

Kontrata për paketat turistike

VENDIM

Nr.65, datë 21.1.2009

PËR KONTRATAT E PAKETAVE TË UDHËTIMIT

Në mbështetje të nenit 100 të Kushtetutës dhe të nenit 61 të ligjit nr 9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorit", me propozimin e Ministrit të Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës, Këshilli i Ministrave

VENDOSI:

1. Kontratat e paketave të udhëtimit, në bazë të neneve 46 e 47 të ligjit 9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorit", rregullohen sipas përcaktimeve të parashikuara në këtë vendim.
2. Për qëllime të këtij vendimi:
 - a) "Organizator" është tregtari, i cili organizon paketat e udhëtimit dhe i shet ose i ofron ato për shitje, drejtpërdrejt a nëpërmjet një shitësi me pakicë;
 - b) "Shitës me pakicë" (më poshtë shitësi) është tregtari, i cili shet ose ofron për shitje paketa udhëtimesh, të përgatitura nga organizatori;
 - c) "Konsumator" është personi, i cili merr ose bie dakord të marrë paketën e udhëtimit (kontraktuesi kryesor), ose çdo person, në emër të të cilit, kontraktuesi kryesor bie dakord të blejë paketën, apo çdo person, tek i cili kontraktuesi kryesor a çdo njëri prej përfituesve të tjerë transferon paketën;
 - ç) "Kontratë e paketës së udhëtimit" është marrëveshja e lidhur ndërmjet konsumatorit me organizuesin dhe/ose shitësin.
3. Kur organizatori ose shitësi i siguron konsumatorit një material të parapërgatitur, me shkrim (broshurë, fletëpalosje etj.), në të duhet të tregohen, në mënyrë të lexueshme, të kuptueshme dhe të saktë, përveç informacionit, të përcaktuar në nenin 47 të ligjit nr.9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorit", edhe informacioni i mëposhtëm:
 - a) Data e fillimit dhe e mbarimit të udhëtimit;
 - b) Hollësitë kryesore të akomodimit e të miratimit të tij dhe klasifikimin turistik, sipas rregullave të vendit mikpritës;
 - c) Afati i fundit për informimin e konsumatorit, në rast anulimi të paketës së udhëtimit, nëse për zhvillimin e paketës së këtij udhëtimi kërkohet një numër minimal pjesëmarrësish;
 - ç) Të dhëna të përgjithshme për formalitetet shëndetësore, të kërkuara për udhëtimin dhe qëndrimin;
 - d) Emri i shoqërisë së sigurimit, me të cilën organizatori ka lidhur një kontratë sigurimi, sipas pikës

40 të këtij vendimi.

4. Organizatori ose shitësi i paketës së udhëtimit është përgjegjës për informacionin e dhënë sipas pikës 3 të këtij vendimi, dhe nuk mund ta ndryshojë atë, përveç rasteve kur:

a) ndryshimet në informacionin që përmban broshura i janë komunikuar qartësisht konsumatorit përpara lidhjes së kontratës, dhe kjo mundësi ka qenë saktësisht e parashikuar dhe e deklaruar në broshurë;

b) ndryshimet janë bërë më vonë, në vijim të një marrëveshjeje ndërmjet palëve të kontratës së paketës së udhëtimit.

5. Përpara lidhjes së kontratës së paketës së udhëtimit, organizatori dhe/ose shitësi duhet të njoftojnë konsumatorin, me shkrim, për të gjitha kushtet e kontratës, si dhe t'i japin atij një kopje të këtyre kushteve.

6. Dispozita e pikës 5 të këtij vendimi nuk zbatohet për lidhjen e kontratës ose rezervimin në çastin e fundit.

7. Organizatori dhe/ose shitësi, me anën e kontratës së paketës së udhëtimit, angazhohet t'i sigurojë konsumatorit një paketë udhëtimi kundrejt pagesës së një çmimi të caktuar.

