanih poduzetnika (trgovca na veliko) u lancu opskrbe hranom.

72. Članak 12. st. 1. t. 21., što podrazumijeva "obveza da ne prodaje proizvode drugim trgovcima po nižim cijenama od onih koje je platio trgovac"?

Odgovor:

Trgovac ne smije braniti na bilo koji način dobavljaču da robu prodaje drugim trgovcima po cijeni nižoj od one koju je trgovac platio.

73. Problem burzovne robe (one kojoj se cijena mijenja na dnevnoj ili tjednoj bazi). Na koji način u tom slučaju u ugovoru s dobavljačem definirati cijenu, budući da je promjenjiva tj. ne postoji trajno važeći cjenik za te vrste robe? Je li ispravno u tom slučaju ugovoriti da se "cijena mijenja u skladu s promjenom cijena na tržištu"? Je li to jedan od načina određivanja, odnosno izračuna cijene?

Odgovor:

Dopušteno je na opisani način odrediti cijenu, međutim treba osigurati transparentnost informacije o cijeni i trgovcu i dobavljaču, odnosno ugovornim stranama mora biti jasno gdje se dolazi do informacije o cijeni, a po potrebi to se navodi i u ugovoru.

74. Na koji način bilo koji subjekt može utvrditi sve nabavne cijene u nabavnom lancu, s obzirom na to da mu je poznata samo njegova nabavna cijena?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na pitanje pod brojem 71.

Dodatno, trgovcu bi nabavne cijene u nabavnom lancu mogle biti poznate i u situaciji kada dobavljač ili proizvođač imaju javno dostupan cjenik proizvoda.

75. Što znači značajno smanjivanje narudžbi, ukoliko je ugovor općenit i ne obvezuje ni jednu stranu na određene količine?

Odgovor:

Navedeno će se moći utvrđivati u postupcima, a ovisit će o tome kakva je bila dosadašnja praksa, odnosno kolike količine su ranije naručivane, o kojim je proizvodima riječ i slično.

76. Zakon zabranjuje povrat isporučenih a neprodanih proizvoda. Što je sa proizvodima koji imaju skrivenu manu (sukladno odredbama Zakona o obveznim odnosima) i za koje se kasnije utvrdi i dokaže da zdravstveno ili kvalitetom ne odgovaraju ugovorenim proizvodima? Smiju li se vratiti dobavljaču?

Odgovor:

Navedeni se proizvodi mogu vraćati dobavljaču u skladu s odredbama Zakona o obveznim odnosima.

77. Nadalje, Zakon po članku 12., zabranjuje prodaju prehrambenog proizvoda krajnjem potrošaču po cijeni nižoj od bilo koje nabavne cijene u nabavnom lancu tog proizvoda. To implicira da trgovac koji jedino nudi krajnjem potrošaču proizvode na prodaju mora znati nabavne cijene kako svog dobavljača tako i njegovih dobavljača u lancu prije njega. To nije izvedivo. Trgovac može znati samo svoje nabavne cijene, ali nikako ne može odgovarati za nabavne cijene u cjelokupnom lancu.

a) Molimo tumačenje o ovoj točki?

Odgovor:

Trgovac je u pravilu odgovoran da ne prodaje proizvoda ispod vlastite nabavne cijene. Izuzetak je propisan člankom 12. točkom 14. koja je detaljno obrazložena u odgovoru na pitanje broj 71.

b) Smatra li se da je trgovac odgovoran za prodaju ispod bilo koje nabavne cijene u lancu nabave iako neke od tih cijena nisu, niti mu mogu biti poznate?

Odgovor:

Pod pretpostavkom da trgovcu nabavne cijene u lancu nabave nisu, niti su mogle biti poznate, trgovac ne bi smio biti odgovoran. Izuzetak su povezani poduzetnici kako je obrazloženo u odgovoru na pitanje broj 71. za koje se može pretpostaviti da su imali saznanja o nabavnim cijenama svojih povezanih poduzetnika u lancu opskrbe hranom.

c) Na koji način se smatra da trgovcu mogu biti poznate nabavne cijene u cijelom lancu nabave?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na pitanje pod brojem 71.

