



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MASTER STUDIJE PRAVNOG FAKULTETA UCG - PRAVO ZAŠTITE POTROŠAČA-

PRIVATNOPRAVNI ASPEKTI ZAŠTITE POTROŠAČA

doc. dr Nikola Dožić



TRGOVAC/POTROŠAČ

Nedosljednost u definisanju pojma potrošača:

definicija „potrošača“ potrošač označava svako fizičko lice koje, u ugovorima obuhvaćenim ovom Direktivom, deluje u svrhe koje su van njegove trgovine, poslovanja ili profesije (Nepošteni uslovi u Direktivi o potrošačkim ugovorima)

potrošač označava fizičko lice koje, u transakcijama obuhvaćenim ovom Direktivom, deluje u svrhe koje se mogu smatrati izvan njegove trgovine ili profesije (Direktiva od vrata do vrata)

potrošač je osoba koja pristaje da uzme putni paket (Direktiva o paket aranžmanima)



TRGOVAC/POTROŠAČ

Nedosljednost u definisanju pojma trgovca:

trgovac, prodavac, dobavljačdobavljač označava svako fizičko ili pravno lice koje, u ugovorima obuhvaćenim ovom Direktivom, deluje u svom komercijalnom ili profesionalnom svojstvu (Direktiva o prodaji na daljinu)

prodavac ili dobavljač označava svako fizičko ili pravno lice koje, u ugovorima obuhvaćenim ovom Direktivom, deluje u svrhe koje se odnose na njegovu trgovinu, poslovanje ili profesiju, bilo da je u javnom ili privatnom vlasništvu (Direktiva o nepoštenim uslovima)



KARAKTERISTIKE PRAVA ZAŠTITE POTROŠAČA

Putem direktiva u oblasti zaštite potrošača, EU je uticala i na javnopravne i privatne poretke država članica

Više je harmonizovano pravo država članica nego Evropsko pravo u ovoj oblasti

Pravo zasnovano na *rationae personae* principu umjesto *rationae materiae*

Značajno je uticalo na razvoj potrošačkog prava u nacionalnim poretcima država članica

Značaj novih direktiva u oblasti zaštite potrošača

KARAKTERISTIKE PRAVA ZAŠTITE POTROŠAČA

Osnovna prava

Dužnost informisanja

Pravo na povlačenje iz ugovora

Prava potrošača i garancije

Nepoštena komercijalna praksa

Nepošteni uslovi ugovora



Karakteristike

Zaštita kolektivnih interesa potrošača

(Polu)stroga priroda pravila o zaštiti potrošača

Širok postavljena regulativa u oblasti bitnih elemenata potrošačkog ugovora

Posebna pravila MPP - a

Teret dokazivanja u potrošačkim sporovima

Koncept minimalne zaštite

Alternativni sistemi rešavanja potrošačkih sporova

Dužnost informisanja potrošača

„Dobro informisan potrošač će biti u stanju da se efikasno zaštiti“

Potrebno i u predugovornoj i u postugovornoj fazi

Predugovorne informacije treba da budu lako čitljive i razumljive prosečnom potrošaču i treba da budu pružene na jasan, čitljiv i razumljiv način. Skup predugovornih informacija koje treba dati potrošačima definisan je u Direktivi 2011/83/EU, tzv. „Direktiva o pravima potrošača” i varira u zavisnosti od vrste transakcije:

- Član 5 pruža spisak predugovornih informacija koje treba obezbediti za kupovinu na lokaciji.
- Član 6 navodi zahtjeve za informacijama za ugovore na daljinu i ugovore van poslovnih prostora (tj. online kupovine, postojanje prava na odustajanje)
- Član 7 postavlja formalne uslove za ugovore van poslovnih prostorija.
- Član 8 daje listu formalnih uslova za ugovore na daljinu.
- Neki ugovori kao što su socijalne usluge, socijalna zaštita, kockanje, ugovori o time sharing su isključeni iz predugovornih zahteva za informacijama. Potpuna lista izuzetaka se nalazi u članu 3(3) Direktive o pravima potrošača.
- Za neke ugovore, predugovorne informacije su propisane sektorskim direktivama kao što je slučaj sa ugovorom o potrošačkim kreditima
- Pored toga, član 3(4) Direktive o pravima potrošača uveo je mogućnost državama članicama da izuzmu transakcije male vrednosti (manje od 50 evra) iz zahteva za predugovornim informacijama. Ovo izuzeće se odnosi samo na ugovore van poslovnih prostorija