8. Kontrata e paketës së udhëtimit lidhet në formë të shkruar dhe konsumatorit i jepet një kopje e saj.

9. Kontrata e paketës së udhëtimit përmban elementet e mëposhtme:

a) Datën dhe vendin e lidhjes së kontratës;

b) Emrin dhe adresën e organizatorit dhe/ose të shitësit;

c) Mënyrat, karakteristikat dhe kategorinë e transportit, që do të përdoret, datat, oraret dhe pikat e nisjes e të kthimit;

ç) Vendndodhjen e akomodimit, kur paketa e udhëtimit e përfshin, kategorinë turistike ose shkallën e komoditetit, veçoritë kryesore dhe përputhshmërinë e tij me rregullat e vendit pritës e planin e vakteve të ngrënies;

d) Llojin dhe nivelin e furnizimit me ushqim (catering) e vendet e argëtimit, numrin dhe tipin e vakteve të ngrënies, të përfshira në paketën e udhëtimit;

dh) Afatin e fundit për informimin e konsumatorit, në rast anulimi të paketës së udhëtimit, nëse për zhvillimin e kësaj pakete kërkohet një numër minimal pjesëmarrësish;

e) Itinerarin e paketës së udhëtimit;

ë) Vizitat, ekskursionet ose shërbimet e tjera, të cilat janë të përfshira në çmimin e përgjithshëm, e për të cilat është rënë dakord për t'u përfshirë në paketën e udhëtimit;

f) Kërkesat specifike, të cilat konsumatori ia ka bërë të njohura organizatorit ose shitësit, kur ka bërë rezervimin përfundimtar, dhe për të cilat palët kanë rënë dakord;

g) Çmimin e plotë/përfundimtar të paketës së udhëtimit, në lekë, për të gjitha shërbimet e përfshira në kontratë;

gj) Kalendarin dhe mënyrën e pagesës;

h) Të dhënat për mundësinë e rishikimit të çmimit, procedurën dhe mënyrën e rillogaritjes së tij, në

rastet e parashikuara në pikën 16 të këtij vendimi, si dhe të dhënat për çdo taksë të pritshme ose pagesë, që mund të ngarkohen për shërbime të caktuara (tarifat në porte për hipje dhe zbritje në anije, tarifat në aeroporte, taksat turistike), kur kosto të tilla nuk janë përfshirë në paketën e udhëtimit;

i) Afatin e fundit, për të cilin konsumatorit i është dhënë e drejta e heqjes dorë nga kontrata, pa qenë përgjegjës për shpenzime dhe kompensim;

j) Nivelin e dëmshpërblimit, që konsumatori detyrohet t'i paguajë organizatorit dhe/ose shitësit, në rast të heqjes dorë të konsumatorit nga kontrata, pas mbarimit të afatit, sipas shkronjës "i" të kësaj pike;

k) Afatin, kur konsumatori njofton organizuesin dhe/ose shitësin, përpara nisjes, për qëllimin e tij, për të transferuar rezervimin përfundimtar te një person i tretë, si dhe afatin e fundit, për të cilin konsumatori duhet të njoftojë organizatorin e paketës së udhëtimit ose shitësin për faktin se ai e ka transferuar paketën e vet te një palë e tretë;

l) Numrin minimal të pjesëmarrësve, të kërkuar për të zhvilluar paketën e udhëtimit, si dhe afatin e fundit për njoftimin e konsumatorëve, në rast se ky numër nuk arrihet dhe paketa e udhëtimit mund të anulohet;

m) Detyrimin për të njoftuar konsumatorin për të drejtat e tij, të parashikuara në pikat 19 e 22 të këtij vendimi;

n) Afatet, brenda të cilave konsumatori mund të bëjë ankesë për mospërmbushjen ose përmbushjen e papërshtatshme të kontratës së paketës së udhëtimit;

nj) Emrin dhe adresën e siguresit, me të cilin organizatori ka lidhur një kontratë sigurimi, në bazë të pikës 40 të këtij vendimi.

10. Organizatorit dhe/ose shitësit të paketës së udhëtimit, për mospërmbushjen e kontratës së kësaj pakete, nuk i lejohet t'i referohet mungesës së njërës prej elementeve të kontratës, përcaktuar në pikën 9 të këtij vendimi.

11. Kontrata për organizimin e paketës së udhëtimit nuk duhet të përmbajë kushte të padrejta kontraktuale, sipas nenit 27 të ligjit "Për mbrojtjen e konsumatorit".

12. Organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit i sigurojnë konsumatorit, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, përpara lidhjes së kontratës, një informacion të përgjithshëm për kërkesat e zbatueshme për vizat dhe pasaportat, veçanërisht, për afatet kohore për pajisjen me to, si dhe informacion për formalitetet shëndetësore, për udhëtimin dhe qëndrimin.

13. Organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit i sigurojnë konsumatorit, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, në një kohë të arsyeshme, përpara fillimit të udhëtimit, por jo më vonë se 7 ditë pune përpara fillimit të udhëtimit, informacionin e mëposhtëm:

a) Emrin e shoqërisë, adresën dhe numrin e telefonit të përfaqësuesit të tij vendor në vendin që do të vizitohet dhe, në mungesë të një përfaqësuesi, të dhëna për të kontaktuar agjencitë vendore, të vendit që do të vizitohet, të cilat mund t'i japin asistencë konsumatorit, nëse ndodhet në vështirësi. Në rast mungese të agjencive të tilla vendore, konsumatorit duhet t'i jepet një numër telefoni

emergjence ose çdo informacion tjetër, që i mundëson atij të kontaktojë organizuesin dhe/ose shitësin;

b) Oraret dhe vendet e ndalesave të ndërmjetme dhe të pikave lidhëse të udhëtimit, si dhe hollësi për vendet, që do të zihen nga udhëtari, si kabina ose shtrati në anije, ndarjet e fjetjes në tren;

c) Për sigurimin, në përmbushje të kontratës së paketës së udhëtimit, në bazë të pikës 40 të këtij vendimi;

ç) Për mundësimin e kontaktimit të drejtpërdrejtë me të miturin ose me personin përgjegjës për të miturin, në vendin e qëndrimit, në rast të udhëtimit ose qëndrimit jashtë Shqipërisë të të miturve;

d) Për mundësinë e marrjes, jo të detyrueshme, të një police sigurimi, për të mbuluar kostot e anulimit nga konsumatori ose kostot e asistencës, përfshirë riatdhesimin, në rast aksidenti ose sëmundjeje.

14. Kur periudha ndërmjet lidhjes së kontratës së udhëtimit dhe datës së fillimit të udhëtimit është më e vogël se 7 ditë pune, informacioni i përcaktuar në pikën 12 të këtij vendimi, duhet të sigurohet në çastin e lidhjes së kontratës.

15. Informacioni i përcaktuar në pikat 3, 9, 12 e 13 të këtij vendimi, jepet në gjuhën shqipe.

16. Çmimi i dhënë në kontratën e paketës së udhëtimit nuk është objekt rishikimi, vetëm në rast se kontrata parashikon qartë mundësinë e një ndryshimi të këtij çmimi, si dhe përcakton, me saktësi, mënyrën e llogaritjes së çmimit të rishikuar. Në këtë rast ndryshimet lejohen vetëm për:

a) kostot e transportit përfshirë koston e lëndës djegëse;

b) shuma për t'u paguar, taksa ose tarifa, që vihen në ngarkim, për përdorimin e disa shërbimeve të caktuara, sipas kontratës (tarifat në aeroporte, porte dhe/ose tarifa të tjera);

c) kursin e këmbimit, të përdorur në kontratën e paketës së udhëtimit, në periudhën ndërmjet lidhjes së kontratës dhe datës së nisjes.

17. Gjatë 20 ditëve përpara datës së përcaktuar të nisjes, çmimi i deklaruar në kontratën e paketës së udhëtimit nuk duhet të rritet.

18. Rritja e çmimit të paketës së udhëtimit duhet të argumentohet ekonomikisht dhe të jetë në proporcion me ndryshimet, që pësojnë kostot.

19. Nëse organizatori vëren se përpara nisjes ai është i detyruar të kryejë ndryshime të rëndësishme në ndonjërin nga kushtet thelbësore të kontratës së paketës së udhëtimit, organizatori ose shitësi duhet ta njoftojë, sa më shpejt të jetë e mundur, konsumatorin, për t'i mundësuar atij marrjen e vendimeve të duhura dhe, në veçanti:

a) pranimin e një shtojce në kontratë, duke specifikuar ndryshimet e bëra dhe ndikimin e tyre në çmim,

b) heqjen dorë nga kontrata, pa penalizim.

20. Çdo ndryshim i çmimit në një vlerë më të madhe se 5% është ndryshim thelbësor i kontratës.

21. Konsumatori informon organizatorin ose shitësin e paketës së udhëtimit për vendimin e tij, sipas pikës 19 të këtij vendimi, brenda tri ditëve nga data e marrjes së njoftimit, por jo më vonë se dita e nisjes.

