



# NOVI KONCEPT USKLAĐENOSTI ROBE S UGOVOROM PREMA DIREKTIVI (EU) 2019/771

Prethodno naučno saopštenje  
UDK: 339.54:366.5

DOI 10.51558/2712-1178.2022.8.2.7

Dr. sc. Anita Petrović, vanredni profesor  
Pravi fakultet Univerziteta u Tuzli  
e-mail: anita.petrovic@untz.ba

## SAŽETAK

*Značajne promjene u potrošačkom pravu prodaje dogodile su se usvajanjem nove Direktive (EU) 2019/771 o određenim aspektima ugovora o prodaji robe, koja je tradicionalno pravo prodaje modernizirala u skladu sa potrebama digitalizacije. Iako slijedi koncept svoje prethodnice Direktive 1999/44/EZ kada je u pitanju usklađenosti robe s ugovorom ipak donosi i sasvim nova pravna rješenja. Umjesto načela usklađenost s ugovorom, Direktiva (EU) 2019/771 propisuje kombinaciju jasnih subjektivnih i objektivnih kriterija usklađenosti, pri čemu u cilju bolje zaštite potrošača favorizira objektivne kriterije. S druge strane, imajući u vidu da je definicija pojma “roba” proširena tako da obuhvaća i “robu s digitalnim elementima” to su kriteriji usklađenosti dopunjeni i novim zahtjevima koji odgovaraju takvoj robi, kao što je npr. obaveza ažuriranja. Druga važna promjena tiče se stupnja harmonizacije, pa umjesto minimalne harmonizacije države članice su se suočile s klauzulom maksimalne harmonizacije kojom je pogođena većina odredaba nove direktive. Cilj rada je kritički analizirati kriterije usklađenosti robe budući da su nova pravila kojim se uređuje odnos između subjektivnih i objektivnih kriterija usklađenosti jedna od najznačajnijih promjena koja se dogodila u europskom pravu prodaje posljednjih dvadeset godina.*

**Ključne riječi:** roba, roba s digitalnim elementima, usklađenost s ugovorom, subjektivni i objektivni kriteriji usklađenosti, Direktiva (EU) 2019/771

## 1. Razlozi reforme prava prodaje

Reforma prava prodaje u Europskoj uniji (dalje: EU) uspostavljenog Direktivom 1999/44/EZ o određenim aspektima prodaje

potrošačke robe i o jamstvima za takvu robu<sup>1</sup> (dalje: Direktiva 1999/44/EZ) zvanično je započela 2015. godine usvajanjem prvog *Prijedloga direktive o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu*<sup>2</sup>. Prijedlog direktive jedna je od zakonodavnih mjera najavljena *Strategijom jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu*<sup>3</sup> čiji je cilj imati potpuno usklađena i modernizirana pravna pravila, koja mogu odgovoriti na tehnološke i komercijalne promjene koje se zbog digitalizacije događaju vrlo brzo. Stoga je uz ovaj prijedlog ponuđen i *Prijedlog direktive o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja*.

Prvim Prijedlogom direktive bila je obuhvaćena samo prodaja robe putem interneta i drugih sredstava daljinske komunikacije. Međutim, u samom obrazloženju teksta se primjećuje kako izostavljanje neposredne prodaje (*face-to-face*), s obzirom da prodaja često istovremeno usključuje više kanala distribucije, stvara rizik od dublje fra-

- 
- 1 Direktiva 1999/44/EZ o određenim aspektima prodaje potrošačke robe i o jamstvima za takvu robu, OJ 1999 L171/12 izmijenjena Direktivom 2011/83/EU, OJ 2011 L 304/64.
  - 2 Prijedlog Direktive Europskog parlamenta i Vijeća o određenim aspektima ugovora o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu, Bruxelles, 9.12.2015., COM(2015) 635 final. Naime, reforma prava prodaja se može pratiti i kroz usvajanje *Zelene knjige o strateškim opcijama za napredak prema europskom ugovornom pravu za potrošače i poduzetnike*, COM (2010) 348 final, 1.7.2010. godine, gdje je Komisija predlagala različite mogućnosti/opcije za buduće napredovanje u procesu harmonizacije ugovornog *acquisa*. Na tragu jedne od opcija Komisija je predložila opcionalno zajedničko europsko pravo prodaje predstavljeno u vidu *Prijedloga Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o zajedničkom europskom pravu prodaje*, COM(2011) 635 final, (CESL). No, iako je Komisija već 2014. godine zvanično odustala od CESL-a, ipak mnoga pravna rješenja CESL-a su preuzeta u Prijedlog Direktive o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu i Prijedlog direktive o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja, posebice zato što je CESL svojim poljem primjene obuhvaćao ugovore koji za predmet imaju digitalni sadržaj.
  - 3 Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, *Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu*, COM(2015) 192 final, Brisel, 6.5.2015.

gmentacije prava prodaje. Nakon provedenih istraživanja i prikupljenih odgovora o učinkovitosti postojećeg zakonodavstva, tj. Direktive 1999/44/EZ, Europska komisija 2017. godine izlazi sa izmijenjenim *Prijedlogom Direktive o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu*<sup>4</sup> u kojem predlaže da osim prodaje robe na daljinu bude obuhvaćena i neposredna prodaja. Cilj izmijenjenog Prijedloga direktive su usklađena pravila koja će se jedinstveno primjenjivati na sve ugovore o prodaji između poduzetnika i potrošača bez obzira na način sklapanja ugovora, a sve kako bi se potaknuo rast prekogranične trgovine. Izmijenjenim prijedlog direktive predviđeno je tako potpuno usklađivanje pravila o kriterijima usklađenosti robe, te hijerarhiji i načinima primjene pravnih lijekova dostupnih potrošačima.<sup>5</sup>

Kamen spoticanja i razlog reforme prava prodaje bila je upravo klauzula minimalne harmonizacije na kojoj se temeljila Direktiva 1999/44/EZ. Detektirano je naime da zbog razlika u nacionalnim ugovornim pravilima o zaštiti potrošača trgovci se u velikoj mjeri suzdržavaju od prekograničnog poslovanja. Primjerice, mnoge države članice odlučile su proširiti područje primjene Direktive 1999/44/EZ i na ugovore o prodaji koji nisu potrošački. Izvor problema i nejasnoća bile su i definicije osnovnih pojmova poput pojmova „potrošač“, „prodavac“, „roba široke potrošnje“, dok izostavljanjem definicije pojma „ugovor o prodaji“ ostavljen je prostor državama članicama da rješenje pronađu u definiciji ugovora o prodaji koja već postoji u

---

4 Izmijenjeni prijedlog Direktive Europskog parlamenta i Vijeća o određenim aspektima ugovora o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu, izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća i Direktive 2009/22/EZ Europskog parlamenta i Vijeća te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, Bruxelles, 31.10.2017., COM(2017) 637 final.

5 Više o pravnim rješenjima iz Prijedloga direktive vidi Kanceljak, I., „*Reform of consumer sales law of goods and associated guarantees - possible impact on Croatian private law*“, EU and comparative law issues and challenges series (ECLIC), 2, 586-612.; Straetmans, G., Meys, S., *The New Proposals for Directives Concerning Digital Content and Online/Distance Sales, What impact on consumer protection?* u: Claey's, I., Terryn, E., (eds.), *Digital Content and Distance Sale, New Developments at EU Level*, Intersentia, 2017., 309-354.

svim nacionalnim ugovornim pravima.<sup>6</sup> Vezano za instrumente zaštite potrošača jezgro Direktive 1999/44/EZ predstavljao je čl. 2. kojim se uređuje usklađenost robe s ugovorom, pritom države članice su na različite načine prenijele kriterije usklađenosti. Neke države članice se nisu odlučile za pretpostavku usklađenosti, već su radije postavile zahtjeve koje roba mora ispunjavati da bi odgovarala ugovoru i sl. Razlike između prava država članica bile su i po pitanju prava potrošača u slučaju neusklađenosti robe. Iako su sve države članice usvojile hijerarhiju pravnih lijekova propisanu čl. 3. Direktive 1999/44/EZ odstupanja su ipak postojala, kako po pitanju izbora potrošača u pogledu korištenja pravnih lijekova, tako i vezano za kriterij „neraszmjernosti“ i kriterij „nemogućnosti“, zatim za tumačenje pojma „besplatno“ i sl. Dalja odstupanja postojala su i po pitanju roka tijekom kojeg je prodavac odgovorao za neusklađenost, jer je Direktiva 1999/44/EZ predviđala regulatorne mogućnosti za skraćivanje dvogodišnjeg roka kada je u pitanju polovna roba, obaveza obavještanja o neusklađenosti u roku od dva mjeseca, te mogućnost suspenzija dvogodišnjeg roka i dr.<sup>7</sup>

Direktiva 1999/44/EZ je izmijenjena i dopunjena horizontalnom Direktivom 2011/83/EU o pravima potrošača<sup>8</sup> u smislu da je u čl. 2. po prvi put definiran “ugovor o prodaji”, zatim sadržana je definicija pojma “roba”, “javna dražba”, “komercijalno jamstvo”, te u čl. 18. i 20. pravila o isporuci robe i prijelazu rizika, no, ipak to nije bilo dovoljno da se popune praznine i otklone postojeće razlike u nacionalnim pravima. Iako je uređivala samo pojedine aspekte ugovora o potrošačkoj prodaji nesporno je da je Direktiva 1999/44/EZ imala snažan utjecaj

---

6 Canavan, R., *Contract of sale*, u: Twigg-Flesner, C., (ed.) *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2016., 271.

7 Detaljnije o razlikama između nacionalnih prava nakon preuzimanja Direktive 1999/44/EZ vidi Twigg-Flesner, C., *Consumer Sales Directive (99/44/EC)* u: Schulte-Nölke, H., Twigg-Flesner, C., Ebers, M., (eds.) *EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Sellier, Munich, 2008., 407-450.

8 Direktiva 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 25.10.2011. o pravima potrošača, kojom se mijenja Direktiva 93/13/EEZ i Direktiva 1999/44/EZ i opoziva Direktiva 85/577/EEZ i Direktiva 97/7/EZ, OJ L 304, 22.11.2011.



i na opće ugovorno pravo država članica. Najbolji primjer za to je Njemačka koja je radi implementacije Direktive 1999/44/EZ odlučila potpuno reformirati obligaciono pravo sadržano u Građanskom zakoniku (BGB).