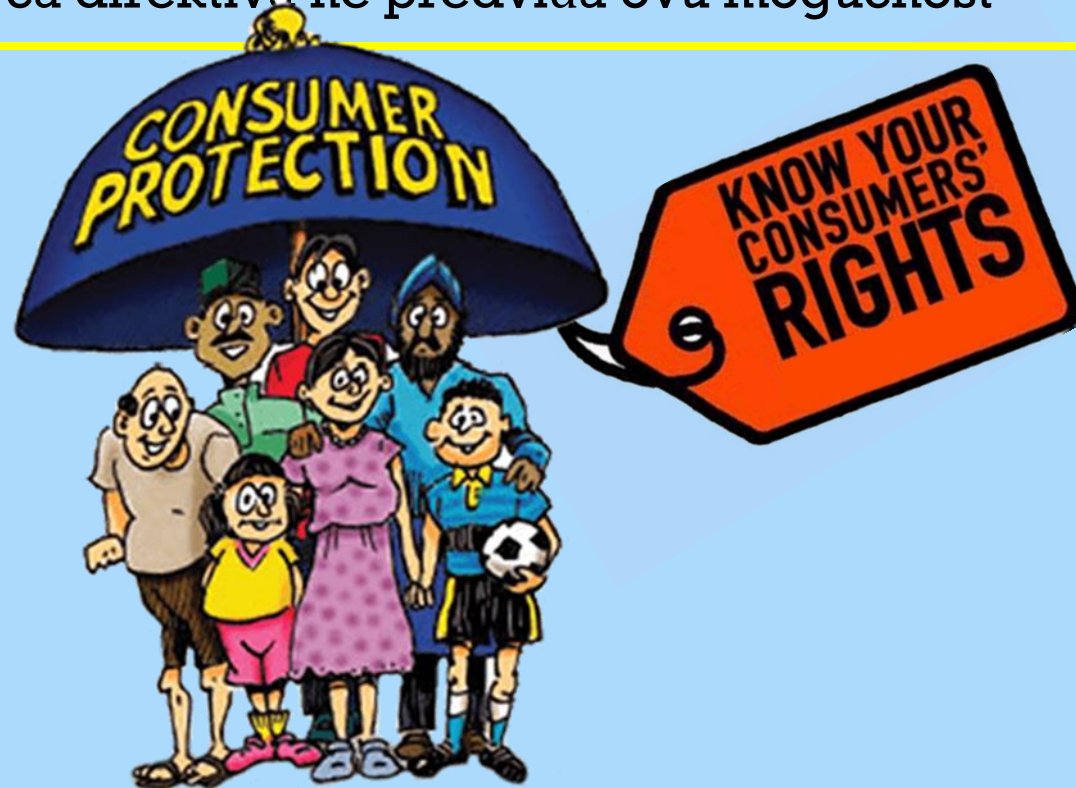
Dužnost informisanja potrošača

Prema Direktivi, države članice mogu prevazići zahtjeve i uvesti dodatne zahtjevi za informacijama.

Da biste videli koje su države članice odlučile da idu dalje, možete pogledati izveštaj o primeni Direktive o pravima potrošača Konačni izveštaj 3 i tabela 4.

Direktiva dozvoljava državama članicama da to urade samo za lokalne ugovore.

Za ugovore zaključene na daljinu i van prostorija trgovca direktiva ne predviđa ovu mogućnost



Pravo odustanka

Pravo na povlačenje je moćno sredstvo koje pravo EU daje potrošaču. Omogućava potrošaču da bez opravdanja otkaže potrošački ugovor u roku od 14 dana nakon što je primio robu, odnosno nakon što je potrošač zaključio ugovor o pružanju usluga ili digitalnom sadržaju.

Pravo obezbeđeno:

Direktivom vrata do vrata

Direktivom o prodaji na daljinu

Direktivom o marketingu finansijskih usluga na daljinu

Timeshare Direktivom

Direktivom o potrošačkim kreditima

Direktivom o pravima potrošača



Prema članu 9 Direktive EU 2011/83/EU o pravima potrošača („Direktiva o pravima potrošača“ – CRD), potrošači imaju pravo da odustanu od potrošačkih ugovora zaključenih na daljinu i potrošačkih ugovora zaključenih van vaših poslovnih prostorija.

Član 11. Direktive o pravima potrošača pruža informacije o tome kako potrošači mogu da ostvare svoje pravo na odustanak.