78. Tumačenje članaka 12. st. 1. t. 14., Zakon zabranjuje prodaju prehrambenih proizvoda ispod nabavne cijene, osim kad se radi o proizvodima pred istekom roka trajanja, povlačenju prehrambenog proizvoda iz asortimana te potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja prodajnog objekta.

a) Kako definirati što se smatra razdobljem “pred istek roka trajanja”?

Odgovor:

U skladu s trgovačkim običajima i dobrom poslovnom praksi, ali u svakom slučaju mora se ostaviti određeno razdoblje za proizvode na kojima je istaknut istek roka trajanja i to ovisno o vrsti proizvoda za konzumaciju tog proizvoda od strane potrošača unutar razdoblja roka trajanja.

b) Kako definirati razdoblje “pred istek roka trajanja” za voće i povrće koje počinje gubiti svježinu ili za dnevne pekarske proizvode?

Odgovor:

Vidjeti odgovor pod prethodnom točkom označenom 78. a).

c) Da li je dopušteno sniziti cijenu istih u večernjim satima prije zatvaranja poslovnice jer idući dan neće biti u prodaji?

Odgovor:

U tom slučaju bilo bi dopušteno sniziti cijenu na način kako je u pitanju opisano. Međutim, nisu sve vrste voća istog trajanja pa upućujemo i na odgovor pod brojem 78. a).

d) Što se smatra razdobljem "pred istek roka trajanja" za raspakirano svježe meso, koje također ne može biti u prodaji dulje od jednog dana?

Odgovor:

Vidjeti odgovor pod točkom 78. a) i c).

79. Tumačenje članka 12. st. 1. t. 17., Zakon zabranjuje naplatu naknade za marketinške i promidžbene usluge trgovca osim u slučajevima kada dobavljač izričito traži od trgovca posebnu promidžbu svojih proizvoda koji se nalaze na prodajnom mjestu trgovca. Potpisom posebnih ugovora za marketing između trgovca i dobavljača, dobavljač iskazuje svoju volju da trgovac za njega odradi posebnu promidžbu svojih proizvoda na svom prodajnom mjestu ili u svojim reklamnim medijima.

Prihvaća li se potpis na ugovoru kao potvrda volje dobavljača da trgovac za njega odradi posebnu promidžbu? Ako to nije tako onda dobavljač prije ugovora mora poslati posebni pisani zahtjev kojim traži posebnu promidžbu iako za tu promidžbu potpisuje posebni ugovor. To predstavlja samo dodatni administrativni napor za trgovce i dobavljače.

Odgovor:

Potreban je poseban pisani zahtjev dobavljača. Ugovorom se može, primjerice, odrediti budžet za marketing, dok bi u posebnom pisanom zahtjevu dobavljač trebao izraziti želju da sudjeluje u konkretnoj posebnoj promidžbi trgovca. Mora biti vidljivo da inicijativa dolazi od strane dobavljača.

80. Tumačenje članka 12. st. 1. t. 20., Zakon propisuje kao nepoštenu trgovačku praksu: uvjetovanje sklapanja ugovora i poslovne suradnje nametanjem obaveze sudjelovanja u sniženjima ili akcijama smanjenjem nabavne cijene na teret dobavljača.

Na koje slučajeve se ta točka konkretno odnosi?

Osnovni posao trgovca je stalno pregovaranje što povoljnijih nabavnih cijena budući da se želi krajnjim potrošačima ponuditi što je moguće povoljnija maloprodajna cijena.

Ovdje se također radi o slobodnoj volji ugovornih strana koju iskazuju potpisom ugovora. Ukoliko dođe do spora između trgovca i dobavljača gdje dobavljač tvrdi da trgovac namjerno nije htio uvrstiti njegov proizvod u asortiman kako trgovac može dokazati da taj proizvod pod tim uvjetima koje nudi dobavljač trgovcu nije prihvatljiv? Smatramo da ovakva formulacija ove točke dopušta brojne zloupotrebe od strane dobavljača budući da uvijek mogu navesti da ih je trgovac ucijenio tako da sudjeluju u sniženjima ili akcijama. Svakom trgovcu je u primarnom interesu prodavati proizvode koje krajnji kupci žele kupiti i pri tome se svaki ozbiljni trgovac vodi samo poslovnim interesima.

