



## NOWE STANDARDY RYNKU KONSUMENCKIEGO W SERBII 2026

Komentarz prawniczy oraz rekomendacje  
operacyjne

## I. UWAGI OGÓLNE

Zmiany wprowadzone Ustawą o ochronie konsumentów („Službeni glasnik RS”, nr 35/2026) oraz nowelizacją Ustawy o handlu stanowią kompleksową reformę systemu regulacyjnego rynku B2C w Republice Serbii.

Zgodnie z art. 1 ustawy, regulacja obejmuje prawa i obowiązki konsumentów oraz instrumenty ich ochrony, natomiast art. 3 ustanawia jej bezwzględnie obowiązujący charakter, wykluczając możliwość umownego ograniczania praw konsumenta.

W ujęciu systemowym oznacza to odejście od klasycznej swobody kontraktowej na rzecz modelu opartego na nadrzędności ochrony konsumenta oraz interwencyjnej roli państwa.

## II. TRANSPARENTNOŚĆ CEN I OBOWIĄZKI CYFROWE (ART. 6 ZZP)

Art. 6 wprowadza obowiązek:

- jednoznacznego oznaczania ceny sprzedaży i ceny jednostkowej,
- publikacji cen w formacie cyfrowym,
- aktualizacji cen w czasie rzeczywistym,
- udostępniania danych do automatycznej analizy oraz porównywania.

Wykładnia prawnicza

Regulacja ta ma charakter normy o podwyższonym standardzie informacyjnym i należy ją interpretować jako element transformacji rynku w kierunku systemu opartego na danych (data-driven market regulation).

Implikacje praktyczne

- konieczność wdrożenia systemów IT
- likwidacja różnic między cenami offline i online
- zwiększona kontrola organów i konkurencji

## III. OBOWIĄZKI INFORMACYJNE (ART. 12 ZZP)

Art. 12 ustanawia obowiązek przekazania konsumentowi pełnej informacji przed zawarciem umowy, obejmującej:

- cechy produktu lub usługi
- cenę całkowitą
- koszty dodatkowe
- warunki realizacji umowy
- procedury reklamacyjne
- prawo odstąpienia

Wykładnia

Przepis ten należy traktować jako materialną przesłankę ważności stosunku prawnego.

## **IV. PRAWO ODSTĄPIENIA OD UMOWY (ART. 29 ZZP)**

Art. 29 przewiduje prawo odstąpienia w terminie 14 dni bez podania przyczyny.

W przypadku naruszenia obowiązków informacyjnych termin ten może zostać wydłużony do 12 miesięcy.

Funkcja prawna

- kompensacyjna
- ochronna
- prewencyjna

## **V. NIEUCZCIWE PRAKTYKI HANDLOWE (ART. 16–22 ZZP)**

Art. 16 wprowadza generalny zakaz nieuczciwych praktyk handlowych.

Zgodnie z art. 17 praktyka jest niedozwolona, jeśli:

- jest sprzeczna z profesjonalną starannością
- wpływa istotnie na decyzję konsumenta

Charakter regulacji

Przepisy mają charakter klauzul generalnych i wymagają szerokiej wykładni, w szczególności w kontekście:

- zasady uczciwości rynkowej
- lojalności wobec konsumenta
- zakazu manipulacji

## **VI. MARKETING I KOMUNIKACJA (ART. 39 ZZP)**

Art. 39 ustanawia wymóg uprzedniej zgody konsumenta na działania marketingowe.

Wykładnia

Regulacja ta implementuje model opt-in i stanowi fundamentalną zmianę w sposobie prowadzenia działań marketingowych.

Obowiązki przedsiębiorcy

- uzyskanie zgody
- dokumentowanie zgody
- umożliwienie jej wycofania

## **VII. REGULACJE CENOWE – USTAWA O HANDLU**

Nowelizacja ustawy wprowadza:

- obowiązek ceny jednostkowej (art. 35)
- ograniczenie promocji (art. 36)
- obowiązek ceny poprzedniej (art. 37 – najniższa z 30 dni)

Wykładnia

Przepisy te eliminują praktyki polegające na sztucznym kreowaniu promocji i wprowadzają standard rzeczywistej przejrzystości cenowej.

## **VIII. SANKCJE I NADZÓR**

Wzmocniono:

- kompetencje organów kontrolnych
- system sankcji finansowych
- możliwości ingerencji administracyjnej

Wniosek

Ryzyko regulacyjne staje się jednym z kluczowych elementów prowadzenia działalności.