Pravo odustanka

- * Član 12 se bavi posljedicama takvog prava na povlačenje.
- Članovi 13. i 14. određuju obaveze trgovca i potrošača u slučaju povlačenja.
- Član 15. se bavi efektima ostvarivanja prava na odustajanje na sporedne ugovore.
- * Konačno, član 10. precizira posledice za trgovce zbog propusta da potrošačima pruže predugovorne informacije o pravu na odustanak (tj. produženje roka za povlačenje na 12 meseci od kraja početnog perioda za povlačenje).

Međutim, svi ugovori zaključeni van poslovnica ne daju pravo na odustanak. Postoji 13 izuzetaka.

- * robu koja je personalizovana na zahtev potrošača, ili koja je napravljena po njihovoj specifikaciji,
- ugovori o uslugama, nakon što je usluga u potpunosti izvršena ako je izvršenje započeto uz prethodnu izričitu saglasnost potrošača, i uz priznanje da će izgubiti pravo na odustanak nakon što trgovac u potpunosti izvrši ugovor,
- nabavku zapečaćene robe koja nije pogodna za vraćanje zbog zdravstvene zaštite ili higijenskih razloga i koja je otpečaćena nakon isporuke,
- ugovori zaključeni na javnoj licitaciji i dr.

Pravo odustanka

Različita rešenja za identične situacije kod prava odustanka u tekstu različitih direktiva po pitanju roka za odustanak i načina računanja roka:

7 dana (Direktiva od vrata do vrata)

10 dana (Timeshare Direktiva) – „kalendarski dani“

14 dana (Direktiva o marketingu finansijskih usluga na daljinu) – „radni dani“

Pravo i privreda
2016, vol. 54, br. 7-9, str. 713-726

Pravo potrošača da odustane od ugovora

Jovičić Katarina

Institut za uporedno pravo, Beograd

Ključne reči: pravo na odustanak od ugovora; raskid ugovora; ugovor zaključen na daljinu; ugovor zaključen van poslovnih prostorija trgovca

Sažetak

Odustanak od ugovora je ekskluzivno pravo potrošača kod ugovora zaključenih na daljinu ili van poslovnih prostorija trgovca, koje ima za cilj da potrošačima obezbedi dodatnu zaštitu, jer te tehnike zaključenja ugovora za njih nose posebne rizike. Ti rizici su najviše izraženi u okolnosti da oni tako često kupuju bez ličnog uvida u svojstva i kvalitet robe ili usluge, više su izloženi psihološkom pritisku prodavca ili pritisku vremena i nisu u prilici da provere ponudu konkurencije. To stvara određeni informacioni deficit kod potrošača, koji usled toga ne raspolažu sa dovoljno elemenata da donose racionalne odluke o kupovini. Pravo na odustanak od ugovora ne može se vršiti na štetu trgovca, već se ostvaruje u skladu sa ograničenjima i pod uslovima predviđenim Zakonom o zaštiti potrošača. Iako je očigledno u interesu potrošača, ono istovremeno koristi i trgovcima koji, dopuštajući potrošačima da se naknadno predomisle, privlače više kupaca i povećavaju svoj promet.

Prava potrošača i garancije

Direktiva 199/44/EU o prodaji i garancijama je važan alat za zaštitu potrošača u EU jer stvara zakonsku garanciju usaglašenosti od dve godine.

Kriterijumi za određivanje da li je proizvod usklađen ili nedefinisane u članu 2(2) Direktive.

Međutim, pravila nisu u potpunosti usklađena širom EU.

Direktiva o potrošačkoj prodaji i garancijama EU, budući da je tzv Direktiva o „minimalnoj harmonizaciji“, predviđa samo minimalni nivo zaštite potrošača u EU.

Prema članu 8a Direktive, Države članice su bile slobodne da idu dalje od zahteva Direktiva. Kao rezultat toga, države članice su transponovale Direktivu drugačije.

Direktiva (EU) 2019/771 od 20. maja 2019. o prodaji robe, koja od 1. januara 2022. zamjenjuje Direktivu 1999/44/EC, može uticati dodatno na izmjene u nacionalnim zakonodavstvima. Prava zakonske garancije će se takođe primenjivati na digitalni sadržaj i usluge sa potpuno novom Direktivom o digitalnom sadržaju.

