

Anita Petrović*

PRAVNI POLOŽAJ POTROŠAČA KOD UGOVORA O TIMESHAREU – ANALIZA DIREKTIVE 2008/122/EZ

SAŽETAK

Početna ideja *timesharea* bila je omogućiti korisnicima da svoje godišnje odmore provode uživajući u vrhunskom smještaju na atraktivnim turističkim destinacijama, plaćajući samo vremensko razdoblje kada koriste nekretninu, dok sve ostale troškove dijele s ostalim korisnicima. Jedinstvena pravna regulacija *timesharea* na razini EU započela je usvajanjem Direktive 94/47/EZ koja je imala za cilj stvoriti minimalne pravne standarde koji će osigurati pravilno funkcioniranje zajedničkog tržišta turističkih usluga, a time doprinijeti i zaštiti kupaca. Budući da Direktiva 94/47/EZ kao akt minimalne harmonizacije nije uspjela otkloniti pravnu fragmentarnost i da je broj turističkih proizvoda veoma sličnih *timeshareu* vremenom diverzificirao, to je 2009. godine usvojena nova, modernizirana Direktiva 2008/122/EZ. Predmetno polje primjene značajno je prošireno, na način da su sada obuhvaćeni i drugi proizvodi za odmor slični *timeshareu*, kao i sheme prodaje ili razmjene predmeta *timesharea*. Predmet klasičnog *timesharea* bile su samo nekretnine dok su sada obuhvaćeni i pokretni objekti.

Direktiva 2008/122/EZ predstavlja akt ciljane maksimalne usklađenosti, to se očekuje će njene odredbe povećati sigurnost potrošača u *timeshare*, jer jedan od problema s kojim se potrošači susreću jesu razni oblici nepoštene poslovne prakse trgovaca, koji su u značajnoj mjeri narušili povjerenje u ovaj pravni posao.

Ključne riječi: timeshare, Direktiva 94/47/EZ, Direktiva 2008/122/EZ, zaštita potrošača.

* doc.dr., Pravni fakultet, Univerzitet u Tuzli.

UVOD

Europske zemlje s dugom tradicijom turizma i razvijenom turističkom infrastrukturom poput Švicarske, Portugala, Španjolske, Francuske, Italije, Grčke, Velike Britanije i dr., razvile su već tijekom sedamdesetih godina XX. stoljeća *timesharing* koncept provođenja godišnjeg odmora.¹ Kvalitetniji životni standard rezultiralo je i pojavom velikog broja turističkih objekata koji su postali imperativ za odmor modernog čovjeka. Međutim, ekspanzija tražnje u turističkoj sezoni, ali i ograničene financijske mogućnosti stjecatelja kada je u pitanju kupovina vlastitog apartmana na nekoj atraktivnoj primorskoj ili planinskoj lokaciji, praćena i drugim faktorima kao što su: nerentabilnost, neiskorištenost nekretnine tijekom cijele godine, troškovi održavanja, administrativne prepreke i troškovi za strane državljane i sl., uvjetovali su ekspanziju *timeshare* ugovora.² Ekonomska opravdanost *timeshare* a ogleda se u činjenici da je

¹ V. Gorenc, *Ugovor o hotelskim uslugama, alotmanu, zakupu turističkog objekta i timesharingu*, Center za proučevanje sodelovanja z deželami v razvoju - CPSDVR, Ljubljana, 1988.

² Pravna regulacija ugovora o *timesharu* ne predstavlja potpuni novum u našoj poslovnoj praksi, ovaj institut bio je normiran *Zakonom o pravu vremenskog korištenja turističkog objekta* („Sl. list SFRJ“, broj: 24/1986 i 31/1986). U domaćoj poslovnoj praksi, kao i pravnom sistemu *timeshare* model pružanja turističkih usluga nikada nije ozbiljnije zaživio. Postoje višestruki razlozi za to, a među glavnim preprekama mogu se navesti društveni oblik svojine, odsustvo tržišno-konkurentskog načina privređivanja, zatim veoma skromna ponuda turističkih objekata, nedovoljna promocija ovog modela provođenja godišnjih odmora i sl. Prirodni potencijal za razvoj zimskog turizma nikada nije pretvoren u mehanizam za privlačenje domaćih i stranih investicija u ovaj oblik tercijarne djelatnosti. Iako je *Direktiva 94/47/EZ o zaštiti kupaca u pogledu određenih aspekata ugovora koji se odnose na kupovinu prava upotrebe nekretnine na bazi timeshare* (OJ L 280, 29 October 1994) (dalje: *Direktiva 94/47/EZ*) postala sastavni dio bh. zakonodavstva njenim interpoliranjem u Zakon o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini („Sl. glasnik BiH“, br. 25/06), ipak to nije rezultiralo intenzivnijim sklapanjem *timeshare* ugovora. *Timeshare* je još uvijek sasvim nepoznat institut koji sitnim koracima ulazi u našu poslovnu praksu. Tek od nedavno javljaju se prve ponude za provođenje odmora na *timeshare* bazi, i to tako što se bh. potrošači po prvi put susreću s primamljivim oglasima gdje im se primjerice nudi kupovina termina odmora u Fojnici, Vlačiću i sl., i to na period od 50 godina po dnevnoj cijeni od svega 2,50 KM. Temeljna odlika *timeshare* ugovora jeste vremenska ograničenost dugoročnog zakupa dijela nekretnine, od jedne, dvije ili više vremenskih jedinica tijekom godine. Potrošačima se nude *timeshare intervali* u minimalnom trajanju od 7 dana u tri vremenska perioda u godini i to na period od 50 godina, pritom u ponudi su fiksne i fleksibilne (rotirajuće) vremenske jedinice. Dužina, kao i razdoblje korištenja vremenskog intervala određuju vrijednost prava vremenskog korištenja turističkog

puno racionalnije kupiti pravo korištenja nekretnine u određenom terminu tijekom sezone, i tako s ostalim stjecateljima koji su također kupili različite termine korištenja podijeliti troškove održavanja iste. Bez obzira što se u korištenju iste nekretnine smjenjuje više osoba, svaka od njih se, za vrijeme trajanja svog termina, može ponašati kao da je vlasnik. Svaki stjecatelj ima svoju vremensku jedinicu korištenja nekretnine koja se, u principu, ponavlja dugi niz godina, sve dok ugovor traje, što donosi niz prednosti kao što je izvjesnost i sigurnost u pogledu organiziranja budućeg odmora, podjela troškova održavanja nekretnine, mogućnost prijenosa prava korištenja nekretnine na druge osobe ukoliko stjecatelj sam ne može koristiti svoje pravo, mogućnost razmjene prava korištenja nekretnine jedne turističke destinacije, za isto pravo u nekoj drugoj destinaciji i sl.³ Budući da je vrijeme upotrebe iste stvari između više različitih osoba podijeljeno na kraće vremenske jedinice (*time-share – dijeljenje vremena*) to je ovaj specifičan ugovor i dobio naziv *timesharing*.⁴

Predmet ugovora o *timeshareu* su pretežito nekretnine ili dijelovi nekretnina kao što su vile, vikendice, apartmani, bungalovi, sobe i sl., međutim, usvajanjem nove Direktive 2008/122/EZ,⁵ predmet ugovora mogu biti i pokretne stvari koje mogu ponuditi smještaj i prenočište, poput kamp-prikolica, jahti, jedrilica, brodova za krstarenja i sl. *Ratio* ugovora o *timeshareu* ne određuje predmet ugovora, već činjenica da titular stječe pravo periodičnog, ponavljalog korištenja stvari uz plaćanje određene naknade. Kako ne postoji jedinstven, općeprihvaćen *timeshare* model, to je i pravna priroda ovog instituta u velikoj mjeri neodređena i ovisi o karakteru prava koje se stječe na *timeshare* bazi. U tom smislu postoje dvije najznačajnije varijante *timesharea*, i to ugovor gdje se

objekta. U tom smislu vidjeti: <http://www.eko-fisvlastic.ba /nekretnine/time-sharing> (9. april 2013.)

³ T. Josipović, „Zaštita potrošača iz ugovora o timesharingu u Europskoj uniji“, *Zbornik Pravnog fakulteta Zagreb*, 53:3-4/2003, 672-674.; Slično i: V. Gorenc, 113 i dalje.

⁴ Cfr.: J. Barbić, (ur.), *Vremensko korištenje turističkog objekta: Time-sharing*, Informator, Zagreb, 1987, 14-35.

⁵ Direktiva 2008/122/EZ o zaštiti potrošača vezano za određene aspekte *timesharea*, o dugoročnim proizvodima za odmor, ugovorima o ponovnoj prodaji i razmjeni (*Directive 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts*, OJ L 033, 03/02/2009).

kupovinom određenog vremenskog intervala stječe neko stvarno pravo etažnog vlasništva, suvlasništva i vlasništva sl. (*stvarnopравни timeshare*), te ugovor kojim se samo stječe pravo korištenja objekta (*obligacionopravni timeshare*).⁶ Od pravne prirode *timesharea* ovisi i pravni položaj stjecatelja, tj. potrošača vezano za pravo upotrebe korištenja, odnosno pravo raspolaganja nekretninom u zakupljenom terminu i nakon proteka istog.⁷ Tako primjerice, obligacionopravni *timeshare* majuci u vidu slobodu ugovaranja, daje puno veće mogućnosti ugovornim stranama, a sama pravna konstrukcija je znatno jednostavnija i jeftinija. Kod obligacionopravnog *timesharea* moguće je da predmet ugovora bude samo odrediv, a ne i potpuno određen. U tom slučaju radi se o tzv. *fleksibilnom timeshareu* gdje nekretnina kao ni termin njenog korištenja nisu potpuno određeni. Međutim, ovaj oblik ovlaštenja na nekretnini ima i svoje negativne strane, tako obligacionopravni *timeshare* djeluje samo *inter partes* što u slučaju stečaja vlasnika nekretnine ili provođenja postupka izvršenja potrošača stavlja u nepovoljan položaj, jer postoji mogućnost da njegovo pravo korištenja koje je unaprijed platio prestane. Također, kod ovog oblika *timesharea* potrošač nema dovoljno jamstva ni u slučaju ostvarivanja drugih prava iz ugovora kao što je izvršavanje usluga, održavanje nekretnine, naknada štete i sl.⁸ Jedinstvena priroda ugovora o *timeshareu* ne postoji, u prilog ovome govori i odredba člana 1., stav 2., točka b) Direktive 2008/122/EZ, koja i dalje u nadležnosti nacionalnih zakonodavstava ostavlja pitanja koja se odnose na „*upis nepokretne ili pokretne imovine, kao i pravila o prijenosu nepokretne imovine.*“ Što znači da države članice i dalje imaju slobodu da određuju pravnu prirodu *timeshare* ugovora, odnosno da zadrže postojeće stanje u ovoj oblasti, bez obzira što se radi o direktivi ciljane maksimalne harmonizacije.⁹

⁶ Vidjeti: T. Josipović, 676-677.; *Opširnije i*: A., Timotijević, *Pojam i pravna priroda time sharinga*, Pravo – teorija i praksa, 16:12/1999, 27-38.

⁷ Više o tome: M. Bukovac Puvača, „Zaštita kupaca u time-sharing ugovorima prema Smjernici 94/47/EZ“, *Zbornik Pravnog fakulteta u Rijeci*, 24:1/2003, 311-334.

⁸ T. Josipović, 677.

⁹ Pravna priroda ugovora o *timeshareu* ostala je u domenu nacionalnih propisa, tako primjerice u Italiji, Španjolskoj, Portugalu, Njemačkoj, Austriji i dr., *timeshare* se smatra *ius in rem*, u Grčkoj *timeshare* ima karakter stanarskog prava, dok u Francuskoj radi se o ličnom pravu („*Société Civile d'Attribution*“). Vidjeti: Commission Staff Working Document, *Accompanying document to the Proposal for a Directive of the*

1. Pravni položaj potrošača prema Direktivi 2008/122/EZ

Direktiva 94/47/EZ kao instrument minimalne harmonizacije implicirala je značajne i duboke razlike u pogledu zaštite koju potrošači uživaju prilikom sklapanja *timeshare* ugovora u pojedinim državama članicama.¹⁰ Također, u ovoj oblasti postojale su mnoge pravne praznine

*European Parliament and of the Council on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday products, resale and exchange, Impact Assessment, Brussels, 7.6.2007. SEC(2007) 743, 10-11., http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safeshop/timeshare/, (3.4.2013.), (dalje: *Impact Assessment*).*

¹⁰ Države članice EU i prije usvajanja Direktive 94/47/EZ većinom su imale uređeno pitanje korištenja nekretnina po principu *timesharea*. Međutim, u cilju uspostave zajedničkog tržišta turističkih usluga Direktiva 94/47/EZ, kao akt minimalne harmonizacije donijela je minimalne zajedničke standarde u pogledu određenih aspekata ugovora o *timeshareu*, dok drugi aspekti ugovora kao i opća regulacija *timeshare* i dalje su ostali u domenu nacionalnih propisa. Direktiva 94/47/EZ transponirana je u zakonodavstva svih država članica, ipak razlike u stupnju zaštite koji države članice pružaju potrošačima samo su se produbile. Razlike su evidentne već kod transponiranja temeljnih pojmova, na način da je prošireno personalno i predmetno polje primjene Direktive 94/47/EZ. Tako primjerice, pojmom „kupac“ („*purchaser*“) u određenim državama članicama obuhvaćene su i pravne osobe, zatim određene države nisu usvojile razdoblje od tri godine na koji je ugovor o *timeshareu* morao biti minimalno zaključen. Također, razlike su postojale i kod predmeta ugovora, u smislu da predmet ugovora nije isključivo korištenje nekretnina ili dijelova nekretnina, već i određene turističke usluge koje se po svojoj pravnoj prirodi ne mogu izjednačiti sa *timeshareom*, primjerice obećanje posebnog popusta u klubovima za odmor. Najznačajnije razlike evidentne su kod obaveze informiranja potrošača, te prava na jednostrani bezrazložni raskid ugovora. Naime, Direktiva 94/47/EZ sadržavala je odredbe kojima se regulira obaveza obavještanja potrošača, s tim u vezi u Aneksu Direktive 94/47/EZ utvrđena je minimalna lista informacija koje ugovor mora sadržavati, a koje potrošaču moraju biti prezentirane u predugovornoj fazi. Države članice većinom su proširile listu informacija sadržanih u prospektu, dok su neke države s liste informacija isključile informaciju o pravu na jednostrani bezrazložni raskid ugovora. Razlike su bile evidentne i u samom postupku izvršenja prava na raskid, zatim različite su bile i situacije u kojim je potrošač bio zaštićen ovim pravom, uključujući i različite dužine *cooling off* perioda. Pored toga što Direktiva 94/47/EZ zabranjuje bilo kakvo plaćanje zakupne cijene prije protoka roka za raskid, određene države članice propisale su instrumente zaštite kupaca koje Direktiva 94/47/EZ nije predviđala, kao što su primjerice uvođenje postupka licenciranja prodavaca, posebne odredbe za nekretnine u izgradnji, zatim obaveza prodavca da pribavi financijsku garanciju kao sredstvo osiguranja izvršenja ugovora i sl. O razlikama između propisa država članica po pitanju regulacije *timeshare* ugovora, kao i preporuke u kom pravcu treba reformirati Direktivu 94/47/EZ Vidjeti opširnije: H. Schulte-Nölke/A. Börger/S. Fischer, *Timeshare Directive (94/47)*, in: H. Schulte-Nölke/C. Twigg-Flesner/M. Ebers (ed.), *EC Consumer Law Compendium The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Sellier European Law Publishers, Munich, 2007, 262-265. U tom smislu vidjeti Izvještaj Komisije o implementaciji Direktive 94/47/EZ u nacionalna zakonodavstva u kom je dat

koje su predstavljale barijeru nesmetanom funkcioniranju unutarnjega *timeshare* tržišta.¹¹ Budući da Direktiva 94/47/EZ nije uspjela odgovoriti postavljenom cilju, kao i to da je broj turističkih proizvoda veoma sličnih *timeshareu* vremenom diverzificirao,¹² to je ista 2009. godine zamijenjena novom Direktivom 2008/122/EZ. Ovo je direktiva ciljane maksimalne harmonizacije, što znači da ista u svrhu osiguranja pravne sigurnosti i nesmetanog funkcioniranja unutarnjeg tržišta koje će donijeti pogodnosti potrošačima i poduzetnicima, pristupa potpunom usklađivanju nekih aspekata marketinga, prodaje i preprodaje prava na vremenski ograničenu upotrebu nekretnine, dugoročnih proizvoda za odmor kao i razmjenu prava koja proizlaze iz ugovora o *timesharingu*.¹³ Budući da turizam igra sve značajniju ulogu u ekonomijama zemalja članica, to se usvajanjem zajedničkih pravila želi povećati rast i produktivnost *timeshare* industrije.¹⁴ Direktivom 2008/122/EZ znatno je

svеobuhvatan komparativni prikaz transponiranja pojedinačnih odredaba Direktive, te pravci moguće revizije. Vidjeti: *Report on the Application of Directive 94/47/EC of the European Parliament and Council of 26 October 1994*. Doc SEC(1999) 1795 final., <http://ec.europa.eu/consumers/consint/safeshop/timeshare/> (3.4.2013.)

