

Anita Petrović*

UDK347.440:338.48-12((4-672EU)

str. 59-85.

ZAŠTITA PUTNIKA PRIJE SKLAPANJA UGOVORA O PAKET ARANŽMANU

APSTRAKT

Zaštita potrošača vrlo je dinamična pravna oblast što se na nivou EU vidi po učestalom usvajanju novih pravnih rješenja prilagođenih potrebama i interesima potrošača i razvoju tržišta. Slijedom toga jedan od segmenata regulacije jeste i turističko tržište, odnosno tržište usluga putovanja uređeno novom Direktivom (EU) 2015/2302 o putovanjima u paket aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima. Direktiva ne koristi pojam potrošač, već putnik, ali time nije izašla iz okvira potrošačkog acquisa, što se uostalom vidi iz njezinog cilja, sadržaja i mehanizama zaštite. Cilj rada je upoznati naučnu i stručnu javnost sa usvajanjem nove Direktive 2015/2302, motivima koji su to potakli, te ključnim novinama u personalnom i predmetnom polju primjene. Posebno poglavlje posvećeno je obavezi predugovornog informiranja, gdje autorica analizira predugovorne informacije, zahtjev transparentnosti i obavezujući karakter informacija, jer ova jednostrana obaveza u europskom potrošačkom pravu prepoznata je kao instrument uspostavljanja ugovorne ravnoteže.

Ključne riječi: Direktiva 2015/2302, putnik, usluga putovanja, paket aranžman, predugovorno informiranje.

* Dr. sc. Vanredni profesor na Pravnom fakultetu Univerziteta u Tuzli, anita.petrovic@untz.ba. Rad je primljen 20 maja 2020. Rad je odobren 6. juna 2020.

1. Uvod

Još jedan segment u oblasti prava zaštite potrošača uređen je novim pravnim instrumentom. Riječ je o uslugama putovanja u paket aranžmanima, koje su do usvajanja Direktive (EU) 2015/2302 Europskog parlamenta i Vijeća o putovanjima u paket aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima¹ (dalje: Direktiva 2015/2302), bile uređene Direktivom Vijeća 90/314/EEZ o putovanjima, odmorima i kružnim putovanjima u paket aranžmanima.² Primjena nove Direktive o paket aranžmanima u državama članicama EU započela je od 1.7.2018. godine, njome se u značajnoj mjeri modernizira Direktiva 90/314/EEZ, koja je važila do tog datuma. Direktiva 2015/2302 donosi preciznije i opširnije definicije, nova pravila zaštite, ali prvenstveno proširuje predmetno polje primjene obuhvaćajući dvije vrste ugovora, ugovor o paket aranžmanu i povezani putni aranžman. Promatrajući Direktivu 2015/2302 u smislu trendova koji dominiraju u pravu zaštite potrošača, nesporno je da kao i ostale direktive maksimalne harmonizacije, ne zaostaje po volumenu (broju točaka preambule i odredbi), te tehničkoj i pravnoj složenosti pojmova. Po opsegu i složenosti može se usporediti primjerice sa Direktivom 2011/83/EU o pravima potrošača, kojoj je bila namijenjena uloga kodifikacije potrošačkog prava sistematiziranog u općem i posebnom dijelu, no zanemarujući ovu joj nesuđenu ulogu, ona je ipak zamijenila dvije i dopunila dvije direktive, dok Direktiva 2015/2302 opoziva jednu direktivu. Usporedbe radi, Direktiva 90/314/EEZ imala je 22 točke preambule i 10 članova, dok nova direktiva ima 54 točke preambule i 31 član, pa je opravdano očekivati da se višestruko poboljšao i položaj potrošača, jer su obuhvaćeni novi oblici paket aranžmana, koji su do sada bili izostavljeni ili, pak, u "sivoj zoni" regulacije.³

Iz perspektive europskog zakonodavca, Direktiva 2015/2302 predstavlja dio mozaika potrošačkog *acquisa*, koji se polako popunjava i slika je vidljiva, ali isto tako postoji mogućnost da mozaik, a time i slika nikada ne budu završeni. Razlog tome je što se nastavilo sa sektorskim pristupom harmonizaciji, i bez obzira što su direktive maksimalne harmonizacije međusobno konzistentne u osnovnim pojmovima i konceptima, ipak i dalje jedna direktiva uređuje samo jedno pravno

¹ Direktiva (EU) 2015/2302 Europskog parlamenta i Vijeća od 25.11.2015. o putovanjima u paket aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima, o izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju van snage Direktive Vijeća 90/314/EEZ, OJ 2015, L 326/1.

² Direktiva Vijeća 90/314/EEZ od 13.6.1990. o putovanjima, odmorima i kružnim putovanjima u paket aranžmanima, OJ 1990, L 158.

³ Vid. t. 2. preambule Direktive 2015/2302.

pitanje, a izostavljen je potpun i sistemski pristup uređenju ugovornih odnosa potrošača. Princip, jedna direktiva jedno pravno pitanje, u ovom slučaju jedan ugovor kao predmet regulacije, prenosi se često i na nacionalne nivoe, koji svaki put postaju bogatiji za novi zakon iz oblasti zaštite potrošača. Direktiva 2015/2302, za razliku od svoje prethodnice, instrument je ciljane maksimalne harmonizacije.⁴ U njezinoj preambuli nalazi se dosta argumenata za uvođenje maksimalne harmonizacije, a neki od njih su otklanjanje prepreka koje proizlaze iz neusklađenosti nacionalnih propisa, unapređenje prekograničnog poslovanja, te izgradnja stvarnog unutarnjeg tržišta u ovoj oblasti. No, ono što slijedi nakon transponiranja Direktive 2015/2302 jeste zamrzavanje ovog pravnog područja u državama članicama, a sve eventualne promjene moraju dolaziti od strane unijskog zakonodavca.⁵

Važna novina jeste i proširenje predmetnog polja primjene Direktive 2015/2302, pored modificiranja i proširenja definicije paket aranžmana, koja sada obuhvaća tzv. dinamične ili naručene paket aranžmane, što će u nastavku biti detaljnije analizirano, obuhvaćeni su i povezani putni aranžmani. Mnoga rješenja iz Direktive 90/314/EEZ više nisu odgovarala digitalnom dobu, jer se tržište usluga putovanja iz realnog, temeljenog uglavnom na odštampanim brošurama izloženim u poslovnicaama turističkih agencija u kojim su već pripremljene ponude paketa usluga putovanja, premjestilo u *online* okruženje. Potrošači, putnici postali su aktivni u traženju i kupovini usluga putovanja putem interneta i kombiniranju odmora po mjeri, međutim mnoge od tih kombinacija usluga putovanja, koje su ličile na klasične paket aranžmane, pa čak i oglašavane tako, to nisu bile. Potrošači nisu bili pravno zaštićeni, jer se radilo o paket aranžmanima koji nisu ispunjavali sve pravne pretpostavke iz Direktive 90/314/EEZ, a često toga nisu bili ni svjesni. Predmet rada usmjeren je i na obavezu predugovornog informiranja, odnosno odredbe smještene u Poglavlje II *Obaveza predugovornog informiranja i sadržaj ugovora o putovanju u paket aranžmanu* (čl. 5-6). Direktiva 2015/2302 nastavlja trend osnaživanja potrošača putem obaveze predugovornog informiranja, formalnih zahtjeva vezano za informiranje i zahtjeva transparentnosti, kao najznačajnijih mehanizama uspostavljanja ugovornog ekvilibrijuma između trgovca i putnika. Iz tog razloga analizirat će se koje novine

⁴ Čl. 4. Direktive 2015/2302 sadrži klauzulu ciljane maksimalne harmonizacije, što znači da države članice su obavezne određene odredbe transponirati onako kako glase, dok im je istovremeno ostavljen manevarski prostor da određene odredbe transponiraju na način kako im odgovara (npr. čl. 2. st. 2, čl. 12. st. 5, čl. 13. st. 1, čl. 14. st. 4).

⁵ Vid. A. Petrović, Nova pravna regulativa turističkih paket aranžmana, *Revija za pravo i ekonomiju*, 1/2019, 253-255.

u određenim aspektima sklapanja ugovora o paket aranžmanu donosi Direktiva 2015/2302 u odnosu na svoju prethodnicu.

2. Ugovorne strane – putnik i trgovac

Za razliku od ukinute Direktive 90/314/EEZ, koja je koristila specijalizirani pojam "potrošač" prilagođen turističkoj djelatnosti, a pri tome zaštitu pružala svim osobama koje koriste usluge putovanja u paket aranžmanu, i potrošačima i profesionalcima,⁶ Direktiva 2015/2302 pravi terminološki otklon. Zaštitu i dalje osigurava najširem krugu osoba, s tom razlikom što se ne ograničava više na pojam potrošač, već se opredjeljuje za pojam "putnik". I kod Direktive 90/314/EEZ bila je nevažna svrha putovanja – po čemu je i bila izuzetak među potrošačkim direktivama, turistička, poslovna ili kombinirana, odnosno bilo je nevažno radi li se o turisti ili putniku, jer svaki turist je putnik, ali svaki putnik nije istovremeno i turist, a ovaj pristup je zadržan i dalje.

Promjenom naziva subjekta zaštite, Direktiva 2015/2302 nije iskoračila iz potrošačkog *acquisa*,⁷ već kako se to objašnjava u t. 7. preambule nije uvijek jednostavno razlikovati potrošače od predstavnika malih poduzeća ili osoba koje putovanja povezana sa svojom poslovnom ili profesionalnom djelatnošću rezerviraju istim kanalima za rezervacije kao i potrošači. Takvim je putnicima često potrebna slična razina zaštite, kao i potrošačima, koji imaju taj status u smislu prava EU. Imajući navedeno u vidu putnik je zapravo poseban korisnik različitih turističkih usluga kao što su npr. usluge prijevoza, smještaja, iznajmljivanja vozila, zatim ugostiteljske, sportske, rekreativne, zdravstvene, zabavne i druge usluge, kada su te usluge ponuđene ili kupljene kao dio paket aranžmana. Prema čl. 3. t. 6. Direktive 2015/2302 "putnik" je svaka osoba koja želi sklopiti ugovor u okviru područja primjene ove Direktive ili koja ima pravo putovati na temelju ugovora sklopljenog u okviru područja primjene ove Direktive. Iz definicije putnika je jasno da svrha sklapanja ugovora nije relevantna, zaštita obuhvaća osobe na poslovnim putovanjima, uključujući osobe koje se bave slobodnim zanimanjima ili samozaposlene osobe ili druge fizičke osobe, pod uvjetom da takve osobe ne kupuju paket aranžman na temelju općeg sporazuma za organiziranje poslovnih putovanja sklopljenog s putničkom

⁶ Vid. V. Radović, Pojam potrošača kod ugovora o organizovanju putovanja, *Jačanje zaštite potrošača u Srbiji*, (ur.) Bourgoigne, T., Jovanić, T., Beograd, 2013, 126-128.

