

GPSR: Co e-shopům přináší předpis týkající se bezpečnosti výrobků

10.3.2025 - Petra Dolejšová | Blog.shoptet

E-shopaři se mě často ptají na nový předpis, který se týká bezpečnosti výrobků. Platný je napříč Evropskou unií od 13. prosince 2024 a přináší změny, které se dotknou všech, kdo prodávají výrobky spotřebitelům v EU - včetně e-shopů. Co to pro vás znamená a jak se na to v praxi připravit?

Koho se GPSR (ne)týká?

GPSR se vztahuje na všechny výrobky,

☐☐ které jsou určeny spotřebitelům (*klasické produkty, které na e-shopu v rámci B2C prodáváte*)

☐☐ u kterých jde čekat, že je spotřebitelé budou používat, i když pro ně nejsou primárně určeny (*například kutilské potřeby, v rámci kterých se při prodeji specializujete na OSVČ, ale víte, že je budou kutilové používat i doma*)

Existují kategorie produktů, na které se GPSR nevztahuje. Není to ale proto, že by měly jakákoliv privilegia. Je to většinou proto, že jsou z hlediska bezpečnosti pod přísnějším zákonným drobnohledem. Z oblasti e-shopů tam patří:

- léky
- veterinární léčiva, krmiva
- potraviny
- výživové doplňky
- živé rostliny a zvířata
- vedlejší produkty živočišného původu (například kůže a kožešiny)
- přípravky na ochranu rostlin
- starožitnosti

Dál pod GPSR nespadají produkty, které už jsou z hlediska bezpečnosti regulované jiným, speciálním předpisem (*například zdravotnické pomůcky*). Jen pozor: GPSR se jich netýká pouze do té míry, kterou tento speciální předpis podchycuje. Ve zbytku se GPSR uplatní.

Tedy například kosmetika:

Kosmetické výrobky spadají primárně pod nařízení o kosmetických přípravcích, které upravuje jejich bezpečnostní požadavky, označování a odpovědnosti výrobce/dodavatele.

Na kosmetiku se tak uplatní GPSR "jenom zbytkově" – co se týká povinnosti označení na e-shopu a postup v případě hlášení/stažení nebezpečného produktu. Jinak ne.

Jaké povinnosti jako e-shopaři nyní máte?

1. Poskytnout informaci o výrobku na e-shopu

U každého produktu nabízeného na e-shopu musí být nově uvedené následující informace:

- **jméno nebo značka výrobce** a jeho kontaktní údaje – poštovní a elektronická adresa (*uvedení jen webové stránky ale nestačí*).
- **jméno nebo značku, poštovní a elektronickou adresu** dovozce nebo jiné odpovědné osoby – pokud je produkt vyráběn mimo EU
- **fotku produktu**
- **identifikační údaje výrobku**, například typ, série nebo sériové číslo.
- **bezpečnostní varování a informace** – pokud jsou potřeba k bezpečnému používání výrobku. Tyto informace si, prosím, nepleťte s uživatelským návodem.

Např. pokud prodáváte skříň, bude uživatelský návod obsahovat, jak skříň smontovat. Oproti tomu bezpečnostní varování může být "Tento kus nábytku může představovat riziko převrácení, zejména pokud není správně upevněn ke stěně."

Informace by měly být snadno dostupné a srozumitelné pro vaše zákazníky, v českém jazyce.

Tyto informace by měl dodat výrobce produktu spolu s produktem, je ale na vás, abyste je před zahájením prodeje překontrolovali a na e-shop doplnili.

□ Pokud se zaměřujete i na slovenský trh, je potřeba všechny povinnosti, o kterých tady píšu, splňovat i ve slovenském jazyce. Totéž platí pro slovenské e-shopy, které se zaměřují i na český trh, pak musí totéž splňovat v českém jazyce.