Konačno, važno je uzeti u obzir i vrijeme kada je usvojena Direktiva 1999/44/EZ, jer tada internet prodaja realno nije niti postojala, pa su njezina pravila usmjerena samo na konvencionalnu prodaju. Tako npr. u slučaju internet prodaje kupcima je bilo bolje, za slučaj da prodana roba ima neki nedostatak, primjeniti pravo na bezrazložni odustanak iz Direktive 2011/83/EU, nego se izlagati primjeni njima nepoznatog nacionalnog prava o odgovornosti prodavca za neusklađenost robe.<sup>9</sup> Isto tako pravila Direktive 1999/44/EZ nisu mogla odgovoriti ni zahtjevima suvremenih digitalnih tehnologija, jer u svakodnevnom životu konvencionalnu potrošačku robu u velikoj mjeri zamijenila je *pametna roba*, tj. roba koja funkcionira zahvaljujući tome što je u nju ugrađen ili je povezana sa digitalnim sadržajem ili digitalnom uslugom. Veliki broj uređaja su upravo uređaji koji generiraju, pohranjuju i prenose podatke, npr. pametni sat, pametni telefon, pametni televizor, pametni frižider itd. To su sve obične materijalne pokretne stvari koje u sebi imaju ugrađene digitalne podatke kao što su softver ili aplikacije i bez kojih ne bi mogle normalno funkcionirati.

Sve prethodno navedeno imalo je za posljedicu da je dana, 20.5.2019. godine usvojena nova *Direktiva (EU) 2019/771 o određenim aspektima ugovora o prodaji robe*<sup>10</sup> (dalje: Direktiva (EU) 2019/771) kojom je izvan snage stavljena Direktiva 1999/44/EZ, a koja se u državama članicama primjenjuje od 1.1.2022. godine. Radi se o direktivi ciljane maksimalne harmonizacije kojom se uređuju pojedini aspekti ugovora o prodaji zaključenog između poduzetnika i potrošača, a posebice pravila o usklađenosti robe s ugovorom, pravni lijekovi za slučaj neusklađenosti, način korištenja pravnih lijekova, te komercijalna

---

<sup>9</sup> Canavan, R., *op. cit.*, 280.

<sup>10</sup> Direktiva (EU) 2019/771 Europskog parlamenta i Vijeća od 20.5.2019. o određenim aspektima ugovora o prodaji robe, izmjeni Uredbe (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/EZ, OJ L 136, 22.5.2019.

jamstva.<sup>11</sup> Istog dana usvojena je i *Direktiva (EU) 2019/770 o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja i digitalnih usluga*.<sup>12</sup> Nove direktive se međusobno dopunjuju, te iako uređuju ista pravna pitanja njihova materijalna područja primjene se ne preklapaju budući da Direktiva (EU) 2019/771 uređuje ugovore o prodaji robe, dok Direktiva (EU) 2019/770 uređuje ugovore o isporuci digitalnog sadržaja ili digitalnih usluga. Most između dvije direktive jeste *roba s digitalnim elementima* za čije je pravilno funkcioniranje upravo potreban digitalni sadržaj ili digitalna usluga.<sup>13</sup> No, kako bi se izbjeglo preklapanje između direktiva u čl. 3. st. 3. Direktive (EU) 2019/771 jasno je postavljena ta granica.<sup>14</sup>

## 2. Usklađenost robe s ugovorom

Usklađenost predmeta ugovora s ugovorom bio je centralni institut regulacije Direktive 1999/44/EZ, a to je ostao i u Direktivi (EU) 2019/771 samo što je prilagođen novim zahtjevima internet prodaje i pametne robe.

Usklađenost s ugovorom (*conformity with the contract*) potječe iz anglosaksonskog prava, dok iz perspektive kontinentalnog prava to bi bila odgovornost za materijalne nedostatke ispunjenja, iako se iz-

---

11 Vidi čl. 1. Direktive (EU) 2019/771.

12 Direktiva (EU) 2019/770 Europskog parlamenta i Vijeća od 20.5.2019. o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja i digitalnih usluga, OJ L 136, 22.5.2019.

13 Vidi t. 13. preambule Direktive (EU) 2019/771.

14 Čl. 3. st. 3. Direktive (EU) 2019/771 propisano je da se ne primjenjuje na ugovore o isporuci digitalnog sadržaja ili digitalnih usluga. Ona se, međutim, primjenjuje na digitalni sadržaj ili digitalne usluge koji su ugrađeni u robu ili su povezani s robom u smislu čl. 2. t. 5. sl. b) i koji se isporučuju zajedno s robom na temelju ugovora o prodaji, neovisno o tome isporučuje li takav digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu prodavac ili treća strana. U slučaju dvojbe o tome čini li isporuka ugrađenog ili povezanog digitalnog sadržaja ili ugrađene ili povezane digitalne usluge dio ugovora o prodaji, pretpostavlja se da su digitalni sadržaj ili digitalna usluga obuhvaćeni ugovorom o prodaji.

među ovih pravnih instituta nikako ne može staviti znak jednakosti.<sup>15</sup> Direktiva 1999/44/EZ je prihvatila anglosaksonski pristup usklađenosti s ugovorom redigiran u čl. 35. UN Konvencije o međunarodnoj prodaji robe (CISG) prema kojem nedostatak usklađenosti je jedna od bitnih povreda ugovora,<sup>16</sup> pa time kada ono što je ispunjeno ne odgovara onome što je ugovoreno postoji povreda ugovorne obaveze, odnosno nedostatak usklađenosti ispunjenja.<sup>17</sup>

Usprkos određenim odstupanjima i nova Direktiva (EU) 2019/771 slijedi pristup Direktive 1999/44/EZ, te ostaje na tragu pravnog instituta usklađenosti ispunjenja. Međutim, za razliku od Direktive 1999/44/EZ koja je propisivala opće pravilo usklađenosti robe s ugovorom, Direktiva (EU) 2019/771 odustaje od jednog takvog općeg pravila te propisuje precizne subjektivne i objektivne kriterije usklađenosti robe s ugovorom. Imajući u vidu da je definicija pojma “roba” shodno čl. 2. t. 5. sl. b) Direktive (EU) 2019/771 proširena i na “robu s digitalnim elementima”<sup>18</sup> to su kriteriji usklađenosti dopunjeni i novim zahtjevima koji odgovaraju takvoj robi. Primjerice takva roba mora posjedovati funkcionalnost, kompatibilnost, interoperabilnost, zatim za tu vrstu robe se veže i obaveza ažuriranja digitalnog elementa ugrađenog u nju i bez kojeg ne bi mogla normalno funkcionirati i sl. Ukoliko bi se, pak, pojavio neki problem samo u vezi ugrađenog ili povezanog digitalnog sadržaja ili digitalne usluge i u tom slučaju bi se radilo o neusklađenosti robe što bi podrazumijevalo primjenu

---

15 Misita, N. (2019.), *Evropska unija, zaštita potrošača*, Revicon, Sarajevo, 319.

16 Magnus, U., *Consumer sales and associated guarantees*, u: Twigg-Flesner, C., (ed.) *The Cambridge Companion to European Union Private Law*, Cambridge University Press, 2010., 249.; Opširnije vidi Mak, V. (2009.), *Performance-Oriented Remedies in European Sales of Goods Law*, Hart Publishing, Oxford and Portland, Oregon.

17 Staudenmayer, D., „*The Directive on the Sales of Consumer Goods nad Associated Guarantees – A Milestone in the European Consumer and Private Law*“, *European Review of Private Law*, Vol. 8., No. 4/2000, 551.; Misita, N., op. cit., 320.

18 Prema čl. 2. t. 5. sl. b) Direktive (EU) 2019/771 „roba s digitalnim elementima” je bilo koja materijalna pokretnina koja ima ugrađen digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu ili je povezana s njima tako da bi odsutnost tog digitalnog sadržaja ili te digitalne usluge onemogućila funkcioniranje te robe.

Direktive (EU) 2019/771.

Prilikom određivanja pojma povrede ugovora za koju prodavac odgovara Direktiva 1999/44/EZ je polazila kako je već istaknuto od općeg pravila usklađenosti s ugovorom postavljenog u čl. 2. st. 1. prema kojem *prodavac mora potrošaču isporučiti robu koja je u skladu s ugovorom o prodaji*. Slijedom općeg zahtjeva usklađenosti svako odstupanje od ugovorenih svojstava i kvaliteta robe predstavljalo je neusklađenost ili nedostatak, što je povlačilo odgovornost prodavca. Opće pravilo usklađenosti s ugovorom prednost daje onome što su stranke ugovorile u odnosu na objektivna svojstva i kvalitet robe, pa je prema tome nedostatak na robi definiran negativno kao svako odstupanje od ugovorenog.<sup>19</sup>

Međutim, kao kompromisno rješenje različitih pravnih tradicija država članica, pored općeg pravila usklađenosti (subjektivnih kriterija), Direktiva 1999/44/EZ je u čl. 2. st. 2. propisivala i u kojim situacijama će se ipak smatrati da je roba usklađena s ugovorom.<sup>20</sup> Riječ je bila dakle o oborivoj pretpostavci usklađenosti.<sup>21</sup> Razlog za uvođenje dodatnih subjektivno-objektivnih kriterija sadržanih u oborivoj pretpostavci bio je taj što se u praksi puno češće događa da ugovorne strane ne preciziraju ili ne preciziraju dovoljno sva svojstva i kvalitet

---

19 Petrić, S., *Ugovorna odgovornost prodavatelja*, u: Miščenić, E., Kunda I., Petrić, S., et al., *Europsko privatno pravo, Posebni dio*, Školska knjiga, Zagreb, 2021., 50.

20 Shodno čl. 2. st. 2. Direktive 1999/44/EZ za robu se podrazumijevalo da je u skladu s ugovorom ako:

a) odgovara opisu koji je prodavac dao potrošaču i odgovara uzorku ili modelu;

b) prikladna je za posebnu svrhu za koju je potrošač treba i s kojom je upoznao prodavca u trenutku sklapanja ugovora i na koju je prodavac pristao;

c) prikladna je za upotrebu u svrhe za koju se stvari iste vrste obično koriste;

d) ima kvalitet i funkcionalnost uobičajene za tu vrstu robe i koje potrošač može razumno očekivati, s obzirom na prirodu robe i javne izjave o specifičnim osobinama robe prodavca, proizvođača ili njegovog predstavnika, iznesene posebno prilikom reklamiranja ili na etiketama.