## **IX. REKOMENDACJE OPERACYJNE (PRAKTYKA)**

### 1. Obszar cen

- wdrożenie systemów monitorowania cen
- zapewnienie zgodności cen
- kontrola promocji

### 2. Obszar e-commerce

- aktualizacja regulaminów
- transparentność procesu zakupowego
- poprawne informowanie klienta

### 3. Marketing

- wdrożenie systemów zgód
- audyt baz danych
- usunięcie nielegalnej komunikacji

### 4. IT i dane

- integracja systemów
- publikacja danych w czasie rzeczywistym
- przygotowanie API / danych

### 5. Compliance

- audyt prawny
- szkolenia
- wdrożenie procedur

## X. KOMENTARZ KOŃCOWY

Zmiany w prawie serbskim należy uznać za etap przejścia do modelu rynku:

- transparentnego
- cyfrowego
- regulacyjnie nadzorowanego
- zgodnego ze standardami UE

Compliance przestaje być funkcją pomocniczą, a staje się elementem strategii przedsiębiorstwa.

### Znaczenie dla biznesu

Firmy, które wdrożą nowe standardy szybciej:

- zyskają przewagę konkurencyjną
- ograniczą ryzyka regulacyjne
- zwiększą wiarygodność na rynku

## ROLA PSIG

Polsko-Serbska Izba Gospodarcza wspiera przedsiębiorców w:

- interpretacji przepisów
- wdrażaniu compliance
- dostosowaniu działalności
- wejściu na rynek serbski

## Kluczowe daty implementacji Ustawy o ochronie konsumentów

Z punktu widzenia przedsiębiorców działających na rynku serbskim kluczowe znaczenie mają następujące daty oraz wynikające z nich obowiązki prawne:

### 1 maja 2026 r. – wejście w życie ustawy

Z dniem 1 maja 2026 r. Ustawa o ochronie konsumentów (Zakon o zaštiti potrošača) formalnie weszła w życie.

Jednocześnie ustawodawca przewidział, iż część przepisów znajduje zastosowanie od razu, tj. od dnia wejścia w życie ustawy, w szczególności:

- przepisy określające zakres stosowania ustawy (art. 4 ust. 1)
- przepisy dotyczące obowiązków informacyjnych w zakresie cen (art. 6)

W praktyce oznacza to, że już od 1 maja 2026 r. przedsiębiorcy zobowiązani są do:

- jednoznacznego i czytelnego oznaczania cen,
- publikowania cenników (w tym w formie cyfrowej),
- zapewnienia zgodności cen w kanałach sprzedaży.

## **1 maja – 31 lipca 2026 r. – okres przejściowy (vacatio legis)**

Ustawodawca przewidział trzymiesięczny okres dostosowawczy, w którym pozostałe przepisy ustawy nie znajdują jeszcze pełnego zastosowania.

Okres ten należy traktować jako czas obligatoryjnego dostosowania działalności przedsiębiorstwa, obejmujący w szczególności:

- audyt zgodności (compliance)
- dostosowanie regulaminów sprzedaży
- implementację nowych obowiązków w e-commerce
- wdrożenie systemów zarządzania zgodami marketingowymi
- szkolenie pracowników

Z punktu widzenia należytej staranności przedsiębiorcy jest to okres kluczowy i nie powinien być traktowany jako „czas bierny”.

## **1 sierpnia 2026 r. – pełne stosowanie ustawy**

Z dniem 1 sierpnia 2026 r. wchodzi w życie wszystkie pozostałe przepisy ustawy, a przedsiębiorcy zobowiązani są do ich pełnego stosowania.

Od tego momentu obowiązują w szczególności:

- pełne obowiązki informacyjne przed zawarciem umowy (art. 12)
- prawo konsumenta do odstąpienia od umowy (art. 29)
- przepisy dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych (art. 16–22)
- obowiązek uzyskania zgody na działania marketingowe (art. 39)
- pełne regulacje sprzedaży na odległość i e-commerce

### **Konsekwencje prawne**

**Po dniu 1 sierpnia 2026 r. brak dostosowania działalności do nowych regulacji może skutkować:**

- nałożeniem kar administracyjnych,
- wszczęciem postępowań kontrolnych,
- ryzykiem unieważnienia zawieranych umów,
- negatywnymi konsekwencjami reputacyjnymi.

### **Rekomendacja prawnicza**

Z perspektywy należytej staranności przedsiębiorcy rekomendowane jest zakończenie procesu dostosowania działalności najpóźniej do końca czerwca 2026 r., co pozwoli ograniczyć ryzyka operacyjne i regulacyjne przed rozpoczęciem pełnego stosowania ustawy.