

Dnevno HR

[PUNA IM JE KAPA SVEGA](#)

Dosta je varanja potrošača, na proizvode hitno treba staviti posebne naljepnice

Autor: Ivana Jurišić Ponedjeljak, 10. veljače 2025. u 08:41

Francuski trgovački lanci od prošle godine moraju informirati kupce o proizvodima čije je pakiranje smanjeno, a cijena mu je ostala ista. Ista stvar je i Južnoj Koreji gdje je njihovo povjerenstvo za poštnu trgovinu (FTC) konstatiralo da je takva praksa nepoštena, zaprijetivši kompanijama kaznama.

Šrinkflacija ili prikriveno podizanje cijena kroz [smanjeno pakiranje proizvoda](#) već dulje vrijeme zadaje glavobolje potrošačima koji su sve više ljuti jer daju isto novaca za manji proizvod. Hrvatska Vlada o tome zasad šuti, na što su na svojim stranicama upozorili iz potrošačke platforme Halo inspektore u tekstu pod nazivom “Ministre, što se čeka”.

“O ovome se u Hrvatskoj šuti. Nešto se pričalo, pisalo, objavljivalo, a onda se – zašutjelo. Neshvatljivo. Nedopustivo. Evo i zašto. Od 1. travnja 2025. **u Italiji će jedna naljepnica postati obavezna za označavanje proizvoda pogođenih “shrinkflacijom”,** praksom proizvođača koji smanjuje količinu/veličinu proizvoda bez istovremenog snižavanja njegove cijene”, navodi se na stranici ove potrošačke platforme.

Zaštita potrošača

“Krenuli smo u to kako bismo zaustavili shrinkflaciju. Italija je, zajedno s Francuskom, među prvima u Europi uvela propise za suzbijanje te pojave. Još jednom smo prednjačili u inovativnosti zaštite potrošača i na to smo posebno ponosni,” izjavio je u prosincu prošle godine talijanski ministar poduzetništva i proizvodnje **Adolfo Urso**.

“Mjera koju je uvela talijanska vlada radi zaštite potrošača mogla bi dobiti neočekivan udarac, odnosno **Europska unija mogla bi pokrenuti postupak protiv Republike Italije** jer nije poštivala pravila EU-a kojih se treba pridržavati pri mijenjanju propisa koji mogu ograničiti jedinstveno europsko tržište. Vidjet ćemo kako će to završiti. Francuska je, međutim, odigrala proceduru po

pravilima i ima nacionalnu mjeru s kojom štiti francuskog potrošača od ove štetne pojave.

“Shrinkflacija” je već neko vrijeme praksa i na našem tržištu – od pakiranja prehrambenih proizvoda do deterdženata, sredstava za čišćenje itd. Takvi su proizvodi izgledom isti kao i prethodno kupljeni, ali su manje težine ili niže kvalitete. Sjetite se, uostalom, i kruha našeg svakidašnjeg: prvo je bio 1 kg, zatim 750 g, pa 600 g, ubrzo iza toga 500 g, da bi se sada štruca prodavala po cijeni 1 kg za samo 400 grama!!! Jedna od najvećih prijevara potrošača u Hrvatskoj. Smanjen PDV, smanjena težina (i kvaliteta!), a cijena porasla. Najslikovitiji primjer “shrinkflationa” na hrvatski način”, objašnjavaju iz Halo, inspektore.

Posebne naljepnice

“Sam izraz ‘shrinkflation’ nastao je spajanjem engleskog glagola “shrink” (ograničiti) i imenice “inflation” (napuhavanje), a ukazuje na praksu smanjenja količine ili kvalitete proizvoda uz nepromijenjenu cijenu. Na taj način se podiže cijena proizvoda bez izravnog povećanja troškova proizvodnje.

Melonijeva vlada, kako bi se suprotstavila rastu cijena (a on je prema zadnjem izvještaju Eurostata među najnižim u EU – 1,7%!) uvela je mjeru u svoj **zakon o tržištu i tržišnom natjecanju**, koji je parlamentu usvojio 12. prosinca 2024. Tako će od 1. travnja 2025. proizvođači koji stavljaju u prodaju robu široke potrošnje čija je količina smanjena, a prethodno pakiranje je ostalo nepromijenjeno, dok je cijena po jedinici mjere povećana, obvezuju se na davanje tih informacija potrošačima posebnom naljepnicom na prodajnom pakiranju.

Tako će na prednjoj strani pakiranja, odnosno na odgovarajućoj naljepnici na proizvodu, u razdoblju od šest mjeseci od datuma stavljanja na tržište „shrinkanog“ proizvoda morati stajati tekst: “Ovo pakiranje sadrži proizvod manje (nečega) nego X (mjerne jedinice) u usporedbi s prethodnom količinom».

U Hrvatskoj se o tome samo priča, ali nitko ništa ne poduzima.

Eto, sad imamo konkretne primjere država članica EU koje konkretno reagiraju na pojave na tržištu koje utječu na prava njihovih potrošača.

Predlažemo resornom ministru Šušnjaru u čijem je portfelju **zaštita potrošača** da njegove službe hitno prouče primjer Italije i Francuske ... Pa ne

moramo uvijek izmišljati neka nova rješenja. Što prije to bolje jer se s ovakvim zapuštenim stanjem sa zaštitom potrošača u Hrvatskoj ne “šrinkaju” samo proizvodi, već i prava potrošača”, stoji u objavi na stranici potrošačke platforme “Halo, inspektore”.