⁷ Direktiva 2015/2302 slijedi principe osiguranja visoke razine zaštite potrošača i stvaranja stvarnog unutarnjeg potrošačkog tržišta, potrošač mada više nije legislativni pojam za označavanje suprotne ugovorne strane, ipak je subjekt kojem je namijenjena sva zaštita, što je vidljivo iz brojnih točaka preambule. Opći cilj direktive jeste pridonijeti boljem funkcioniranju unutarnjeg tržišta u sektoru putovanja u paket aranžmanima i postići visoku razinu zaštite potrošača.

agencijom. Za razliku od ranije direktive, koja je zaštitu potrošača protezala i na B2B ugovore npr. zaštitom potrošača je bio obuhvaćen poslodavac, koji bi ugovorio službeno putovanje za svoje zaposlenike na temelju općeg sporazuma s putničkom agencijom, Direktiva 2015/2302 ne slijedi taj put, obrazlažući da u navedenoj situaciji poduzetnicima nije potrebna zaštita, koja je namijenjena potrošačima.⁸

Suprotna ugovorna strana je trgovac. Direktiva 2015/2302 i ovdje donosi određene promjene uvodeći po prvi put pojam "trgovac" kao opći pojam, koji obuhvaća širok spektar subjekata, koji djeluju od nastanka pa sve do ispunjenja usluge paket aranžmana, po čemu se Direktiva 2015/2302 izjednačila sa drugim potrošačkim direktivama. Novi sveobuhvatni pojam trgovac obuhvaća i organizatora i prodavca i davatelja usluge putovanja, sve ovisno o vrsti putnog aranžmana i uloge koju imaju u procesu kombiniranja usluga.⁹ Svakog od ovih subjekata Direktiva 2015/2302 posebno definira koristeći bilo pozitivan, bilo negativan pristup. Prema čl. 3. t. 7. "trgovac" znači svaka fizička ili svaka pravna osoba, neovisno o tome je li u privatnom ili javnom vlasništvu, koja u vezi s ugovorima obuhvaćenima ovom Direktivom djeluje, između ostalog i putem drugih osoba koje djeluju u njezino ime ili za njezin račun, u svrhe povezane sa svojom trgovačkom, poslovnom, obrtničkom ili profesionalnom djelatnošću, bilo da djeluje u svojstvu organizatora, prodavca, trgovca koji omogućuje povezani putni aranžman ili kao davatelj usluge putovanja. "Organizator" je trgovac koji izravno ili putem drugog trgovca odnosno zajedno s drugim trgovcem kombinira i prodaje ili nudi na prodaju paket aranžmane ili trgovac koji dostavlja podatke o putniku drugom trgovcu u skladu s t. 2. (b) v. (povezani postupak *online* rezerviranja).¹⁰ "Prodavac" je definiran negativno, to je trgovac koji nije organizator, a koji prodaje ili nudi na prodaju paket aranžmane koje kombinira organizator.¹¹

Direktiva je jasna, organizator i prodavac moraju biti trgovci, to znači da djeluju u okviru svoje poslovne ili komercijalne djelatnosti, čime su otklonjene ranije

⁸ Tač. 7. preambule Direktive 2015/2302.

⁹ Direktiva 90/314/EEZ koristila je dva pojma, organizator i prodavac, za razliku od ostalih potrošačkih direktiva koje su koristile pojam trgovac. "Organizator" je osoba koja, ne samo povremeno, organizira paket aranžmane i prodaje ih, ili ih nudi na prodaju bilo izravno ili posredstvom prodavca (čl. 2. tač. 2). "Prodavac" je osoba koja prodaje ili nudi na prodaju paket aranžman koji je sastavio organizator (čl. 2. tač. 3.).

¹⁰ Čl. 3. tač. 8. Direktive 2015/2302.

¹¹ Čl. 3. tač. 9. Direktive 2015/2302.

nejasnoće.¹² S obzirom na prirodu usluge paket aranžmana kao trgovci, odnosno organizatori paketa javljaju se turističke agencije. Davatelji i korisnici usluga rijetko su u neposrednom kontaktu prije korištenja usluga, pa su turističke agencije spona između davatelja i korisnika usluga prije faktičkog korištenja usluga.¹³ Usluge paket aranžmana, u pravilu su pružale jedino agencije turoperatori, kao grosističke turističke agencije, kojima je predmet poslovanja organiziranje putovanja, a distribuciju svojih aranžmana pretežito obavljaju posredstvom mnogobrojnih drugih turističkih agencija, detaljističkog karaktera (neizravna distribucija), ali mogu i sami, neposredno sklapati s klijentima ugovore o paket aranžmanima (izravna distribucija).¹⁴ U ulozi prodavca, shodno Direktivi 2015/2302, nalaze se turističke agencije, koje uz proviziju nude ili prodaju tuđe paket aranžmane, dakle one koje je sastavio organizator. Hoće li u konkretnom slučaju trgovac biti organizator, pa odatle i odgovarati za ispunjenje cjelokupnog paket aranžmana, ovisi o njegovoj aktivnoj ulozi u sastavljanju paketa, a ne o tome kako je registrirao svoju poslovnu djelatnost.¹⁵ Više nije bitno "tko organizira", već "šta se organizira",¹⁶ pa se u ulozi organizatora može naći i pojedinačni davatelj usluge putovanja npr. prijevoznik ili hotelijer, ako se paket usluga kombinira putem povezanog postupka *online* rezerviranja. Organizator rijetko kada da sam pruža usluge iz paket aranžmana, već se u tu svrhu služi trećim licima, drugim trgovcima i davateljima usluga, operatorima kao npr. putnički prijevoznici, hotelijeri, ugostitelji i dr., međutim, samo organizator odgovara za pravilno i uredno ispunjenje cjelokupnog paket aranžmana. Trgovcu, obično poslovnici turističke agencije ili *online* turističkoj agenciji, trebalo bi omogućiti djelovanje u svojstvu običnog prodavca ili posrednika, te ga osloboditi od odgovornosti kao organizatora samo u slučajevima kada u svojstvu organizatora paket aranžmana djeluje drugi trgovac.¹⁷

¹² M. Barun, Legal effects of the application of EU Directive 2015/2302 on package travel and linked travel arrangements, 31st International Scientific Conference on Economic and Social Development "Legal Challenges of Modern World", Split, September 2016, 311.

¹³ V. Gorenc, A. Pešutić, Razgraničenje organizatora i posrednika putovanja, *Zbornik Pravnog fakulteta Zagreb*, 56, Posebni broj (2006), 20.

¹⁴ *Ibid.*, 23.

¹⁵ T. 22. preambule Direktive 2015/2302.

¹⁶ V. Machado, The Directive 2015/2302: New challenges to the package travel and tourism law concepts, in V. Franceschelli, F. Morandi, C. Torres (ed.), *The New Package Travel Directive*, Eshte/Inatel, 2017, 394.

¹⁷ *Ibid.*

3. Motivi reforme i usvajanja Direktive 2015/2302

Imajući u vidu vremensku distancu od 25 godina između ukinute i nove direktive, lako se složiti da je bilo vrijeme da se dogodi promjena. Direktiva 90/314/EEZ je odgovarala 90-tim i početku 20-tih godina kada su organizatori sastavljali paket aranžmane bez sudjelovanja putnika i iste tradicionalnim kanalima distribucije nudili na tržištu. Putničke agencije su unaprijed kombinirale najmanje dvije različite vrste usluge putovanja u paket aranžman i iste putem odštampanih materijala-brošura, ili drugih formi oglašavanja nudile potencijalnim putnicima, a ugovori su se sklapali u poslovnim prostorijama agencije uz fizičko prisustvo ugovarača. No, onog trenutka kada je internet ušao u domove potrošača i postao opći medij komunikacije, što je praćeno i ekspanzijom subjekata koji posluju *online* i posreduju između putnika i davatelja usluga putovanja (npr. *Booking.com*, *Trivago.com*, *Expedia.com* i dr.), a potrošačima omogućena kupovina usluga poput prijevoza, boravka, najma auta i sl. iz vlastitog doma, postalo je jasno da Direktiva 90/314/EEZ više ne odgovara zahtjevima vremena. Razvojem interneta i popularnosti novih načina na koje potrošači uplaćuju svoj odmor, primjenjivost Direktive 90/314/EEZ na sve te nove proizvode u području usluga putovanja postala je neizvjesna.¹⁸

Unaprijed pripremljeni ili klasični paket aranžmani, uređeni Direktivom 90/314/EEZ, sve manje su zadovoljavali potrebe putnika. To je potvrdilo i istraživanje, prema kojem opada broj putnika koji se odlučuju na kupovinu unaprijed pripremljenog paket aranžmana, a s druge strane, povećao se broj onih koji svoje odmore i putovanja samostalno organiziraju putem *online* rezervacija različitih usluga putovanja.¹⁹ Pojeftinjenje avio prijevoza pojavom niskobudžetnih prijevoznika, razvoj i dostupnost interneta kao medija kojim se oglašavaju, rezerviraju i prodaju usluge putovanja utjecali su na to da potrošači sve češće odabiru i kombiniraju usluge putovanja više različitih davatelja i tako kreiraju odmor ili putovanje po mjeri. Usluge putovanja najpopularnija su kategorija proizvoda koja se kupuje putem interneta.²⁰

¹⁸ Radni dokument Komisije, Sažetak procjene učinaka Prijedloga direktive europskog parlamenta i vijeća o putovanjima u paket aranžmanima i potpomognutim putnim aranžmanima, o izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2011/83/EU te o stavljanju izvan snage Direktive 90/314/EEZ, SWD (2013) 264 final, Bruxelles, 9.7.2013, 2. (dalje: Procjena učinaka Prijedloga direktive).