#### Odgovor:

U okviru akcijske prodaje povećanjem obima prodaje trgovac primarno ostvaruje svoj trgovački interes. Akcijska prodaja je moguća kad je provodi trgovac na teret svoje marže, uvažavajući odredbu članka 12. točke 14. ZNTP-a da ne prodaje proizvod krajnjem potrošaču ispod nabavne cijene, osim kada je riječ o proizvodima pred istekom roka trajanja, kada je riječ o povlačenju poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda iz asortimana ili kada je riječ o potpunoj rasprodaji zbog zatvaranja prodajnog objekta.

Međutim, nije isključeno da dobavljač može imati interes da njegov proizvod bude na akciji u određenim razdobljima. U svezi s tim trgovac može dobavljaču pružiti uslugu provođenja akcijske prodaje, a takva usluga trgovca prema dobavljaču mora biti jasna i mjerljiva. Pri tome mjerljivom se smatra jasno realizirana prodaja proizvoda na akciji, u kojoj se akcijsko sniženje cijene, veže uz obim prodaje tog proizvoda na blagajnama trgovca, a učinak akcije je u konačnici prenijet na krajnjeg potrošača.

Na taj način i pod uvjetom da su se trgovac i dobavljač o tome prethodno usuglasili i svoj odnos oko provođenje akcije uredili ugovorom, te da se akcija ne provodi ispod nabavne cijene, takva usluga trgovca ne smatra se nepoštenom trgovačkom praksom. Za takvu uslugu trgovac može dobavljaču ispostaviti račun i zaračunati naknadu, ovisno o broju jedinica prodanih proizvoda u akciji i visini jedinične akcijske naknade po proizvodu, a koju su prethodno ugovorili.

81. Tumačenje članka 12. st. 1. t. 22., Zakon kao nepoštenu trgovačku praksu propisuje brisanje proizvoda s liste ugovorenih proizvoda koje dobavljač isporučuje trgovcu ili značajno smanjivanje narudžbi pojedinog poljoprivrednog ili prehrambenog proizvoda bez prethodne pisane najave od strane trgovca u roku utvrđenom ugovorom.

Sporan je dio ovog članka gdje se od trgovca očekuje da pisanim putem najavljuje smanjenje narudžbi nekog proizvoda. Trgovac naručuje robu isključivo prema svojim potrebama tj. prema obrtaju proizvoda. Članak ovako formuliran implicira da trgovac u svakom trenutku zna kako će se određeni proizvod prodavati i koliko će mu robe trebati - to je potpuno nemoguće. Prodavanost nekog artikla ovisi o toliko puno faktora da ih je nemoguće predvidjeti, a pogotovo je nemoguće pravodobno unaprijed pisano najaviti dobavljaču koliko će se proizvoda naručivati u kojem periodu. Asortiman prehrambenih proizvoda sadrži preko 12.000 artikala.

Odgovor:

ZNTP samo zahtijeva davanje obavijesti o brisanju proizvoda iz asortimana ili značajnom smanjivanju narudžbi u roku koji je predviđen ugovorom, odnosno ako to nije slučaj u roku od 30 dana. Naravno, pretpostavka da bi davanje obavijesti uopće bilo moguće je da trgovac ima takvih saznanja. Kada nema saznanja pretpostavka je da neće niti brisati proizvod iz asortimana niti značajno smanjiti narudžbe pa u tom slučaju nema potrebe za bilo kakvim obavijestima dobavljaču.

82. Ugovaranje naknade za prijevremeno plaćanje u postotku. To nije stvar koja je tipična za odnose između dobavljača i trgovca, nego je to uvriježeno u svim dužničko-vjerovničkim odnosima –je li takva naknada i dalje moguća? (članak 12., točka 6. "... osim naknade čije ostvarenje ovisi o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca vezanom za uslugu koju trgovac pruža dobavljaču.")