¹¹ Sam koncept ugovora i ambijent u kojem se ovaj pravni posao razvijao upućuju na to da se radi o turističkom ugovoru. Određene oblike turističkih ugovora sadrži Zakon o obligacionim odnosima iz 1978., koji je i danas uz minorne izmjene na snazi u Bosni i Hercegovini (dalje: ZOO), poput primjerice ugovora o organiziranju putovanja (čl. 859-879), posredničkog ugovor o putovanju (čl. 880-884), ugovora o angažiranju ugostiteljskih kapaciteta – ugovor o alotmanu (čl. 885-896), iz tog razloga određeni autori smatraju da je *Direktiva 94/47/EZ*, odnosno nova *Direktiva 2008/122/EZ* trebala biti transponirana u ZOO, a ne u zakone o zaštiti potrošača, kao što je to slučaj sa zemljama iz regije (Zakon o zaštiti potrošača, „Narodne novine“, br. 41/14), Zakon o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini, Zakon o zaštiti potrošača („Sl. glasnik R Srbije“, br. 73/2010). To iz razloga, jer novi institut, kao što je *timeshare* ugovor trebalo je urediti u sklopu najbliže materije, a to je ugovorno pravo, a nikako oblast zaštite potrošača. Ovaj metod implementacije primijenjen je primjerice u njemačkom BGB, dok su mnoge europske zemlje *timeshare* ugovor uredile posebnim zakonima, pa čak i puno ranije no što je usvojena *Direktiva 94/47/EZ*. Vidjeti: V. Gorenc, *Ugovor o timesharingu i Zakon o zaštiti potrošača*, Pravo i porezi, 4/2004, 14.

¹²Vidjeti: *Impact Assessment*, 7.

¹³Vidjeti: točku 3. preambule Direktive 2008/122/EZ.

¹⁴Vidjeti: točku 2. preambule Direktive 2008/122/EZ. Trenutno u svijetu postoji oko 5.500 *timeshare* ljetovališta, od toga oko 1.312 se nalazi u Europi i nude oko 85.000 vremenskih jedinica ili oko 70 mil noćenja godišnje. Prema podacima iz 2007. godine oko 1.5 mil europskih domaćinstava uživa pravo na oko 2.9 mil *timeshare* jedinica. Najviše korisnika *timesharea* imaju Velika Britanija i Irska, oko 600.000 tako da britanski potrošači čine gotovo trećinu vlasnika *timesharea* u Europi, a zatim slijede Švedska, Njemačka, Italija i Francuska. Najviše *timeshare* odmarališta nalazi se u

prošireno predmetno polje primjene, na način da su sada obuhvaćeni i drugi proizvodi za odmor slični *timeshareu*, kao i sheme prodaje ili razmjene predmeta *timesharea*. Predmet klasičnog *timesharea* bile su samo nekretnine ili dijelovi nekretnina, dok su sada istim obuhvaćene i pokretne stvari kao što su jahte, *cruiseri*, auto-karavani i sl. S obzirom da Direktiva 2008/122/EZ predstavlja akt maksimalne usklađenosti to se očekuje će njene odredbe povećati pravnu sigurnost i povjerenje potrošača u *timeshare* industriju.¹⁵

Španjolskoj oko 26.3%, u Italiji 14.94%, 11.05% u Velikoj Britaniji i Irskoj, 9.53% u Francuskoj, 8.08% u Portugalu, 4.04% u Grčkoj *etc.* Volumen prihoda ostvaren u *timeshare* industriji u 2007. godini iznosio je oko 3.2 md €, korisnici za vrijeme svog *timeshare* odmora potroše oko 1.6 md €, plus 957 mil € za kupovinu *timeshare* jedinice i 618 mil € na troškove održavanja *timesharea*. Jedno domaćinstvo za vrijeme svog godišnjeg odmora u *timeshare* resortu potroši oko 1.588 € i to na restorane, iznajmljivanje auta, namirnice, suvenire, odjeću i sl. *Timeshare* industrija vrijedi više od 10 md € i pruža oko 70.000 radnih mjesta. Detaljnije vidjeti: Resort Development Organisation (RDA), *The European Timeshare Industry 2008, Market Characteristics & Economic*

Impacts, http://www.rciventures.com/wpcontent/uploads/2010/03/TheEuropeanTimeshare_Industry_2008.pdf. (4.4.2013.). I u ovom periodu recesije *timeshare* industrija i dalje bilježi značajan rast u prilog čega govori volumen prodaje koji je u 2011. godini iznosio oko 750 mil €. Rezultati pokazuju da je u 2011. godini prodano oko 78.118 *timeshare* jedinica u cijeloj Europi, a prosječna vrijednost svake prodaje prelazi 9.500 €. „Klasični“ *timeshare* sve više potiskuju novi *timeshareu* slični proizvodi s kraćim trajanjem vremenske jedinice i sklapaju se na kraći rok (5 do 10 godina), i zbog toga ekonomski su pristupačniji mlađim potrošačima. <http://www.rdo.org> (4.4.2013.)

¹⁵ Potrošači su često samo piuni u igri čija pravila određuju trgovci koji se bave prodajom *timesharea*. Početna zamisao *timesharea* bila je omogućiti potrošačima da uživaju u kvalitetnom smještaju, pritom da plaćaju samo vrijeme koje borave u istom, dok sve ostale troškove dijele s ostalim potrošačima, korisnicima. Međutim, vremenom došlo je do erozije povjerenja potrošača u *timeshare*, o čemu svjedoči statistika da samo jedan potencijalni kupac *timesharea* dolazi na 450 korisnika koji nastoje prodati svoj *timeshare*. Tako primjerice, 2005. godine 12 % potrošača je želilo „napustiti“ *timeshare* sistem iz razloga visokih godišnjih naknada, koje su se svake godine dodatno povećavale, 2006. godine taj postotak se povećao i iznosio je 15%. Glavni razlozi zašto potrošači žele prodati svoj *timeshare* su sljedeći: starost – veliki broj korisnika više nije u mogućnosti putovati, siromaštvo i recesija – korisnici ne mogu pratiti naglo povećanje godišnjih naknada, razočarenje – *timeshare* ne ispunjava očekivanja potrošača, odnosno ono što je obećano potrošaču nije uključeno u ugovor (više od 10% potrošača nije nikad koristilo svoj *timeshare*, nakon što su shvatili da nisu dobili ono što im je obećano, međutim već je bilo prekasno za odustanak). Vidjeti: Timeshare Consumers Association (TCA), *Timeshare in Europe-2007*, 9-11., <http://www.timeshare.org.uk/te7.pdf> (4.4.2013.), (dalje: *Timeshare in Europe – 2007*). Međutim, potpuno suprotno od navedenog govori statistika Organizacije za razvoj ljetovališta [*Resort Development Organisation* (RDA)], tako u 2007. godini zadovoljstvo potrošača

2. Polje primjene *ratione materiae*

Direktiva 2008/122/EZ donosi značajne novine vezano za područje primjene *ratione materiae*, na način da se njene odredbe protežu kako na nekretnine i dijelove nekretnina, tako i na pokretnine koje pružaju uslugu noćenja s tim da ugovor u oba slučaja može biti zaključen na vrijeme kraće od tri godine, a vremenska jedinica korištenja predmeta ugovora može trajati kraće od sedam dana, što ranija Direktiva 94/47/EZ nije dozvoljavala. Poljem primjene obuhvaćeni su i dugoročni proizvodi za odmor, te ugovori o preprodaji i razmjeni predmeta *timeshare* ugovora.

2.1. Pojam ugovora o *timeshareu*

Naime, prema odredbi člana 2., stav 1., slovo a) Direktive 2008/122/EZ ugovor o pravu na vremenski ograničenu upotrebu (*timeshare*) označava „ugovor koji traje duže od jedne godine i kojim potrošač, uz plaćenu naknadu, stječe pravo na korištenje jednog ili više prenoćišta duže od jednog razdoblja boravka.“ Iz ove definicije proizlaze određena obilježja ugovora o *timeshareu*, na prvom mjestu radi se o modalitetu dugoročnog zakupa, kojim potrošač stječe pravo upotrebe i korištenja predmeta, uz obavezu plaćanja naknade unaprijed za cijelo vrijeme trajanja ugovora. To primjerice znači da iako je ugovor zaključen na razdoblje od 5 godina potrošač odjednom plaća ukupnu naknadu za buduće korištenje stvari. Vrijeme upotrebe stvari na bazi *timesharea* skraćeno je sa tri godine na razdoblje u minimalnom trajanju od godinu dana, isto tako vremenska jedinica godišnjeg korištenja, odnosno razdoblje boravka više nije limitirano na minimalno sedam dana, već je ostavljeno kontrahtentima da odrede trajanje, koje *de facto* može iznositi i samo jedan dan.¹⁶ Nadalje, definicija *timesharea* je ekstenzivno

timeshareom je gotovo pa irealno, tako 56% potrošača je vrlo zadovoljno, 31% potrošača je zadovoljno, 4% potrošača je nezadovoljno, 3% je jako nezadovoljno, dok 6% potrošača je suzdržano. Cfr.: RDA, *The European Timeshare Industry 2008*, 42-43.

¹⁶ Prema odredbi člana 2., alineja 1. Direktive 94/47/EZ ugovor o *timeshareu* definiran je kao „svaki ugovor ili skupinu ugovora sklopljenih najmanje na tri godine temeljem kojih se, izravno ili neizravno, uz plaćanje određene ukupne cijene, utvrđuje ili prenosi stvarno pravo na nekretnini ili bilo koje drugo pravo koje se odnosi na upotrebu jedne ili više nekretnina na određeno ili određivo vrijeme u godini, a koje ne može biti kraće od jednog tjedna.“ Tako primjerice, na godišnjoj razini postojala su maksimalno 52 *timashare* vremenska intervala, teoretski to znači da nekretnina može imati 52 stjecatelja koji dijele vrijeme korištenja iste. Međutim, uzimajući u obzir trajanje sezone

postavljena što znači da države članice i dalje imaju slobodu da određuju prirodu prava koje se stječe ugovorom, tako primjerice određene države *timeshare* uvrštavale su u krug stvarnih prava *ius in rem* (osobna služnost, pravo upotrebe, pravo stanovanja, etažno vlasništvo, suvlasništvo), dok su druge države ostale pritom da se radi o obligacionom ugovoru koji nije *iustus titulus* za stjecanje nekog stvarnog prava, poput prava zakupa, partnerskog udruživanja, prava koje proizlazi iz udjela u nekom privrednom društvu koje je vlasnik nekretnine i sl. S tim u vezi, i u odredbi člana 1., stav 2., slovo d) Direktive 2008/122/EZ propisano je kako se *neće dovoditi u pitanje nacionalni propisi koji se odnose na utvrđivanje pravne prirode prava koja su predmet ugovora obuhvaćenih istom*. Ugovor o *timeshareu* ne obuhvaća ponavljane rezervacije smještaja, uključujući hotelske sobe, ukoliko periodične rezervacije ne znače šira prava i obaveze od onih koji proizlaze iz pojedinačnih rezervacija. Također, ugovor o pravu na vremenski ograničenu upotrebu ne uključuje obične ugovore o zakupu jer se oni odnose na jedno neprekidno razdoblje boravka, a ne na periodična i ponavljana razdoblja.¹⁷

godišnjih odmora teško je i zamisliti da će predmet *timesharea* biti cijelu godinu iskorišten, jer aktivna sezona traje puno kraće i svodi se na 32-36 vremenskih jedinica. Agencijama je bilo lako prodati vremenske jedinice tijekom sezone, dok je veoma teško bilo naći potrošače koji su zainteresirani kupiti vremenski podijeljeno korištenje nekretnine u bilo koje doba godine. Upravo iz tog razloga, umjesto fiksnog *timesharinga* (*fixed weeks*) u praksi se pojavio fleksibilni ili rotirajući *timesharing* (*floating weeks*) koji je omogućavao kupcu da svoj vremenski interval izvan sezone zamijeni za isti unutar sezone, tj. da bira vrijeme korištenje nekretnine, ali isto tako i da bira nekretninu, odnosno mjesto gdje će provesti odmor putem rezervacija (*booking*). No, sistem rezervacija imao je i određene nedostatke, u smislu da je potrošač teško unaprijed za svaku godinu mogao znati koji mu točno vremenski interval odgovara da bi isti mogao unaprijed rezervirati. S tim u vezi, u razdoblju od 1.1. do 31.12.2007. godine 51.3% europskih potrošača posjedovalo je vremensku jedinicu u trajanju od tjedan dana na godišnjem nivou, 27.7% korisnika posjedovalo je dva tjedna, 14.7% korisnika posjedovalo je tri i više tjedana, a 6.3% ispitanika koristi *timeshare* po principu skupljanja bodova i samim tim nemaju određeno trajanje *timeshare* intervala. Grčki, portugalski i španjolski potrošači pretežno koriste *timeshare* intervale u trajanju od tjedan dana. Vidjeti: *The European Timeshare Industry 2008*, 26.

¹⁷ Vidjeti točku 6. preambule Direktive 2008/122/EZ.

2.2. Pojam ugovora o dugoročnom proizvodu za odmoru

Tržište turističkih usluga u posljednjoj deceniji naglo je diverzificiralo, na način da su se potrošačima nudili različiti modaliteti ugovora, poput tzv. članskih ugovora („*membership contract*“) gdje potrošač da bi stekao pravo korištenja nekretnine na *timeshare* osnovi, morao je obavezno postati član kluba, a time je automatski stjecao pravo na dodatne usluge, koje nadilaze klasične *timeshare* ugovore, uključujući i mogućnost razmjene. Osnovna svrha ovakvih ugovora s aspekta potrošača jeste korištenje apartmana određeno vrijeme tijekom sezone kroz dugi niz godina ne nekoj od lokacija koje ulaze u *resort* kluba, pri tome naknada koju su plaćali za korištenje nekretnine bila je sastavni dio ukupne naknade koja se plaćala za članstvo u klubu, a koja je participirala u višestruko većem iznosu. Kod ovakvih pravnih konstrukcija u praksi su se neminovno javljale sporne situacije, tako primjerice u slučaju *Klein*¹⁸ ESP je u svjetlu svih okolnosti zauzeo stav da se odredba člana 16. stav 1. (a) Briselske konvencije (pravilo *forum rei sitae*) ne može primijeniti na ugovor o članstvu u klubu, bez obzira što u zamjenu za plaćenu članarinu, koja između ostalog čini najveći dio cijene, članovi stječu pravo korištenja nekretnine na *timeshare* osnovi određenog oblika i na određenom mjestu, kao i mogućnost razmjene *timesharea*. Drugim riječima, ne postoji dovoljno čvrsta veza između ugovora o članstvu u klubu i imovine koja se stavlja na upotrebu i korištenje članovima po principu *timeshare* da bi se cijela ova konstrukcija mogla izjednačiti sa zakupom nepokretnosti (par. 26).