¹⁹ Flash Eurobarometer 414, Preferences of Europeans towards tourism, March 2015, 4. Dostupno na: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_414_en.pdf.

²⁰ Procjena učinaka Prijedloga direktive, 4.

Na tržištu usluga putovanja pojavili su se novi *dinamični (kombinirani, naručeni) paket aranžmani*,²¹ koji su se odlikovali po tome da je turistička agencija sada po zahtjevu ili narudžbi putnika, shodno dakle njegovim specifičnim potrebama i željama, kreirala paket različitih vrsta usluga putovanja, za koji je putnik plaćao ukupnu cijenu. Pored u poslovnici agencije, putnici su različite vrste usluge putovanja mogli kombinirati i *online*, dakle putem *web* stranice agencije, jer im je bilo omogućeno da tijekom postupka rezerviranja slobodno biraju usluge, koje će agencija spojiti i pružiti kao paket aranžman. Međutim, i za ove paket aranžmane nije bilo jasno ulaze li u polje primjene Direktive 90/314/EZ, bez obzira na pozitivno izjašnjenje Suda EU u predmetu *Club Tour*,²² a to je bila nesigurnost za putnike, jer nisu bili pravno zaštićeni. Na tržištu su tako postojali "zaštićeni" unaprijed pripremljeni paket aranžmani i "nezaštićeni" dinamični ili kombinirani paket aranžmani. S obzirom na broj subjekata koji se mogu naći nasuprot putnika, odnosno koliko trgovaca sudjeluje u kreiranju paket aranžmana kao pravne cjeline dinamični paket aranžmani mogu se podijeliti na: a) *paket aranžmane "jednog trgovca"*, b) *paket aranžmane "više trgovaca"*, te *potpomognute putne aranžmane*.²³ Dinamični paket aranžmani u 2011. godini činili su 23% tržišta usluga putovanja ili oko 118 mil. putovanja godišnje.²⁴

²¹ Poslovna praksa je oblikovala različite oblike dinamičnih paket aranžmana, međutim uslijed nejasnog i neujednačenog pravnog okvira, jer novi oblici nisu eksplicite ulazili u polje primjene Direktive 90/314/EEZ, to su potrošači u praksi trpili negativne posljedice i štetu, što je analizirano u sveobuhvatnoj Studiji o šteti koju trpe potrošači u području dinamičnih paket aranžmana. Istraživanjem je utvrđeno da je šteta, koju trpe korisnici dinamičnih paket aranžmana u 27 država članica EU procijenjena na više od 1 milijarde EUR neto (nakon naknade štete). Problemi u vezi s ovim paket aranžmanima učestaliji su i u prosjeku štetniji, nego problemi povezani s unaprijed utvrđenim paket aranžmanima. Većina potrošača je pogrešno smatrala da im i kod dinamičnih paket aranžmana pripada zaštita npr. pravo na povrat isplaćene cijene, pravo na repatrijaciju i dr., za slučaj insolventnosti i stečaja nekog od davatelja usluga putovanja. Study on Consumer Detriment in the Area of Dynamic Packages, London Economics, November 2009, Dostupno na: <https://londoneconomics.co.uk/wp-content/uploads/2011/09/28-Study-on-Consumer-Detriment-in-the-area-of-Dynamic-Packages.pdf>.

²² Ovdje je značajna odluka Suda EU u slučaju C-400/00 *Club Tour, Viagens e Turismo SA/Alberto Carlos Lobo Gonçalves Garrido i Club Med Viagens Lda*, ECLI:EU:C:2002:272.

²³ Procjena učinaka Prijedloga direktive, 3.

²⁴ European Commission Communication, Bringing the EU package travel rules into the digital age, COM(2013), 513 fin, 9.7.2013, 5-7. Dostupno na: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:3e272e02-ea04-11e2-99b0-01aa75ed71a1.0001.01/DOC_1&format=PDF.

4. Regulacija pojma paket aranžman

Prije analiziranja pojma paket aranžman *de lege lata*, potrebno je istaći da se pod "paketom" podrazumijeva organiziran način nuđenja i prodaje kombinacija usluga putovanja (kao što su usluge prijevoza, smještaja, zabave i dr.) turistima.²⁵ U navedenom kontekstu pojedinačne usluge putovanja povezane u pravnu i ekonomsku cjelinu čine "paket". Definicija paket aranžmana mijenjala se ovisno o promjenama na turističkom tržištu,²⁶ a novom direktivom je dobila puno opsežnije i preciznije značenje, čime je ujedno učinjen korak ka pravnoj izvjesnosti. Treba imati u vidu da bilo koja pojedinačna usluga putovanja kada je putnik kupuje kao samostalan proizvod, bez obzira na način kupovine, nije bila predmet regulacije ranije, pa tako nije ni Direktive 2015/2302, već putnik kao potrošač zaštitu uživa na osnovu npr. Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača, Direktive 93/13/EEZ o nepoštenim ugovornim odredbama, Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi i dr.

4.1. Ranija definicija paket aranžmana

Kako bi se ukazalo na proširenja pojma paket aranžman potrebno je krenuti od ukinute definicije. Prema čl. 2. t. 1) Direktive 90/314/EEZ pod "paket aranžmanom" podrazumijeva se *unaprijed utvrđena kombinacija najmanje dvije pojedinačne usluge, ako se prodaju ili nude na prodaju po cijeni, koja uključuje razne usluge koje se pružaju u vremenu dužem od dvadeset četiri sata ili uključuju smještaj i noćenje, a radi se o uslugama a) prijevoza, b) smještaja i c) ostalim turističkim uslugama, koje nisu pomoćne usluge prijevoza ili smještaja, a predstavljaju znatan dio paket aranžmana*. Riječ je, dakle, o unaprijed pripremljenoj kombinaciji najmanje dvije različite pojedinačne usluge (a, b ili c), koje se nude na prodaju ili prodaju po ukupnoj ugovorenoj cijeni (paušalna cijena) koja uključuje razne usluge, koje se pružaju u vremenu dužem od dvadeset četiri sata ili kraće ako uključuju smještaj i noćenje.²⁷ Ostale turističke usluge one pod (c) kao npr. ugostiteljske usluge, izleti, obilazak u pratnji vodiča, iznajmljivanje vozila, *wellness* usluge,

²⁵ V. Machado, *op. cit.*, 391.

²⁶ O pravnoj regulaciji ugovora o putovanju, odnosno ugovora o paket aranžmanu u međunarodnim dokumentima vid. J. Marin, Primjena Zakona o pružanju usluga u turizmu - što je novo za pružatelje i korisnike usluga paket-aranžmana i povezanih putnih aranžmana, *Poredbeno pomorsko pravo*, Vol. 58, No. 173, 2019, 155-158.

²⁷ Paket aranžmani uključuju različite kombinacije pojedinačnih usluga npr. putovanje, boravak i ishrana u hotelu. To može biti putovanje i smještaj u apartmanu, bez ishrane, ili putovanje do i od mjesta za odmor, te izleti, a potrošač je odgovoran za smještaj i ishranu, potom primjerice paket usluga, koji uključuje smještaj i ulaznice za koncert ili utakmicu, bez putovanja i razne druge kombinacije.

ulaznice na razne manifestacije kulturnog, zabavnog, sportskog karaktera i sl., mogu se kombinirati u paket aranžman samo pod pretpostavkom da to nisu pomoćne usluge prijevozu i smještaju (npr. prijevoz od aerodroma do hotela, korištenje bazena u hotelu i sl.) i da čine znatan dio vrijednosti u paket aranžmanu.²⁸

Države članice EU su različito transponirale definiciju paket aranžmana uslijed klauzule minimalne harmonizacije. Neke su npr. obuhvatile ugovore koji sadrže samo jednu uslugu, druge su obuhvatile i kombinaciju usluga putovanja koje se pružaju kraće od 24 sata ili ne uključuju noćenje tzv. mali paket aranžmani (npr. prijevoz i obilazak grada bez noćenja-izleti), neke da *ostale turističke usluge* različite od prijevoza i smještaja ne moraju činiti znatan dio paket aranžmana.²⁹ Upravo ove, i slične razlike, otvorile su mnoga pitanja oko tumačenja nejasnih i nedovoljno određenih pojmova u definiciji paket aranžman, na što je u konačnici odgovor dao i Sud EU. U slučaju *Club Tour* Sud EU je zauzeo stav da pojam paket aranžman treba tumačiti na način da uključuje i putovanja koja je pripremila putnička agencija, na zahtjev i po specifikaciji potrošača ili grupe potrošača.³⁰ U istoj odluci Sud EU je odlučio da "unaprijed utvrđenu kombinaciju usluga" treba tumačiti tako da obuhvaća i kombinacije turističkih usluga koje su zajedno dogovorili potrošač i putnička agencija najkasnije u trenutku sklapanja ugovora.³¹ Na ovaj način relativiziran je jedan od uvjeta iz definicije paket aranžmana, jer prema mišljenju Suda EU ne bi smjelo biti važno kombiniraju li se usluge putovanja prije bilo kakvog kontakta s putnikom ili se to čini na njegov zahtjev. Ista načela trebalo bi primjenjivati neovisno o tome je li rezervacija obavljena u poslovnici agencije ili *online*. Međutim, ostalo je neriješeno pitanje *online* prodaje pojedinačnih usluga putovanja različitih trgovaca, iako potrošač za sve usluge plaća paušalnu cijenu.

Nesporno je da svrha putovanja nije bila uvjet pravne zaštite, pa su tako ulazila i putovanja u poslovne svrhe, jer neposlovne, privatne svrhe su se svakako podrazumijevale. Na ovom tragu ostaje i Direktiva 2015/2302. Npr. u presudi

²⁸ O pojmu paket aranžman vid. I. Tot, Paket-aranžman i potpomognuti putni aranžman, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta Rijeka*, v. 36, br. 1 (2015), 493 i dalje; Dž. Radončić, Analiza transpozicije Direktive 90/314 u zakonodavstva Bosne i Hercegovine, Republike Hrvatske i Republike Srbije, *Anali Pravnog fakulteta Univerziteta u Zenici*, 8/2008, 243 i dalje.