21 Petrić, S., „Odgovornost za materijalne nedostatke stvari prema novom Zakonu o obveznim odnosima“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta Rijeka*, vol. 27, br. 1/2006, 103.



robe, ili kupac može imati očekivanja koja su uobičajena za robu koju kupuje a ugovorom nije ništa određeno. Ako bi dakle bili ispunjeni svi zahtjevi čl. 2. st. 2. smatralo se da je isporučena roba u skladu s onim što je ugovoreno. S obzirom da se radilo o oborivoj pretpostavci potrošač je mogao dokazivati suprotno, u smislu da i roba koja ispunjava sve zahtjeve iz čl. 2. st. 2. ipak nije u skladu s ugovorom. Iako je Direktiva 1999/44/EZ na prvo mjesto postavila subjektivne kriterije koji se temelje na načelu slobode ugovaranja, pa je tako nedostatak postojao uvijek kada roba nije bila u skladu s ugovorom, ipak propisivala je i dodatne subjektivne - sl. a) i b) i objektivne - sl. c) i d) kriterije za pretpostavljanje usklađenosti upravo kako bi se njima osigurala zaštita potrošača.<sup>22</sup>

Direktiva (EU) 2019/771 iako prihvaća postojeći koncept usklađenosti s ugovorom ipak donosi bitne promjene, a to je da napušta opći zahtjev usklađenosti s ugovorom i umjesto toga propisuje subjektivne i objektivne kriterije usklađenosti. Drugim riječima, koncept usklađenosti u Direktivi (EU) 2019/771 više ne počiva na principu usklađenosti kao što je to bilo u čl. 2. st. 1. Direktive 1999/44/EZ, već novi koncept usklađenosti sada počiva na kombinaciji jasnih i preciznih subjektivnih i objektivnih kriterija u pogledu usklađenosti.<sup>23</sup> Pri tome Direktiva (EU) 2019/771 naglasak stavlja na objektivne kriterije, tj. na propisane dodatne zahtjeve u pogledu svojstva koja roba mora imati da bi bila prikladna za uobičajenu upotrebu i koja potrošač može razumno očekivati. Uvođenje subjektivnih i objektivnih kriterija usklađenosti najznačajnija je promjena koja se dogodila u potrošačkom pravu prodaje<sup>24</sup> posljednjih dvadeset godina.

Druga bitna promjena je to što su kriteriji usklađenosti, pravni lijekovi za slučaj neusklađenosti i način njihovog ostvarivanja sada odredbe maksimalne harmonizacije.<sup>25</sup> Na ovaj način državama članicama je uskraćena sloboda da odstupaju od odredaba Direktive (EU) 2019/771, što je posebice relevantno kada su u pitanju objektivni kri-

22 Vidi t. 7. preambule Direktive 1999/44/EZ.

23 Carvalho, J. M., „Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services-Overview of Directives 2019/770 and 2019/771“, (July 18, 2019) dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3428550>, 11.

24 Schulze, R., Zoll, F. (2021.), *European Contract Law*, Third Edition, Nomos, Baden-Baden, 222.

25 Vidi čl. 4. Direktive (EU) 2019/771.

teriji usklađenosti propisani čl. 7., jer se upravo ovom odredbom propisuju minimalni osnovni standardi kvaliteta i ispravnosti robe ispod kojih ugovorne strane ne mogu ići.<sup>26</sup>

U čl. 5. Direktiva (EU) 2019/771 propisuje *prodavac potrošaču isporučuje robu koja ispunjava zahtjeve navedene u čl. 6. (subjektivni kriteriji usklađenosti), čl. 7. (objektivni kriteriji usklađenosti) i čl. 8. (kriterij pravilnog montiranja robe) ako je primjenjivo, ne dovodeći pritom u pitanje čl. 9. (prava trećih osoba)*. Iz odredbe proizlazi da su subjektivni i objektivni kriteriji usklađenosti kumulativni, pa da bi roba bila usklađena moraju biti zadovoljeni i jedni i drugi. Za razliku od Direktive 1999/44/EZ nova Direktiva (EU) 2019/771 u čl. 9. izričito proširuje odgovornost prodavca i za pravne nedostatke robe (*odgovornost za evikciju*), dok je to pitanje ranije bilo stvar opredjeljenja država članica.

## 2.1. Subjektivni kriteriji usklađenosti

Subjektivni kriteriji usklađenosti su oni kriteriji ili zahtjevi definirani autonomijom volje. To su svojstva i kvalitet robe koji su ugovorne strane dogovorile da roba mora imati.

No, u praksi ugovorena svojstva robe zapravo su ona koja je odredio sam trgovac, a potrošač na njih samo pristao potpisom ili klikom miša. Potrošač kao pristupnik ugovoru, bilo da se radi o tradicionalnoj ili internet prodaji, u pravilu ne može utjecati na sadržaj ugovora, pa time ni na ugovorena svojstva robe (subjektivne kriterije). Potrošač često nije ni svjestan tih kriterija, jer su skriveni među sitno tiskanim odredbama ugovora.<sup>27</sup> Iz ovih razloga postoje objektivni kriteriji usklađenosti. To su svojstva robe koja ne proizlaze iz ugovora i na njih ne može utjecati ni prodavac ni potrošač, već su ta svojstva određena drugim objektivnim faktorima, kao npr. razumna očekivanja prosječnog potrošača, svojstva za uobičajenu upotrebu robe, isto-

---

26 O tome vidi Twigg-Flesner, C., *Conformity of Goods and Digital Content/Digital Services* u: Arroyo Amayuelas, E., Cámara Lapuente, S., (eds.), *El Derecho privado en el nuevo paradigma digital*, Barcelona-Madrid, Marcial Pons, 2020., dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3526228>, 4-6.

27 Mańko, R., *Towards new rules on sales and digital content, analysis of the key issues*, European Parliamentary Research Service, March 2017., 8.

vjetnost uzorku ili modelu i sl.

Više naginjanje zakonodavca subjektivnim ili objektivnim kriterijima usklađenosti je zapravo pitanje njegove opredjeljenosti stupnju zaštite potrošača. Preferiranje objektivnih kriterija u odnosu na subjektivne je više u interesu potrošača. Međutim, snaga zaštite potrošača koju propisuje zakonodavac ipak ovisi o balansiranju između objektivnih i subjektivnih kriterija kao i mogućnosti odstupanja od istih. Iz perspektive potrošača najbolja opcija je da su objektivni kriteriji načelno obvezujući a da je odstupanje moguće samo u korist potrošača.<sup>28</sup>

Direktiva 1999/44/EZ je više naginjala subjektivnim kriterijima budući da je kao opće pravilo postavila obavezu da isporučena roba mora biti u skladu s ugovorom o prodaji. Za razliku od navedenog, Direktiva (EU) 2019/771, iako po numeraciji objektivne kriterije (čl. 7.) smješta nakon subjektivnih (čl. 6.), više naginje objektivnim kriterijima usklađenosti. U slučaju da ugovorom nije ništa određeno u pogledu svojstava i kvaliteta robe objektivni kriteriji moraju biti ispunjeni. Iz čega proizlazi da su objektivni kriteriji zapravo obavezan minimum zahtjeva koje roba mora zadovoljiti u svim slučajevima, dok subjektivni kriteriji samo nadopunjuju objektivne, iako se može činiti da nije tako.<sup>29</sup>

Općenito govoreći usklađenost robe s ugovorom procjenjuje se tako što se uspoređuje ono što je ugovoreno s onim što je ispunjeno. Iz tog razloga važno je imati precizne kriterije pomoću kojih se može odrediti sadržaj ugovorne obaveze dužnika kako bi se kasnije lakše moglo provjeriti je li dužnik tj. prodavac svoju obavezu uredno ispunio. Kriteriji usklađenosti robe (i subjektivni i objektivni) pružaju jasnoću šta potrošač može očekivati od robe i za šta prodavac može odgovarati u slučaju da ne isporuči ono što se od njega očekuje.<sup>30</sup>

U čl. 6. Direktiva (EU) 2019/771 propisuje *subjektivne kriterije usklađenosti*, koji proizlaze iz konkretnog ugovornog odnosa prodavca i potrošača, dok u čl. 7. propisuje *objektivne kriterije usklađenosti*, koji postoje neovisno o volji ugovornih strana, a dio konkretnog ugovornog odnosa postaju zato što je to nešto što je uobičajeno za robu

---

28 *Ibidem*, 9-10.

29 Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 7-8.

30 Vidi t. 25. preambule Direktive (EU) 2019/771.

određene vrste i što su to razumna očekivanja potrošača. Kako bi se zaštitili legitimni interesi ugovornih strana shodno čl. 5. Direktive (EU) 2019/771 usklađenost se procjenjuje na temelju i subjektivnih i objektivnih kriterija.

U subjektivne kriterije usklađenosti prema čl. 6. Direktive (EU) 2019/771 ulaze zahtjevi da, *roba osobito, mora:*

- a) *odgovarati opisu, vrsti, količini i kvaliteti te posjedovati funkcionalnost, kompatibilnost, interoperabilnost i druge karakteristike kako je utvrđeno ugovorom o prodaji;*
- b) *biti prikladna za bilo koju posebnu namjenu za koju je potrebna potrošaču i s kojom je potrošač upoznao prodavca najkasnije u trenutku sklapanja ugovora a na koju je prodavac dao pristanak;*
- c) *biti isporučena sa svom dodatnom opremom i uputama, uključujući upute za montiranje, kako je utvrđeno ugovorom o prodaji; i*
- d) *biti isporučena s ažuriranjima kako je utvrđeno ugovorom o prodaji.*

Navedeni subjektivni kriteriji usklađenosti rezultat su slobode ugovaranja, pa da bi neki od ovih kriterija iz čl. 6. bio relevantan za procjenu usklađenosti isporučene robe isti mora biti i ugovoren. Drugim riječima, ako ugovor o prodaji ne sadrži bilo sve, bilo samo određene subjektivne kriterije onda se oni neće ni primjenjivati. Iako su subjektivni kriteriji u čl. 6. Direktive (EU) 2019/771 sada jasno precizirani u odnosu na opće pravilo usklađenosti iz čl. 2. st. 1. Direktive 1999/44/EZ prema kojem isporučena roba mora biti u skladu s ugovorom o prodaji, suštinske razlike između pravnih rješenja zapravo i nema, budući da se na kraju sve svodi na zahtjev prodavcu da se pridržava uvjeta definiranih ugovorom o prodaji.

Na početku odredbe čl. 6. navodi se *kako bi bila u skladu s ugovorom o prodaji, roba osobito mora* što upućuje da se radi o neiscrpnj listi kriterija, pa nema prepreke da ugovorne strane pored navedenih ugovore i niz drugih zahtjeva.<sup>31</sup> Subjektivni zahtjevi usklađenosti se tako odnose na opis i vrstu, količinu i kvalitet robe; zatim podobnost robe za korištenje u posebne namjene o kojoj je potrošač upoznao prodavca a on na to pristao; isporuku dodatne opreme i uputa, posebno uputa za ugradnju ili montiranje (instalaciju) robe; te ažuriranje robe

---

31 Schulze, R., Zoll, F., *op. cit.*, 223.

s digitalnim elementima. Pored ugovorenih zahtjeva u subjektivne kriterije ulaze i svi zahtjevi vezano za karakteristike robe koji proizlaze iz predugovornih informacija, jer predugovorne informacije su prema Direktivi 2011/83/EU sastavni dio ugovora o prodaji.<sup>32</sup>

Određeni kriteriji iz čl. 6. Direktive (EU) 2019/771 su preuzeti iz čl. 2. st. 2. Direktive 1999/44/EZ, dok određeni kriteriji se uvode po prvi put jer predmet ugovora o prodaji je i pametna roba za koju su bitna svojstva kompatibilnost, interoperabilnost i ažuriranja.