Vodeće mjesto među potrošačima danas upravo imaju tzv. *odmorišni klubovi*, koji su u velikoj mjeri zamijenili klasične *timeshare* ugovore, zato što potrošačima daju potpunu fleksibilnost kada je u pitanju mjesto i termin provođenja godišnjeg odmora. Tako primjerice, Internet stranice pune su reklama kojima se potrošačima nudi luksuzan smještaj na egzotičnim destinacijama za odmor praćen jeftinim avio letovima i drugim uslugama. Ovakve ponude zahtijevaju rezervaciju i plaćanje više od pola godine unaprijed, ali zato daju mogućnost turistima da uz mala financijska sredstva uživaju u godišnjem odmoru. Rezervacija leta i

¹⁸ Case C-73/04 *Brigitte and Marcus Klein v Rhodos Management Ltd* [2005] ECR I-8690.

smještaja obavlja se *on line* i to za svega nekoliko minuta, a cijena turističkog paketa (let i smještaj) često ne prelazi godišnju naknadu koja se naplaćuje za korištenje *timeshare* nekretnine. No, da bi potrošač mogao uživati pogodnosti koje se odnose na posebne cijene letova, smještaja, *rent a car*, osiguranja i drugih sporednih usluga mora postati član kluba koji potrošačima daje značajne popuste (čak do 70%) navedenih turističkih usluga („*holiday discount clubs*“). Što znači pravo na popuste određenih ili vezanih turističkih usluga proizlazi iz članstva u klubu, s tim da članstvo podrazumijeva i određene financijske obaveze za potrošača.¹⁹

Dugogodišnja poslovna praksa rezultirala je da poljem primjene Direktive 2008/122/EZ budu obuhvaćene i prethodno opisane pravne situacije a označavaju se sintagmom dugoročni proizvod za odmor („*long-term holiday product*“), to je „*ugovor koji traje duže od jedne godine i kojim potrošač, uz plaćenu naknadu, prvenstveno stječe pravo na popuste ili druge pogodnosti vezane za smještaj, odvojeno ili zajedno s putovanjem ili drugim uslugama.*“²⁰ Sklapanjem ugovora potrošač stječe trajno pravo na određene privilegije i olakšice, od kojih je najznačajnija pravo na popuste u pogledu smještaja za odmor u vezi ili odvojeno od drugih turističkih usluga poput *rent a car*, avio karata, članarina i sl., a zauzvrat plaća naknadu. Međutim, ugovori o dugoročnim proizvodima za odmor ne odnose se primjerice na uobičajene programe popusta koje hotelijeri daju svojim stalnim klijentima, a odnose se na buduće boravke u hotelima jednog hotelskog lanca. To iz razloga jer se članstvo u programu ne stječe plaćanjem naknade, niti je naknada koju potrošač plaća prvenstveno namijenjena stjecanju popusta ili drugih pogodnosti vezanih za smještaj.²¹

2.3. Pojam ugovora o preprodaji

Direktivom 2008/122/EZ obuhvaćen je i ugovor o preprodaji („*resale contract*“) kojim trgovac, uz naknadu, pomaže potrošaču pri prodaji ili kupnji prava na vremenski ograničenu upotrebu (*timeshare*) ili

¹⁹ Početna naknada koja se plaća za pristupanje „klubu popusta za godišnji odmor“ kreće se od 6.000 € s tim da ponekad ide čak i do 20.0000 €. Godišnja naknada kreće se oko 150 € i plaća se za svaki odmor.

²⁰ Vidjeti odredbu člana 2., stav 1., slovo b) Direktive 2008/122/EZ.

²¹ Vidjeti točku 7. preambule Direktive 2008/122/EZ.

*drugog dugoročnog proizvoda za odmor.*²² Ovim ugovorom trgovac se, dakle, obavezuje pružati pomoć potrošaču prilikom kupovine ili prodaje prava iz *timeshare* ugovora ili dugotrajnih turističkih proizvoda, a potrošač se obavezuje platiti naknadu. Uslugama ponovne prodaje *timesharea* najčešće se bave za to specijalizirani poslovni subjekti (posredničke agencije), koji uz određenu naknadu posreduju u prometu *timesharinga* i njemu sličnih proizvoda. Specijalizirane agencije preuzimaju aktivnu ulogu u prodaji *timesharea* što potrošaču koji nije profesionalac na tržištu u velikoj mjeri olakšava posao, jer ga dovodi u vezu sa drugim potrošačem potencijalnim kupcem.²³ Sklapanjem ugovor o preprodaji trgovac pruža svoje profesionalne usluge u zasnivanju drugih ugovora, odnosno obavezuje se potrošaču da će ga uz određenu naknadu dovesti u vezu sa drugim subjektom koji će s njim zaključiti željeni ugovor. Kod ugovora o preprodaji interesi potrošača su dvojaki, tako mora se osigurati zaštita potrošača čiji *timesharea* se prodaje, i zaštita potrošača koji kupuje *timesharea*. Budući da potrošač može prodati svoje pravo vremenski ograničene upotrebe stvari, naravno da onda isto može i iznajmljivati. Primjerice, ukoliko potrošač iz određenih razloga u datom periodu ne može iskoristiti svoje pravo iz *timeshare* ugovora, tada mu je u interesu da svoj interval iznajmi nekom drugom i tako ostvari određenu financijsku korist, što se danas ostvaruje članstvom u klubovima koji nude razne sheme razmjene *timesharea*.

2.4. Pojam ugovora o razmjeni

Potrošač koji po sistemu *timesharea* provodi godišnji odmor ima mogućnost privremeno zamijeniti svoje pravo sa drugim titularom istog ili sličnog prava. Razmjena prava korištenja prenoćišta s titularom istog prava veoma je zastupljena u praksi, jer omogućava potrošaču da odmor provede na nekoj drugoj destinaciji u nekom novom terminu.²⁴ Razmjena

²² Vidjeti odredbu člana 2., stav 1., slovo c) Direktive 2008/122/EZ.

²³ Kao najznačajnije posredničke agencije međunarodnog karaktera javljaju se: <http://www.52sharesinc.com/>, <http://www.advantagevacation.com/>, <http://www.timeshares2buy.com/>, <http://www.timeshareshopresales.com/>, <http://www.crownresales.com/> etc.

²⁴ Oko 54% potrošača preferira sistem razmjene, 8% potrošača želi svoje godišnje odmore provoditi boravkom isključivo u jednoj nekretnini, dok 38% potrošača želi biti u sistemu razmjenu, ali povremeno boraviti i u svom *timeshare* ljetovalištu. Sistem razmjene je najpopularniji među grčkim, španjolskim i francuskim potrošačima, dok

se pretežno odvija preko specijaliziranih posredničkih agencija, klubova kojima potrošač pristupa po samom automatizmu čim zaključi ugovor o *timeshareu*. Biti u sistemu razmjene za potrošača podrazumijeva i obavezu plaćanja određene naknade posredničkoj agenciji koja dovodi u vezu potrošače koji žele privremeno razmijeniti svoja prava koja proizlaze iz ugovora o *timeshareu*.²⁵ Direktiva 2008/122/EZ sadrži definiciju ugovora o razmjeni („*exchange contract*“) pod kojim se podrazumijeva ugovor kojim se potrošač, uz naknadu, uključuje u sistem razmjene koji mu omogućava pristup smještaju za noćenje ili drugim uslugama, u zamjenu za ustupanje privremenog uživanja u pravima koja proizlaze iz potrošačevog ugovora o pravu na vremenski ograničenu upotrebu (*timeshare*) drugim osobama.²⁶ Sklopljenim ugovorom trgovac se obavezuje uključiti potrošača u program razmjene, tako da potrošači na određeno vrijeme mogu uzajamno ustupati svoja prava iz ugovora o *timeshareu*. Sistem razmjene funkcionira tako što potrošač deponujući svoj *timeshare* interval u klub za razmjene čiji je član, dobija pravo da povlači odgovarajući *timeshare* interval koji su po istom principu deponovali drugi potrošači. Upravo ta olakšana mogućnost prijenosa prava korištenja na treće osobe, donijela je ovim novim proizvodima višestruku primjenu u praksi, zbog čega su i našli svoje mjesto u Direktivi 2008/122/EZ. Vrijednost *timesharea* koji se razmjenjuju ovisi o niz faktora, kao što su primjerice trajanje vremenske jedinice, sezona korištenja, lokacija odmarališta, kvalitet smještaja i vezane usluge koje utječu na kvalitet odmora (bazeni, sportski tereni, klubovi i sl.). Naspram procijenjene vrijednosti *timesharea* potrošač dobija bodove („*points rights*“) koji mu omogućavaju da bira vrijeme, mjesto i kvalitet smještaja u nekom drugom *timeshare* odmaralištu. Potrošači imaju i mogućnost skupljanja bodova tijekom godina i tako s novim, pripisanim bodovnim stanjem birati smještaj po želji, više bodova znači duže vrijeme boravka ili bolje mjesto, bodovi se također mogu koristiti za „plaćanje“ avio

britanski, njemački i ruski potrošači preferiraju oboje i sistem razmjene, ali vole provoditi godišnje odmori i u svojim *timeshare* objektima. Vidjeti: RDA, *The European Timeshare Industry 2008*, 36.

²⁵ Vezano za naknade koje padaju na teret potrošača koji želi sudjelovati na tržištu razmjene *timesharea* v. odluku ESP u slučaju Case C-37/08 *RCI Europe v Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs* [2009] ECR I-07533, par. 32 i dalje.

²⁶ Vidjeti odredbu člana 2., stav 1., slovo d) Direktive 2008/122/EZ.

karata, iznajmljivanje auta, jahti, hotela i sl. Drugim riječima, bodovi funkcioniraju kao posebna odmorišna valuta.²⁷ Također, postoji i mogućnost kreditiranja, na način da se troše budući bodovi za plaćanje smještaja u tekućoj sezoni. Postoje razne kategorije članova kluba (redovni, obični, povlašteni) ovisno o vrijednosti bodova kojim raspolažu te načinu njihovog stjecanja.²⁸ Sve navedeno ukazuje na visok stupanj fleksibilnosti i slobode koju potrošači uživaju kada je u pitanju planiranje i provođenje godišnjeg odmora. Drugi model po kojem funkcionira sistem razmjene *timesharea*, jeste razmjena po principu „*tjedan za tjedan*“ i ovdje postoji fleksibilnost u smislu da potrošači biraju vrijeme, mjesto i kvalitet smještaja, samo što ne trguju bodovima (odmorišnim vaučerima) već tjednima čija se vrijednost, također, procjenjuje po prethodno pomenutim kriterijima.²⁹

3. Obaveza predugovornog informiranja potrošača

Bitno obilježje direktiva nove generacije, uključujući i Direktivu 2008/122/EZ jeste obaveza informiranja (tzv. „*paradigma obavještanja*“) u svim stadijima sklapanja ugovora, pa čak i prije no što je potrošač donio konačnu odluku o perfekciji istog. U cilju zaštite slabije ugovorne strane i otklanjanja informacijske asimetrije („*informational asymmetry*“),³⁰ propisana je ekstenzivna lista informacija, koje ujedno predstavljaju bitne elemente ugovora, o kojima potrošač mora biti

²⁷ Vidjeti: European Commission, *Consultation Paper Review of the Timeshare Directive* (94/47/EC), 10., <http://ec.europa.eu/consumers/rights/travelen.htm> (4.4.2013.)

²⁸ U tom smislu vidi odluku ESP od 10.7.2009. u slučaju C-270/09 *MacDonald Resorts Ltd v The Commissioners for Her Majesty's Revenue & Customs*, iako se pomenuta odluka prvenstveno odnosi na obavezu plaćanja PDV sukladno Šestoj direktivi 77/388/EEZ, ipak u par. 6-10 opisan je sistem stjecanja i razmjene bodova temeljem članstva u klubu.

<http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62009CJ0270&lang1=en&lang2=HR&type=TEXT&ancre>, (4.4.2013.)

²⁹ Danas u svijetu djeluje veliki broj agencija za razmjenu *timesharea*, poput: <http://www.rci.com/>, <http://www.intervalworld.com/>,

<http://www.newhorizonsexchange.com/>, <http://www.resort2resort.com/> etc.

³⁰ Vidjeti: K. G. Hadfield/R. Howse/J. M. Trebilcock, *Information-Based Principles for Rethinking Consumer Protection Policy*, *Journal of Consumer Policy*, 21:1998, 141.; T. Wein, *Consumer Information Problems-Causes and Consequences*, in: S. Grundman/W. Kerber/S. Weatherill, *Party autonomy and the role of information in the internal market*, Walter de Gruyter, Berlin, 2001. 83-84.; S., Grundmann, „Information, Party Autonomy and Economic Agents in European Contract Law“, *Common Market Law Review*, 39/ 2002, 279-281.

upoznat u predugovornom stadiju (*pre-contractual information duties*), tako i u stadiju nakon zaključenja ugovora (*contractual information obligations*). Pretpostavka je da jedino dobro informiran potrošač (*well-informed consumer*) može nesmetano sudjelovati u prekograničnim transakcijama, te uživati puni opseg pravne zaštite koja mu stoji na raspolaganju. Adekvatna informiranost potrošača je nužan preduvjet potrošačke autonomije, kao i prava potrošača na slobodan izbor proizvoda i usluga.³¹ Sasvim je očito da subjekti B2C (*business to consumer*) ugovora stupaju s različitih pregovaračkih pozicija, isto tako evidentno je da trgovac kao profesionalac raspolaže posebnim sposobnostima, znanjem i vještinama, a sklapanje određenih vrsta ugovora ulazi u domen njegove djelatnosti ili zanimanja. S druge strane potrošač kao ekonomski slabija, a samim tim i ranjivija, neiskusnija, te lošije informirana strana, nema uvijek potrebna stručna znanja o predmetu ugovora, te pravima i obavezama, stoga je dužnost trgovca da obavijesti potrošača o svim činjenicama relevantnim za sklapanje ugovora i zaštitu njegovih interesa.³²

Timeshare po svojoj prirodi je vrlo složena pravna konstrukcija, zato što veliki broj različitih subjekata sudjeluje u istoj, poput: investitora,

³¹ Opširnije: M. A. Dausen, „Consumer Protection Through Consumer Information?—The Image of the Consumer in European Legislation and Jurisprudence“, *Zbornik Pravnog fakulteta u Rijeci*, Suppl., br. 3 (2003), 151-163.

³² Značajno je ukazati i na problem koji se javlja kao posljedica ispunjenja obaveze informiranja potrošača, a to je prezasićenost informacijama („*information overload*“). Informirana odluka, bez sumnje određena je brojem informacija koje stoje na raspolaganju potrošaču, kao i činjenicom da su dostupne informacije dovoljno jasne i razumljive, ali isto tako više informacija ne znači istovremeno da će sve i biti razmatrane prilikom donošenja odluke, čak suprotno, ponekad previše informacija znači manje odlučujućih informacija (ili nikako). Izloženost potrošača prevelikom broju informacija dovodi do „*preinformiranosti*“, odnosno stanja kada potrošač više nije u mogućnosti prezentirane informacije procesuirati i staviti u funkciju adekvatnog odlučivanja. Ekspanzija podataka koje je trgovac dužan dostaviti potrošaču često prelazi potrebe njegove zaštite, s obzirom da je sposobnost čovjeka da apsorbira i procesuirati mnoštvo informacija ograničena, nužno je pronaći optimalnu mjeru u pogledu broja potrebnih informacija. Više: A. Nordhausen Scholes, *Information Requirements*, in: G. Howells/R. Schulze (ed.) *Modernising and Harmonising Consumer Contract Law*, Sellier Publishers, Munich, 2009, 214.; S. T., Ulen, *Information in the Market Economy—Cognitive Errors and Legal Correctives*, in: S. Grundman/W. Kerber/S. Weatherill, 98-128.; T. Wilhelmsson, *The Informed Consumer v Vulnerable Consumer in European Unfair Commercial Practices Law – A Comment*, in: G. Howells/A. Nordhausen/D. Parry/C. Twigg-Flesner, *The Yearbook of Consumer Law 2007*, Ashgate Publishing, 2008, 213-226.

agencije koja se bavi oglašavanjem *timesharea*, kompanije vlasnika *timeshare* odmarališta, kompanije zadužena za upravljanje i održavanje *timeshare* odmarališta, agencije koja posreduje u razmjeni, agencije koja se bavi preprodajom *timesharea* i dr.), kao i to da se u većini slučajeva radi o prekograničnim ugovorima, koje potrošači sklapaju izvan države svog domicila, odnosno u državi gdje se nalazi nekretnina.³³ Složenost *timeshare* ugovora ogledala se i u prirodi prava korištenja koje se kupuje (stvarnopravno ili obligacionopravno dejstvo), a koje se na različite načine regulira u državama članicama, te sadržaju ugovora. Naime, iz prigovora potrošača bilo je jasno da prava i obaveze koje proizlaze iz ugovora nisu ravnomjerno raspodijeljene među kontrahtentima, na način da potrošaču pripada puno manje prava nego što mu je primjerice obećano na prodajnoj prezentaciji.³⁴ Da bi se navedeni rizici sveli na što je moguće manju mjeru potrošač mora biti adekvatno informiran. Iz tog razloga i ranija Direktiva 94/47/EZ, kao i nova Direktiva 2008/122/EZ sadrže odredbe kojima se regulira obaveza informiranja potrošača kako u predugovornom stadiju, tako i prilikom sklapanja ugovora.