²⁹ H. Schulte-Nölke, C. Twigg-Flesner, M. Ebers (ed.), *EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Sellier, Munich, 2008, 238 *et seq.* (dalje: *EC Compendium*).

³⁰ C-400/00 *Club Tour*, par. 11, 12.

³¹ *Ibid.*, par. 17, 18.

*AFS Finland*³² Sud EU je odlučio da međunarodna razmjena studenata u svrhu obrazovanja, u trajanju od oko šest mjeseci ili godine, tijekom koje je student smješten besplatno u porodici domaćina kao da je njezin član nije paket aranžman u smislu Direktive 90/314/EEZ, jer se smještaj u porodicu ne može smatrati *smještajem* u smislu čl. 2. t. 1. sl. b). Isto tako, ovaj tip smještaja, kao i posjeta obrazovnim ustanovama u zemlji domaćinu ne može se podvesti ni pod *ostale turističke usluge* u smislu čl. 2. t. 1. sl. c). Kako pravila Direktive 90/314/EEZ putnicima nisu pružala zaštitu koja im je bila potrebna pri kupovini novih kombinacija usluga putovanja,³³ kao što je npr. *online* povezivanje pojedinačnih usluga različitih davatelja u jedan proizvod (dinamični paket aranžmani), to je uvedena nova sveobuhvatna definicija paket aranžmana.

4.2. Nova ekstenzivna definicija paket aranžmana

Predmetnim poljem primjene Direktive 2015/2302 obuhvaćeni su: a) prethodno pripremljeni (ili tradicionalni) paket aranžmani (*pre-arranged packages*) o kojima je već bilo riječi; b) prilagođeni (ili dinamični, kombinirani) paket aranžmani (*customised packages*), gdje npr. putnik izabire različite usluge putovanja sa jedne prodajne točke bilo *offline* ili *online*; c) povezani (ili potpomognuti) putni aranžmani (*linked travel arrangements*), gdje putnik npr. rezervira let na jednoj *web* stranici, koja ga zatim upućuje na drugu stranicu na kojoj može rezervirati hotel, s tim da druga rezervacija mora biti obavljena unutar 24 sata, ili, pak, situacija gdje putnik kupuje usluge putovanja na jednoj prodajnoj točki, ali kroz odvojene postupke rezervacija.

Prvi put predmetom regulacije Direktive 2015/2302 postaje *povezani putni aranžman*, sada kao uređen ugovor na tržištu putovanja, sa jasno određenim obavezama i odgovornostima trgovca prema putniku. Ova usluga nije bila regulirana Direktivom 90/314/EEZ, pa ni korisnici nisu uživali zaštitu kao kod paket aranžmana, već su ugovorni odnosi uređivani pretežno općim uvjetima poslovanja agencija. Povezani putni aranžman definiran je u čl. 3. t. 5. Direktive 2015/2302, gdje se naglašava da, iako postoji kombinacija različitih pojedinačnih usluga putovanja kupljenih za potrebe istog putovanja ili odmora, ipak se ne radi o paket aranžmanu, jer postoje i drugi uvjeti, koji služe za razlikovanje dva

³² Case C-237/97 *AFS Intercultural Programs Finland ry* [1999] ECR 1999 I-00825, par. 28-33.

³³ Npr. 67% građana EU pogrešno je smatralo da im pri kupovini "novih paket aranžmana" pripada zaštita potrošača. S druge strane, ovi kupci su bili puno izloženiji problemima u odnosu na korisnike klasičnih unaprijed pripremljenih paket aranžmana. Ako bi nastao problem prosječan trošak za kupca iznosio bi skoro 600 EUR, dok za tradicionalne paket aranžmane taj je trošak bio manji od 200 EUR. Ukupni gubitak za kupce "novih paket aranžmana" u EU bio je veći od 1 milijarde EUR godišnje. Communication 2013, 7.

ugovora. Povezani putni aranžman jeste alternativni poslovni model u odnosu na paket aranžman, koji je također oblik dinamičnog putnog aranžmana u kojem sudjeluje više davatelja usluga, razlika je u tome što svaki od njih odgovara za pravilno izvršenje ugovora o usluzi putovanja koju pruža, dok kod paket aranžmana za pravilno izvršenje svih usluga putovanja odgovara jedan trgovac kao organizator. Analiziranje pojma povezani putni aranžman u velikoj mjeri bi nas udaljilo od predmeta rada, tako da to ostavljamo za buduće istraživanje.

Promjena koncepta paket aranžman najbolje se može sagledati analiziranjem definicije iz čl. 3. t. 2. Direktive 2015/2302 prema kojoj "paket aranžman" podrazumijeva *kombinaciju najmanje dvije različite vrste usluga putovanja za potrebe istog putovanja ili odmora ako:*

- a) te usluge kombinira jedan trgovac, između ostalog na zahtjev ili u skladu s izborom putnika, prije nego što je sklopljen jedinstveni ugovor o svim uslugama; ili
- b) neovisno o tome jesu li sklopljeni zasebni ugovori s pojedinačnim davateljima usluga putovanja, ako se te usluge:
 - i. kupuju na jednoj prodajnoj točki i ako su odabrane prije nego što je putnik pristao platiti;
 - ii. nude, prodaju ili naplaćuju po paušalnoj ili ukupnoj cijeni;
 - iii. oglašavaju ili prodaju pod nazivom "paket aranžman" ili pod sličnim nazivom;
 - iv. kombiniraju nakon sklapanja ugovora kojim trgovac putniku daje pravo da bira između različitih vrsta usluga putovanja; ili
 - v. kupuju od pojedinačnih trgovaca putem povezanih postupaka online rezerviranja kada trgovac s kojim je sklopljen prvi ugovor dostavlja ime putnika, podatke o plaćanju i adresu e-pošte drugom trgovcu ili trgovcima, a ugovor s drugim trgovcem ili trgovcima sklopljen je najkasnije 24 sata nakon potvrde rezervacije prve usluge putovanja.

Kombinacija usluga putovanja kada se najviše jednu vrstu usluga putovanja, kako je navedeno u t. 1. t. (a), (b) i (c), kombinira s jednom ili više turističkih usluga, kako je navedeno u t. 1. t. (d), nije paket aranžman ako zadnje navedene usluge:

(a) ne čine znatan dio vrijednosti kombinacije, nisu oglašavane kao bitno obilježje kombinacije niti na neki drugi način predstavljaju bitno obilježje kombinacije; ili

(b) su odabrane i kupljene tek nakon što je počelo izvršenje usluge putovanja, kako je navedeno u t. 1. t. (a), (b) ili (c).

Radi boljeg razumijevanja ovako opsežne i složene definicije paket aranžmana istu ćemo analizirati u segmentima.³⁴ Na prvom mjestu paket aranžman i dalje podrazumijeva kombinaciju najmanje dvije različite vrste usluga putovanja³⁵ za potrebe istog putovanja ili odmora. Pojedinačne usluge putovanja predstavljaju jezgro paket aranžmana (kao i povezanog putnog aranžmana) jer upravo te različite usluge omogućavaju kreiranje novog, izvedenog i složenijeg proizvoda kao što je paket. Više različitih vrsta usluga putovanja spaja se u jedinstven pravni proizvod, a za čije pravilno izvršenje odgovornost snosi organizator.³⁶ Nakon ove generalne formulacije o kombinaciji više vrsta usluga putovanja, slijede *pretpostavke pod a) i b)* na osnovu kojih se određuje kada se kombinacija može smatrati paket aranžmanom, a kada to ipak ne može (posljednja alineja definicije). S obzirom na slobodu kombiniranja različitih vrsta usluga putovanja postalo je nebitno da li su usluge unaprijed pripremljene (sastavljene) bez sudjelovanja putnika, ili ih je trgovac pripremao prema zahtjevu ili izboru putnika, nakon čega se sklapa

³⁴ Detaljnije o elementima definicije paket aranžmana vid. J. Marin, *op. cit.*, 165-170.

³⁵ Pod "uslugom putovanja" podrazumijeva se: a) prijevoz putnika, b) smještaj koji nije neodvojivi dio prijevoza putnika i nije u boravišne svrhe, c) iznajmljivanje auta i drugih motornih vozila, d) bilo koja druga turistička usluga koja nije neodvojivi dio usluge putovanja u smislu točaka (a), (b) ili (c), čl. 3. t. 1. Direktive 2015/2302. Ova definicija je u odnosu na onu iz Direktive 90/314/EEZ proširena uvođenjem nove usluge putovanja i to iznajmljivanje auta i drugih motornih vozila.

Pojam prijevoz podrazumijeva sve oblike pogodne za transport putnika bez obzira na prijevozno sredstvo npr. autobusni, željeznički, avio, brodski prijevoz, kao i kombinacije istih. Pojam smještaj iz t. b) definiran je sa dva negativna kumulativna uvjeta, na način da smještaj nije sastavni dio usluge prijevoza putnika, bez obzira o kojem prijevoznom sredstvu se radi (npr. mogućnost noćenja u kupeu vlaka, broda i dr. ne može se smatrati smještajem u smislu Direktive, osim noćenja na kruzerima koji se smatra smještajem u smislu Direktive), i da nije u boravišne svrhe (npr. smještaj u boravišne svrhe, između ostalog za dugotrajne tečajeve stranog jezika, ne bi trebalo smatrati smještajem u smislu ove Direktive). Pod ostalim turističkim uslugama iz t. d) ne bi trebalo smatrati turističke usluge koje su sastavni dio neke druge usluge putovanja (prijevoza, smještaja, *rent a car*), koja je nesumnjivo glavna usluga. Ilustracije radi usluge putovanja iz t. d) su npr. ulaznice za koncerte, sportske događaje, izlete, zabavne parkove, razgledanje s vodičem, propusnice za skijališta, iznajmljivanje sportske opreme, *wellness* i sl. Pod ostalim turističkim uslugama iz t. d) ne smatra se prijevoz prtljage u okviru prijevoza putnika, manje usluge prijevoza, kao što su prijevoz putnika kao dio razgledavanja s vodičem ili transferi između hotela i aerodroma ili željezničke stanice, obroci, piće i čišćenje u okviru smještaja, ili pristup objektima na istoj lokaciji poput bazena, saune, prostora za *wellness* ili teretane za goste hotela. Financijske usluge poput putnih osiguranja ne bi također trebalo smatrati uslugama putovanja. Vid. t. 17. preambule Direktive 2015/2302.