Odgovor:

Ugovaranje naknade za prijevremeno plaćanje nije protivno ZNTP-u, s obzirom na to da je riječ o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca. Međutim, ZNTP uređuje rokove plaćanja prema dobavljaču od 60, odnosno 30 dana za svježe proizvode. Stoga, ako dobavljač ugovorom prihvaća da plati naknadu za plaćanje prije zakonskog roka, takva naknada nije protivna ZNTP-u.

83. Mogu li se između dobavljača i trgovca ugovoriti i druge usluge koje nisu izrijekom navedene u Zakonu?

Odgovor:

Mogu pod pretpostavkom da nije riječ o nepoštenim trgovačkim praksama koje su propisane ZNTP-om. Dodatno se treba voditi računa da su takve usluge stvarne i njihov učinak je mjerljiv te da nisu nametnute dobavljaču i da su se o tome strane ugovorom sporazumjele.

84. Mora li i dalje dobavljač uzimati svu neprodanu robu ili se po Zakonu to mijenja i prestaje obveza uzimanja povrata?

Odgovor:

Dobavljač više nije u obvezi uzimati neprodanu robu, osim u slučaju iz članka 12. točke 3. ZNTP-a kada je trgovac ovlašten vraćati isporučene, a neprodane proizvode. Riječ je o iznimno dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda koji se prvi put isporučuju trgovcu pa trgovcu ne može biti poznato unaprijed kako će se isti prodavati i dopuštenoj mogućnosti vraćanja proizvoda kada je riječ o proizvodu za koji dobavljač izričito traži prodaju, a unaprijed je pisanim putem upozoren od strane trgovca da zbog slabog obrtaja može doći do isteka roka trajanja tih proizvoda. Upozorenje trgovca mora biti u pisanoj formi, primjerice elektroničkom poštom.

85. Tumačenje članka 12. - Ostale nepoštene trgovačke prakse trgovca, točka 9. uvjetovanje sklapanja ugovora i poslovne suradnje kompenzacijom....

Znači li to da prioritet u zatvaranju obveza trgovca prema dobavljaču ima novčano zatvaranje obveza, a jedino uz suglasnost dobavljača može i u manjoj ili dogovorenoj mjeri način zatvaranja obveza prema dobavljaču biti putem kompenzacije?

Odgovor:

Novčana plaćanja su u svakom slučaju prioritetna. Kompenzacija je dopuštena samo kada je slobodno ugovorena, odnosno ne smije na bilo koji način biti nametnuta od strane trgovca prilikom sklapanja ugovora ili tijekom trajanja poslovne suradnje, što bi se moglo utvrđivati u postupcima u nadležnosti AZTN-a.

86. Tumačenje članka 12. točke 9. - Znači li to da dospijeće plaćanja trgovca prema dobavljaču (svježih proizvoda) u što spadaju i pekarski proizvodi ne smije biti dulje od 30 dana?

Odgovor:

Znači, rok za plaćanje svih svježih proizvoda je 30 dana od dana primitka svježeg proizvoda koji je predmet isporuke

87. Tumačenje članka 12. točke 20., uvjetovanje sklapanje ugovora i poslovne suradnje nametanjem obveza sudjelovanja u sniženjima ili akcijama smanjenjem nabavne cijene na teret dobavljača. U praksi često trgovac traži dodatna sniženja (akcije) i sam postavlja/traži visinu dodatnog sniženja koja pada na teret dobavljača. Ta dodatna sniženja često imaju za posljedicu da dobavljač mora ići ispod svoje cijene proizvodnje, a što za posljedicu onda ima da je sam dobavljač u prekršaju jer se prodaja proizvoda ispod cijene proizvodnje smatra nepoštenom trgovačkom praksom.

a) Znači li to da je dobavljač u dogovoru s trgovcem taj koji zadnji određuje koliku akciju ili sniženje u % na određeni proizvod u definiranom periodu daje ili odobrava trgovcu?