Tako u čl. 6. pod sl. a) nalazi se već poznati kriteriji, a to je opis kao najosnovniji aspekt usklađenosti koji zahtijeva da potrošaču bude isporučena roba opisana u ugovoru. Pored opisa tu su još i vrsta robe, zatim količina i kvalitet. Kriteriji količine i kvaliteta nisu bili propisani Direktivom 1999/44/EZ, već se sada prvi put propisuju, pa tako ako prodavac isporuči manju ili veću količinu robe od ugovorene postoji nedostatak usklađenosti. Što se tiče kriterija kvaliteta robe prednost ima ugovoreni kvalitet pod uvjetom da je taj nivo kvaliteta veći od propisanog. Ovo iz razloga jer je kvalitet robe ujedno i objektivni kriterij usklađenosti, pa se ugovorom ne može ići ispod propisanog nivoa kvaliteta (to bi bio neki uobičajeni ili srednji kvalitet). Potpuno novi kriteriji usklađenosti u čl. 6. sl. a) su *kompatibilnost* i *interoperabilnost* jer se Direktiva (EU) 2019/771 primjenjuje i na pametnu robu. Pored nova dva kriterija tu je i od ranije poznat kriterij *funkcionalnost*, a sva tri kriterija su definirana u čl. 2. Direktive (EU) 2019/771. Tako “funkcionalnost” znači *spособnost robe da izvršava funkcije s obzirom na svoju svrhu*<sup>33</sup>, “kompatibilnost” znači *spособnost robe da funkcionira s hardverom ili softverom s kojima se obično koristi roba iste vrste, a da tu robu, hardver ili softver pritom nije potrebno konvertirati*<sup>34</sup>, te „interoperabilnost” znači *spособnost robe da*

32 Vidi t. 26. preambule Direktive (EU) 2019/771. Naime, Direktiva 2011/83/EU sadrži dvije liste predugovornih informacija i to u čl. 5. i čl. 6. Predugovorne informacije propisane čl. 5. odnose se na ugovore o prodaji zaključene na konvencionalan način, dok predugovorne informacije iz čl. 6. odnose se na ugovore na daljinu i ugovore zaključene izvan poslovnih prostorija. Prema čl. 6. st. 5. predugovorne informacije čine sastavni dio ugovora i ne mogu se mijenjati osim ako ugovorne strane izričito drugačije ne dogovore.

33 Čl. 2. t. 9. Direktive (EU) 2019/771.

34 Čl. 2. t. 8. Direktive (EU) 2019/771.

funkcionira s hardverom ili softverom drugačijim od onih s pomoću kojih se obično koristi roba iste vrste<sup>35</sup>. Naime, funkcionalnost, kompatibilnost i interoperabilnost su primarno karakteristike digitalnog sadržaja i digitalnih usluga, pa se ovi kriteriji odnose na robu sa digitalnim elementima. Funkcionalnost, kompatibilnost i interoperabilnost su istovremeno i objektivni kriteriji usklađenosti.

U čl. 6. pod sl. b) također je kriterij preuzet iz čl. 2. st. 2 Direktive 1999/44/EZ, a riječ je o prikladnosti robe za upotrebu u namjene koje izlaze izvan okvira njezine redovne ili uobičajene upotrebe. U slučaju da potrošač namjerava koristiti kupljenju robu u posebne namjene o toj namjeni dužan je ne samo upoznati prodavca najkasnije u trenutku sklapanja ugovora, nego prodavac mora na to i pristati. Ovaj kriterij je rezultat slobode ugovaranja, pa nema smetnje da ugovorne strane se sporazumiju o upotrebi robe u neke posebne namjene u koje se roba takve vrste uobičajeno ne koristi. Međutim, prilikom primjene ovog kriterija mogu se pojaviti određene dileme. Primjerice, nije precizirano koliko detaljno potrošač mora informirati prodavca o posebnoj namjeni, jer ukoliko ga ne upozna sa svim relevantnim informacijama u pogledu određene namjene a on pristane, može se dogoditi da kasnije prodavac osporava svoj pristanak i time odgovornost za navodnu neusklađenost.<sup>36</sup>

Kao poseban subjektivni kriterij Direktiva (EU) 2019/771 pod sl. c) u čl. 6. uvodi zahtjev da roba mora biti isporučena sa svom dodatnom opremom kao i uputama vezano za pravilnu upotrebu robe, uključujući tu i upute za montiranje ako se radi o robi takve vrste. Ovaj kriterij je ujedno propisan i kao objektivni.

Obaveza ažuriranja (*updates*) pod sl. d) iz čl. 6. je poseban subjektivni kriterij usklađenosti robe s digitalnim elementima i odnosi se isključivo na taj ugrađeni ili povezani digitalni element. Razlog uvođenja novog kriterija je neprestan tehnološki razvoj zbog čega digitalni element brzo zastarijeva i potrebno mu je stalno unaprijeđenje. Ažuriranja mogu poboljšati i unaprijediti digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu koji su element robe, proširiti njihove funkcionalnosti, prilagoditi ih tehničkom razvoju, zaštititi ih od novih sigurnosnih prijetnji ili poslužiti u druge svrhe. Stoga se

---

35 Čl. 2. t. 10. Direktive (EU) 2019/771.

36 Vidi Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 10-11.



usklađenost robe s digitalnim elementima procjenjuje i s obzirom na to jesu li digitalni sadržaj ili digitalna usluga koji su element takve robe ažurirani u skladu s ugovorom o prodaji. Neispravna ili nepotpuna ažuriranja digitalnog elementa, pa čak i neisporuka ugovorenih ažuriranja smatraju se neusklađenošću pametne robe, jer sve ovo znači da obaveza ažuriranja nije ispunjena na način utvrđen ugovorom o prodaji.<sup>37</sup> Ugovorne strane mogu ugovoriti vrlo širok spektar ažuriranja digitalnog sadržaja, od onih osnovnih sigurnosnih, do mnogo naprednijih ažuriranja kojim se unaprijeđuje digitalni sadržaj, no ako bi prodavac propustio isporučiti potrošaču ugovorena ažuriranja to bi značilo neusklađenost robe s digitalnim elementima i odgovornost prodavca. Obaveza ažuriranja javlja se i kao subjektivni i objektivni kriterij usklađenosti pametne robe. Primarna svrha odredaba o ažuriranju je održavanje pametne robe u skladu s ugovorom tijekom određenog vremena, a ne samo u trenutku isporuke.

## 2.2. Objektivni kriteriji usklađenosti

Direktiva 1999/44/EZ naglasak je stavljala na subjektivne kriterije, tj. ugovorena svojstva robe, međutim Direktiva (EU) 2019/771 mijenja pristup i naglasak stavlja na objektivne kriterije, tj. propisana svojstva robe. Kako je već istaknuto objektivni kriteriji su propisani zahtjevi u pogledu svojstava i kvaliteta robe. Ovi kriteriji se primjenjuju uvijek bez obzira na ono šta je određeno u konkretnom ugovoru o prodaji. Imajući u vidu da se ugovori o prodaji, posebno internet prodaja, sklapaju pristupanjem ugovornim uvjetima pripremljenim od strane prodavca, to propisani minimalni zahtjevi ukladenosti robe pogoduju zaštiti potrošača, jer ugovorom se ne može ići ispod propisanih zahtjeva, nego samo preko njih.

U čl. 7. Direktiva (EU) 2019/771 propisuje objektivne kriterije usklađenosti kao obavezan minimum usklađenosti robe. Pri tom imajući u vidu detaljne obaveze koje je sve potrebno ispuniti da bi roba zadovoljila objektivne kriterije minimum usklađenosti ne znači istovremeno da je u pitanju nizak nivo usklađenosti.<sup>38</sup> Kao i u pret-

---

37 Vidi t. 28. preambule Direktive (EU) 2019/771.

38 Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 13.

hodnom slučaju određeni objektivni kriteriji su preuzeti iz Direktive 1999/44/EZ, ali isto tako uvedeni su i neki novi zbog robe s digitalnim elementima.

U čl. 7. st. 1. Direktive (EU) 2019/771 propisano je *pored ispunjavanja svih subjektivnih zahtjeva u pogledu usklađenosti, roba mora:*

- a) *biti prikladna za upotrebu u svrhe za koje bi se roba iste vrste uobičajeno koristila, uzimajući u obzir, ako je primjenjivo, sve postojeće propise Unije i nacionalne propise, tehničke standarde ili, ako takvih tehničkih standarda nema, primjenjive kodekse ponašanja u dotičnom sektoru;*
- b) *odgovarati kvaliteti i opisu uzorka ili modela koji je prodavac stavio na raspolaganje potrošaču prije sklapanja ugovora;*
- c) *biti isporučena s dodatnom opremom, uključujući ambalažu, upute za montiranje ili druge upute, čiji primitak potrošač može razumno očekivati; i*
- d) *odgovarati količini i posjedovati ona svojstva i druge karakteristike, uključujući one koje se odnose na trajnost, funkcionalnost, kompatibilnost i sigurnost, koji su uobičajeni za robu iste vrste i koje potrošač može razumno očekivati s obzirom na prirodu robe te uzimajući u obzir sve javne izjave koje su dali prodavac ili druge osobe u prethodnim fazama lanca transakcija, uključujući proizvođača, ili koje su dane u njihovo ime, osobito u oglašavanju ili označavanju.<sup>39</sup>*

Prvi objektivni kriterij u čl. 7. st. 1. pod sl. a) je da roba mora zadovoljiti test prikladnosti za uobičajenu namjenu (*fitness for purpose test*), odnosno roba mora biti prikladna za upotrebu u svrhe za koje se takva roba inače koristi.<sup>40</sup> Kriterij prikladnosti robe određene vrste za upotrebu u uobičajene svrhe u odnosu na čl. 2. st. 2 sl. c) Direktive

---

39 Direktiva (EU) 2019/771 u čl. 7. st. 2. na isti način kao i Direktiva 1999/44/EZ navodi tri situacije kada javne izjave (npr. reklame i oglasi) neće obvezivati prodavca, i to ako dokaže: a) da nije znao niti je razumno mogao znati za predmetnu javnu izjavu; b) da je do trenutka sklapanja ugovora javna izjava bila ispravljena na jednak ili usporediv način kao i kada je dana; ili c) da ta javna izjava nije mogla utjecati na donošenje odluke o kupovini robe.