³⁶ T. 8. preambule Direktive 2015/2302.

jedinstven ugovor za sve usluge - *pretpostavka pod a)*. Ovdje se zapravo radi o modalitetu klasičnog paket aranžmana, budući da se sklapa jedan ugovor s jednim trgovcem za sve usluge putovanja, koje se time objedinjuju u jednu uslugu - paket aranžman, s tom razlikom što se više ne mora raditi o unaprijed utvrđenoj kombinaciji usluga, dok je Direktiva 90/314/EEZ to izričito tražila.

Nadalje, u *pretpostavci pod b)* paket aranžman postoji i onda kada nije sklopljen jedan ugovor za sve usluge putovanja, kao u prethodnoj situaciji, već je sklopljeno više pojedinačnih ugovora bilo sa trgovcem, bilo sa različitim davateljima usluga putovanja, ali samo ako te kombinacije usluga ispunjavaju jedan od pet alternativnih kriterija. Ovih pet *objektivnih alternativnih kriterija*³⁷ uvedeno je iz razloga otklanjanja nejasnoća koje su postojale na tržištu, a odnosile su se na pitanje mogu li se određene usluge putovanja s obzirom na način na koji se nude, oglašavaju, rezerviraju, prodaju, naplaćuju i sl., smatrati paket aranžmanom ili ne? Putnici su često bili u zabludi pogrešno smatrajući da im pripada zaštita propisana Direktivom 90/314/EEZ, jer su bili uvjerenja da kupuju klasični paket aranžman, dok u poslovnoj praksi ti novi proizvodi slični paket aranžmanima (dinamični paket aranžmani), pa čak i oglašavani i prodavani pod tim nazivom, to nisu bili. U nekim od ovih alternativnih kriterijima mogu se prepoznati elementi iz ranije definicije paket aranžmana, tako primjerice da bi se radilo o paket aranžmanu, potrebno je da za sve usluge putovanja, koje nude ili prodaju različiti davatelji i za koje se sklapa više odvojenih ugovora, putnik na kraju ipak plaća *jedinstvenu ugovorenu ili paušalnu cijenu*. Sljedeći alternativni kriterij jeste da su različite vrste usluga putovanja kupljene na jednoj *prodajnoj točki*,³⁸ a te su usluge odabrane prije nego što ih putnik pristane platiti, odnosno u okviru istog postupka rezerviranja (*booking process*). Ovaj kriterij podrazumijeva primjerice situaciju kada putnik na istoj *web* stranici trgovca npr. *Booking.com* rezervira za potrebe ljetovanja apartman, prijevoz avionom i ulaznice za koncert (atrakcije), sve pojedinačne usluge su odabrane tokom istog postupka *online* rezerviranja, čime je kreiran paket aranžman, prije nego li putnik pristane platiti rezervirane usluge. Pri tome je nebitno kada će usluge biti stvarno i plaćene. Još jedan od alternativnih kriterija za postojanje paket aranžmana jeste taj da se usluge putovanja *oglašavaju ili prodaju* pod nazivom "paket aranžman" ili pod sličnim nazivom koji ukazuje na blisku povezanost između različitih usluga putovanja npr. "kombinirana

³⁷ T. 10. preambule Direktive 2015/2302.

³⁸ "Prodajna točka" znači svaki maloprodajni objekt, bilo nekretnina ili pokretnina, ili internetska stranica za maloprodaju ili sličan *online* sistem za prodaju, između ostalog kad se internetske stranice za maloprodaju ili online sistemi za prodaju putnicima predstavljaju kao jedinstven sistem, uključujući telefonsku službu. Čl. 3. t. 15. Direktive 2015/2302.

ponuda", "sve uključeno u cijenu" ili "aranžman u koji je sve uključeno" i sl.³⁹ Paket aranžmanom prema četvrtom alternativnom kriteriju smatra se i slučaj kada se usluge putovanja kombiniraju nakon sklapanja ugovora kojim trgovac putniku daje pravo da bira usluge putovanja, npr. to su paket aranžmani koji se nude kao poklon-paketi, gdje trgovac dozvoljava putniku da po svom izboru kombinira različite usluge putovanja nakon što je sklopljen ugovor o putovanju u paket aranžmanu.⁴⁰ Prema posljednjem, petom, alternativnom kriteriju paket aranžmanom smatra se i kombinacija različitih vrsta usluga putovanja, koje se kupuju od različitih trgovaca putem *povezenih postupaka online rezerviranja*, kada prvi trgovac s kojim je zaključen ugovor o nekoj usluzi putovanja, prosljeđuje podatke putnika i to njegovo ime, *mail* adresu i broj kartice drugom trgovcu ili trgovcima, a drugi ugovor je sklopljen najkasnije 24 sata nakon potvrde rezervacije prve usluge putovanja.⁴¹ Za nastanak tzv. *click-through* paket aranžmana bitna je upravo činjenica da jedan trgovac prosljeđuje lične podatke putnika drugom trgovcu, pa ih putnik ne mora ponovno unositi kada želi zaključiti ugovor o drugoj usluzi putovanja s novim trgovcem.

Posljednji dio definicije paket aranžmana negativno je određen u smislu pod kojim pretpostavkama kombinacija više vrsta usluga putovanja neće se smatrati paket aranžmanom. Shodno tome, kombinacija više vrsta usluga putovanja kada se najviše jedna usluga putovanja kao što je a) *prijevoz*, b) *smještaj* ili c)

³⁹ T. 10. preambule Direktive 2015/2302.

⁴⁰ T. 11. preambule Direktive 2015/2302.

⁴¹ *Ibid.* U kontekstu povezanih postupaka rezerviranja značajan je i stav Suda EU u slučaju C-478/12 *Armin Maletic, Marianne Maletic v. lastminute.com GmbH, TUI Österreich GmbH*, ECLI:EU:C:2013:735. Supružnici Maletic sa prebivalištem u Austriji rezervirali su i platili na *web* stranici *lastminute.com* putovanje u Egipat u paket-aranžmanu po cijeni od 1.858€ u razdoblju od 10-24.1.2012. Na svojoj *web* stranici društvo *lastminute.com*, sa sjedištem u Münchenu naznačilo je da djeluje kao putnički agent te da putovanje organizira TUI, društvo sa sjedištem u Beču. Rezervacija tužitelja odnosila se na hotel *Jaz Makadi Golf & Spa* u Hurghadi. Rezervaciju je potvrdio *lastminute.com* te ju je proslijedio TUI-ju. Zatim su supružnici Maletic od TUI-ja dobili "potvrdu/račun" dana 5.1.2012, koji je uz podatke o putovanju preuzete iz rezervacije *lastminute.com* spominjao ime drugog hotela *Jaz Makadi Star Resort Spa*, Hurghada. Tek po dolasku u Hurghadu tužitelji su primijetili pogrešku u vezi sa hotelom te su platili dodatak na cijenu od 1.036€ kako bi se mogli smjestiti u hotel koji su izvorno rezervirali na *web* stranici *lastminute.com*. Sud EU je u par. 29. zaključio da čak i ako bi se jednokratna radnja poput rezervacije kojom su supružnici Maletic rezervirali i platili putovanje u paket-aranžmanu na *web* stranici *lastminute.com* mogla razdvojiti na dva različita ugovorna odnosa, s jedne strane s *lastminute.com online* putničkom agencijom i s druge strane s TUI-jem kao organizatorom putovanja, ovaj drugi ugovorni odnos ne može se ocijeniti kao "isključivo domaći" jer je zbog činjenice da je ostvaren posredstvom putničke agencije iz druge države članice neodvojivo povezan s prvim ugovornim odnosom.

*iznajmljivanje vozila, kombinira s jednom ili više d) drugih turističkih usluga, nije paket aranžman ako druge turističke usluge: a) ne čine znatan dio vrijednosti kombinacije usluga, odnosno nisu oglašavane kao bitno obilježje kombinacije, niti na neki drugi način predstavljaju bitno obilježje kombinacije; ili b) ako su druge turističke usluge odabrane i kupljene tek nakon što je počelo pružanje usluge putovanja prijevoza, smještaja ili iznajmljivanja vozila. Tako npr. neće se raditi o paket aranžmanu ako se uz uslugu boravka u apartmanu kombinira druga turistička usluga, npr. obilazak grada u pratnji vodiča, zato što u ovoj kombinaciji druga turistička usluga po svojoj vrijednosti ne čini znatan dio vrijednosti kombinacije usluga. Kako bi se izbjegle nedoumice što se smatra *znatnim dijelom vrijednosti* i tako je li riječ o paket aranžmanu, dato je pojašnjenje da udio drugih turističkih usluga u vrijednosti kombinacije usluga treba iznositi 25% ili više⁴² (kriterij pod a). No, u slučaju npr. kada se nakon dolaska putnika u hotel, gdje je smještaj rezerviran kao pojedinačna usluga, druge turističke usluge naknadno dodaju, neće se raditi o paket aranžmanu (kriterij pod b). U ovakvim situacijama treba biti oprezan jer može doći do zaobilaženja Direktive na način da organizatori ili prodavci putniku unaprijed ponude izbor dodatnih turističkih usluga, a potom mu sklapanje ugovora za te usluge ponude tek nakon što je počelo izvršenje prve usluge putovanja.⁴³ Kombinacija samo dviju *drugih turističkih usluga*, bez da se one kombiniraju s uslugom prijevoza, smještaja ili iznajmljivanja vozila nije paket aranžman.⁴⁴*

Svi prethodno opisani slučajevi su modaliteti dinamičnih ili kombiniranih paket aranžmana, koji su sada dobili pravnu regulaciju i zaštitu. Važno je naznačiti da paket aranžman ne zahtijeva sklapanje jedinstvenog ugovora za kombinaciju različitih vrsta usluga putovanja sa jednim trgovcem, već se za kombinaciju različitih vrsta usluga putovanja može sklopiti više pojedinačnih ugovora sa različitim trgovcima ili davateljima usluga, ako ta kombinacija usluga putovanja zadovoljava neki od gore navedenih alternativnih kriterija. U čl. 3. t. 3. Direktiva 2015/2302 definira "ugovor o putovanju u paket aranžmanu" kao ugovor o paket aranžmanu kao cjelini ili, ako se paket aranžman pruža u okviru zasebnih ugovora, svi ugovori koji obuhvaćaju usluge putovanja uključene u paket aranžman. Navedno znači da se paket aranžman može realizirati izvršenjem

⁴² T. 18. preambule Direktive 2015/2302. Radit će se o paket aranžmanu, ako se npr. uz prijevoz kombinira ulaznica za utakmicu kao druga turistička usluga, jer vrijednost potonje može premašiti vrijednost prve usluge, ili utakmica u odnosu na prijevoz predstavlja bitno obilježje kombinacije, odnosno glavnu uslugu u toj kombinaciji, ili je kao takva oglašavana iako je vrijednost ulaznice za utakmicu ispod 25% vrijednosti u odnosu na vrijednost prijevoza.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ I. Tot, *op. cit.*, 503.

jednog ugovora, ali isto tako izvršenjem više zasebnih ugovora. Glavno obilježje paket aranžmana je to što jedan trgovac kao organizator odgovara za pravilno izvršenja usluga paket aranžmana kao cjeline.