3.1. Oglašavanje

Direktiva 2008/122/EZ pravi distinkciju između obaveze koja se vezuju za fazu oglašavanja, od obaveze obavještanja koja se javlja u slijedećoj predugovornoj fazi. Svaka reklama *timesharea* i njemu sličnih proizvoda mora jasno sadržavati i informaciju da potrošaču stoji na raspolaganju *prethodna obavijest* kao i mjesto gdje se može dobiti.³⁵ Pritom Direktiva 2008/122/EZ donosi određene novine vezano za stadij marketinga u smislu posebnih odredbi o promotivnim i prodajnim događajima. Ovo iz razloga što sve prisutnija metoda prodaje jeste

³³ Značajno je navesti da 1/3 potrošača koristi nekretninu po principu *timesharea* u zemlji u kojoj ima i prebivalište (Španjolska 94.3%, Grčka 85.8%, Portugal 82.4%, Finska 71.3%, Mađarska 69% i Italija 41.5%), dok 2/3 potrošača posjeduje *timeshare* u nekoj drugoj državi, zanimljivo je da niti jedan ruski državljanin nema *timeshare* u svojoj zemlji. Najveći broj potrošača iz europskih zemalja posjeduje *timeshare* u Španjolskoj, dok 18.7% europskih potrošača ima *timeshare* u Sjevernoj Americi i Karibima. Afrički kontinent je druga po redu destinacija gdje Europljani posjeduju *timeshare* i to većinom Italijani (7.6%), a slijede ih Francuzi sa 2.8%. *V. opširnije: RDA, The European Timeshare Industry 2008*, 22- 24.

³⁴ Vidjeti: *Impact Assessment*, 12.

³⁵ Član 3., stav 1. Direktive 2008/122/EZ.

organiziranje prezentacija gdje se uz besplatnu konzumaciju hrane i pića potrošačima predstavljaju daleka avanturistička *timeshare* ljetovališta. Uz to im se nude različite, i često samo trenutne pogodnosti, poput povoljnijih uvjeta plaćanja, nižih cijena, termini sredinom sezone, bolji apartmani, egzotičnije destinacije i sl., a sve to kako bi potrošač pod dojmom takvih prednosti pristao sklopiti ugovor na licu mjesta. Posebno agresivne i obmanjujuće metode prodaje *timesharea* i njemu sličnih proizvoda bili su glavni razlog sankcioniranja nepoštenih poslovnih praksi trgovaca.³⁶ Pored toga što Direktiva 2008/122/EZ upućuje na primjenu odredaba Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi,³⁷ ista u članu 3., stav 2. propisuje obavezu trgovca da potrošačima jasno naznači komercijalnu svrhu poziva na promotivne i prodajne događaje. Pošto takve prilike trgovci koriste da potrošačima neposredno ponude sklapanje ugovora, potrošač prije samog dolaska na prezentaciju, dakle, u pozivnici mora biti obaviješten o prirodi događaja. Na taj način može se izbjeći faktor iznenađenja, odnosno smanjuju se šanse da nespreman i nepripremljen potrošač podleže pritiscima i ubjeđivanjima trgovca, te pod dojmom istaknutih prednosti pristane odmah zaključiti ugovor. To što se trgovac koristi specifičnim metodama prodaje ne oslobađa ga obaveze da cijelo vrijeme trajanja promocije omogući potrošaču uvid u *standardni obrazac s informacija* za ugovor čije se sklapanje nudi. Također, veoma uspješna strategija prodaje jeste predstavljanje pravne *timeshare* konstrukcije kao odličnog poslovnog poteza, odnosno investicije koja će potrošaču na duge staze donositi profit. Ovakav vid reklamiranja i prodaje *timesharea* zabranjen je Direktivom 2005/29/EZ o nepoštenim poslovnim praksama³⁸ jer potrošače može dovesti u zabludu.³⁹ *Timeshare* prvenstveno donosi značajne financijske obaveze za potrošača, jer potrošač je dužan platiti odjednom ukupnu cijenu za buduće korištenje nekretnine, te dodatne troškove koji se plaćaju na

³⁶ O naročito agresivnim metodama prodaje kojim su izloženi potencijalni kupci *timeshare* proizvoda vidjeti: *Timeshare in Europe-2007*, 8.

³⁷ Točka 9. preambule Direktive 2008/122/EZ.

³⁸ *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council*, OJ 2005, L 149/22.

³⁹ Vidjeti: odredbu člana 3., stav 4. Direktive 2008/122/EZ.

godišnjoj bazi za cijelo vrijeme trajanja ugovora. Ovih financijskih tereta potrošač mora biti svjestan prilikom sklapanja ugovora, odnosno da ugovor o *timeshareu* ne sklapa pod dojmom da investira u nekretninu koja će mu donositi rentu i da će mu se višestruko vratiti uložena sredstva.

3.2. Prethodna obavijest

Posebnu pozornost Direktiva 2008/122/EZ posvećuje dužnosti informiranja potrošača, mada je i Direktiva 94/47/EZ veoma ekstenzivno regulirala tu predugovornu obavezu, ipak različiti propisi država članica doveli su do inkonzistentnosti kada je u pitanju broj i kvalitet informacija koje sadrži prethodna obavijest, odnosno informativni prospekt.⁴⁰ Iz tog razloga Direktiva 2008/122/EZ potpuno ujednačava sadržaj prethodne obavijesti, tako što kao i ostale direktive maksimalne harmonizacije kada se radi o paradigmi obavještavanja, uvodi *Standardni obrazac s informacijama*.

Spisak informacija koje moraju biti uključene u ovaj formular naveden je u Aneksima koji čine sastavni dio Direktive 2008/122/EZ. Tako, Direktiva 2008/122/EZ donosi četiri različita Standardna obrasca s informacija ovisno o vrsti ugovora koji potrošač sklapa, a koji ulaze u njezino polje primjene.⁴¹ Kada se, primjerice, radi o *timeshare* ugovorima Direktiva 94/47/EZ je propisivala listu od 13 informacija koje su morale biti uključene u prethodnu obavijest, a kasnije u istovjetnom obliku i u sam ugovor, dok Direktiva 2008/122/EZ u Aneksu I na sistematičan način, raspoređene u tri dijela, propisuje znatno dužu listu informacija s kojim potrošač mora biti upoznat prije negoli postane vezan ugovorom ili ponudom.⁴² Dug spisak informacija djelomično se opravdava time što se

⁴⁰ Cfr.: T. Josipović, 692-694.

⁴¹ Vidjeti odredbu člana 4., stav 1. Direktive 2008/122/EZ.

⁴² Kako bi mogao donijeti razumnu odluku o tome želi li biti dugoročno vezan ugovorom o *timeshareu*, potrošač u predugovornoj fazi mora imati točne i dostatne informacije predstavljene na jasan i razumljiv način o svim ključnim aspektima ugovornog odnosa. Informacije iz standardnog obrasca podijeljene su u tri segmenta. Tako, *I. Dio* sadrži informacije koje se odnose na: identitet i pravni status trgovca, nekretninu (kratak opis), prirodu i sadržaj prava koje se stječe ugovorom, točno razdoblje u kojem se može koristiti stečeno pravo (datum otpočinjanja, trajanje), ako je nekretnina u izgradnji datum do kojeg će objekta biti spreman za korištenje, iznos ukupne cijene za pravo korištenja koju potrošač plaća za cijelo vrijeme trajanja ugovora,

radi o direktivi maksimalne harmonizacije, koja ograničava autonomiju država članica u pogledu mogućeg proširivanja liste dodatnim informacijama za koje se smatra da mogu opredijeliti potrošačevu racionalnu odluku. No, s druge strane javlja se pitanje nije li se u tome ipak pretjeralo, odnosno nije li lista informacija ipak predugačka i zbunjujuća za potrošača? Obaveza informiranja gubi svoj smisao ukoliko potrošač nije u stanju pročitati i razumjeti sve informacije koje sadrži informativni obrazac jer u tom slučaju njegova odluka neće biti niti informirana niti racionalna. Naime, jedna od preporuka do koje se došlo u postupku revizije Direktive 94/47/EZ, koja međutim nije uvažena prilikom izrade Direktive 2008/122/EZ, bila je formuliranje generalne klauzule sa indikativnom listom ključnih informacija, posebice onih o naknadama, uključujući i troškove održavanja nekretnine. Generalna klauzula značajno bi reducirala poduži spisak najvažnijih informacija, jer bojazan od informacijskog deficita koji se generalno pripisuje slabijoj ugovornoj strani i koji se na ovaj način želi otkloniti, ipak u velikoj mjeri otežava komunikaciju među suktrahentima.⁴³

Iako Direktiva 2008/122/EZ ne propisuje vrijeme koje mora proteći od dostavljanja informacijskog letka pa do sklapanja ugovora, ipak bilo bi potpuno suprotno smislu odredbe o predugovornom informiranju kada između ova dva momenta ne bi postajao neki razuman rok. Pravo na informaciju je besplatno, što proizlazi iz odredbe člana 4., stav 2. Direktive 2008/122/EZ, a da bi se potrošačima dala prilika za

pregled dodatnih obaveznih troškova, vrsta troška i naznaka iznosa (porezi, takse), opis i naznaku iznosa glavnih usluga dostupnih potrošaču (struja, voda, grijanje, održavanje i sl.), mogućnost i opis zajedničkih objekata koji stoje na raspolaganju potrošaču (bazen, sauna, igrališta i sl.) uz jasno navođenje da li glavne i sporedne usluge iziskuju dodatna plaćanja ili su uključene u ukupnu cijenu, mogućnost i naknadu za članstvo u sistemu razmjene, i na koncu je li trgovac potpisao kodeks ponašanja, ako jest gdje se to može provjeriti. *II. Dio* obrasca sadrži općenite informacije o pravu na bezrazložni raskid ugovora, i to: dužina i trenutak otpočinjanja roka, zabrana isplate cijene i dodatnih troškova tijekom trajanja roka, besplatnost prava na raskid, mjerodavno pravo za ugovor i nadležnost u slučaju spora. Potrošač obavezno mora potpisati standardni obrazac, što je jedan od dokaza da je trgovac ispunio svoju dužnost predugovornog obavještanja. Standardni obrazac fakultativno može sadržavati i *III. Dio* ovisno o tome da li su potrošaču potrebna detaljnija objašnjenja informacija navedenih u I. i II. Dijelu (dodatne informacije o stečenim pravima, nepokretnoj imovini, po potrebi dodatni podatci o objektu u izgradnji, informacije o troškovima, o pravu na raskid, i druge potrebne informacije), kao i to gdje ih može naći ako nisu sadržane u obrascu.

⁴³ Vidjeti: *EC Compendium*, 264.

upoznavanje s tim informacijama prije sklapanja ugovora, standardni informativni list daje se potrošaču u pisanoj formi ili nekom drugom trajnom mediju koji mu je lako dostupan, što ima za cilj omogućiti potrošaču da u miru svog doma, oslobođen pritisaka koji dolaze s druge strane, analizira prava i obaveze iz ugovora. Informacije moraju biti dovoljno jasne i razumljive imajući u vidu činjenicu da prosječan potrošač ne raspolaže stručnim znanjima i da ugovor sklapa u svrhe izvan svoje poslovne, profesionalne djelatnosti.⁴⁴ Nadalje, sve informacije iz standardnog obrasca moraju u neizmijenjenom obliku biti uključene i u konačni tekst ugovora. To znači da trgovac ne može jedne informacije prezentirati prije sklapanja ugovora, a zatim u ugovor unijeti neke druge, nove elemente s kojima potrošač nije bio upoznat i tako ga dovesti u neravnopravan položaj. Standardni informativni list treba biti sastavljen na jeziku koji potrošač razumije, tj. na jeziku države članice u kojoj potrošač ima prebivalište ili čiji je državljanin, odnosno na nekom od službenih jezika EU prema potrošačevom izboru koji dobro poznaje.⁴⁵ Ovaj zahtjev je potpuno razuman jer potrošaču su sasvim beskorisne informacije koje ne razumije.

4. Bitni elementi i forma ugovora

Jedna od karakteristika potrošačkih ugovora jeste široka lepeza bitnih sastojaka, za razliku od obligacionih ugovora, gotovo sve karakteristike i dejstva ugovora određeni su bitnim. Teško je naći optimalnu mjeru između potrebnog, korisnog i pretjeranog broja informacija, ipak ovako ekstenzivna lista bitnih elemenata kod složenih ugovora, a *timeshare* to zaista jeste, formulirana je u interesu potrošača s ciljem da ugovorne strane učini barem donekle jednakim. No, za potrošača je bolje da ima na raspolaganju više informacija, nego da mu trgovac prešuti mnoge ključne stvari i nanese štetu njegovim interesima.

⁴⁴ Međutim, iako potrošač možda samostalno nije u mogućnosti pravilno protumačiti sve informacije koje je pročitao u prethodnoj obavijesti, ipak opsežan broj informacija koje dobija u predugovornom stadiju trebaju biti jamac da će njegova odluka biti zaista informirana i racionalna. Potrošač, naime, prije no što se obaveže kompleksnim ugovorom o *timeshareu* ima priliku potražiti stručnu pomoć i mišljenje neovisne treće strane koje treba upotpuniti njegovu sliku o pravnim i ekonomskim aspektima *timesharea* i opredijeliti konačnu odluku o sklapanju ugovora.

⁴⁵ Vidjeti točku 10. preambule, te odredbu člana 4., stav 3. Direktive 2008/122/EZ.

Standardni informativni obrasci koje Direktiva 2008/122/EZ sadrži u svojim aneksima, ujedno determiniraju i sadržaj ugovora o *timeshareu*, dugoročnom proizvodu za odmor, preprodaji ili razmjenu. Informacije prezentirane potrošaču prije sklapanja ugovora obavezno čine njegov sadržaj (*essentialia negotii*), odstupanja su moguća u slučaju izričitog sporazuma ugovornih strana ili ako promjene proizađu iz neuobičajenih i nepredviđenih okolnosti koje su izvan kontrole trgovca, čije se posljedice ne bi mogle izbjeći čak ni da je poduzeta sva odgovarajuća pažnja. U potonjem slučaju znači da trgovac sam može odstupiti od informacija iz standardnog obrasca ukoliko je prije sklapanja ugovora došlo do nastupanja neuobičajenih i nepredvidivih okolnosti koje su izvan njegove kontrole i za koje ne odgovara, primjerice uvođenje novih ili povećanje postojećih fiskalnih davanja (porezi, takse i sl.). O naknadnim promjenama potrošač mora biti obaviješten prije sklapanja ugovora, dostavljanjem obavještenja na papiru ili nekom drugom njemu lako dostupnom trajnom mediju. Sve promjene moraju biti izričito navedene u ugovoru. Svakako, ugovor mora sadržavati identitet, prebivalište i potpise ugovarača, te datum i mjesto zaključenja ugovora.⁴⁶ U slučaju da u ugovoru manjka neki od bitnih elemenata Direktiva 2008/122/EZ takve ugovore ne sankcionira ništavošću, već ostavlja slobodu nacionalnim zakonodavcima da potrošačima osiguraju pravnu zaštitu u skladu sa pozitivnim propisima. No, ipak Direktiva 2008/122/EZ kao jednu od sankcija predviđa produženje roka za bezrazložni raskid ugovora nakon čijeg proteka potrošači nisu spriječeni koristiti propisane pravne lijekove.⁴⁷

Vrlo značajna novina koju donosi Direktiva 2008/122/EZ odnosi se na pravo na jednostrani bezrazložni raskid ugovora. Trgovac je prije zaključenja ugovora obavezan izričito upozoriti potrošača da mu pripada to pravo, dužinu roka i zabranu plaćanja cijene unaprijed sve dok rok za raskid ne protekne. Pored toga što generalna obaveza informiranja potrošača u predugovornom stadiju uključuje i detaljno informiranje potrošača o pravu na raskid, ti podatci su sastavni dio standardnog informativnog lista, a kasnije i teksta ugovora, ipak Direktiva 2008/122/EZ dodatno naglašava ovu obavezu, tako što nameće obavezu

⁴⁶ Vidjeti odredbu člana 5., stav 3. Direktive 2008/122/EZ.