2. Ověřit bezpečnost výrobku

Než výrobek začnete prodávat, je potřeba ověřit, že je bezpečný – jinak ho nesmíte uvést do prodeje. To znamená:

- ověřit, že **výrobce splnil požadavky** na bezpečnost výrobku (o tom víc dole)
- ujistit se, že výrobek má **všechna povinná označení a potřebnou dokumentaci**
- pravidelně monitorovat zpětnou vazbu od zákazníků a případné **stížnosti** ohledně bezpečnosti výrobku řešit

3. Spolupracovat s úřady, které bezpečnost dozorují

V případě potřeby musí e-shop spolupracovat s úřadem (nejčastěji to bude ČOI), poskytnout požadované informace a přijímat tzv. opatření k nápravě, pokud se výrobek ukáže jako nebezpečný. To zahrnuje například:

- stažení výrobku z prodeje
- informování zákazníků o případných nebezpečích

Co když výrobky dovážíte ze zemí mimo EU?

Pokud dovážíte výrobky ze třetích zemí, například z Indie nebo Číny, máte podle GPSR i další povinnosti:

- **ověřit shodu výrobku** s GPSR – tedy zajistit, že výrobce splnil všechny své povinnosti, včetně tzv. analýzy rizik a vypracování technické dokumentace
- **ujistit se, že výrobek má všechna správná označení** – tedy kromě náležitostí výrobce i váš název nebo značku, poštovní a e-mailovou adresu
- **archivovat výrobní dokumentaci** – musíte uchovávat kopie technické a bezpečnostní dokumentace výrobce po dobu 10 let

Co když jste sami výrobcem?

Pokud produkty sami vyrábíte, vztahují se na vás ještě tyto povinnosti:

- **musíte provést tzv. analýzu rizik** – tedy ještě před uvedením výrobku na trh musíte vyhodnotit možná rizika a zajistit, že jste je minimalizovali a výrobek je bezpečný
- **vést technickou dokumentaci** – musíte uchovávat podklady, které prokazují bezpečnost výrobku, po dobu 10 let
- **správně označit výrobek** – na výrobku musí být váš název (nebo značka), poštovní a e-mailová adresa
- k výrobku je potřeba **přiložit bezpečnostní pokyny a varování**, pokud jsou potřeba

Potřeba dodat bezpečnostní pokyny bude u každého výrobku jiná – i proto je potřeba provést analýzu rizik (bod 1). Varování jsou potřeba tam, kde si průměrný spotřebitel případné nebezpečí laicky neodvodí.

Tedy například:

Pokud prodáváte knihy, je nad slunce jasné, že se můžu při obracení listu pořezat o papír. Takové varování tam psát nebudu.

Pokud ale prodávám třeba knihu, jejíž součástí jsou drobné součástky (třeba na doprovodné hraní divadla při četbě), ke knize dodám varování, aby se tyto části knihy udržovaly mimo dosah dětí z důvodů možnosti jejich spolknutí a udušení.

Pokud se tyto informace nevejdou přímo na výrobek nebo jeho štítek, napište je na obal nebo do příbalového letáku.

☐ Výrobcem jste i v případě, že produkty fakticky nevyrábíte, ale uvádíte je na trh/na e-shopu pod svou značkou.

Dva PRO tipy:

☐ Na těchto stránkách si můžete zvolit, v jaké pozici z hlediska legislativy jste (výrobce, dovozce, distributor). Na základě toho vám vyjede rozcestník, co všechno musíte splňovat, než dáte produkt na e-shop.

☐ Fajn pomocníkem pro orientaci v oblasti GPSR je například ChatGPT.

Jak tedy na GPSR?

1. **Zkontrolujte své portfolio** – ověřte, že všechny výrobky, které jste dali do prodeje **po 13. 12. 2024**, obsahují povinná označení, varování a máte k nim příslušnou dokumentaci
2. **U všech výrobků doplňte nové informace na svůj e-shop** – nově to bude hlavně identifikace produktu, údaje o výrobcu a bezpečnostní pokyny
3. **Komunikujte s dodavateli** – požádejte je o potřebnou dokumentaci a ujistěte se, že splňují nové standardy
4. **Proškolte svůj tým** – ujistěte se, že vaši zaměstnanci vědí o nových povinnostech
5. **Mějte připravený plán pro krizové situace** – pokud se objeví problém s bezpečností výrobku, mějte jasný postup, jak situaci řešit. Je potřeba o tom informovat vaše zákazníky a ostatní partnery v dodavatelském řetězci. Výrobek také nahlase do Safety Business Gateway.

<https://blog.shoptet.cz/gpsr-e-shopy>