Prava potrošača i garancije

Ukratko, Direktiva je uspostavila sledeća prava potrošača:

- Sva nova i polovna roba pokrivena je dvogodišnjom zakonskom garancijom usaglašenosti kao što je definisano u članu 5.
- Da bi se proizvod uskladio, potrošač može, u skladu sa članom 3, da zahteva popravku ili zamjenu i, ako je to nemoguće ili nesrazmerno, smanjenje cene ili raskid ugovora.
- Usklađivanje proizvoda biće besplatno za potrošače kao što je navedeno u članu 3.
- Direktiva predviđa da ako se kvar pojavi tokom prvih 6 meseci, prodavac je automatski odgovoran. Međutim, ako se kvar pojavi nakon prvih 6 meseci, prodavac može tražiti od vas da dokažete da je greška u proizvodnji. Neke države članice su odlučile da produže period preokreta na čitave dvije godine.
- Član 7 navodi da države članice imaju mogućnost da u svoje nacionalno zakonodavstvo za takozvanu polovnu robu uvedu mogućnost da trgovci i potrošači ugovornim sporazumom smanje trajanje zakonske garancije. Međutim, ovo drugo moženi na koji način ne kraci od godinu dana.

Nepoštena poslovna praksa

Poslovna praksa je nepoštena, prema zakonu EU, kada sprječava potrošača da donese potpuno informisanu i slobodnu ekonomsku odluku.

Nepoštena poslovna praksa je zabranjena širom EU.

Pošto je Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi („UCPD“) Direktiva o maksimalnom usklađivanju (sa jednim izuzetkom onih koji se primenjuju na finansijske usluge i nekretnine, za koje države članice mogu nametnuti strožije zahteve), svaka država članica ima iste standarde zaštite potrošača od nepoštenih komercijalnih praksi.

U praksi to znači da pravila moraju biti ista širom EU.

- Direktiva zabranjuje obmanjujuće poslovne prakse, koje se sastoje od obmanjujućih radnji (član 6) i obmanjujućih propusta (član 7)
- Direktiva takođe zabranjuje takozvanu agresivnu komercijalnu praksu. Takve agresivne prakse definisane su u članu 8. i članu 9. Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi.
- Postoji 31 praksa sa crne liste, uključujući i onlajn i oflajn komercijalna ponašanja koja mogu negativno uticati na slobodnu i potpuno informisanu ekonomsku odluku potrošača – Aneks 1 UCPD. Prve 23 prakse sa crne liste odnose se na obmanjujuće ponašanje trgovca a poslednjih 8 su zabranjene agresivne prakse. Svaka od ukupno 31 praksi je nepravedna u svim okolnostima.

Nepoštena poslovna praksa

Direktiva je izmijenjena Direktivom (EU) 2019/2161 od 27. novembra 2019. o boljem sprovođenju i modernizaciji pravila o zaštiti potrošača Unije, koja je dio „New Deal-a za potrošače” ili takozvane „Omnibus direktive”.

Problem koji je uočen – Postojeće zakonodavstvo EU o potrošačima omogućava nacionalnim vlastima da zaustave i spriječe nepoštenu komercijalnu praksu, ali ne daje potrošačima direktno pravo na nadoknadu kada su oštećeni takvom praksom.

Novo pravilo – Potrošači u svim državama članicama imaju pravo na pojedinačne pravne lijekove (kao što je raskidanje ugovora, dobijanje smanjenja cene ili finansijska kompenzacija) kada su pogođeni nepoštenom poslovnom praksom, kao što je obmanjujuće reklamiranje.

Bolja zaštita od nepoštenih praksi u prodaji na kućnom pragu i „commercial excursions”.

Novo pravilo – Države članice će imati ovlaštenje da preduzmu dodatne nacionalne mjere (kao što su jača pravila o pravu na povlačenje) kako bi bolje zaštitile svoje potrošače u kontekstu prodaje na kućnom pragu i „commercial excursions”. Mjere moraju biti opravdane, nediskriminatorne i proporcionalne.

Nepoštena poslovna praksa

Recenzije i preporuke potrošača: Smatraće se nepoštenom poslovnom praksom obmanuti potrošače: navodeći da su recenzije proizvoda podneli potrošači koji su zaista koristili ili kupili taj proizvod kada nisu preduzeti razumni i proporcionalni koraci da se osigura da potiču od takvih potrošača; i podnošenje lažnih recenzija i preporuka potrošača (npr. „lajkovi“ na društvenim medijima) ili naručivanje drugih da to učine kako bi promovisali svoje proizvode, kao i manipulisanje recenzijama i preporukama potrošača (npr. objavljivanje samo pozitivnih recenzija i brisanje negativnih).