⁴⁷ Vidjeti točku 12. preambule Direktive 2008/122/EZ.

trgovcu da ponovno prije samog potpisivanja ugovora skrene potrošaču pažnju na isto. Iz razloga sigurnost da će trgovac zaista ispuniti svoju obavezu, ali istovremeno da će pažnja potrošača biti usmjerena na ovu informaciju propisano je da potrošač mora odvojeno od potpisivanja ugovora potpisati ugovorne klauzule o pravu na bezrazložni raskid.⁴⁸ Sastavni dio ugovora je i poseban, *standardni obrazac za raskid* sačinjen da olakša potrošačima primjenu ovog prava u praksi, čiji je sadržaj propisan u aneksu V. Direktive 2008/122/EZ.⁴⁹

Pisana forma uvjet je nastanka punovažnog ugovora (*forma ad solemnitatem*) ugovora o *timeshareu*, dugoročnom proizvodu za odmor, preprodaji ili razmjeni. Odgovarajući na zahtjeve modernog pravnog prometa Direktiva 2008/122/EZ predviđa da ugovor pored na papiru može biti i na nekom trajnom mediju, što znači da pojam „u pisanoj obliku“ („*in writing*“) ne isključuje sklapanje ugovora elektronskim putem. Ugovor mora biti sastavljen na jeziku ili jednom od jezika države članice u kojoj potrošač boravi ili čiji je državljanin, prema potrošačevom izboru, ukoliko je to jedan od službenih jezika Zajednice.⁵⁰ Međutim, država članica u kojoj potrošač boravi može propisati da se u svakom slučaju ugovor mora sačinjavati na njenom jeziku, ako je to i službeni jezik Zajednice. Također, dodatna zaštita potrošača kod ugovora o pravu na vremenski ograničenu upotrebu nekretnine postiže se tako što se od trgovca traži da dostavi potrošaču ovjeren prijevod ugovora na jeziku države u kojoj se nalazi nekretnina, ukoliko je to jedan od službenih jezika Zajednice.⁵¹ Država članica na čijem teritoriju trgovac obavlja svoju poslovnu djelatnost može zahtijevati da se, u svakom slučaju, ugovor ponudi potrošaču na jeziku ili jednom od jezika te države, ukoliko je to i službeni jezik Zajednice. Nakon zaključenja trgovac je dužan potrošaču predati najmanje jedan primjerak potpisanog ugovora.⁵²

⁴⁸ U standardnom informativnom listu sve informacije radi preglednosti razdvojene su u tri segmenta, informacije o pravu na bezrazložni raskid sadržane su u 2. dijelu obrasca. Kako bi ove informacije „zapale za oko“ potrošaču i kako bi zaista bio upoznat s njima, potrebno je da se ispod tih informacija potpiše. Znači, pored toga što potrošač svojim potpisom potvrđuje da je primio informativni prospekt, on posebno stavlja svoj potpis na 2. dio prospekta koji sadrži opće informacije o pravu raskida.

⁴⁹ Vidjeti odredbu člana 5., stav 4. Direktive 2008/122/EZ.

⁵⁰ Vidjeti odredbu člana 5., stav 1. Direktive 2008/122/EZ.

⁵¹ Vidjeti odredbu člana 5., stav 1., slovo b) Direktive 2008/122/EZ.

⁵² Vidjeti odredbu člana 5., stav 5. Direktive 2008/122/EZ.

5. Pravo na jednostrani bezrazložni raskid ugovora

Pravo potrošača da bez opravdanog razloga odustane od zaključenog ugovora⁵³ je specifičan instrument zaštite jedne ugovorne strane, stoga uvijek kada određena direktiva priznaje potrošačima to pravo, pravna teorija i praksa pokušavaju naći adekvatne razloge koji bi opravdali postojanje istog. Izuzetak nije učinjen ni kada su u pitanju *timeshare* ugovori jer pravo na jednostrani bezrazložni raskid čini jezgro Direktive 2008/122/EZ. Ovo iz razloga što se radi o bezuvjetnom pravu kojim se potrošač može poslužiti bez ikakvih ograničenja, dovoljna je samo činjenica da je sklopio konkretan ugovor. To je zapravo normativna reakcija na potrošačevu nepromišljenu akciju i izlet u oblast ugovornog prava.⁵⁴ Poluprisilne je naravi što znači da se potrošač ovog prava ne može odreći niti mu isto može biti uskraćeno. Nadalje, pravo na bezrazložni raskid ima *opcijski karakter*,⁵⁵ potrošaču daje mogućnost izbora – ostati pri zaključenom ugovoru ili odustati od istog. Kod bezrazložnog raskida odlučujuća je, dakle, namjera potrošača da li želi biti vezan ugovorom ili ne, pri tome za raskid ugovora nije nužno nastupanje određenih (zakonskih) pretpostavki, već naprotiv dovoljno je samo da potrošač odluči tako.⁵⁶ Pravo na bezrazložni odustanak ograničava obvezujuću snagu ugovora, jer potrošač može raskinuti

⁵³ Pravo pokajanja, pravo predomisli se, pravo na samovoljni odustanak i sl., samo su neki naziv koji se koriste u literaturi, a koji slikovito održavaju pravi smisao ovog *sui generis* prava.

⁵⁴ Opširnije: P. Rott, *Harmonising Different Rights of Withdrawal: Can German Law Serve as an Example for EC Consumer Law?*, German Law Journal, 7:12/2006.; O. Ben-Shahar/E. Posner, *The Right to Withdraw in Contract Law*, Economics Working Paper No. 514, University of Chicago, The Law School, 2010., <http://ssrn.com/abstract=1569753>; (2.3.2012.); B. M. Loos, *The case for a uniformed and efficient right of withdrawal from consumer contracts in European Contract Law*, Zeitschrift für Europäisches Privatrecht (ZEuP), 2007.; D. Vujisić, *Pravo potrošača na jednostrani raskid ugovora*, Pravni život, 10/2011; Z. Meškić, *Pravo potrošača na raskid ugovora u evropskom i domaćem pravu*, Zbornik radova načela i vrijednosti pravnog sistema – norma i praksa, Pravni fakultet Istočno Sarajevo, 2012.

⁵⁵ O tome: H. Eidenmüller, *Why Withdrawal Rights?*, European Review of Contract Law, 7:1/2011, 4-5.

⁵⁶ Rok koji stoji na raspolaganju potrošaču unutar kojeg se može predomisli i odustati od zaključenog, pa čak i realiziranog ugovora (*cooling off period*), potrošačke ugovore pretvara u pravne poslove sklopljene pod uvjetom, što svakako unosi dozu neizvjesnosti u pravni promet, jer sukontrahtent sve do isteka roka ne zna sa sigurnošću da li će ugovor ostati na snazi.

ugovor u bilo kojoj situaciji, bez obzira da li je prvobitno imao namjeru biti vezan zaključenim ugovorom, te da li je razumio uvjete ugovora, odnosno ovo pravo omogućava potrošaču da izbjegne ugovorom preuzete obaveze jednostavno zato što se *predomislio*.⁵⁷ Upravo ta činjenica izdvaja ovaj pravni instrument od klasičnog prava na raskid, koje se uvijek javlja kao uvjetno, sekundarno pravo i sankcija za slučaj potpunog ili djelomičnog neispunjenja ugovora.

5.1. Razlozi koji opravdavaju postojanje *sui generis* prava

Kao što je to već isticano ugovor o *timeshareu* po svojim obilježjima jeste kompleksan pravni posao što proizlazi iz nekoliko faktora. Na prvom mjestu, na strani trgovca gotovo uvijek se javlja množina različitih subjekata, tako u samom postupku sklapanja ugovora pojavljuju se razne vrste specijaliziranih agencija, koje posreduju između vlasnika nekretnine i krajnjeg potrošača, pored agenata prodaje javljaju se još i subjekti poput investitora, *managera timeshare* odmarališta, posrednika za razmjenu prava iz ugovora i sl. Kada sklapa ugovor potrošač faktički i ne zna s kojim će se sve subjektima susresti za vrijeme njegovog trajanja.⁵⁸ Složenost *timeshare* ugovora ogleda se i u predmetu ugovora, a to je priroda prava korištenja koja određuje da li *timeshare* ima stvarnopravno ili samo obligacionopravno dejstvo. Pritom, ne smije se zanemariti činjenica da su ove oblasti građanskog prava na različite načine regulirane u državama članicama.

Iako ne postoji univerzalno prihvaćen oblik *timesharea*, *timeshare* industrija vremenom je stvorila određene standardne modele. Drugim riječima, ugovor o *timeshareu* sklapa se putem općih uvjeta poslovanja, odnosno tehnikom pristupa unaprijed formuliranim ugovornim odredbama, gdje je autonomija potrošača već unaprijed limitirana i ograničena na veoma uzak krug klauzula o kojima se može pregovarati, poput primjerice termina i trajanja vremenske jedinice (fiksni ili fluktuirajući *timeshare*), trajanja ugovora, izbor *timeshare* ljetovališta i sl.

⁵⁷ J. M. Smits, *The Right to Change Your Mind? Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law*, Maastricht Faculty of Law Working Paper No. 2011/01, www.rechten.unimaas.nl/maastrichtworkingpapers/, (7.5.2013.)

⁵⁸ Vidjeti: *Annex I Consultation Paper* gdje je naveden shematski (slikovni) prikaz subjekata koji sudjeluju u *timeshare* aranžmanu.

Dok većina, za potrošača važnih pitanja ostaje u domenu autonomne regulacije trgovca, poput ukupne *timeshare* naknade, načina obračuna iste, dodatnih naknada, posebne usluge i zajednički objekti kao i način njihovog korištenja, priroda i opseg prava koje proizlazi iz ugovora, posljedice za slučaj da je predmet ugovora nekretnina u izgradnji, mogućnost zamjene ili dalje prodaje *timesharea* i sl. Položaj potrošača dodatno je oslabljen činjencom da su opći uvjeti poslovanja u oblasti *timesharea* gotovo pa potpuno unificirani, tako da mogućnost izbora sukontarhenta za potrošača i ne igra baš veliku ulogu. To iz razloga jer se pružanjem usluga odmora po principu *timeshare* bavi relativno uzak krug vodećih svjetskih *timeshare* operatera, koji su uključanjem u međunarodne organizacije stvorili ujednačen sistem *timeshare* poslovanja. Tipiski formularni ugovori sa sobom nose opasnost inkorporacije nepoštenih i nerazumljivih odredbi koje trgovci vješto skrivaju u ugovorima koji se protežu i na nekoliko desetina stranica sitno kucanog teksta.⁵⁹ Potrošač zatrpan tolikim brojem informacija teško da može razlikovati bitne od nebitnih klauzula, u bujici informacija potrošač lako može postati misaono paraliziran,⁶⁰ u smislu da ne može svoju pažnju lako fokusirati na stvarno bitne elemente ugovora. Potrošač potpisuje ugovor, a da nije ni svjestan na što se obvezao, jer stručna formulacija ugovornih odredbi zahtijeva i stručna znanja ili pomoć, koju potrošač nema u trenutku sklapanja ugovora. Kako ne razumije složene pravne konstrukcije, a nije u prilici tražiti neko drugo stručno mišljenje o ovom obliku investiranja, to potrošač teško da može razmotriti i shvatiti sve ekonomske i pravne aspekte ugovora.⁶¹

Nadalje, ugovor o *timeshareu* je trajne prirode, sklapa se na duži niz godina 10, 20, 30, pa čak i na 99 godina,⁶² odnosno radi se o

⁵⁹ *Usp.*: C., MacMillan, „Evolution or Revolution? Unfair Terms in Consumer Contracts“, *The Cambridge Law Journal*, 61:1/2002.

⁶⁰ Više vidjeti: R. Incardona/C. Poncibo, „The average consumer, the unfair commercial practices directive, and the cognitive revolution“, *Journal of Consumer Policy*, 30:2007, 21–38.

⁶¹ Tako i: H. Eidenmüller, 14-15.

⁶² Zanimljivo je navesti da su neke države članice odredile čak gornju granicu do kada ugovor može biti zaključen, u Španjolskoj do 50 godina, u Portugalu do 30 godina, ako je *timeshare* obligacionog karaktera. T., Josipović, 688.

Prema istraživanju prosječno trajanje *timeshare* ugovora je 11.2 godina, tako primjerice 12.8 % potrošača ugovor sklapa na period kraći od tri godine, 10.6 % na period od 4 do

„višegeneracijskom ugovoru“ jer pravo iz ugovora je prenosivo. Pošto se obvezuje na tako dug period, nužno je da odluka potrošača zaista bude dobro promišljena i ekonomski racionalna, jer bez obzira što se *timeshare* naknada plaća unaprijed za cijelo vrijeme trajanja ugovora, ne smiju se zanemariti ni ostali troškovi koji se javljaju naknadno. Tu se posebice misli na troškove koje je potrošač dužan plaćati u vezi sa upotrebom nekretnine (održavanje, renoviranje, osiguranje i upravljanje nekretninom, upotreba zajedničkih objekata i uređaja npr. bazen, sauna, sportski tereni, zajedničke komunalne usluge i sl.), troškovi članstva u sistemu razmjene, te mnoga fiskalna davanja koja ne ulaze u početnu cijenu *timesharea*. Potrošač treba imati u vidu sva ova godišnja davanja, jer će ona dugoročno opterećavati njegov kućni budžet.⁶³

Slijedeći faktor koji opravdava postojanja prava na jednostrani bezrazložni raskid jesu specifične okolnosti pod kojima se ugovor o *timeshareu* sklapa. U većini slučajeva to je vrijeme godišnjeg odmora kada potrošač fasciniran okruženjem u kojem provodi slobodno vrijeme i privučen atraktivnim ponudama prećenim nizom marketinških pogodnosti pristaje zaključiti ugovor.⁶⁴ Primjerice, ponude za sklapanje *timeshare* ugovora praćene su mnogim „zamkama“, u vidu nagradnih igara i bonusa kojima trgovci nastoje privući potrošače, pa im tako daju besplatne karte za putovanje na destinaciju gdje se nalazi apartman, zatim tu su i posebni izleti koje organiziraju trgovci kako bi turiste potrošače prvo impresionirali *timeshare* ljetovalištem, a zatim ubjedljivim i obmanjujućim pričama na licu mjesta naveli na sklapanje ugovora. Jedan

5 godina, 15.1% u trajanju od 6 do 8 godina, 14.4% od 9 do 10 godina, 22.3% od 11 do 15 godina, 18.3% od 16 do 20 godina i 6.5% preko 20 godina. V.: RDO, *The European Timeshare Industry 2008*, 21.

⁶³ Što se tiče visine *timeshare* naknade u 2007. godini, 29.9% potrošača je platilo oko 6.500 € za korištenje nekretnine po principu *timesharea*, 39.9% potrošača je platilo između 6.500 € i 12.999 €, dok 7% je platilo preko 26.000 €. Prosječna cijena *timesharea* iznosi oko 11.111 € na period trajanja od 6 do 10 godina. Što se tiče troškova održavanja nekretnine koji se plaćaju na godišnjoj razini, oko 28.5% potrošača je odgovorilo da se ti troškovi kreću od 260 € do 389 €, 23.1% potrošača je platilo između 390 € i 519 €, 14.1% je platilo čak preko 780 €, dok samo 16.4% je platilo manje od 260 €. Prema: RDO, *The European Timeshare Industry 2008*, 34-35.