40 Schulze, R., Zoll, F., *op. cit.*, 224.





1999/44/EZ dopunjen je sada zahtjevima tehničkih standarda i pravila ponašanja u određenim sektorima. Imajući u vidu brz tehnološki razvoj upućivanje na tehničke standarde nagovještava da će se ovaj kriterij usklađenosti i dalje razvijati, a da pritom neće biti potrebno poduzimati i pravne intervencije u smislu dopuna pravila same Direktive (EU) 2019/771,<sup>41</sup> što njezina pravila čini dosta otpornijim.

U čl. 7. st. 1. pod sl. b) nalazi se kriterij usklađenosti robe s uzorkom ili modelom. Ovaj objektivni kriterij se primjenjuje ukoliko je prodavac prije sklapanja ugovora o prodaji stavio na raspolaganje potrošaču uzorak ili model. U tom slučaju isporučena roba mora biti istog kvaliteta i po svom opisu odgovarati pokazanom uzorku ili modelu. Drugim riječima, ukoliko je predmet prodaje određen na osnovu svojstava i karakteristika nekog materijalnog uzorka ili modela koji je potrošaču stavljen na raspolaganje prije sklapanja ugovora, onda svako odstupanje od uzorka ili modela predstavlja neusklađenost.

Obavezu isporuke robe sa svom dodatnom opremom, ambalažom, uključujući upute za montiranje ili druge upute Direktiva (EU) 2019/771 postavlja i kao subjektivni i kao objektivni kriterij. I u jednom i u drugo slučaju radi se o novom kriteriju koji nije sadržavala Direktiva 1999/44/EZ, iako je u čl. 2. st. 5. predviđala tzv. IKEA pravilo prema kojem neusklađenost robe postoji i u slučaju pogrešnog montiranja robe ako je predviđeno da to obavi sam potrošač, a pogrešno montiranje je posljedica nedostataka u uputama koje je dobio. Pri tom kada se radi o objektivnom kriteriju iz čl. 7. st. 1. sl. c) Direktive (EU) 2019/771 isti je dopunjen još jednim elementom, a to su razumna očekivanja potrošača. Prodavac da bi zadovolji ovaj kriterij obavezan je dakle isporučiti pored robe i sve ono što potrošač može razumno očekivati da će doći uz kupljenu robu, kao što je npr. dodatna oprema, odgovarajuća ambalaža koja štiti robu od oštećenja, upute za montiranje ako je predviđeno da montiranje obavi sam potrošač ili neke druge upute npr. upute za korištenje, upozorenja i sl.<sup>42</sup>

Općenito govoreći objektivni kriteriji usklađenosti počivaju na dva standarda i to standardu prikladnosti za uobičajenu upotrebu i standardu razumnih očekivanja potrošača.<sup>43</sup>

---

41 *Ibidem.*

42 Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 15.

43 *Ibidem.*

Razumna očekivanja potrošača relevantna su za ocjenu usklađenosti robe i u objektivnom kriteriju propisanom u čl. 7. st. 1. sl. d) Direktive (EU) 2019/771 u mjeri u kojoj se odnose na količinu, svojstva i druge karakteristike koje su uobičajene za robu iste vrste. Naime, posljednji objektivni kriterij iz čl. 7. st. 1. sl. d) svodi se na zahtjev da ispručena roba mora odgovarati količini i posjedovati kvalitete i druge karakteristike kao što su npr. trajnost, funkcionalnost, kompatibilnost i sigurnost, koji su uobičajeni za robu iste vrste i koje potrošač može razumno očekivati. U ovom kriteriju usklađenosti sadržano je više njih. Na prvom mjestu je kriterij *količine*, za koji nije do kraja jasno zašto je postavljen i kao objektivni kriterij jer upravo količina je nešto što se određuje dogovorom stranaka, pa je time bilo primjerenije da količina bude samo subjektivni kriterij. Iz perspektive zaštite potrošača puno je važnije da roba mora imati sva ona svojstva (uključujući tu i kvalitet kao bitno svojstvo svake robe<sup>44</sup>) i *druge karakteristike* (npr. trajnost, funkcionalnost, kompatibilnost i sigurnost) *koji su uobičajeni za tu vrstu robe i potrošač ih može razumno očekivati*. S tim u vezi, potrošač ima pravo očekivati da roba koju kupuje ima sva ona svojstva i karakteristike uključujući primjera radi trajnost, funkcionalnost, kompatibilnost i sigurnost uobičajena za tu vrstu robe, posebice imajući u vidu javne izjave trgovca.<sup>45</sup> Sve dakle ono što je standardno ili uobičajeno za robe iste vrste koje se plasiraju na tržištu je nivo razumnih očekivanja potrošača u pogledu konkretne robe koju kupuje. Razumna očekivanja potrošača su pravni standard koji sadrži i subjektivni element a to su očekivanja potrošača. Očekivanja potrošača se procjenjuju u kontekstu konkretnog ugovora o prodaji i pomoću objektivnih elemenata kao što su priroda i svrha ugovora, okolnosti

---

44 Iz perspektive zaštite potrošača je od posebnog značaja što je kvalitet kao bitno svojstvo svake robe postavljen i kao objektivni kriterij pa time prodavci ne mogu ići ispod određenog standarda kvaliteta podvodeći to pod ugovoreni kvalitet, a zapravo je riječ o lošijem kvalitetu robe. Direktiva (EU) 2019/771 ne precizira koji je to traženi standard kvaliteta, ali moglo bi se pretpostaviti da se radi o prosječnom ili srednjem nivou, budući da se kao mjera u ovom kriteriju koriste razumna očekivanja potrošača. Potrošač stoga ne može razumno očekivati vrhunski kvalitet, ali isto tako ni lošiji kvalitet robe, nego upravo prosječan.

45 Vidi t. 29. preambule Direktive (EU) 2019/771.



slučaja te način upotrebe i prakse uključenih ugovornih strana,<sup>46</sup> s jedne strane, ali i javne izjave prodavca, s druge strane. Javne izjave prodavca, proizvođača ili zastupnika iznesene u reklamama, oglasima, na deklaraciji proizvoda i sl., imaju veliki utjecaj na svijest i odluku potrošača hoće li nešto kupiti ili ne, što i jeste cilj oglašavanja. S obzirom da oglašavanje utječe na formiranje očekivanja današnjih potrošača i ono treba biti uzeto u obzir kod procjene razumnosti. Direktiva (EU) 2019/771 štiti razumna očekivanja *prosječnog* potrošača i to sve dok su takva očekivanja iz objektivne perspektive opravdana.<sup>47</sup>

Kao poseban kriterij usklađenosti u čl. 7. st. 1. sl. d) navodi se po prvi put i kriterij *trajnosti* (*durability*). U čl. 2. t. 13. Direktive (EU) 2019/771 „trajnost“ je definirana *kao sposobnost robe da zadrži svoje funkcije i radne karakteristike tijekom uobičajene upotrebe*. Prosječan potrošač kada kupi neku tehničku robu npr. frižider, auto, televizor i sl., sasvim opravdano očekuje da takva roba zadrži sve svoje funkcije duže vrijeme, odnosno da traje i ostane usklađena najmanje nekoliko godina. Kod procjene uobičajene trajnosti robe u obzir treba uzeti relevantne okolnosti kao što je primejrice potreba razumnog održavanja robe, npr. redovno servisiranje auta, cijena robe (obično se radi o robi veće vrijednosti), učestalost upotrebe robe i sl. Osim toga, u mjeri u kojoj su posebne informacije o trajnosti navedene u bilo kojoj predugovornoj izjavi koja čini dio ugovora o prodaji, potrošač bi se trebao moći osloniti na njih kao dio subjektivnih zahtjeva u pogledu usklađenosti.<sup>48</sup> Uključivanjem kriterija trajnosti europski zakonodavac je skrenuo pažnju na procese koji se događaju izvan okvira europskog ugovornog prava, ali ga neminovno pogađaju, a to su održiva potrošnja (*sustainable consumption*) i kružna ekonomija (*circular economy*). Ovi koncepti mijenjaju dobro poznati ekonomski model „uzmi-proizvedi-potroši-baci“ i uvode nove poslovne modele i održive obrasce potrošnje gdje je ključna sposobnost recikliranja proizvoda. Kružna ekonomija ima za cilj smanjenje korištenja energije i resursa iz prirode kroz ponovnu obradu, ponovnu upotrebu i popravak. Od potrošača se također očekuje aktivna uloga u smislu da zamjensku kupovinu obave što kasnije, stvar održavaju i popravljaju i na kra-

46 Vidi t. 24. preambule Direktive (EU) 2019/771.

47 Magnus, U., *op. cit.*, 250.

48 Vidi t. 32. preambule Direktive (EU) 2019/771.

ju ponovno koriste.<sup>49</sup> Bitna pretpostavka što duže trajnosti robe je raspoloživost rezervnih dijelova i popravak robe, međutim Direktiva (EU) 2019/771 u t. 33. preambule navodi kako prodavcima ne bi trebala biti nametnuta obaveza da osiguraju raspoloživost rezervnih dijelova tijekom određenog razdoblja kao objektivni zahtjev u pogledu usklađenosti, nego to prepušta nacionalnim zakonodavcima. Na ovaj način Direktiva (EU) 2019/771 je započela, ali nije uključila sve ono što je potrebno da bi se ostvarili obrasci održive potrošnje.<sup>50</sup>

### 2.2.1. Obaveza ažuriranja

Kada je u pitanju roba s digitalnim elementima Direktiva (EU) 2019/771 propisuje još jedan objektivni kriterij usklađenosti, a to je ažuriranje. Ažuriranje je potpuno nov kriterij usklađenosti po kojem se jasno vidi da je tradicionalno pravo prodaje zakoračilo u doba digitalizacije.<sup>51</sup> Zahvaljujući ažuriranju digitalni sadržaj i digitalne usluge ugrađeni ili povezani sa materijalnim stvarima mogu se nastaviti sigurno koristiti i tijekom određenog vremena nakon sklapanja ugovora.

U čl. 7. st. 3. Direktive (EU) 2019/771 propisano je u slučaju robe s digitalnim elementima, *prodavac osigurava da potrošač bude obaviješten o ažuriranjima, uključujući sigurnosna ažuriranja, koja su potrebna kako bi roba ostala usklađena te da mu se ta ažuriranja isporučuju, tijekom razdoblja:*

- a. *unutar kojeg potrošač to može razumno očekivati s obzirom na vrstu i svrhu robe i digitalnih elemenata te uzimajući u obzir okolnosti i prirodu ugovora o prodaji, ako je ugovorom o prodaji predviđena jednokratna isporuka digitalnog sadržaja ili digitalne usluge; ili*

---

49 O tome opširnije Mandl, S., Tröger, N., *Possibilities for and Limitations to Consumer Action in the Circular Economy. Perspectives on Prolonging the Use Period for Durable Consumer Goods*, u: Eisenriegler, S., (ed.) *The Circular Economy in the European Union*, Springer, Cham, 2020., 70-71.