Rangiranje i rezultati pretrage: trgovci moraju da pruže jasne informacije potrošačima o kriterijumima koje trgovci koriste za rangiranje proizvoda u onlajn pretragama. Trgovci takođe moraju da otkriju plaćeno oglašavanje i da li su izvršena određena plaćanja da bi postigli viši rang u rezultatima pretrage.

Personalizovane cene: trgovci moraju da obavijeste potrošače kad god je cijena koja im je predstavljena personalizovana kao rezultat automatizovanog donošenja odluka i profila potrošača.

Online tržišta: onlajn pijace su u obavezi prema Direktivi da obavijeste potrošače da li je artikal koji kupuju od privatnog lica i da takve transakcije nemaju koristi od režima zaštite potrošača EU.

Nepošteni uslovi ugovora

Direktiva o nepoštenim ugovornim uslovima („UCTD“) štiti potrošače od nepoštenih standardnih uslova koji stvaraju u ugovorima između potrošača i trgovca značajnu neravnotežu između prava i obaveza ugovornih strana, na štetu potrošača – (čl. 3 UCTD).

- Aneks Direktive o nepoštenim ugovornim uslovima sadrži indikativnu i neiscrpnu listu klauzula koje bi se mogle smatrati nepravičnim.
- Uslovi ugovora koji se nude potrošačima moraju uvek biti sastavljeni na „jasan i razumljiv“ način. U slučaju sumnje u tumačenje pojma, primenjuje se tumačenje koje je najpovoljnije za potrošača - (član 5).
- Uslovi ugovora koji se smatraju nepoštenim nisu obavezujući za potrošače prema uslovima utvrđenim nacionalnim ugovornim pravom.
- Ugovor će ostati obavezujući ako se može nastaviti bez nepoštenih uslova - (član 6). UCTD dozvoljava državama članicama da usvoje ili zadrže strože nacionalne odredbe kako bi osigurale viši nivo zaštite potrošača – član 8.
- To može biti uvođenje tzv. „crne liste“ nepoštenih ugovornih uslova (tj. u Francuskoj) ili produženje primjene na ugovore koji su sklopljeni između potrošača i trgovca.

Nepošteni uslovi ugovora

Direktiva je izmenjena Direktivom (EU) 2019/2161 od 27. novembra 2019. o boljem sprovođenju i modernizaciji pravila o zaštiti potrošača Unije, koja je deo „New Deal-a za potrošače” ili takozvane „Omnibus direktive”.

Crna lista: Nova „crna lista“ standardnih ugovornih odredbi i uslova koji su uvek nepravedni. Ovo uključuje stavke kao što su: traženje da se teret dokazivanja prenese na potrošača gde bi po zakonu trebalo da bude na dobavljaču; zahtevanje od potrošača koji je strana u arbitraži da plati svoje troškove; dodeljivanje isključive nadležnosti sudovima u kojima trgovac ima prebivalište, osim ako to nije mesto gde je prebivalište potrošača. Glava 110 Opšte šeme navodi kompletnu listu.

Siva lista: Postojeća „siva lista“ potencijalno nepoštenih ugovornih uslova je zadržana i proširena. Ono što je važno, Predlog zakona takođe pretpostavlja da su takvi uslovi nepravični, dok postojeća pravila jednostavno navode da se „mogu smatrati“ nepravičnim.

Nepošteni uslovi ugovora

Sudska praksa CJEU: Od pomoći, suština brojnih odluka Suda pravde Evropske unije o UCT direktivi je prevedena u zakonske odredbe. Na primjer:

- ugovor nije automatski isključen iz djelokruga zakonodavstva jer potrošač nije platio cijenu po ugovoru;
- značenje ugovora mora biti „transparentno” (kako je definisano) za potrošača;
- sud ima dužnost da razmotri, čak i kada se potrošač na to ne izjasni, pravednost uslova ugovora koji je u okviru obima.

Izuzeci: broj stavki isključenih iz mogućnosti procjene zbog nepravičnosti je sužen, posebno

- proširenjem procjene na uslove o kojima se pojedinačno pregovara i
- sužavanjem izuzeca za osnovne uslove ugovora.