⁶⁴ Tako primjerice, većina europskih potrošača (oko 59.8%) ugovor je sklopilo u *timeshare* odmaralištu (*resortu*), dakle za vrijeme godišnjeg odmora, 22.1% potrošača ugovor je zaključilo u poslovnim prostorijama trgovca (Grci, Španjolci i Mađari), 10.6% potrošača ugovor je zaključilo u svom domu (Italijani), dok 7.6% ugovor je zaključilo ne nekom drugom mjestu. Vidjeti: RDO, *The European Timeshare Industry 2008*, 28.

od često korištenih instrumenata unaprednja prodaje jeste metod „*prvo probaj, a potom kupi*.“⁶⁵ Naime, potrošaču se omogućava da besplatno provede dan u luksuznom apartmanu, a potom slijedi ubjeđivanje kako bi potrošač odmah sklopio ugovor koji će mu omogućiti da svoje buduće godišnje odmore provodi u istom. Potrošač pod utjecajem tih faktora ima iskrivljenu sliku o *timeshare* ugovoru, u prvom planu vidi samo ugođaj koji mu se nudi, a nije ni svjestan obaveza koje preuzima. Potrošač, dakle, i ne razmišlja da se obavezuje na dugi niz godina, kao i to da ugovor nosi sa sobom ozbiljne financijske posljedice.⁶⁶

Poseban ambijent i opušteno vrijeme godišnjeg odmora nisu nikako pogodni trenuci za donošenje važnih odluka.⁶⁷ To je razdoblje kada potrošač psihološki nije pripremljen na sklapanje složenih i trajnih ugovora, iz tog razloga njegova odluka može biti itekako neracionalna. Tek kada se vrati kući i svakodnevnim obavezama potrošač postaje svjestan zbilje i drugih prioritarnijih potreba.⁶⁸ U drugom okruženju i oslobođen neposrednog manipulativnog utjecaja trgovca, sposoban je racionalno promisliti, informirati se i posavjetovati o sklopljenom pravnom poslu. Stoga ne bi bilo opravdano kada bi potrošač morao dugoročno trpjeti posljedice obvezujuće odluke donesene u takvim okolnostima.⁶⁹ Ono što naročito baca sjenu na ugovor o *timeshareu* jesu obmanjujuće i nasrtljive metode prodaje⁷⁰ kojim se koriste trgovci da bi izdejstvovali pozitivnu odluku potrošača. I kod ugovora o *timesahreu*,

⁶⁵ Vidjeti: *Timeshare in Europe - 2007*, 8-9.

⁶⁶ Potrošači su suprotno od očekivanog često na gubitku većem nego da su investirali u kupovinu same nekretnine, i to zbog silnih naknada koje im kasnije padaju na teret poput zakupne cijene koja se u punom iznosu plaća prilikom sklapanja ugovora za cijelo buduće vrijeme korištenja nekretnine, veoma visoki troškovi održavanja nekretnine, troškovi dodatnih usluga, administrativni i fiskalni troškovi i sl. *Cfr.*: T., Josipović, 678.

⁶⁷ Kada potrošač za vrijeme ljetovanja u egzotičnom primorskom mjestu dobije ponudu za sklapanje *timeshare* ugovora, on i ne razmišlja o njegovom sadržaju, tj. pravim i obavezama koje nosi, karakteru prava koje stječe, posljedicama koje iz njega proizlaze i dr., budući da jedino što u tim trenucima prolazi kroz misli potrošača jeste da odmor iz snova, uz mala ulaganja, može postati stvarnost.

⁶⁸ Usporediti: P. Rekaiti/R. Van den Bergh, “Cooling-Off Periods in the Consumer Laws of the EC Member States. A Comparative Law and Economics Approach”, *Journal of Consumer Policy*, 23:2000, 375.

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ O tome vidjeti: M. Loss, *Rights of Withdrawal*, in: G. Howells/R. Schulze (ed.), *Modernising and Harmonising Consumer Contract Law*, Sellier, European law publishers, Munich, 2009., 245.

slično kao i kod prodaje izvan poslovnih prostorija trgovca potrošač možda nije neposredno pogođen faktorom iznenađenja, ali i na njega se vrši gotovo isti psihološki pritisak. Potrošaču nije nimalo jednostavno nositi se s profesionalnim agentima koji prodaju *timeshare*, u neposrednom kontaktu s takvim profesionalcima nepripremljen potrošač lako postaje „žrtva.“ U takvim situacija potrošač lako može biti izigran jer ni mjesto niti vrijeme sklapanja ugovora mu ne dozvoljavaju da provjeri navode trgovca i donese informiranu odluku.

Iz iznesenog proizlazi da vrijednost ugovora, njegova složenost i trajanje, te specifične okolnosti pod kojim se ugovor o *timeshareu* sklapa, su faktori koji se moraju imati u vidu kada se govori o opravdanosti prava na jednostrani bezrazložni raskid. Zbog njih potrošaču treba pružiti dodatnu mogućnost da se potpunije upozna sa pravima i obavezama koje proizlaze iz ugovora, te da eventualno kada shvati pravi značaj svog obvezivanja odustane od ugovora bez ikakvih štetnih posljedica.

5.2. Trajanje i računanje roka za raskid

Smisao prava na jednostrani bezrazložni raskid ugovora jeste zaštita potrošača i nakon sklapanja ugovora, jer obavezom informiranja ostvaruje se zaštita u predugovornom stadiju i prilikom sklapanja ugovora, dok podjednako važno je štiti potrošača i dalje, kad je na sebe već preuzeo obavezu i počeo je ispunjavati.

Države članice već imaju propise kojima se regulira prestanak punovažnog ugovora, međutim obavezne su iste nadograditi i posebnim odredbama kojima se potrošačima omogućava da bez objašnjenja ponište dejstva ugovora u relativno kratkom roku nakon njegovog zaključenja. Direktiva 2008/122/EZ donosi mnoge novine kada je u pitanju ovaj specifični instrument, a jedna od najvažnijih jeste produženje roka za bezrazložni raskid ugovora (*cooling off perioda*, perioda hlađenja)⁷¹ o

⁷¹ Najčešće korišten primjer koji je trebao dočarati nekoherentnost europskog prava zaštite potrošača jeste pravo na bezrazložni raskid ugovora, odnosno dužina *cooling off perioda*, koja se, i kada su u pitanju iste vrste ugovora, razlikovala od države do države. Direktive koje su predviđale ovo specifično pravo temeljile su se na klauzuli minimalne harmonizacije, tako da su države imale slobodu prilikom transponiranja odstupiti od propisanog sadržaja. Ovakav partikularizam ni u kom slučaju nije doprinio ostvarivanju ideje zajedničkog tržišta na kojem svi potrošači uživaju isti stupanj zaštite. Pravo potrošača da se bez razloga povuče iz zaključenog ugovora prvi put je

pravu na vremenski ograničenu upotrebu, dugoročnom proizvodu za odmor, preprodaji ili razmjeni sa 10 na 14 kalendarskih dana.⁷² Iako se u samoj preambuli Direktive 2008/122/EZ navodi da iskustva potrošača u pogledu primjene prava na raskid *timeshare* ugovora govore o tome da dužina roka od deset dana nije dovoljna i da bi se rok trebao produžiti kako bi se postigla visoka razina zaštite potrošača te veća jasnoća za potrošače i trgovce,⁷³ ipak produženje roka samo za četiri dana sasvim je simboličnog karaktera, budući da se položaj potrošača kada su u pitanju ovako složeni ugovor bitnije ne popravlja.⁷⁴ Učinkovitost ovog pravnog instrumenta u velikoj mjeri ovisi upravo o njegovoj dužini.⁷⁵ Predmet,

ustanovljeno Direktivom 85/577/EEZ o ugovorima sklopljenim na kućnom pragu (OJ 1985, L 372/31), od tada je evoluiralo i preraslo u jedan od najznačajnijih mehanizama zaštite potrošača. Direktive nove generacije, bez obzira što uređuju različite vrste ugovornih odnosa potpuno harmoniziraju dužinu roka za raskid u trajanju od 14 kalendarskih dana. To se odnosi na Direktivu 2011/83/EU o pravima potrošača (OJ 2011 L 304/64) koja regulira ugovore sklopljene izvan poslovnih prostorija trgovca i distancione ugovore, zatim Direktivu 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu (OJ 2008, L 133/66), Direktivu 2002/65/EZ o marketingu financijskih usluga na daljinu (OJ 2002 L 271/16), te Direktivu 2008/122/EZ o *timeshare* ugovorima (OJ 2009, L 33/10).

⁷² Vidjeti: odredbu člana 6., stav 1. Direktive 2008/122/EZ.

⁷³ Točka 11. preambule Direktive 2008/122/EZ.

⁷⁴ Suprotno vidjeti: M. Loos, 250.

⁷⁵ Tvrdnja da je *cooling off* period od deset dana prekratak kada se radi o *timeshare* ugovorima može se potkrijepiti sasvim jednostavnim primjerom. U slučaju da potrošač ugovor sklapa u mjestu u kom boravi tada rok za raskid ugovora od 10 ili 14 dana definitivno nije dovoljan da vidi apartman i osobno se uvjeri da isti ima sve one kvalitete navedene u ugovoru. Ljetovalište u kojem se kupuje *timeshare* obično se nalazi u drugoj državi zbog čega je malo vjerovatno da će potrošač odmah nakon sklapanja ugovora izložiti se troškovima putovanja u to mjesto, samo da bi vidio gdje će provoditi svoje buduće godišnje odmore. Osim toga, čak i da se nekretnina nalazi u državi potrošačevog boravišta, pa je neposredni pregled nekretnine moguć u tom roku, ipak vrlo je vjerovatno da potrošač nema na raspolaganju sve informacije bitne za kupovinu *timesharea* u trenutku, pa čak i duži period nakon sklapanja ugovora. Potrošač koji kupuje buduće dugoročno pravo upotrebe, ne može stvarno znati u kakvom je stanju nekretnina dok je ne bude koristio barem određeno vrijeme. Primjerice, potrošač može biti u ubjeđenje da kupuje dobro očuvanu nekretninu, a tek naknadno se može ispostaviti da ista iziskuje dodatna ulaganja. Zbog navedenih razloga *cooling off* period treba biti puno duži nego što je propisano, odnosno trebalo bi potrošaču omogućiti barem da jednu sezonu boravi u nekretnini, pa onda da se odluči da li želi provoditi i narednih godina svoj odmor u istoj. Međutim, *cooling off* period koji bi trajao najmanje godinu dana otvara mogućnost zloupotrebe, što bi se u određenoj mjeri preduprijedilo uvođenjem naknade koju bi potrošač bio u obavezi platiti za vrijeme dok je koristio nekretninu (*rental payment*) za slučaj da odluči raskinuti ugovor. Isto tako, treba imati u vidu da se ugovor o *timeshareu* često sklapa pod specifičnim okolnostima, za vrijeme

sadržaj, trajanje ugovora, te financijski interesi trebaju biti okosnice za određivanje dužine roka za raskid, ukoliko se želi da to bude zaista učinkovito pravno sredstvo. I mada se čini da novi *cooling off* period nije donio značajniju korist potrošačima, ipak učinjen je korak naprijed, s obzirom da se sada na cijelom teritoriju EU primjenjuje ista dužina *cooling off* perioda, otklonjene su razlike koje su postojale između država članica.⁷⁶ Harmonizacijom različitih *cooling off* perioda povećan je stupanj pravne sigurnosti, pa se nedostatak dužine u određenoj mjeri kompenzira stvaranjem jedinstvenog režima za *cooling off* period i to ne samo kad su u pitanju ugovori koji ulaze u polje primjene *ratione materiae* Direktive 2008/122/EZ, već i kada su u pitanju druge vrste potrošačkih ugovora. Jedinstvena dužina *cooling off* perioda za potrošačke ugovore, pa čak i na uštrb dužine kada su u pitanju složeniji oblici, ima još svojih prednosti što je vidljivo iz odluke ESP u slučaju *Travel Vac* gdje je odlučeno da se se na isti ugovor mogu primijeniti i odredbe direktive kojima se uređuje prodaja na kućnim vratima, ali i odredbe direktive o *timeshare* ugovorima.⁷⁷

Vezano za trenutak otpočinjanja roka za raskid Direktiva 2008/122/EZ propisuje dva momenta, prvi da rok počinje teći od trenutka zaključenja ugovora ili obvezujućeg predugovora, i drugi za slučaju da potrošač u trenutku sklapanja ugovora ili predugovora ne dobije svoj primjerak, rok

godišnjih odmora kada potrošač nije sposoban racionalno odlučivati. U tom slučaju da bi *cooling off* bio efikasan lijek faktički trebao bi početi teći od momenta kada se potrošač vrati kući (V.: *Impact Assessment*, 21.), što je potpuno neizvjesna činjenica koja bi unijela mnogo nesigurnosti u odnos između ugovarača i sasvim je očito da se ne može primijeniti. Tako *Loos* smatra da to što pravo na raskid neće biti učinkovit lijek u svim situacijama ne opravdava posebnu dužinu *cooling off* perioda samo za *timeshare* ugovore. Vidjeti: M. Loss, 246.

⁷⁶ Danska, Finska, Francuska, Grčka, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Portugal, Španjolska, Švedska, Estonija, Poljska imale su rok od 10 dana, s tom činjenicom da su pojedine od navedenih država odredile da se radi o *kalendarskim danima*, dok druge uzimaju u obzir jedino *radne dane*. Razlika između kalendarskih i radnih dana je u tome što se *cooling off* period produžava kada se računa u radnim danima, jer istim nisu obuhvaćeni neradni dani vikenda. Za razliku od tih država u Austriji, Velikoj Britaniji i Latviji *cooling off* period iznosio je 14 kalendarskih dana, u Njemačkoj dva tjedna, dok u Češkoj, Mađarskoj, Sloveniji, Cipru 15 kalendarskih dana, a u Belgiji čak 15 radnih dana.

⁷⁷ *Travel Vac SL v Anselm Sanchís*, Case C-423/97, ECR [1999] I-2195, no. 23, ECJ 22 April 1999.

počinje teći od dana kada isti dobije.⁷⁸ Novi momenat za početak *cooling off* perioda jeste, dakle, dostavljanje ugovora ili predugovora ako je to nakon datuma njegovog zaključenja.⁷⁹ Drugačije kazano, novo pravilo Direktive 2008/122/EZ znači da se rok za raskid odlaže i počinje teći tek onda kada su sve propisane informacije dostavljene potrošaču, odnosno kada je potrošač poučen o svojim pravima, a posebice o pravu na odustanak.⁸⁰ No, suspenzija računanja roka nije beskonačna, jer bi to ugrozilo sigurnost pravnog prometa,⁸¹ stoga rok za raskid se produžava, ali u svakom slučaju protiče („*cut off period*“).

Direktiva 2008/122/EZ pored tzv. „redovnog“ roka za raskid od 14 kalendarskih dana, regulira dakle i produžene tzv. „vanredne“ rokove koji se računaju kada ugovor ima neki nedostatak. Izostanak nekog od bitnih elemenata ugovora Direktiva 2008/122/EZ ne sankcionira ništavošću već produženjem roka za raskid. To je značajna razlika u odnosu na nacionalne propise, jer ugovor kojem nedostaje neki od bitnih elemenata nije punovažan ugovor, ne proizvodi pravne učinke, pa samim

⁷⁸ Vidjeti: odredbu člana 6., stav 2. Direktive 2008/122/EZ.

⁷⁹ U odredbi člana 5., stav 5. Direktiva 2008/122/EZ propisuje da potrošač dobija primjerak ugovora ili predugovora prilikom njegovog zaključenja.

⁸⁰ Kako to proizlazi iz odredbe člana 5., stav 2. Direktive 2008/122/EZ ugovor o *timeshareu*, dugoročnom proizvodu za odmor, ponovnoj prodaji ili razmjeni bez ikakvih izmjena mora sadržavati sve informacije iz standardnih informativnih obrazaca uključujući i sam standardni obrazac za raskid koji treba olakšati potrošačima primjenu ovog prava. Trgovac bi sve svoje obaveze informiranja ispunio samim tim što bi predao potrošaču primjerak ugovora prilikom njegova potpisivanja, a u izuzetnim okolnostima i nakon potpisivanja.