50 Vidi o tome Van Gool, E., Michel, A., „*The New Consumer Sales Directive 2019/771 and Sustainable Consumption: a Critical Analysis*“, (August 30, 2020), dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3732976>

51 Schulze, R., Zoll, F., *op. cit.*, 225.

- b. *navedenog u čl. 10. st. 2. ili 5., ovisno o slučaju, ako je ugovorom o prodaji predviđena kontinuirana isporuka digitalnog sadržaja ili digitalne usluge tijekom određenog razdoblja*

Obaveza ažuriranja je sekundarna obaveza prodavca ako se ima u vidu da je isporuka robe s digitalnim elementima primarna obaveza. Sama obaveza ažuriranja podrazumijeva dvije obaveze, a to su: i) obaveza obavještanja potrošača o potrebi ažuriranja digitalnog sadržaja ili digitalne usluge kako bi roba i dalje ostala usklađena, i ii) obaveza isporuke ažuriranja. U većini slučajeva kada je riječ o pametnoj robi ažuriranja digitalnog elementa ne isporučuje prodavac već netko treći tko je i razvio taj digitalni dio robe. Naime, sasvim je jasno da prodavac nije razvio digitalni element pa time nije kreirao ni potrebna ažuriranja niti ih on isporučuje, već iza svega toga stoji netko treći, tj. razvojni programer (*developer*).<sup>52</sup> Međutim, potrošača se taj treći i njegov odnos s prodavcem ne tiče, budući da je uredno ispunjenje svih obaveza iz ugovora o prodaji uključujući i ažuriranje odgovornost prodavca.

Pažljivom analizom čl. 7. st. 3. Direktive (EU) 2019/771 vidi se da je prodavac zapravo obavezan *osigurati* da: i) potrošač bude obaviješten o ažuriranjima, a ne i da ga on mora obavijestiti. Dovoljno je npr. da potrošač dobije mail koji sadrži poveznicu na internetsku stranicu s koje može preuzeti ažuriranja,<sup>53</sup> ili kada je riječ o pametnom telefonu da se na zaslonu automatski pojavi poruka o dostupnosti i potrebi ažuriranja softvera, te ii) *osigura* da ažuriranja budu isporučena potrošaču. Što znači da će većinom netko treći isporučivati ažuriranja npr. razvojni programer koji je kreirao softver.

Uredno ispunjenje obaveze ažuriranja je odgovornost prodavca bez obzira na to tko isporučuje ažuriranja potrošaču i bez obzira na

52 O tome vidi Schulze, R., Staudenmayer, D. (eds.), *EU Digital Law: Article-by-Article Commentary*, CH Beck-Nomos-Hart, Baden-Baden/Oxford, 2020., 155-156.

53 U većini slučajeva digitalni sadržaj ili digitalne usluge u uređajima sadrže opcije za automatsko ažuriranje, barem za određeno vrijeme, o čemu se samo šalje obavijest potrošaču nakon obavljenog procesa, ili putem obavijesti unutar samog digitalnog sadržaja ili digitalne usluge potrošač se obavještava o dostupnim ažuriranjima, mogućnosti preuzimanja i instaliranja. Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 20.

činjenicu što prodavac često nema nikakvog utjecaja na trećeg.<sup>54</sup> Ipak kako bi donekle izbalansiralo proširenje odgovornosti prodavca i na obavezu ažuriranja Direktiva (EU) 2019/771 u čl. 18. predviđa pravo prodavca na obeštećenje (*redress*) u skladu sa nacionalnim pravom.

Sljedeće što proizlazi iz čl. 7. st. 3. Direktive (EU) 2019/771 su dva pitanja, isporuku kojih vrsta ažuriranja je prodavca dužan osigurati i koliko dugo traje obaveza ažuriranja?

Prodavac je u obavezi osigurati isporuku ažuriranja koja su neophodna da bi pametna roba ostala u skladu s ugovorom. To znači da je obaveza ažuriranja ograničena samo na ona ažuriranja koja su *potrebna*, uključujući sigurnosna, kako bi roba s digitalnim elementima ostala usklađena s objektivnim i subjektivnim kriterijima. Prodavac nije dužan osigurati pružanje nekih drugih ažuriranja koja premašuju ova potrebna i koja često rezultiraju mijenjanjem ili nadogradnjom digitalnog sadržaja ili digitalne usluge. Prodavac nema obavezu pružati nadograđene verzije digitalnog sadržaja ili digitalne usluge kao ni poboljšati ili proširiti funkcionalnosti robe u mjeri u kojoj to nadilazi zahtjeve u pogledu usklađenosti<sup>55</sup> Ova vrsta ažuriranja mora biti izričito ugovorena, pa se stoga radi o subjektivnom kriteriju usklađenosti iz čl. 6. sl. d) Direktive (EU) 2019/771.

Obaveza ažuriranja nije ograničena samo na jedan trenutak, već ona traje tijekom određenog razdoblja zbog čega bi se mogla shvatiti kao trajna obaveza.<sup>56</sup> S druge strane, primarna obaveza isporuke robe s digitalnim elementima, kada su digitalni sadržaj ili digitalna usluga koji su ugrađeni u robu ili s njom povezani isporučeni jednokratnom isporukom može trajati samo jedan trenutak, ili pak, može trajati tijekom određenog ili neodređenog vremena ako je ugovoreno da se ugrađeni ili povezani digitalni sadržaj ili usluga isporučuju kontinuirano tijekom određenog razdoblja. Prema tome izvršenje primarne obaveze prodavca, a to je isporuka pametne robe ne može poslužiti kao osnov za određivanje dužine trajanja obaveze ažuriranja.<sup>57</sup> Razlog za to je što se digitalno okruženje za takve robe stalno mijenja, pa su ažuriranja nužan alat kako bi se osiguralo da roba može funkci-

---

54 Vidi Kalamees, P., „Goods With Digital Elements And The Seller’s Updating Obligation“, JIPITEC, 12(2) 2021, 134.

55 Vidi t. 30. preambule Direktive (EU) 2019/771.

56 Schulze, R., Zoll, F., *op. cit.*, 226.

57 *Ibidem*.



onirati na isti način kao i u trenutku isporuke. Nadalje, za razliku od tradicionalne robe, roba s digitalnim elementima nije u potpunosti odvojena od sfere prodavca, jer prodavac ili treća osoba koja na temelju ugovora o prodaji isporučuje digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu, mogu robu ažurirati na daljinu, obično preko interneta.<sup>58</sup>

Trajanje obaveza ažuriranja zakonodavac je riješio na način da je uveo dva različita pravila ovisi o tome je li isporuka digitalnog sadržaja ili digitalne usluge ugovorena kao *jednokratna isporuka* (npr. isporuka aplikacije zdravlje za pametni sat) ili *kontinuirana isporuka tijekom određenog razdoblja* (npr. kontinuirana isporuka programa za praćenje i kontrolu dijabetesa za pametni sat).<sup>59</sup>

Prema prvom pravilu iz čl. 7. st. 3. sl. a) ako se digitalni sadržaj ili usluga isporučuju jednokratnom isporukom, prodavac bi trebao biti odgovoran pružiti potrebna ažuriranja kako bi roba s digitalnim elementima ostala usklađena tijekom razdoblja koje potrošač može razumno očekivati, čak i ako je roba u trenutku isporuke bila usklađena. Trajanje odgovornosti prodavca za ažuriranja ne ovisi dakle o precizno propisanom roku, nego je to rok koji potrošač može razumno očekivati s obzirom na vrstu i namjenu pametne robe koju kupuje. Vrijeme tijekom kojeg potrošač može razumno očekivati da će primati ažuriranja trebalo bi procijeniti na temelju vrste i namjene robe i digitalnih elemenata te uzimajući u obzir okolnosti i prirodu ugovora o prodaji. No, i pored ovih pomoćnih kriterija za određivanje trajanja obaveze prodavca ipak to radoblje je neizvjesno, što ne daje sigurnost ugovornim stranama.<sup>60</sup> Kako se dalje pojašnjava u t. 31. preambule Direktive (EU) 2019/771 potrošač bi obično očekivao da će primati ažuriranja barem u razdoblju tijekom kojeg je prodavac odgovoran za neusklađenost, dok bi u nekim slučajevima potrošač mogao razumno očekivati ažuriranja i nakon tog razdoblja, posebno kad je riječ o sigurnosnim ažuriranjima.<sup>61</sup> Iz navedenog proizlazi da potrošač u nekim slučajevima može razumno očekivati da obaveza ažuriranja traje barem koliko traje i zakonski jamstveni rok usklađenosti, tj. dvije godine. No, s druge strane, u nekim slučajevima npr.

58 Vidi t. 31. preambule Direktive (EU) 2019/771.

59 Vidi t. 14. preambule Direktive (EU) 2019/771. Detaljnije vidi Schulze, R., Staudenmayer, D., *op. cit.*, 157-161.

60 Kalamees, P., *op. cit.*, 136.

61 Vidi t. 31. preambule Direktive (EU) 2019/771.

ako se radi o pametnim stvarima veće vrijednosti kao što je npr. pametni televizor potrošač može razumno očekivati da obaveza ažuriranja softvera traje koliko je i životni vijek televizora, što je duže od dvije godine. Imajući u vidu da je prilično nemoguće predvidjeti precizno vremensko razdoblje za ažuriranje najrazličitijih pametnih roba, to je onda određivanje roka spram razumnih očekivanja potrošača, iako nije najbolje rješenje, ipak opravdano.<sup>62</sup>

Međutim, pravilo iz čl. 7. st. 3. sl. a) prema određenim autorima ipak treba primjenjivati u vezi s općim pravilom iz čl. 10. st. 1. Direktive (EU) 2019/771 prema kojem je prodavac odgovoran potrošaču za svaku neusklađenost koja postoji u trenutku isporuke robe i koja postane očita u roku od dvije godine od tog trenutka. Prema tome, ako se digitalni element robe isporučuje jednokratnom isporukom potrošač bi trebao razumno očekivati da prodavčeva obaveza ažuriranja neće trajati duže od dvije godine.<sup>63</sup>

Prema drugom pravilu iz čl. 7. st. 3. b) ako je ugovorena kontinuirana isporuka digitalnog sadržaja ili digitalne usluge tijekom određenog vremena tada obaveza ažuriranja traje dvije godine od trenutka isporuke robe s digitalnim elementima. Ali, ako je ugovorena kontinuirana isporuka na neodređeno vrijeme, tj. duže od dvije godine tada obaveza ažuriranja traje toliko dugo koliko se prodavac ugovorom o prodaji obvezao isporučivati taj digitalni sadržaj ili digitalnu uslugu.