Zaštita kolektivnih interesa potrošača

U početku je priznato samo u nekoliko direktiva

Današnja Direktiva o sudskim zabranama proširuje ovu vrstu zaštite na sveukupne pravne tekovine potrošača

Zaštita difuznih, kolektivnih interesa celokupne potrošačke populacije

Kolektivistička protiv individualističke zaštite

Preventivna zaštita

Dilema – rešavaju države članice: sud protiv administrativne zaštite



(Polu)stroga priroda pravila o zaštiti potrošača

Ne ius strictum u klasičnom smislu

Prije su u pitanju (polu)stroga pravila

Moguće je ugovoriti ova pravila – ali samo u interesu potrošača

Odstupanje od principa partijske autonomije



Teret dokazivanja

Teret dokazivanja postojanja/nepostojanja određenih činjenica prebačen je na trgovca

Ovo pravilo je sadržano u:

Direktivi o prodaji na daljinu

Direktivi o marketingu finansijskih usluga na daljinu

Direktivi o nepoštenoj komercijalnoj praksi

Alternativno rješavanje sporova

Evropska unija podržava i promovira alternativne sisteme za rešavanje sporova

ADR direktiva, ODR uredba

Dobri primjeri:

Posredovanje

Ombudsmani u nordijskim zemljama

Kancelarija za poštenu trgovinu u Velikoj Britaniji



IZAZOVI POTROŠAČKOG PRAVA

Nesistematski pristup - *acquis* o zaštiti potrošača nije zasnovan na zajedničkim principima

Nedoslednost – u terminologiji čak unutar jedne direktive

- indemnity/obeštećenje and compensation/nadoknada
- cancelation/otkaz, renunciation/odricanje, withdrawal / odustanak
- upotreba termina ugovor/šteta/ispunjenje koji nisu definisani na nivou EU
- razlike u terminologiji korištenoj u različitim jezicima Direktiva
(preformulated contracts / contrat d'adhésion / contrato di adesione)

Neusaglašeni pravni poreci država članica + sis.minimalne harmonizacije =

- termini i instituti EU prava se različito tumače od zemlje do zemlje
- pril. impl. dir., nac. zakonodavci paralelno zadržav. postojeće zakonodav.

Složenost *acquis* u oblasti potrošačkog prava – tekst pojedinih direktiva je toliko složen da je u nekim slučajevima i nerazumljiv (Dir.o nepoš.posl praksama)

KARAKTERISTIKE PRAVA ZAŠTITE POTROŠAČA

Nova potrošačka agenda 2020 – 2025 pokriva pet ključnih prioritetnih oblasti:

1. Zelena tranzicija
2. Digitalna transformacija
3. Efikasno sprovođenje i obeštećenje
4. Rješavanje specifičnih potreba potrošača
5. Zaštita potrošača u globalnom kontekstu



KARAKTERISTIKE PRAVA ZAŠTITE POTROŠAČA

Zelena tranzicija: suočavanje sa novim izazovima za prava potrošača i mogućnostima za osnaživanje koje predstavlja zelena tranzicija, osiguravajući da održivi proizvodi i načini života budu dostupni svima, bez obzira na geografsku lokaciju ili prihod;

Digitalna transformacija: stvaranje bezbednijeg digitalnog prostora za potrošače gde su njihova prava zaštićena i obezbeđivanje jednakih uslova kako bi se omogućilo inovacijama da isporuče novije i bolje usluge svim Evropljanima;

Efikasno sprovođenje i obeštećenje: rešavanje uticaja COVID-19 na prava potrošača i rešavanje obmanjujućih zelenih tvrdnji i nepoštenih komercijalnih praksi u tehnikama onlajn uticaja i personalizaciji. Dok je sprovođenje prava potrošača pre svega odgovornost nacionalnih vlasti, EU igra važnu ulogu koordinacije i podrške, podržanu Uredbom o saradnji u oblasti zaštite potrošača;

Rješavanje specifičnih potreba potrošača: uzimajući u obzir potrebe potrošača koji u određenim situacijama mogu biti ranjivi i zahtijevaju dodatne mjere zaštite. Ovo može biti vođeno društvenim okolnostima ili posebnim karakteristikama pojedinaca ili grupa potrošača; i

Zaštita potrošača u globalnom kontekstu: obezbeđivanje bezbednosti uvoza i zaštita potrošača iz EU od nepoštenih praksi koje koriste operateri van EU kroz nadzor tržišta i bližu saradnju sa relevantnim vlastima u zemljama partnerima EU.