Odgovor:

Vidjeti i odgovore na pitanja vezana uz akcijsku prodaju pod brojem 38. u dijelu I. Opća pitanja te u dijelu II. Pitanja vezana uz članke Zakona, pod brojem 65.

b) Onemogućava li se u Zakonu trgovcu da uvjetuje nastavak suradnje ili smanjenje asortimana ili neku drugu sankciju ako dobavljač ne pristane iz prije navedenih razloga na visinu traženog sniženja ili akcije?

Odgovor:

Uvjetovanje nastavka suradnje nametanjem obveza sudjelovanja u sniženjima ili akcijama smanjenjem nabavne cijene na teret dobavljača utvrđeno je nepoštenom trgovačkom praksom u smislu članka 12. točke 20. ZNTF-a. Dakle, takvo postupanje je zabranjeno.



88. Tumačenje članka 12. točke 13. – Kalo, rastep, lom i krađa su posljedica radnji koje se neophodno poduzimaju u poslovanju proizvodima u trgovini te prema Pravilniku o PDV-u ne podliježu oporezivanju do visine utvrđene odlukom Gospodarske i Obrtničke komore. Navedenim Pravilnikom utvrđeno je i da oporezivanju ne podliježu iznosi za koje je pravni subjekt teretio odgovorne osobe ili treće osobe ili ima urednu dokumentaciju o zbrinjavanju pojedinih vrsta otpada. Kada se sva ta terećenja odbiju, ono što preostaje je baza za izračun po stopama iz Pravilnika. Ukoliko po Zakonu o nepoštenoj trgovačkoj praksi ne možemo dogovoriti s dobavljačem da prizna dio troška na ime kala, baza za obračun poreza je viša i viši je trošak PDV-a kojeg po toj osnovi plaćamo.

Kako Pravilnik dozvoljava terećenja odgovornih i trećih osoba, Zakon o nepoštenoj trgovačkoj praksi u tom dijelu je u koliziji s Pravilnikom.

Odgovor:

ZNTP je po svojoj naravi prisilan propis i nije u sukobu s Pravilnikom iako će možda kako ste naveli rezultirati većom bazom za obračun poreza trgovaca. ZNTP sprječava da za kalo trgovac tereti dobavljača kao odgovornu osobu ako to proizlazi samo iz procjene rizika poslovanja, a ne stvarne odgovornosti. Ovime se ujedno sprječava neosnovano umanjenje porezne osnovice i izbjegavanje plaćanja poreza.

89. Tumačenje članka 12. točka 22. - brisanje proizvoda.

Odnosi li se ova odredba na sezonske artikle za koje se unaprijed zna da je pravni posao limitiran na jednu sezonu i često za samo jednu isporuku (npr. Božić, Uskrs) i da će stoga proizvodi biti izlistani iz asortimana odmah nakon završetka sezone?

Odgovor:

ZNTP samo zahtijeva davanje obavijesti o brisanju proizvoda iz asortimana ili značajnom smanjivanju narudžbi u roku koji je predviđen ugovorom, odnosno ako to nije slučaj u roku od 30 dana. Trgovac je dužan u utvrđenom roku obavijestiti dobavljača da više nije zainteresiran za kupnju određenog proizvoda ili određene količine proizvoda.

Kod sezonskih proizvoda, primjerice isporuka takvih proizvoda za Božić i Uskrs, za koje unaprijed obje ugovorne strane znaju da će biti brisani iz asortimana istekom sezone ili nakon jedne isporuke nije potrebna pisana obavijest, ali u ugovoru to mora biti predviđeno.

#### **Tumačenje članka 24.**

90. Kako otkupljivač/prerađivač/trgovac može biti kažnjen za neizdavanje računa za isporuku proizvoda?

Odgovor:

Ne može trgovac biti kažnjen jer je to obveza dobavljača. Međutim, trgovac mora izdati račun za usluge koje ovise o stvarnom i mjerljivom učinku trgovca s naznačenom naknadom na računu za izvršene usluge i račun dostaviti dobavljaču.