## 2.2.2. Obaveza instaliranja ažuriranja

Prodavac je obavezan osigurati da potrošač bude informiran o ažuriranju i da mu ažuriranja budu isporučena, dok s druge strane potrošač nije obavezan isporučena ažuriranja instalirati u svoj uređaj.

U čl. 7. st. 4. Direktiva (EU) 2019/771 propisuje *ako potrošač u razumnom roku ne instalira ažuriranja koja su mu isporučena prodavac nije odgovoran za neusklađenost koja proizlazi isključivo iz propuštanja instalacije relevantnog ažuriranja, pod sljedećim uvjetima:*

---

62 Kalamees, P., *op. cit.*, 136.

63 Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 20.





- a) *prodavac je obavijestio potrošača o raspoloživosti ažuriranja i posljedicama propuštanja potrošača da ga instalira; i*
- b) *propuštanje instalacije ili nepravilna instalacija ažuriranja od strane potrošača nisu posljedica nedostataka u uputama za instalaciju koje su dostavljene potrošaču.*

Instaliranje ažuriranja je preduvjet ispravnog funkcioniranja i usklađenosti pametne robe i nakon sklapanja ugovora. Stoga propust potrošača da instalira dostupna ažuriranja ima za posljedicu isključenje odgovornosti prodavca za neusklađenost koja proizlazi isključivo iz tog propusta, i to pod dva uvjeta. Prvi uvjet je da je prodavac obavijestio potrošača o dostupnosti ažuriranja i o isključenju njegove odgovornosti za neusklađenost koja se pojavi zbog neinstaliranja. Drugi uvjet je da propuštanje instaliranja ili nepravilno instaliranje ažuriranja od strane potrošača nije posljedica nedostatka u uputama za instaliranje koje je dobio.

Prema tome da bi prodavac bio oslobođen odgovornosti shodno čl. 7. st. 4. Direktive (EU) 2019/771 uzrok neusklađenosti pametne robe mora biti isključivo propust potrošača da instalira relevantno ažuriranje.<sup>64</sup> Ako bi uzrok neusklađenosti pametne robe bilo nešto drugo postojala bi odgovornost prodavca. Primjerice, potrošač nije instalirao dostupna ažuriranja u svom pametnom telefonu, ali ako bi pametni telefon imao nedostatak usklađenosti vezano za hardver i dalje bi postojala odgovornost prodavca. Potrošaču se ostavlja sloboda izbora u pogledu instaliranja ažuriranja, a razlog zašto primjerice potrošač nekad ne želi instalirati ažuriranja pa ignorira obavijesti koje ga podsjećaju na dostupna ažuriranja softvera telefona ili računara, može biti jednostavno što ne želi izgubiti postojeće funkcije nekih programa u svom telefonu ili računaru.<sup>65</sup> Ažuriranjem naime dolazi do ispravljanja i mijenjanja određenih radnih karakteristika digitalnog sadržaja koje ne rade ispravno, ali isto tako se dodaju i manja poboljšanja kako bi se popravila funkcionalnost digitalnog sadržaja, a to potrošači nekada upravo žele izbjeći. Međutim, u tom slučaju potrošač treba biti svjestan i ne bi trebao očekivati da će pametni

---

64 Ovdje se posebice misli na sigurnosna ažuriranja koja omogućavaju održavanje usklađenosti i sigurnosti pametne robe.

65 Vidi Kalamees, P., *op. cit.*, 137.

uređaj ostati i dalje usklađen.<sup>66</sup> U praksi u većini slučajeva isporuka i instaliranje potrebnih ažuriranja digitalnog sadržaja ili usluga odvija se automatski, jer pametni uređaji imaju ugrađene opcije da kada su povezani s internetom obavljaju proces ažuriranja, pa time nije ni potrebna aktivna uloga ili posebna znanja potrošača, osim onog što je potrebno za prvo instaliranje ili redovnu upotrebu.<sup>67</sup>

### 2.3. Pristanak potrošača na neusklađenost

Odgovornost prodavca za neusklađenost postoji bez obzira na njegovu savjesnost, tj. bez obzira je li znao ili morao znati za postojanje nekog nedostatka, jer ovako nešto proizlazi iz načela ekvivalencije činidaba. No, s druge strane bilo bi suprotno načelima savjesnosti i poštenja i dužne pažnje smatrati prodavca odgovornim za neusklađenost ako je potrošač znao za nedostatak i ipak pristao kupiti neispravnu robu. Iz tog razloga Direktiva 1999/44/EZ, ali i sva nacionalna prava reguliraju pitanje oslobađanja prodavca odgovornosti u slučaju kada je kupac znao ili morao znati za nedostatak usklađenosti. U odnosu na rješenje iz čl. 2. st. 3. Direktive 1999/44/EZ vezano za isključenje odgovornosti prodavca za neusklađenost u slučaju kada je potrošač znao ili razumno morao znati za postojanje nedostatka kada je kupio robu,<sup>68</sup> Direktiva (EU) 2019/771 mogućem isključenju odgovornosti prodavca za neusklađenost pristupa dosta strože, jer traži ne samo da je potrošač znao za nedostatak usklađenosti već i da je na nj pristao.

U čl. 7. st. 5. Direktive (EU) 2019/771 propisano je *neusklađenost u smislu st. 1. ili 3. ne postoji ako je, u trenutku sklapanja ugovora o prodaji, potrošač bio posebno obaviješten da određena značajka robe odstupa od objektivnih zahtjeva u pogledu usklađenosti utvrđenih u st. 1. ili 3. te ako je potrošač izričito i zasebno prihvatio to odstupanje pri sklapanju ugovora o prodaji.*

Iz odredbe proizlazi da je roba objektivno usklađena i u slučaju kada nema sva ona propisana svojstva i karakteristike pod uvjetom da je potrošač u trenutku sklapanja ugovora bio posebno obaviješten

---

66 Vidi t. 30. preambule Direktive (EU) 2019/771.

67 Schulze, R., Staudenmayer, D., *op. cit.*, 155.

68 Petrić, S., *Ugovorna odgovornost...*, 56.

o postojanju određenog nedostatka usklađenosti i da je na nj izričito i posebno pristao. Traži se dakle potrošačevo *znanje*, tj. da ga je prodavac prije sklapanja ugovora posebno obavijestio o konkretnom nedostatku robe<sup>69</sup> i njegov *pristanak*, tj. da je potrošač izričito i odvojeno od drugih izjava prihvatio taj nedostatak.<sup>70</sup> Nakon ovoga potrošač nema pravo pozivati se na neusklađenost robe i tražiti pravne lijekove.

Kako se pojašnjava u t. 36. preambule Direktive (EU) 2019/771 ovim pravilom nastojala se osigurati dodatna razina fleksibilnosti u pravilima na način da ugovorne strane mogu odstupiti od objektivnih zahtjeva u pogledu usklađenosti, što se posebice vidi na primjeru prodaje polovne robe. Cilj odredbe je da prodavac bude oslobođen odgovornosti u slučaju kada je potrošač u potpunosti i konkretno bio upoznat da je roba koja kupuje u određenoj mjeri neispravna (objektivna neusklađenost) na što je on aktivno i svjesno pristao.

Na ovaj način ostavlja se prostor da objektivni kriteriji ne budu nametnuti ugovornim stranama protiv njihove volje, ali istovremeno štite se i potrošači od sklapanja ugovora kada nemaju dovoljno potrebnih informacija o predmetu ugovora.<sup>71</sup> Naime, prodavac se veoma teško može osloboditi odgovornosti za slučaj da robi nedostaje neki od objektivnih standarda usklađenosti budući da se od potrošača ne očekuje da upotrijebi dužnu pažnju pri sklapanju ugovora i uoči nedostake na robi, nego mu prodavac mora jasno ukazati na nedostatak, a potrošač mora na nj pristati. Navedeno pravno rješenje može se činiti prestrogim kada je u pitanju konvencionalna prodaja, jer sve obaveze su na prodavcu a od potrošača se ne očekuje ni minimum dužne pažnje, međutim pravilo sasvim odgovora online okruženju jer potrošač teško da može uočiti nedostatke robe na slici koju je objavio prodavac na internet stranici. Pa čak i da je potrošač uočio na slici neki nedostatak to i dalje ne isključuje odgovornost prodavca, osim ukoliko potrošač ne bi izričito i posebno prihvatio taj nedostatak npr. slanjem maila.<sup>72</sup> Da bi prodavac izbjegao odgovornost za neusklađe-

---

69 To znači da je isključena mogućnost da potrošač na određeni način sam npr. putem društvenih mreža sazna da određena roba ne ispunjava propisane zahtjeve usklađenosti.

70 O navedena dva uvjeta opširnije vidi Schulze, R., Staudenmayer, D., *op. cit.*, 164-167,

71 Schulze, R., Zoll, F., *op. cit.*, 222.

72 Mańko, R., *op. cit.*, 11.

nost robe s ugovorom (npr. prodaja polovne robe) mora dobiti izričit pristanak potrošača na nedostatak, to znači da je potrošač svjestan nedostatka i da pristaje na isti. Strogo, ili bolje rečeno u interesu potrošača pravilo o mogućem isključenju odgovornosti prodavca posebno ima smisla kada je riječ o robi s digitalnim elementima.

## 2.4. Nepravilno montiranje robe

Pored ispunjavanja svih subjektivnih i objektivnih kriterija za usklađenost robe traži se i njezino *pravilno montiranje* ako se radi o robi koja tako nešto zahtijeva. Ovaj kriterij gotovo pod istim pretpostavkama postojao i u Direktivi 1999/44/EZ, a poznat je i kao tzv. IKEA klauzula.<sup>73</sup>

U čl. 8. Direktive (EU) 2019/771 propisano je da *svaka neusklađenost koja proizlazi iz nepravilnog montiranja robe smatra se neusklađenošću robe ako:*

- a) *montiranje čini dio ugovora o prodaji i obavio ga je prodavac ili je to učinjeno pod njegovom odgovornošću; ili*
- b) *montiranje, za koje je predviđeno da ga obavi potrošač, obavio je potrošač, a nepravilno montiranje posljedica je nedostataka u uputama za montiranje koje je dostavio prodavac ili, u slučaju robe s digitalnim elementima, koje je dostavio prodavac ili dobavljač digitalnog sadržaja ili digitalne usluge.*

Navedena odredba odnosi se na one robe koje da bi ispravno funkcionirale potrebno je spojiti ili ugraditi u neke druge već postojeće stvari potrošača (npr. spojiti perilicu za rublje na dovod vode) ili ih je potrebno sastaviti (npr. sastaviti policu za knjige). *Ratio* pravila je da nesuklađenost koja proizlazi iz nepravilne ugradnje ili montiranja robe se smatra nesuklađenošću same robe i to u dvije situacije.