⁸¹ U slučaju C-481/99, *Georg Heiningen and Helga Heiningen v Bayerische Hypo-und Vereinsbank AG* [2001] ECR I-09945 (*Heiningen*) ESP je zauzeo stav da je pravo potrošača na raskid ugovora vremenski neograničeno, u slučaju da trgovac nije ispunio svoju obavezu informiranja, jer ukoliko potrošač nije svjestan da postoji pravo na raskid neće ga biti u mogućnosti ni ostvariti (par. 45). Isto tako u par. 48 presude ESP je odgovorio da u slučaju da potrošač nije obaviješten o pravu na bezrazložni raskid, država članica svojim propisima ne može odrediti rok za bezrazložni raskid u trajanju od jedne godine od dana zaključenja ugovora. To *de facto* znači da je pravo na raskid ugovora vječno, jer ako potrošač ne zna da mu pripada neće ga moći realizirati ni u roku od godinu dana. Također, ovaj pristup ESP je zadržao i u kasnijoj odluci u slučaju C-412/06 *Annelore Hamilton v Volksbank Filder eG* [2008] ECR I-2383, par. 33 i dalje. Međutim, direktive nove generacije koje uređuju različite vrste ugovora, gdje potrošač ima na raspolaganju pravo odustanka odstupile su od ovakve prakse i ograničile odgodu početka roka za raskid za vrijeme od maksimalno godinu dana za slučaj da trgovac nije ispunio svoju obavezu informiranja. Ovo rješenje EU zakonodavca je mnoge razumnije i odgovara zahtjevima sigurnosti pravnog prometa.

tim ne bi se mogao ni raskinuti. No, i sama Direktiva 2008/122/EZ propisuje da je produženi rok za raskid samo jedna od opcija koje su na raspolaganju potrošaču, pored pravnih sredstava predviđenih nacionalnim propisima.⁸²

Kada je u pitanju vanredni, produženi rok Direktiva 2008/122/EZ je prva direktiva koja s obzirom na vrstu informacije koju trgovac nije dostavio potrošaču isti dijeli. S jedne strane je rok od 1 godine i 14 dana u slučaju da je izostavljena „kvalificirana“ informacija o pravu raskida, a s druge strane je rok od 3 mjeseca i 14 dana u slučaju da je izostavljena neke od „redovnih“ informacije.⁸³ Prvi rok u trajanju od godinu i 14 kalendarskih dana govori o značaju koji Direktiva 2008/122/EZ pripisuje pravu na bezrazložni jednostrani raskid ugovora, u odnosu na ostale informacije. Dva produžena *cooling off* perioda predstavljaju učinkovita pravna sredstva za slučaj da trgovci ne poštuju odredbe koje se odnose na predugovorne informacije ili ugovor, a posebno na odredbe kojima se propisuje da ugovor mora sadržavati informacije o pravu na raskid.

Ako ipak za vrijeme trajanja ekstenzivnog roka od godine trgovac ispunjen standardni obrazac za raskid ugovora, u pisanom obliku na papiru ili drugom trajnom mediju, preda potrošaču, u tom slučaju rok počinje teći od datuma kada potrošač primi ovaj obrazac i iznosi 14 dana. Slično vrijedi u slučaju kada trgovac dostavi potrošaču odgovarajući standardni obrazac s informacijama iz aneksa I. do IV., u pisanom obliku, na papiru ili drugom trajnom mediju u tri mjeseca, tada rok za raskid počinje teći od dana kada potrošač primi ove informacije i iznosi 14 dana.

⁸⁴ Korištenje prava na odustanak i u ovim produženim rokovima treba

⁸² Vidjeti: točku 12. preambule Direktive 2008/122/EZ.

⁸³ Prema odredbi člana 6., stav 3., slovo a) i b) Direktive 2008/122/EZ ako trgovac nije izričito upozorio potrošača na njegovo pravo raskida, tako što mu nije dao standardni obrazac za raskid ugovora u pisanom obliku na papiru ili nekom drugom trajnom mediju, a koji ujedno čini sastavni dio ugovora, tada rok za raskid ističe nakon proteka godine i četrnaest kalendarskih dana od dana iz stava 2., člana 6. Direktive 2008/122/EZ. Situacija je znatno drugačija, ukoliko je potrošač ostao uskraćen za sve ostale informacije formulirane u standardnom obrascu, na način da mu iste nisu dostavljene u pisanom obliku na papiru ili nekom drugom trajnom mediju, a koje čine obavezan sadržaj ugovora, tada rok za raskid ističe nakon proteka tri mjeseca i četrnaest kalendarskih dana od dana iz stava 2., člana 6. Direktive 2008/122/EZ.

⁸⁴ Vidjeti odredbu člana 6., stav 4. Direktive 2008/122/EZ.

ostati besplatno neovisno o tome koje su usluge potrošači koristili.⁸⁵ U slučaju da potrošač prilikom sklapanja ugovora o *timeshareu* istovremeno sklopi i ugovor koji ga uključuje u sistem razmjene *timesharea*, tada se na oba ugovora primjenjuje samo jedan *cooling off* period. Rok za jednostrani raskid u trajanju od 14 dana za oba ugovora počinje teći od dana zaključenja ugovora ili obavezujućeg ugovora o *timeshareu*, odnosno od dana prijema zaključenog ugovora ili obavezujućeg predugovora, ako je to kasniji datum od datuma zaključenja.⁸⁶

No, sasvim opravdano postavlja se pitanje što u slučaju da trgovac uopće ne ispuni svoju obavezu informiranja te produženi rokovi isteknu, a pravo potrošača zastari? Direktiva 2008/122/EZ ne daje konkretno rješenje već obvezuje države članice da samostalno uredi sistem kazni koje će se primjenjivati u slučaju da se trgovac ne pridržava zahtjeva u pogledu informiranja. Pritom mora se voditi računa da kazne budu efikasne, proporcionalne i odvratajuće.⁸⁷ U principu radi se o novčanim kaznama koje se izriču trgovcima za utvrđene prekršaje, a povreda obaveze informiranja pored toga što se može ocijeniti i kao oblik nepoštenih poslovnih prakse, svakako je i prekršaj u smislu propisa o zaštiti potrošača.

5.3. Način i pravne posljedice raskida ugovora

Kako bi se potrošaču olakšalo korištenja prava na raskid, pojednostavila i ujednačila procedura raskida u svim državama članicama, Direktiva 2008/122/EZ kao što je to već isticano uvodi standardni obrazac za raskid.⁸⁸ Ovaj formular prema odredbi člana 5., stav 4. Direktive 2008/122/EZ sastavni je dio ugovora, a trgovac ga je popunjenog dužan predati potrošaču uz primjerak potpisanog ugovora.⁸⁹ U ovom formularu su sadržane osnovne informacije o pravu na raskid na način da su iste pisane razumljivo i jasno, kako bi potrošač bez velikog

⁸⁵ Vidjeti točku 12. preambule Direktive 2008/122/EZ.

⁸⁶ Vidjeti odredbu člana 6., stav 5. Direktive 2008/122/EZ.

⁸⁷ Vidjeti odredbu člana 15. Direktive 2008/122/EZ u vezi sa točkom 19 preambule.

⁸⁸ Vidjeti: Aneks V. Direktive 2008/122/EZ.

⁸⁹ Naime, u ovom obrascu trgovac je dužan popuniti rubrike koje se odnose na: datum početka roka za raskid, podatke koji ga individualiziraju u pravnom prometu (firma, sjedište), te datum zaključenja ugovora, ostale rubrike koje se tiču potrošača popunjava

napora dobio pouku, kao i obavijest o raskidu kojom potrošač obavještava trgovca o svojoj namjeri. I prije uvođenja standardnog obrasca za raskid većina država članica propisivale je određene formalne zahtjeve kao što je pisana obavijest (*written notice*) koja je morala sadržavati izričitu izjavu kupca usmjerenu na raskid ugovora.⁹⁰ Tako primjerice, isti učinak bi imalo i vraćanje ugovorne dokumentacije uz saopćenje da se ugovor raskida, određene države članice su propisivale da se obavijest o raskidu mora poslati preporučeno s povratnicom, što treba olakšati dokazivanje da je prodavac zaista primio obavijest o raskidu.⁹¹ Određene države po svojim rješenjima približile su se Direktivi 2008/122/EZ na način da je prodavac uz ugovor bio obavezan predati kupcu i obrazac za raskid (*withdrawal form*).

Direktiva 2008/122/EZ eliminira ove razlike i harmonizira postupak raskida. Standardni obrazac ima dvostruku svrhu, s jedne strane olakšava trgovcima uredno ispunjenje obaveze informiranja, dovoljno je isti samo predati potrošaču, a s druge strane olakšava potrošačima da zadovolje formu raskida, dovoljno je ispunjen obrazac vratiti trgovcu. Da bi potrošač valjano realizirao svoje pravo na raskid njegova izjava o raskidu mora biti napisana na papiru ili drugom trajnom mediju. Dakle, usmena obavijest o raskidu nema nikakvog učinka. Smatra se da je rok za raskid ispoštovan ukoliko je potrošač svoju odluku o raskidu na papiru ili drugom trajnom mediju, uputio trgovcu prije njegovog isteka. Iz čega proizlazi da Direktiva 2008/122/EZ zadržava princip odašiljanja (*dispatching rule*), što ide u korist potrošaču jer mu na taj način svi dani *cooling off* perioda stvarno i stoje na raspolaganju. Međutim, ono što slabi ulogu i značaj standardnog obrasca za raskid jeste činjenica da je njegova primjena u slučaju da se potrošač odluči raskinuti ugovor samo fakultativna, a ne obavezujuća. Direktiva 2008/122/EZ standardni obrazac stavlja samo kao mogućnost, što znači da potrošač obavijest o raskid može sastaviti i svojim riječima, važno je da je u roku poslana i da

⁹⁰ Vidjeti: *EC Compendium*, 293-294.; Cfr. odluku suda *Audiencia Provincial Las Palmas (ES) 13 July 2002 343/2002 Klaus P. E. v „Palm Oasis Maspaloma, S.L.“*, <http://www.eu-consumer-law.org/caseofprovisionen.cfm?ArgumentID=116>, (6.5.2013).

⁹¹ *Ibid.*

je ispoštovana forma (npr. pismo poslano poštom, obavijest poslana mailom, faxom i sl.).⁹²

Kao što Direktiva 94/47/EZ detaljnije nije uređivala pravne posljedice raskida ugovora, ostavljajući to u nadležnosti država članica, na sličan način pristupa i Direktiva 2008/122/EZ, generalno propisujući da u slučaju raskida ugovora, prestaje obaveza stranaka na izvršenje ugovora. Nadalje, kad potrošač koristi pravo na raskid, ne snosi nikakve troškove niti je dužan platiti vrijednost koja odgovara usluzi koja je mogla biti izvršena prije raskida.⁹³ Generalna formulacija, da su stranke oslobođene izvršenja ugovornih obaveza u slučaju raskida, ostavlja prostora državama članicama da u skladu sa unutrašnjim propisima urede posljedice raskida, odnosno da urede pravne odnose između kontraheata za slučaj da je ugovor potpuno ili djelomično izvršen, ili kada nije uopće izvršen, bilo donošenjem posebnih propisa bilo primjenom općih pravila ugovornog prava. No, svakako treba imati u vidu da Direktiva 2008/122/EZ zabranjuje trgovcu da od potrošača traži naknadu bilo kakvih troškova koje je imao u vezi sa zaključenjem ili raskidom ugovora (npr. notarski troškovi, troškovi prijevoda i ovjere ugovora, troškovi sastavljanja i pripreme ugovora i sl.), pa čak i u slučaju da su isti navedeni u ugovoru i da su potrošaču bili poznati, što nije bio slučaj sa ranijom Direktivom 94/47/EZ. Nadalje, trgovac nema pravo na naknadu za korištenje nekretnine, ukoliko bi se primjerice dogodilo da je potrošač za vrijeme trajanja *cooling off* perioda već uspio boraviti u apartmanu nije dužan platiti naknadu koja bi predstavljala protuvrijednost za pruženu uslugu.⁹⁴ Potrošač ne smije trpjeti nikakve financijske sankcije

⁹² Vidjeti odredbu člana 7. Direktive 2008/122/EZ.

⁹³ Vidjeti odredbu člana 8. Direktive 2008/122/EZ.

⁹⁴ Razlog za to ogleda se u činjenici da tek boravkom u određenom apartmanu potrošač može utvrditi da li isti ispunjava njegova očekivanja, odnosno imali sva ona svojstva za koja je trgovac tvrdio da ih posjeduje. Potrošač određenu sliku o *timeshareu* stvara na temelju priče trgovca i prezentiranih fotografija, no pravu sliku tek može dobiti kada tu nekretninu vidi i u njoj boravi određeno vrijeme. Ovo bi se moglo označiti i kao pravo potrošača na tzv. „*probni boravak*,” što predstavlja svojevrsni pandan pravu potrošača na testiranje i provjeru stvari kupljene izvan poslovnih prostorija trgovca ili distancionim sredstvima komunikacije u onoj mjeri koja je potrebna da se utvrde njezina priroda, karakteristike i funkcioniranje (član 14., stav 2. Direktive 2011/83/EU). Kao što je u potonjem slučaju potrošač oslobođen obaveze plaćanja naknade za umanjenje vrijednosti stvari nastalo uslijed redovnog testiranja, te umanjenje nastalo prekomjernom upotrebom u slučaju da trgovac nije obavijestio potrošača o pravu na

svoje odluke o raskidu, ovo ne s ciljem da bi se potrošače potalo na raskid ugovora i unosila pravna nesigurnost, već upravo suprotno da bi se potrošači nesmetano mogli koristiti ovim zakonskim pravom.

U kontekstu pravnih posljedica raskida *timeshare* ugovora potrebno je ukazati i na reperkusije koje raskid glavnog ugovora implicira na povezane ugovore koji se sklapaju u vezi s njim.⁹⁵ Naime, nerijetko uz ugovor o *timeshareu* potrošaču se nude i određene popratne usluge koje imaju za cilj poboljšati i upotpuniti kvalitet godišnjeg odmora i boravka u određenom turističkom objektu, bilo od strane samog trgovca ili nekog trećeg koji te usluge pruža na temelju sporazuma s trgovcem. Radi efikasnije zaštite potrošača Direktiva 2008/122/EZ odredbom člana 11., stav 1. propisuje da „u slučaju kada potrošač raskine ugovor o *timeshareu* ili dugoročnom proizvodu za odmor, automatski se raskidaju s njim povezani ugovori o razmjeni ili neki drugi povezani ugovor bez ikakvih troškova za potrošača.“ Većina apartmanskih naselja koja se nalaze različitim turističkim destinacijama uključena su u međunarodni sistem razmjene, što omogućava potrošaču da samim činom sklapanja *timeshare* ugovora, automatski pristupi toj shemi razmjene. Sistem razmjene omogućava vlasniku *timesharea* da svoje pravo za određeno vrijeme zamjeni za isto ili slično s nekim drugim potrošačem na bilo kojoj destinaciji u svijetu.⁹⁶ Ugovor o razmjeni u principu je povezan s ugovorom o *timeshareu* i sasvim je logično da raskidom glavnog ugovora automatski dolazi do prestanka za nj vezanog ugovora, jer ostati u sistemu razmjene za potrošača nema nikakve svrhe ukoliko i sam nije titular prava koje se može povremeno mijenjati. Budući da raskid glavnog ugovora ne smije imati nikakve financijske posljedice za

raskid, po istom principu potrošač je oslobođen plaćanja naknade za vremenski ograničenu upotrebu (*timeshare*) tijekom trajanja redovnog, odnosno produženog roka za raskid.