Ranija direktiva kao jedan od uvjeta da bi se radilo o paket aranžmanu tražila je da se prethodno pripremljena kombinacija usluga putovanja pruža u vremenu dužem od 24 sata ili kraće ako uključuje uslugu smještaja sa noćenjem. Države članice su različito transponirale ovaj kriterij iz definicije paket aranžmana, a Direktiva 2015/2302 ga je izostavila. To ipak ne znači da se Direktiva 2015/2302 primjenjuje na sve paket aranžmane, u čl. 2. st. 2. propisana su isključenja iz predmetnog polja primjene. Tako isključeni su paket aranžmani koji traju kraće od 24 sata i ne uključuju noćenje, npr. jednodnevni izleti, jer su to kratka putovanja, pa je i potreba za zaštitom putnika manja, ujedno se izbjegava nepotrebno opterećenje za trgovce. Isti razlog isključenja odnosi se na paket aranžmane koji se povremeno i na neprofitnoj osnovi nude ili omogućuju i to samo ograničenoj skupini putnika. Npr. to su paket aranžmani koje humanitarne organizacije, sportski klubovi ili škole organiziraju za svoje članove ne više od nekoliko puta godišnje i to bez da ih nude javno.⁴⁵ I kao treće isključenje navode se poslovni putni aranžmani, ali samo oni koji su kupljeni na temelju okvirnog sporazuma s trgovcem specijaliziranim za organiziranje poslovnih putovanja.

5. Obaveza predugovornog informiranja putnika

Obaveza predugovornog informiranja zauzima značajno mjesto u Direktivi 2015/2302, kao što je to imala i u ranijoj direktivi, jer obje sadrže detaljne liste informacija o kojima putnik treba biti upoznat prije ugovornog obvezivanja. Iz prethodne pažljive analize definicije paket aranžmana jasno je da se radi o kompleksnoj kombinaciji (paketu) usluga putovanja, svaka pojedinačna usluga već je pravni proizvod za sebe, a spojene daju novi, složeniji. Zbog čega je važno da putnik, prije nego zaključi ugovor o paket aranžmanu bude obaviješten o svim elementima ugovora. Obaveza predugovornog informiranja već duže vrijeme je u fokusu interesiranja pravne nauke, iz razloga što je kao normativna paradigma postala jedno od obilježja potrošačkog prava,⁴⁶ a nema naznaka da bi se nešto u skorije vrijeme moglo promijeniti, čemu svjedoči i Direktiva 2015/2302. Efikasnost obaveze informiranja preispituje se s aspekta prosječnog potrošača, u smislu da li, i ako da, u kojoj mjeri doprinosi donošenju autonomne informirane odluke i osnaživanju potrošača, što vodi uspostavljanju objektivne

⁴⁵ T. 19. preambule Direktive 2015/2302.

⁴⁶ P. Mankowski, Information and Formal Requirements in EC Private Law, *European Review of Private Law*, 6/2005, 780-796.

ugovorne ravnoteže između trgovca i potrošača.⁴⁷ S druge strane, efikasnost obaveze informiranja ovisi o tome u kojoj mjeri i na koji način trgovci zaista ispunjavaju ovu obavezu.

5.1. Predugovorne informacije

Direktiva 2015/2302 u čl. 5. uređuje imperativnu obavezu predugovornog informiranja i propisuje koje informacije, kada i na koji način moraju biti pružene putniku. Ovo su informacijski zahtjevi, koji uključuju listu detaljnih informacija, zatim način i vrijeme kada informacije trebaju biti pružene, vodeći računa o zahtjevu transparentnosti. Predugovorno informiranje je jednostrana obaveza trgovca, a uloga je da se putnicima pruži jasnija slika i omogući bolja upućenost pri biranju između različitih vrsta paket aranžmana. Ako se usporede informacijski zahtjevi iz stare i nove direktive, jasno je da Direktiva 2015/2302 strože i opsežnije uređuje obavezu predugovornog informiranja.⁴⁸ U vrijeme Direktive 90/314/EEZ za oglašavanje paket aranžmana koristili su se uglavnom štampani reklamni materijali (brošure), dok danas je to internet oglašavanje, pa je i obaveza predugovornog informiranja prilagođena novom mediju.

Čl. 5. st. 1. Direktive 2015/2302 propisano je da prije nego što se putnik obaveže ugovorom ili obavezujućom ponudom na sklapanje ugovora o putovanju u paket aranžmanu, organizator je dužan putniku pružiti informacije koje su relevantne za paket aranžman, a odnose se na:

a) *glavne karakteristike usluga putovanja* - što uključuje sljedeće informacije: i. odredište/a putovanja, plan putovanja i razdoblja boravka, ako je uključen smještaj, onda i broj noćenja; ii. prijevozno sredstvo i njegove karakteristike, uključujući (ako je to moguće) točno mjesto i vrijeme polaska i povratka, te povremena zaustavljanja; iii. lokacija te glavne karakteristike smještaja, uključujući kategoriju prema pravilima zemlje odredišta; iv. plan ishrane; v. izleti ili druge usluge uključene u ukupnu ugovorenu cijenu paket aranžmana; vi. pruža li se putniku neka od usluga putovanja u okviru grupe, te približna veličina grupe; vii. jezik na kojem se pružaju druge turističke usluge, ako je to relevantno; viii. informacija da li je paket aranžman generalno prikladan za osobe sa smanjenom pokretljivošću, te na zahtjev putnika detaljne informacije o prikladnosti s obzirom na njegove potrebe;

b) firmu i geografsku adresu organizatora, broj telefona i email adresu;

⁴⁷ Vid. M. Schaub, How to Make the Best of Mandatory Information Requirements in Consumer Law, *European Review of Private Law*, 1/2017, 28-30.

⁴⁸ Čl. 3. Direktive 90/314/EEZ.

- c) *ukupnu cijenu paket aranžmana* u koju su uključeni porezi i sve dodatne naknade, takse i troškovi;
- d) *način plaćanja*, uključujući avansno plaćanje, ili financijske garancije koje putnik treba platiti ili osigurati;
- e) *najmanji broj osoba potreban za realizaciju paket aranžmana* i rok za mogući raskid ugovora ako taj broj ne bude ispunjen;
- f) *opće informacije o putnim ispravama i vizama*, uključujući približno vrijeme potrebno za pribavljanje viza te informacije o zdravstvenim formalnostima zemlje odredišta;⁴⁹
- g) informacije o raskidu ugovora od strane putnika prije početka paket aranžmana;
- h) *informacije o osiguranju i vrstama pokrivenih rizika*.

Za slučaj da se paket aranžman prodaje putem prodavca (prodavac nije organizator, on samo prodaje ili nudi na prodaju pakete koje je kombinirao organizator) i prodavac je obavezan putniku pružiti sve predugovorne informacije,⁵⁰ uključujući i svoje kontakt podatke (firma, adresa, telefon, *mail* adresa). To znači da će iste predugovorne informacije putnik dobiti dva puta, od organizatora i prodavca, dok prema ranijoj direktivi brošuru sa svim informacijama potrošaču je dostavljao ili organizator ili prodavac. U t. 24. preambule Direktive 2015/2302 naglašava se da u odnosu na paket aranžmane prodavci, zajedno s organizatorom, trebali bi biti odgovorni za pružanje predugovornih informacija. Kako bi se olakšala komunikacija, posebice u prekograničnim slučajevima, putnici bi trebali moći stupiti u kontakt s organizatorom i putem prodavca kod kojeg su kupili paket aranžman.

Kako bi se pojednostavilo i olakšalo ispunjenje obaveze predugovornog informiranja, trgovcima su na raspolaganju standardni informacijski obrasci, koji se daju u prilogu direktiva. Obrazac sadrži standardne predugovorne informacije, koje se moraju objaviti i staviti na raspolaganje putniku prije sklapanja ugovora, pa i Direktiva 2015/2302 u uvodnom dijelu čl. 5. st. 3. upućuje na obrazac iz Priloga I. dio A ili dio B.⁵¹ U obrascu su sažeta najznačajnija prava

⁴⁹ U t. 28. preambule Direktive 2015/2302 se navodi da informacije o približnom vremenu potrebnom za dobijanje vize mogu se pružiti u obliku upućivanja na službene informacije zemlje odredišta, npr. link koji upućuje na *web* stranicu ambasade te zemlje.

⁵⁰ Uvodni dio čl. 5. st. 3. Direktive 2015/2302.