Prva situacija je kada je ugovorom o prodaji predviđeno da montiranje robe obavi prodavac ili netko drugi, ali je i tada prodavac odgovoran za obavljeni posao. Naime, prodavac će se često poslužiti znanjima i stručnošću nekog drugog da obavi uslugu montiranja robe, i sama Direktiva (EU) 2019/771 ne ide u pravcu da prodavac to

---

73 Vidi Staudenmayer, D., *op. cit.*, 553.



mora obaviti lično, s obzirom da je važan rezultat, međutim i tada je prodavac odgovoran jer ova obaveza proizlazi iz ugovora o prodaji. Prodavac dakle pored obaveze isporuke robe ima i obavezu njezinog montiranja.

Druga situacija predviđa da montiranje obavi sam potrošač i on je to obavio, pritom nepravilno montiranje robe posljedica je nedostataka u uputama za montiranje koje je dobio od prodavca. Potrošač je dakle pravilno slijedio upute za montiranje, ali rezultat je izostao zato što upute koje je dobio nisu bile pravilne, ili pak, upute nisu bile dovoljno jasne i precizne pa je potrošač slijedio jedan od mogućih načina tumačenja tih uputa.<sup>74</sup> Ista situacija je i kada je riječ o pametnoj robi koja može zahtijevati instaliranje digitalnog sadržaja ili digitalne usluge. Ukoliko je predviđeno da instaliranje obavi sam potrošač i on je to obavio slijedeći u svemu upute koje dobio od prodavca ili dobavljača digitalnog sadržaja ili digitalne usluge, a koje su bile neispravne i u tom slučaju će postojati neusklađenost pametne robe.

### 3. Zaključak

Kako pokazuje analiza odredbe čl. 6., 7. i 8. Direktive (EU) 2019/771 došlo je do značajnih izmjena u odnosu na rješenja ukinute Direktive 1999/44/EZ. Iako Direktiva (EU) 2019/771 načelno slijedi koncept usklađenost s ugovorom iz Direktive 1999/44/EZ, ipak ona ovaj koncept značajno mijenja i dopunjuje novim kriterijima usklađenosti, a sve kako bi se odgovorilo izazovima digitalizacije prava prodaje i zaštite kupaca, potrošača. Predmet ugovora o prodaji pored konvencionalne robe sada je i pametna roba tj. roba s digitalnim elementima, pa s tim u vezi Direktiva (EU) 2019/771 uvodi i nove kriterije usklađenosti kao što su funkcionalnost, kompatibilnost, interoperabilnost i ažuriranje.

Direktiva 1999/44/EZ je naglasak stavljala na subjektivne kriterije, tj. ugovorena svojstva robe, međutim Direktiva (EU) 2019/771 mijenja pristup i naglasak stavlja na objektivne kriterije, tj. propisana svojstva robe. Kako je već istaknuto objektivni kriteriji su propisani dodatni zahtjevi u pogledu svojstava i kvaliteta robe, te se primje-

---

74 Twigg-Flesner, C., *Conformity...*, 22-23.

njuju uvijek bez obzira dakle na ono šta je određeno u konkretnom ugovoru o prodaji. U slučaju da ugovorne strane ugovorom defini- raju niži standard usklađenosti robe tada bi se bez obzira na ugo- voreno primjenjivali objektivni kriteriji usklađenosti iz čl. 7. Direktive (EU) 2019/771. Na ovaj način Direktiva (EU) 2019/771 jasno stavlja do znanja da se ugovorom o prodaji mogu definirati samo viši standardi usklađenosti od onih propisanih u čl. 7., a nikako niži. Međutim, da autonomija volje stranaka ipak nije potpuno suspendirana potvrđuje čl. 7. st. 5. Direktive (EU) 2019/771 kojim se dozvoljava odstupanje od objektivnih kriterija usklađenosti robe pod uvjetom da je potrošač bio obaviješten da roba ima neki nedostatak i da je na nju izričito i posebno pristao.

U odnosu na Direktivu 1999/44/EZ kriteriji usklađenosti, pravni lijekovi za slučaj neusklađenosti i način njihovog ostvarivanja sada su odredbe maksimalne harmonizacije. Na ovaj način državama čla- nicama je uskraćena sloboda da odstupaju od odredaba Direktive (EU) 2019/771, što je posebice relevantno kada je u pitanju čl. 7. Direkti- ve (EU) 2019/771 kojim se propisuju objektivni kriteriji usklađenosti kao minimalni osnovni standardi kvaliteta i ispravnosti robe ispod kojih ugovorne strane ne mogu ići.

## Literatura

1. Arroyo Amayuelas, E., Cámara Lapuente, S., (eds.), *El Dere- cho privado en el nuevo paradigma digital*, Barcelona-Madrid, Marcial Pons, 2020., dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3526228>;
2. Carvalho, J. M., „*Sale of Goods and Supply of Digital Con- tent and Digital Services-Overview of Directives 2019/770 and 2019/771*“, (July 18, 2019) dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3428550>;
3. Claeys, I., Terry, E., (eds.), *Digital Content and Distance Sale, New Developments at EU Level*, Intersentia, 2017.;
4. Kalamees, P., „*Goods With Digital Elements And The Seller’s Up- dating Obligation*“, JIPITEC, 12(2) 2021.;
5. Kanceljak, I., „*Reform of consumer sales law of goods and asso- ciated guarantees - possible impact on Croatian private law*“, EU



- and comparative law issues and challenges series (ECLIC), 2;
6. Mak, V. (2009.), *Performance-Oriented Remedies in European Sales of Goods Law*, Hart Publishing, Oxford and Portland, Oregon;
  7. Eisenriegler, S., (ed.), *The Circular Economy in the European Union*, Springer, Cham, 2020.;
  8. Mańko, R., *Towards new rules on sales and digital content, analysis of the key issues*, European Parliamentary Research Service, March 2017.;
  9. Misita, N. (2019.), *Evropska unija, zaštita potrošača*, Revicon, Sarajevo;
  10. Mišćenić, E., Kunda I., Petrić, S., et al. (2021.), *Europsko privatno pravo, Posebni dio, Školska knjiga*, Zagreb;
  11. Petrić, S., „Odgovornost za materijalne nedostatke stvari prema novom Zakonu o obveznim odnosima“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta Rijeka*, vol. 27, br. 1/2006.;
  12. Schulte-Nölke, H., Twigg-Flesner, C., Ebers, M., (eds.) *EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the Member State*, Sellier, Munich, 2008.;
  13. Schulze, R., Staudenmayer, D. (eds.), *EU Digital Law: Article-by-Article Commentary*, CH Beck-Nomos-Hart, Baden-Baden/Oxford, 2020.;
  14. Schulze, R., Zoll, F. (2021.), *European Contract Law*, Third Edition, Nomos, Baden-Baden;
  15. Staudenmayer, D., „*The Directive on the Sales of Consumer Goods nad Associated Guarantees – A Milestone in the European Consumer and Private Law*“, *European Review of Private Law*, Vol. 8., No. 4/ 2000;
  16. Twigg-Flesner, C., (ed.), *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2016.;
  17. Twigg-Flesner, C., (ed.), *The Cambridge Companion to European Union Private Law*, Cambridge University Press, 2010.;
  18. Van Gool, E., Michel, A., „*The New Consumer Sales Directi-*

ve 2019/771 and Sustainable Consumption: a Critical Analysis“, (August 30, 2020), dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3732976>;

## Pravni akti

1. Direktiva 1999/44/EZ o određenim aspektima prodaje potrošačke robe i o jamstvima za takvu robu, OJ 1999 L 171/12 izmijenjena Direktivom 2011/83/EU, OJ 2011 L 304/64.
2. Direktiva (EU) 2019/771 Europskog parlamenta i Vijeća od 20.5.2019. o određenim aspektima ugovora o prodaji robe, izmjeni Uredbe (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/EZ, OJ L 136, 22.5.2019.
3. Direktiva (EU) 2019/770 Europskog parlamenta i Vijeća od 20.5.2019. o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja i digitalnih usluga, OJ L 136, 22.5.2019.
4. Prijedlog Direktive Europskog parlamenta i Vijeća o određenim aspektima ugovora o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu, Bruxelles, 9.12.2015., COM(2015) 635 final.
5. Izmijenjeni prijedlog Direktive Europskog parlamenta i Vijeća o određenim aspektima ugovora o prodaji robe na internetu i drugoj prodaji robe na daljinu, izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća i Direktive 2009/22/EZ Europskog parlamenta i Vijeća te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, Bruxelles, 31.10.2017., COM(2017) 637 final.
6. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, COM(2015) 192 final, Brisel, 6.5.2015.
7. Direktiva 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 25.10.2011. o pravima potrošača, kojom se mijenja Direktiva 93/13/EEZ i Direktiva 1999/44/EZ i opoziva Direktiva 85/577/EEZ i Direktiva 97/7/EZ, OJ L 304, 22.11.2011.





# NEW CONCEPT OF CONFORMITY WITH THE CONTRACT ACCORDING TO DIRECTIVE (EU) 2019/771

Anita Petrović, PhD, Associate Professor  
University of Tuzla, Faculty of Law  
e-mail: anita.petrovic@untz.ba

## ABSTRACT

*Important changes in consumer sales law occurred with the adoption of the new Directive (EU) 2019/771 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, which modernized the traditional sales law according to digitalization requirements. Although it follows the same conceptual framework of conformity with the contract as Directive 1999/44/EC it also brings a considerable amount of new legal solutions. Instead of the principle of conformity with the contract, Directive (EU) 2019/771 now prescribes a combination of clear subjective and objective criteria for conformity, whereby objective criteria are favored for the purpose of better consumer protection. On the other hand, bearing in mind that the definition of the notion „goods“ has been expanded to include „goods with digital elements“, the conformity criteria have been supplemented with additional requirements such as update obligation. Another important change concerns the degree of harmonization, so instead of minimum harmonization, the EU Member States were faced with a clause of maximum harmonization which affects most of the provisions of the new Directive. The aim of the paper is to critically analyze the criteria of conformity, since the new rules regulating the relationship between subjective and objective criteria of conformity are one of the most important changes that have occurred in European sales law in the last twenty years.*

**Key words:** goods, goods with digital elements, conformity with the contract, subjective and objective criteria, Directive (EU) 2019/771