⁹⁵ Prema odredbi člana 2., stav 1., slovo g) Direktive 2008/122/EZ „povezani ugovor“ znači ugovor kojim potrošač dobija usluge povezane s ugovorom o pravu na vremenski ograničenu upotrebu (*timeshare*) ili ugovorom o dugoročnom proizvodu za odmor, a koje trgovac ili treća strana pruža na temelju dogovora između te treće strane i trgovca.“

⁹⁶ Članstvo u sistemu razmjene plaća se između 90 € i 120 €, s tim da članarina ne uključuje naknadu koju potrošač plaća prilikom svake transakcije a koja se kreće u rasponu od 120 € do 200 €. Mogućnost razmjene jedan je od faktora koji opredjeljuje odluku potrošača da zaključi ugovor o *timeshareu*, budući da potrošaču nudi fleksibilnost i veći izbor. V.: *Impact Assesment*, p. 20.

potrošača, to ni raskid sporednog ugovora ne smije rezultirati nikakvim troškovima

Direktiva 2008/122/EZ upućuje na odredbu člana 15. Direktive 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu kojom se reguliraju dejstva raskida glavnog ugovora na povezani ugovor o kreditu, te prava potrošača iz glavnog ugovora naspram kreditora⁹⁷ za slučaj da je naknada za vremenski ograničenu upotrebu na bazi *timesharea*, odnosno naknada kod ugovora o dugoročnom proizvodu za odmor, ugovora o preprodaji ili ugovora o razmjeni u cijelosti ili djelomično pokrivena kreditom. Ukoliko je *timeshare* naknada barem jednim dijelom financirana kreditnim sredstvima koje potrošaču odobri sam trgovac ili, pak, neka treća osoba koja se nalazi u poslovnom odnosu s trgovcem radi se o povezanim ugovorima. Ugovor o *timeshareu* i ugovor o kreditu čine jednu pravnu i ekonomsku cjelinu, to iz razloga što se potrošaču kreditna sredstva odobravaju isključivo u svrhu plaćanja *timeshare* naknade. Potrošač ne bi ulazio u kreditni aranžman s trgovcem ili nekim drugim kreditorom ukoliko prethodno ili istovremeno nije sklopio ugovor o *timeshareu* čija će cijena u cijelosti ili djelomično biti pokrivena kreditnim sredstvima. Ova dva ugovora višestruko su povezana na način da se potrošač javlja kao ugovorna strana i kod glavnog i s njim povezanog ugovora, zatim ukoliko se u ulozi kreditora javlja neka treća osoba važno je da se kredit odobrava na osnovu prethodnog sporazuma koji postoji između trgovca i trećeg. Dva ugovora čine jedinstvenu ekonomsku cjelinu i prestanak jednog ugovora implicira i prestanak vezanog, odnosno sve promjene vezane za jedan ugovor oslikavaju se i na drugi. Kako je raskid glavnog ugovora potpuno besplatno pravo, to je sasvim logično da i raskid kreditnog ugovora ne proizvodi nikakve troškove za potrošača.

5.4. Zabrana avansnog plaćanja

Dodatna mjera zaštite potrošača, koja se u potrošačkom *acquisu* po prvi put mogla susresti u Direktivi 94/47/EZ bila je zabrana bilo kakvog plaćanja tijekom trajanja roka za raskid. Ovu zabranu preuzela je

⁹⁷ Odredba člana 15. Direktive 2008/48/EZ regulira dejstva raskida povezanog ugovora na ugovor o kreditu, te prava potrošača iz povezanog ugovora naspram kreditora.

i Direktiva 2008/122/EZ, gdje se odredbom člana 9. stav 1. propisuje da „u ugovorima o pravu na vremenski ograničenu upotrebu, dugoročnim proizvodima za odmor i razmjeni zabranjuju se sva plaćanja unaprijed, davanje jamstava, rezervacija novca na računima, izričito priznanje duga ili neka druga naknada potrošača trgovcu ili nekoj trećoj osobi prije isteka roka za raskid u skladu sa članom 6.“

Mada nije izričito propisano da se navedena zabrana odnosi samo na redovan ili uključuje i produženi rok, ipak ista se treba tumačiti ekstenzivno na način da se zabrana odnosi i na vanredni, produženi rok što odgovara cilju odredbe, a to je zaštita potrošača. Ovakvo tumačenje, odgovara i praksi koju je imala većina država članica,⁹⁸ tako primjerice zabrana plaćanja odnosila se i na plaćanje kreditnih rata ako je ugovorna cijena u cijelosti ili djelomično pokrivena kreditom.⁹⁹ Ako bi, pak, trgovac usprkos zabrani primio od potrošača određenu uplatu, tada bi u slučaju raskida bio dužan vratiti primljeni iznos uvećan za kamatu, čiju stopu su države članice postavile veoma visoko. Nadalje, kako bi zabrana avansnog plaćanja bila što učinkovitija mnoge države članice su prethodno navedenu obavezu kumulirale s novčanom kaznom.¹⁰⁰

Zabrana plaćanja unaprijed prvenstveno se odnosi se na plaćanje *timeshare* naknade, to znači bez obzira što je ugovor sklopljen i što je trgovac ispunio svoju obavezu i omogućio vremenski ograničeno korištenje predmeta ugovora, potrošač nije obavezan istovremeno ispuniti svoju obavezu plaćanja ugovorne cijene. Samim tim što se odlaže plaćanja ukupne *timeshare* cijene dok rok za raskid ne istekne, potrošač je oslobođen i plaćanja dodatnih naknada koje se pored cijene mogu javiti

⁹⁸ U tom smislu vidjeti odluku španjolskog suda u slučaju *Audiencia Provincial Cantabria (ES) 24 May 2004 196/2004 Sergio and Carmela v. „Free Enterprise S.L.“*, nadalje *usp.* i odluku mađarskog suda donesenu u slučaju *Fővárosi Ítéltábla (HU) 01 December 2004 Holiday Club Hungary Kft, Proinvest 2001 Kft gg. Wirtschaftswettbewerbsamt (GVH)*, <http://www.eu-consumer-law.org/caseabstractsen.cfm?JudgmentID=364>, (6.5.2013.)

⁹⁹ *EC Compendium*, 298-299.

¹⁰⁰ *Ibidem*, 300., u tom smislu v. i odluku španjolskog suda u slučaju *Audiencia Provincial Las Palmas (ES) 22 November 2003 682/2003, Benedicto and Margarita v „Palm Oasis Maspalomas S. L.“*, <http://www.eu-consumer-law.org/caseabstracts en.cfm?JudgmentID=364> (6.5.2013.)

nakon sklapanja ugovora, a odnose se na korištenje predmeta ugovora. Zabrana avansnog plaćanja tijekom *cooling off* perioda stoji u određenoj vezi sa odredbom člana 8., stav 2. Direktive 2008/122/EZ koja potrošača oslobađa plaćanja svih troškova u slučaju raskida ugovora, pa i naknade za korištenje smještaja za noćenje. Zabrana avansnog plaćanja podrazumijeva i zabranu davanja stvarnih ili ličnih sredstava osiguranja ugovora. Tako, trgovac ne smije tražiti od potrošača predaju određenog iznosa novca u cilju osiguranja izvršenja ugovora kao što je primjerice kapara, jamčevina, zaloga. Isto tako zabrana se odnosi i na lična sredstva osiguranja kao što je sklapanje ugovora o jemstvu, kojim bi neka treća osoba na sebe preuzela odgovornost za ispunjenje obaveze potrošača, u ovom slučaju plaćanje *timeshare* naknade. Nadalje, trgovac ne može od potrošača zahtijevati bilo kakve druge garancije poput rezervacije novca na računima, gdje se po nalogu trgovca blokira jedan dio sredstva na računu potrošača u cilju osiguranja naplate potraživanja, zatim izričito priznanje duga ili bilo kakvu drugu financijsku transakciju u njegovu korist. Zabrana plaćanja unaprijed odnosi se kako prema trgovcu, tako i bilo kojoj trećoj osobi koja sudjeluje u *timeshare* aranžmanu. Posebnu odredbu Direktiva 2008/122/EZ sadrži kada je u pitanju zabrana plaćanja unaprijed kod ugovora o preprodaji, zato što zabrana plaćanja mora važiti sve do stvarne prodaje ili raskida ugovora. Tako, prema odredbi člana 9., stav 2. Direktive 2008/122/EZ „*države članice trebaju osigurati da se u ugovorima o preprodaji zabranjuju sva plaćanja unaprijed, daju garancije, rezervacije novca na računima, izričito priznanje duga ili neka druga naknada potrošača trgovcu ili nekoj trećoj strani prije stvarne prodaje ili drugačijeg raskida ugovora o preprodaji.*“ Pritom, države članice trebale bi zadržati slobodu uređivanja mogućnosti i načina konačnih plaćanja posrednicima ako dođe do raskida ugovora o preprodaji.

Temeljni cilj koji se želi postići odredbom kojom se zabranjuje bilo koji oblik plaćanja tijekom trajanja roka za raskid jeste zaštita potrošača od rizika s kojim bi se mogao susresti vezano za povrat plaćene naknade u slučaju raskida ugovora, kao što je primjerice naknadna insolventnost i stečaj trgovca, odbijanje da dobrovoljno vrati primljeni novac i sl. To što potrošač nije dužan tijekom roka za raskid ispuniti svoju obavezu vezano za bilo kakva plaćanja koja proizlaze iz ugovora

utječe i na postojanje obaveze restitucije trgovca. Raskid ugovora, kao što je poznato, ne smije implicirati nikakve financijske obaveze za potrošača, pa čak potrošač nije dužan platiti ni naknadu koja odgovara usluzi koja je eventualno bila pružena prije raskida ugovora. To dalje znači da obaveza restitucije potrošača u slučaju raskida ugovora faktički i ne postoji. Budući da se prije isteka roka za jednostrani raskid ugovora od potrošača ne smije zahtijevati nikakvo plaćanje niti bilo koja druga vrsta ispunjenja financijskih obaveza to znači da obaveza restitucije trgovca također ne postoji. Kako trgovac od potrošača nije primio ništa u svrhu ispunjenja ugovorne obaveze, samim tim nema mu što ni vratiti u slučaju raskida ugovor. Raskid ugovora o *timeshareu*, dugoročnom proizvodu za odmor i razmjeni stoga djeluje samo *ex nunc*, zato što zabrana avansnog plaćanja i činjenica da potrošač u slučaju raskida ugovora ne snosi nikakve troškove isključuje obavezu kontrahenta na vraćanje primljenog.

6. Posebna pravila o dugoročnim proizvodima za odmor

Ugovor o dugoročnim proizvodima za odmor poseban je vid pružanja turističkih usluga, gdje potrošač sklapa ugovor na razdoblje duže od jedne godine a plaćanjem naknade trgovcu stječe pravo na popuste ili druge privilegije u pogledu smještaja za odmor, vezano ili nevezano za druge turističke usluge, posebice usluge putovanja.

U odredbi člana 10. Direktiva 2008/122/EZ redigira posebna pravila koja se primjenjuju samo na ugovore o dugoročnim proizvodima za odmor, to iz razloga što se kod ovog ugovora cijena plaća sukcesivno, u obrocima u skladu sa planom otplate koji potrošač dobije prilikom sklapanja ugovora. Planom obročne otplate utvrđeni su jednaki godišnji iznosi rata za cijelo vrijeme trajanja ugovora kao i datumi dospijeca pojedinih. Ukupan iznos potrošačevih obaveza, uključujući članarinu, obračunava se u jednakim godišnjim ratama. Značajno je navesti da ugovor sadrži klauzulu koja omogućava prilagodbu anuiteta fluktuacijama na tržištu koje su izvan utjecaja ugovornih strana. Shodno tome, nakon proteka prve godine trajanja ugovora daljnji se iznosi anuiteta mogu mijenjati tako da se očuva njihova stvarna vrijednost, uzimajući primjerice u obzir promjene kupovne moći novca, odnosno

inflaciju.¹⁰¹ Svako plaćanje koje nije u skladu sa planom obročne otplate zabranjeno je, odnosno trgovac ne može tražiti od potrošača bilo kakva plaćanja ugovorne cijene ukoliko to nije predviđeno otplatnom tablicom. Najkasnije 14 kalendarskih dana prije datuma dospijeca rate trgovac je dužan poslati potrošača zahtjev za plaćanje iste u pisanoj formi ili drugom trajnom mediju.

Nadalje, Direktiva 2008/122/EZ sadrži i posebnu odredbu koja se tiče raskida ugovora o dugoročnim proizvodima za odmor, prema kojoj potrošač nakon otplate druge rate ima pravo raskinuti ugovor bez plaćanja bilo kakve naknade, ugovorne kazne, kamate i sl., ako pošalje trgovcu obavijest o raskidu u roku od 14 kalendarskih dana od prijema zahtjeva za plaćanje svake godišnje rate. Ovo pravo ne utječe na pravo raskid ugovora sukladno postojećem nacionalnom zakonodavstvu.¹⁰²

ZAKLJUČAK

Oblast zaštite potrošača vrlo je dinamično pravno područje koje se neprestano i intenzivno razvija o čemu svjedoči veliki broj direktiva usvojenih u ovoj oblasti, zbog čega određeni autori cjelokupan *acquis* dijele na *consumer* i *non consumer acquis*.¹⁰³ U posljednjoj deceniji provodi se revizija potrošačkog *acquisa*, što je rezultiralo usvajanje *direktiva nove generacije* koje imaju za cilj stvoriti koherentan regulatorni okvir za trgovce i potrošače, izgraditi povjerenje potrošača u prekogranične transakcije, te smanjiti troškove poslovanja za trgovce. S ovim ciljem usvojena je i Direktiva 2008/122/EZ koja u odnosu na derogiranu Direktivu 94/47/EZ donosi niz novina na tržištu *timesharea*.

Na prvom mjestu, proširen je predmet regulacije i na dugotrajne turističke proizvode koji su se u praksi nudili potrošačima, a povodom kojih potrošači nisu imali pravnu zaštitu izuzev one propisane autonomnom regulacijom. Značajne promjene doživio je i sam ugovor o *timeshareu*, kao i s njim povezani ugovor o razmjeni i ponovnoj prodaji.

¹⁰¹ Vidjeti točku 15. preambule Direktive 2008/122/EZ.

¹⁰² Vidjeti odredbu člana 10., stav 2. Direktive 2008/122/EZ.

¹⁰³ C. Twigg-Flesner, *The Europeanization of Contract Law: Current controversies in law*, Routledge-Cavendish, London-New York, 2008, 51.

U fokusu pažnje Direktive 2008/122/EZ jeste obaveza informiranja potrošača, budući da jedan od uzroka koji potrošače dovodi u nepovoljniji položaj jeste „*informacijska asimetrija*“, odnosno nedostatak informacija koje su odlučujuće za sklapanje i ispunjenje ugovora. Samo adekvatno obaviješten potrošač sposoban je zaštititi sam sebe, odnosno pravo na informiranost nužan je preduvjet potrošačke autonomije. S tim u vezi Direktiva 2008/122/EZ normira ekstenzivnu listu informacija koje trgovac na jasan i razumljiv način mora prezentirati potrošaču u fazi marketinga, u fazi koja prethodi zaključenju ugovora (prethodna obavijest), te informacije koje ugovor mora sadržavati (*essentialia negotii*). Kako bi se olakšalo ispunjenje ove obaveze Direktiva 2008/122/EZ, kao između ostalog i druge direktive iz ove generacije, uvodi standardni informacijski list od čijeg izgleda i sadržaja države članice ne smiju odstupiti. Podjednaka pažnja ukazana je i pravu potrošača ne jednostrani bezrazložni raskid ugovora, koje je doživjelo stanovitu transformaciju u pogledu dužine *cooling off* perioda, način računanja roka, dejstava i posljedica primjene, što ga je lansiralo u jedan od najznačajnijih mehanizama zaštite slabije ugovorne strane.

Direktiva 2008/122/EZ je direktiva maksimalne harmonizacije što doprinosi stvaranju ujednačenog pravnog okvira na razinu EU, a time utječe i na sigurnost pravnog prometa. Iako značajan broj država članica nije ispoštovao dvogodišnji rok za transponiranje Direktive 2008/122/EZ, što je prinudilo Europsku komisiju na poduzimanje određenih pravnih mjera, ipak danas sve države EU u svojim pravnim sistemima imaju nova pravila koja trebaju unaprijediti *timeshare* poslovanje, ali istovremeno i zaštititi potrošače.

**THE LEGAL POSITION OF THE CONSUMER
IN TIMESHARE CONTRACTS -
ANALYSIS OF DIRECTIVE 2008/122/EC**

SUMMARY

The initial idea of a timeshare was to provide purchasers to spend their holidays enjoying the great accommodation at an attractive tourist destinations, paying only period when they use the property, and all other costs are shared with other users. A single legal regulation of timeshare at EU level began with the adoption of Directive 94/47/ EC, which aimed to create a minimum legal standards which will ensure the proper functioning of the common market of tourist services, and thus contribute to the protection of timeshare purchaser. Since Directive 94/47 / EC as an act of minimum harmonization failed to remove legal fragmentation and that the number of tourist products very similar to timeshare diversified over time, at 2009 was adopted a new, modernized Directive 2008/122/ EC. The subject field of application have significantly expanded in a way that now are covered other timeshare like products, as well as schemes of sale or exchange. Subject of the classic timeshare were only properties while now Directive 2008/122/ES covers also a mobile objects. Directive 2008/122 / EC is the act of targeted maximum harmonization, so it is expected its provisions will increase the safety of consumers in the timeshare, because one of the major problems that consumers are dealing with are various forms of unfair business practices, and lack of confidence in this legal work.

Keywords: timeshare, Directive 94/47/EC, Directive 2008/122/EC, consumer protection.