⁵¹ U dijelu A je obrazac gdje se na početku, uokvirena nalazi izjava o tome da je kombinacija usluga paket aranžman, da je organizator odgovoran za ispunjenje paketa, kao i njegova odgovornost

koja putnicima pruža Direktiva 2015/2302, a već na početku obrasca, nalazi se posebno istaknuta izjava trgovca o pravnoj prirodi usluge koju nudi ili prodaje. Prije nego se, dakle, upusti u detaljno predugovorno informiranje potencijalnih putnika, trgovac je prethodno obavezan informirati sve posjetitelje *web* stranice o tome koje usluge im nudi, paket aranžmane ili povezane putne aranžmane. Zbog velike sličnosti sa paket aranžmanima, a ipak nižeg nivoa zaštite koju uživaju putnici, trgovci su obavezni na jasan i lako uočljiv način, prije nego što putnik pristane platiti, navesti nude li im paket aranžman ili povezani putni aranžman, te pružiti informacije o odgovarajućoj razini zaštite. Od država članica se očekuje da vode računa o istinitosti izjava trgovca o pravnoj prirodi proizvoda iz područja usluga putovanja koje nude putnicima.⁵² Zbog velike sličnosti upravo jasna i transparentna izjava trgovca ključna je putnicima za razlikovanje ova dva turistička proizvoda, a time se ujedno postiže i veći stupanj transparentnosti na tržištu.⁵³

Za paket aranžmane, koji se sastoje od više vrsta usluga putovanja, koje se kupuju od različitih davatelja usluga putem povezanih postupaka *online* rezerviranja, svaki je davatelj usluge dužan pružiti putniku informacije od a) do h), ako je to relevantno za uslugu koju pruža. Istovremeno s ovom obavezom davatelja usluge, organizator (prvi davatelj s kojim je sklopljen ugovor o nekoj usluzi, koji prosljeđuje lične podatke o putniku drugom davatelju) je također dužan putniku pružiti standardne informacije putem obrasca iz Priloga I. dio C.⁵⁴ To znači da bi organizator mogao ispuniti svoju obavezu informiranja putem obrasca, on treba biti upućen u sadržaj ugovora o usluzi putovanja, koji je putnik sklopio sa drugim davateljem. Standardni obrasci, koji se koriste za predugovorno informiranje (dio A, dio B, dio C) prilagođeni su načinu komunikacije, odnosno sklapanja ugovora, ovisno o tome da li se ugovor o paket aranžmanu sklapa putem sredstava daljinske komunikacije, u poslovnici ili

za slučaj insolventnosti, dok za sve ostale informacije o najvažnijim pravima iz Direktive 2015/2302 putnik se upućuje linkom na *web* stranicu trgovca.

U dijelu B je obrazac sa svim prethodno navedenim elementima koje organizator, a prema potrebi i prodavac, pružaju putniku ako je ugovor o paket aranžmanu sklopljen telefonom (izjava o pravnoj prirodi usluge, rezime najznačajnijih prava), uključujući i informacije od a) do h).

⁵² T. 16. preambule Direktive 2015/2302.

⁵³ Putnici koji koriste povezane putne aranžmane ne uživaju sva ona prava koja imaju putnici u paket aranžmanu, opseg prava im je sveden na predugovorno informiranje, te ograničenu zaštitu u slučaju insolventnosti. Vid. Aneks II Direktive 2015/2302. Osim toga t. 48. preambule upućuje na izmjenu Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača, koja se i dalje primjenjuje na pojedinačne usluge putovanja, koje su dio povezanog putnog aranžmana.

⁵⁴ Čl. 5. st. 2. Direktive 2015/2302.

putem drugih kanala distribucije. Npr. ako se ugovor sklapa *online* tada se i predugovorne informacije pružaju upućivanjem na *web* stranicu trgovca, za slučaj da je to telefonom tada se i predugovorne informacije saopćavaju putniku usmeno telefonom, ako se ugovor sklapa u prisustvu ugovornih strana u poslovnicu predugovorne informacije se daju u pisanom obliku.

5.2. Zahtjev transparentnosti

Zahtjev transparentnosti neodvojiv je element obaveze informiranja, jer upućuje na koji način informacije trebaju biti pružene putniku kako bi imao koristi od njih. Sve potrošačke direktive nameću trgovcima dužnost transparentnog informiranja s jednim ciljem, a to je da bi potrošači mogli donositi informirane odluke prije ugovornog obvezivanja. U čl. 5. st. 3. Direktiva 2015/2302 propisuje da sve predugovorne informacije relevantne za paket aranžman moraju se pružiti na jasan, razumljiv i lako uočljiv način. Kada se te informacije pružaju u pisanom obliku, one moraju biti čitljive.

Načelo ili zahtjev transparentnosti objedinjuje najmanje tri aspekta: *predstavljanje informacija* – informacije trebaju biti prezentirane na način da ih potrošač nije mogao ne uočiti prije sklapanja ugovora; *razumljivost informacija* – informacije trebaju biti formulirane na način da potrošač može razumjeti šta mu informacije prenose; *jezik informacija* – informacije se trebaju pružiti na jeziku kojim je potrošač ovladao (materinji jezik).⁵⁵ Zahtjev transparentnosti posebno dolazi do izražaja kada su informacije o bitnim aspektima ugovora po svom karakteru pravno, ekonomski i tehnički složene. U tom slučaju informacije je potrebno svesti na "jezik" koji prosječan potrošač razumije, u protivnom nije zadovoljeno načelo transparentnosti. Da bi ispunio zahtjev transparentnosti organizator bi trebao uzeti u obzir način na koji putnici čitaju i procesuiraju informacije, te sredstvo putem kojeg se nudi ili prodaje usluga, kako bi putnici prije rezerviranja ili plaćanja usluge bili svjesni svih relevantnih podataka. Ugovor o paket aranžmanu je mješoviti ugovor, koji sadrži elemente drugih teretnih ugovora, kao i veliki broj drugih potrošačkih ugovora koji se koriste u pravnom životu, to je standardni ugovor sačinjen od unaprijed pripremljenih standardnih klauzula. Transparentno prezentiranje informacija znači i da one nisu zamaskirane u općim uvjetima i tako nevidljive, kao i da se vodi računa o veličini slova, rasporedu informacija, isticanju značajnijih i sl. Kako se paket aranžmani danas pretežno rezerviraju i kupuju *online*, to je trgovcima puno lakše na *web* stranici prezentirati

⁵⁵ M. Loos, Double Dutch - On the role of the transparency requirement with regard to the language in which standard contract terms for B2C-contracts must be drafted, *Journal of European Consumer and Market Law*, 2/2017, 54.

informacije na način da neke od njih budu manje ili više uočljivije od drugih (*trader-friendly web-design*).⁵⁶ To je npr. slučaj kada su neke bitne informacije postavljene na samom dnu stranice ili kada poseban link upućuje na drugu *web* stranicu na kojoj se nalaze preostale informacije. Načelo transparentnosti u predugovornoj fazi omogućava usporedivost ponuda usluga paketa različitih trgovaca i izbor najpovoljnije, jer standardne informacije, koje su pružene putem informativnog obrasca trebaju biti razumljive i jasne za prosječnog putnika. Predugovorne informacije iz čl. 5. Direktive 2015/2302 od a) do h) mogu se smatrati bitnim informacijama, jednako kako je Sud EU u slučaju *Ving Sverige*⁵⁷ odlučio da su to informacije iz čl. 3. Direktive 90/314/EEZ, te stoga moraju biti prezentirane već prilikom poziva na kupovinu tj. oglašavanja proizvoda ili usluga, ako to nije slučaj radi se o zavaravajućem izostavljanju.⁵⁸

5.3. Koncept ranjivog putnika

Zanimljivo je primijetiti da Direktiva 2015/2302, među rijetkim potrošačkim direktivama – izuzetak predstavlja Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi, obraća pažnju na "ranjivog potrošača", u ovom slučaju "ranjivog putnika".⁵⁹ Ranjivi potrošač nalazi se nasuprot "prosječnog potrošača", to je koncept koji je kreiran i razvijen od strane Suda EU, a normativno našao se jedino u Direktivi 2005/29/EZ. Prosječan potrošač je potrošač koji je dobro informiran, dovoljno racionalan i pažljiv.⁶⁰ To je standard ponašanja u europskom potrošačkom pravu i svu pravnu zaštitu uživa samo takav potrošač. Istovremeno prosječan potrošač je visok pravni standard, koji u obzir ne uzima individualna svojstva pojedinačnog potrošača, dok s druge strane većina potrošača u stvarnosti je ispod tog nivoa.⁶¹ Od prosječnog potrošača se očekuje da čita i razumije predugovorne informacije, sve dok su one pružene na jasan, razumljiv i lako uočljiv način i ne mogu potrošača dovesti u zabludu.⁶² Potrošači, koji ne obraćaju pažnju na pružene informacije, ne čitaju ih niti ulažu dovoljno napora

⁵⁶ M. Schaub, *op. cit.*, 41.

⁵⁷ Slučaj C-122/10 *Konsumentombudsmannen v Ving Sverige AB*, ECLI:EU:C:2011:299, par. 25.

⁵⁸ Čl. 7. st. 4. i 5. Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi, te čl. 29. Direktive 2015/2302. Vid. M. Loos, Precontractual information obligations for package travel contracts, *Journal of European Consumer and Market Law*, 3/2016, 127.

⁵⁹ J. Luzak, Vulnerable Travellers in the Digital Age, *Journal of European Consumer and Market Law*, 3/2016, 130.

⁶⁰ Vid. t. 18. preambule i čl. 4. Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi.

⁶¹ A. Petrović, E. Bikić, *Pravo zaštite potrošača: Obaveza informiranja i pravo na odustanak*, Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli, Tuzla, 2018, 113-118.

⁶² J. Luzak, *op. cit.*, 131-132.

da ih razumiju, prema ovom standardu ne uživaju zaštitu, bez obzira na individualna svojstva koja ih određuju i čine ranjivim (npr. pismenost, dob, zdravstveno stanje, lakovjernost i dr.).

Direktiva 2015/2302 u t. 25. preambule navodi da prilikom pružanja predugovornih informacija trgovac bi trebao uzeti u obzir specifične potrebe putnika, koji su posebno ranjivi zbog svoje dobi ili fizičke slabosti, a koje je trgovac mogao razumno predvidjeti. Osim ovog općeg apela iz preambule, Direktiva 2015/2302 ne sadrži konkretne odredbe, niti nameće konkretne dužnosti trgovcima, izuzev u čl. 5. st. 1. t. a) viii gdje na zahtjev putnika trgovac je obavezan pružiti informaciju je li paket aranžman pogodan za osobe ograničene pokretljivosti. Osim ove informacije, trgovci nisu dužni u obzir uzimati posebna svojstva ni potrebe putnika zbog kojih bi određeni putnici bili posebno ranjivi, pa time i izuzeti iz kategorije prosječnog potrošača.⁶³ Direktiva 2015/2302 je na pomalo simboličan način ukazala na potrebu dodatne zaštite putnika, koji ulaze u skupinu ranjivih (maloljetnici, starije osobe, invalidne osobe i sl.). Time je priznato da jednak nivo zaštite ne odgovara svima, jer nekima je opravdano potrebno više. Ali, s druge strane, izostala je svaka normativna razrada ove intencije, nisu utvrđeni objektivni kriteriji na osnovu kojih bi se testirala ranjivost, na način da li je npr. obaveza informiranja ispunjena na transparentan način (kako zahtjeva čl. 5. st. 3.) imajući u vidu posebna svojstva i potrebe putnika. Drugim riječima, ostaje na Sudu EU da u buduću razradi ovaj koncept, isto kao što je detaljno razvio koncept prosječnog potrošača.