91. Zbog čega je propisana kažnjivost za neusklađivanje starih ugovora sa Zakonom kad je ionako člankom 32. predviđeno da ti ugovori prestaju važiti ako ne budu usklađeni?

Odgovor:

Zakonodavac je očito procijenio da je samo uz propisivanje upravno - kaznene mjere kao sankcije za neusklađivanje ugovora moguća uspostava, osiguranje i zaštita poštenih trgovačkih praksi kojima se štite sudionici u lancu opskrbe hranom, kažnjavanje počinitelja povreda te odvracanje počinitelja i drugih osoba od povreda Zakona.

S druge strane, moralo se spriječiti eventualna zabranjena postupanja da trgovci s dobavljačima s kojima su ugovori prestali vrijediti na dan 1. travnja 2018. nastave poslovnu suradnju bez sklapanja ugovora s obrazloženjem da dobavljači ne žele sklopiti ugovor.

92. Zbog čega se trgovca može kazniti za neusklađivanje ugovora, ukoliko postoje dvije ugovorne strane od kojih upravo ona druga možda ne želi sklopiti aneks odnosno novi ugovor?

Odgovor:

Trgovca se može kazniti za neusklađivanje ugovora, sklopljenih prije stupanja na snagu ZNTF-a s odredbama ZNTF-a. Naime, kada dobavljač ne želi sklopiti novi ugovor u pisanom obliku ili aneks ugovora koji je usklađen sa ZNTF-om, tada stari ugovor, u smislu članka 32. ZNTF-a, prestaje važiti od 1. travnja 2018. Međutim, ako trgovac u tom slučaju nastavi poslovati s dobavljačem bez pisanog ugovora krši odredbe ZNTF-a i može odgovarati za tešku povredu ZNTF-a.

93. Je li i dalje moguće naplaćivati logistički rabat ili naknadu? Naime, vršimo isporuku u trgovčev distributivni centar što je i ugovoreno. Međutim, trgovac traži da mu platimo logistički rabat za sve troškove koje on ima zbog daljnje distribucije proizvoda do svih prodajnih objekata trgovca u kojima se prodaje naš proizvod. Je li to nepoštena trgovačka praksa?

Odgovor:

Kako je distributivni centar mjesto isporuke robe, samim činom isporuke i prijema u distributivni centar roba je prešla u vlasništvo trgovca i trgovac nema pravo dobavljača teretiti za daljnje troškove logistike. Stoga je to u smislu ZNTF-a nepoštena trgovačka praksa u skladu s člankom 12. točkom 11. ZNTF-a po kojoj trgovac naplaćuje naknadu za usluge koje nije pružio, a u konkretnom slučaju

dodatno je prekršena i odredba članka 12. točke 5. ZNTP-a, budući da se naplaćuje naknada za dostavu izvan ugovorenog mjesta isporuke.

94. Molimo pojašnjenje kako postupati u razdoblju poslije 1. travnja 2018. u odnosu na plaćanje obaveza prema trgovcima, a po prije ugovorenim uvjetima po kojima smo trgovcima za pojedine „usluge“, a koje nisu ustvari usluge, plaćali rabatom ili popustom na našoj fakturi prema njima, a nakon 1. travnja 2018. takve naknade su zabranjene?

Odgovor:

Vidjeti odgovor na pitanje pod brojem 19. u dijelu I. Opća pitanja. Kako se u prijelaznom razdoblju do 31. 3. 2018. smiju konzumirati sve stavke važećeg ugovora pod uvjetom da su one u skladu ostalim važećim propisima, koji se eventualno na njih odnose, financijske obveze koje su po starim ugovorima završno traju, a i obračunavaju se do 31. 3. 2018. Kako je riječ o prethodno ugovorenim uvjetima dobavljači mogu te svoje obaveze zatvoriti prema trgovcima do dana 31. ožujka 2018. na način kako je to do tada bilo provođeno, pa i rabatom ili popustom na svojem računu.