5.4. Obavezujući karakter predugovornih informacija

Predugovorne informacije imaju obavezujući karakter s obzirom da determiniraju sadržaj ugovora. Iz tog razloga je važno da putnik, prije nego pristupi ugovoru o putovanju u paket aranžmanu (jer se u pravilu radi o standardnom ugovoru), prethodno se upozna sa svim bitnim aspektima ugovora, pa tek onda informirano odluči želi li sklopiti ugovor ili ne. Predugovorne informacije iz čl. 5. st. 1. Direktive 2015/2302 i to: a) *informacije o glavnim karakteristikama usluga putovanja*, c) *ukupnoj cijeni paket aranžmana*, d) *načinu plaćanja cijene*, e) *najmanjem broju putnika potrebnog za realizaciju paketa* i g) *informacije o raskidu ugovora od strane putnika, čine sastavni dio ugovora o putovanju u paket aranžmanu i ne smiju se mijenjati osim ako se ugovorne strane o tome izričito drugačije dogovore*. Organizator i, prema potrebi, prodavac, na jasan, razumljiv i lako uočljiv način dostavljaju putniku, prije sklapanja ugovora o putovanju u

⁶³ *Ibid.*, 133-134.

paket aranžmanu, sve izmjene predugovornih informacija (čl. 6. st. 1. Direktive 2015/2302).

U praksi turističkih agencija uobičajeno je postalo da u materijalima za oglašavanje, brošurama navedu samo neke informacije o paket aranžmanu, a za sve preostale informacije putnike upućuju na svoje *web* stranice, što je bilo praktičnije iz više razloga. Brošure kao štampani, i prethodno pripremljeni materijali sadržavale su samo ograničene informacije o bitnim karakteristikama usluga putovanja i indikativnu cijenu paket aranžmana. Zato što bi bilo kakve promjene cijene ili drugih uvjeta pružanja usluga iz paketa značile automatski i potrebu štampanja novih brošura, a time i dodatne troškove za agencije,⁶⁴ jer su informacije iz brošure bile obavezujuće za organizatora ili prodavca. Zbog prednosti novih komunikacijskih tehnologija, prvenstveno internet oglašavanja, brošura kao štampani materijal izgubila je značaj sredstva informiranja, a time i normativni značaj koji joj je namijenila Direktiva 90/314/EEZ. Prema Direktivi 90/314/EEZ brošura je morala sadržavati transparentno izraženu cijenu paket aranžmana i listu predugovornih informacija bitnih za ugovor o paket aranžmanu. Informacije iz brošure bile su obavezujuće za organizatora ili prodavca, uz dva izuzetka – ako je potrošač o izmjeni informacija bio jasno obaviješten prije sklapanja ugovora, što je u brošuri moralo biti izričito navedeno, te ako je do izmjena došlo naknadno, nakon što su ugovorne strane o izmjenama postigle dogovor.⁶⁵ Prvi izuzetak upravo je i omogućavao lako zaobilaznje obavezujućeg dejstva brošure. Bilo je dovoljno u brošuri navesti da će o svim eventualnim izmjenama uvjeta ugovora putnik biti na vrijeme obaviješten prije njegovog sklapanja, pri tome nije bilo određeno na koji način, to je moglo biti putem *web* stranice, i time brošura i ono što je u njoj bilo navedeno više nije bilo obavezujuće. Osim toga, nije bilo izričito propisano da predugovorne informacije iz brošure čine sastavni dio ugovora o paket aranžmanu.

Direktiva 2015/2302 sada otklanja spomenute nedorečenosti, tako što izričito propisuje da određene predugovorne informacije čine sastavni dio ugovora o putovanju u paket aranžmanu. Naime, ključne informacije, kao što su one o glavnim karakteristikama usluga putovanja ili cijenama, koje se kao dio predugovornih informacija navode u oglasima, na *web* stranicama organizatora ili u brošurama, obavezujuće su za organizatora, osim ako je organizator zadržao pravo izmijeniti te elemente, i osim ako je putnik o tim izmjenama na jasan,

⁶⁴ Directorate General for Internal Policies, Policy Department a: Scientific and Economic Policy, Implementation of the Package Travel Directive, March 2012, 24. Dostupno na: <http://www.europarl.europa.eu/studies>.

⁶⁵ Čl. 3. st. 2. Direktive 90/314/EEZ.

razumljiv i lako uočljiv način obaviješten prije sklapanja ugovora o putovanju u paket aranžmanu. Međutim, s obzirom na nove komunikacijske tehnologije koje omogućuju lako ažuriranje, više nema potrebe za utvrđivanjem posebnih pravila za brošure, ali je primjereno osigurati da se putnika obavijesti o izmjenama predugovornih informacija. Pored navedenog, ugovorne strane prilikom sklapanja ugovora o paket aranžmanu uvijek se mogu dogovoriti o izmjeni predugovornih informacija, što znači nije dozvoljeno organizatoru da jednostrano izmijeni objavljene predugovorne informacije i uključi ih u ugovor.⁶⁶

Potpunu novinu u odnosu na Direktivu 90/314/EEZ predstavlja st. 2. čl. 6. Direktive 2015/2302, kojim se uređuje situacija za slučaj da organizator, odnosno prodavac, nisu ispunili sve zahtjeve vezano za predugovorno informiranje o dodatnim naknadama, taksama ili ostalim troškovima, koji ulaze u ukupnu cijenu paket aranžmana, tada putnik neće biti dužan platiti iste. Sa aspekta putnika zasigurno najvažnija informacija jeste informacija o cijeni usluge koju pribavlja, iz tog razloga bitno je da bude upoznat sa svim elementima koji utječu na njezinu visinu (takse, naknade, troškovi). No, ponekad nije moguće unaprijed znati i izračunati sve naknade i troškove koji određuju konačnu cijenu, u toj situaciji putniku je potrebno jasno naznačiti vrste dodatnih troškova koje će možda morati snositi. Ukoliko bi dakle organizator, odnosno prodavac, propustio informirati putnika prije sklapanja ugovora o tim dodatnim elementima koji utječu na cijenu, putnik ih neće biti obavezan ni platiti.

6. Zaključak

Moderniziranje potrošačkog prava u posljednje dvije decenije nije zaobišlo ni turističku djelatnost, čiji dalji razvoj više nije bilo moguće zamisliti bez autonomije putnika da putem interneta odabiru, rezerviraju i sklapaju usluge putovanja u pakete po svojoj mjeri, te da pri tome uživaju maksimalnu zaštitu svojih prava. Usvajanje Direktive 2015/2302 odgovor je na pojavu velikog broja novih turističkih proizvoda i potrebu širenja zaštite potrošača u ovoj oblasti. Mnoga rješenja iz Direktive 90/314/EEZ više nisu odgovarala suvremenom internet dobu, postala su zastarjela i neprimjenjiva, jer je tržište usluga putovanja u odnosu na ono kakvo je bilo 90-tih godina značajno evoluiralo. Direktiva 2015/2302 donosi nova rješenja, prošireno je polje primjene uvođenjem ekstenzivne definicije paket aranžmana ali i, po prvi put, definicije povezani putni aranžman. Pored proširenja opsega primjene, Direktiva (EU) 2015/2302 inovira i druge definicije, od kojih su mnoge postale složenije u pravnom i tehničkom smislu, što će zasigurno otvoriti određena pitanja i nejasnoće kako

⁶⁶ T. 26. preambule Direktive 2015/2302.

prilikom transponiranja direktive tako i u primjeni. Direktiva 2015/2302 vrlo opsežno i temeljito uređuje i druga pitanja, kao što je obaveza predugovornog informiranja, sklapanje i sadržaj ugovora o putovanju u paket aranžmanu, izmjene ugovora prije početka paket aranžmana, izvršenje usluga paket aranžmana, zaštita u slučaju insolventnosti, zahtjevi u vezi sa informiranjem za povezane putne aranžmane, s tim da analiza istih može biti predmet nekih budućih istraživanja, jer uveliko bi premašili zadane okvire ovog rada. Cilj rada bio je upoznati naučnu i stručnu javnost sa usvajanjem nove Direktive 2015/2302, razlozima koji su to potaknuli, te ključnim novinama u personalnom i predmetnom polju primjene. Također, analizirana je obaveza predugovornog informiranja u smislu koje točno informacije, kada i na koji način trebaju biti pružene putnicima, jer ova jednostrana obaveza prepoznata je kao instrument uspostavljanja ugovorne ravnoteže.

Anita Petrović*

Traveller Protection before the Conclusion of the Package Travel Contract

Abstract

Consumer protection is a very dynamic legal area at European Union level as is seen by frequent adoption of new legal solutions tailored to the needs and interests of consumers and the development of the market. Consequently, one of the segments of regulation is the tourism market, ie the travel services market regulated by Directive (EU) 2015/2302 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on package travel and linked travel arrangements. Directive 2015/2302 does not use the term consumer, but the traveller, but still remains part of the consumer *acquis*, which is evident from its purpose and protection mechanisms. The aim of this paper is to present to the scientific and professional public the new Directive 2015/2302, the motives for its adoption, and the changes that the Directive brings in the personal and subject area of application. A special chapter is dedicated to the information obligations, where

* PhD, Associate professor at the Faculty of Law, University of Tuzla.

author analyzes pre-contractual information, the principle of transparency, and the binding character of pre-contractual information.

Keywords: Directive 2015/2302, traveller, travel service, package travel, pre-contractual information duty.