22. Nëse konsumatori heq dorë nga kontrata e paketës së udhëtimit, sipas shkronjës "b", të pikës 19, të këtij vendimi, ose nëse, për çfarëdo shkak, me përjashtim të fajit/gabimit të konsumatorit, apo nëse organizatori anulon paketën përpara datës së nisjes, për të cilën është rënë dakord, konsumatorit i lind e drejta të zgjedhë njërën nga mundësitë e mëposhtme:

a) Ofrimin e një pakete zëvendësuese, ekuivalente ose të një cilësie më të lartë, kur organizatori a shitësi janë në gjendje t'ia ofrojnë;

b) Ofrimin e një pakete udhëtimi zëvendësuese, me një cilësi më të ulët. Në një rast të tillë organizatori ose shitësi duhet t'i kompensojnë konsumatorit diferencën e çmimit ndërmjet paketës së udhëtimit të anuluar dhe asaj të ofruar;

c) Kthimin e të gjithë shumës së paguar nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit, brenda 7 ditëve nga data e marrjes së njoftimit të heqjes dorë, sipas pikës 21 të këtij vendimi.

23. Në rastet e përcaktuara në pikën 22 të këtij vendimi, konsumatorit i lind e drejta të kërkojë kompensim nga organizatori ose shitësi, për të gjitha dëmet, materiale dhe jomateriale, të shkaktuara nga mospërmbushja ose përmbushja e papërshtatshme e kontratës së paketës së udhëtimit, me përjashtim kur:

a) anulimi bëhet për shkak të numrit të personave të regjistruar për paketën e udhëtimit, që është më i vogël se numri minimal i kërkuar dhe për këtë, konsumatori ka qenë informuar siç duhet nga organizatori dhe/ose shitësi për anulimin brenda afatit të përcaktuar në kontratën e paketës së udhëtimit;

b) anulimi i udhëtimit është rrjedhojë e një force madhore.

24. Tejkalimi i kapacitetit të rezervimeve përfundimtare për udhëtimin nuk është forcë madhore.

25. Konsumatori mund të transferojë të drejtat dhe detyrimet e tij sipas kontratës së paketës së udhëtimit te një palë e tretë, e cila plotëson të gjitha kushtet e paketës. Në një rast të tillë, konsumatori njofton organizatorin ose shitësin, përpara nisjes, për qëllimet e transferimit të rezervimit të tij te një palë e tretë, brenda afatit të përcaktuar në kontratë.

26. Konsumatori, i cili transferon të drejtat dhe detyrimet e tij sipas kontratës së paketës së udhëtimit dhe personi, te i cili transferohet paketa e udhëtimit, janë përgjegjës, solidarë dhe veçmas, tek organizatori ose shitësi i kontratës për pagesën e një shumë të caktuar nga çmimi i përgjithshëm dhe për çdo kosto shtesë, që rrjedh nga ky transferim.

27. Konsumatori njofton për çdo mospërmbushje të kontratës së paketës turistike, të cilën ai e dallon në vend, furnizuesin e shërbimit në fjalë dhe organizatorin dhe/ose shitësin, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, me mundësinë më të parë. Ky detyrim duhet të përcaktohet, qartë dhe saktë, në kontratë. Njoftimi bëhet me shkrim ose në një mënyrë tjetër të përshtatshme, përfshirë faksin, e-mailin ose mjete të tjera teknike, të cilat sigurojnë mundësinë për riprodhimin e saj.

28. Furnizuesi i shërbimit në fjalë dhe organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit apo përfaqësuesi i tyre vendor duhet të marrin menjëherë masat e nevojshme, për të kënaqur konsumatorin, brenda periudhës më të shkurtër të mundshme kohore dhe të gjejnë zgjidhjen e

përshtatshme.

29. Organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit janë përgjegjës ndaj konsumatorit, për përmbushjen e duhur të detyrimeve, që rrjedhin nga kontrata e paketës së udhëtimit, pavarësisht nëse këto detyrime janë për t'u përmbushur nga organizatori dhe/ose shitësi apo nga një tjetër furnizues i shërbimeve.

30. Organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit mund të paraqesë pretendim kundrejt nënkontraktorëve të tij, në rast mospërmbushje të detyrimeve të tyre, që rrjedhin nga kontrata e paketës së udhëtimit, për furnizimin e shërbimeve.

31. Organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit janë përgjegjës për çdo dëm të shkaktuar nga mospërmbushja ose përmbushja e papërshtatshme e kontratës së paketës së udhëtimit, vetëm nëse kjo mospërmbushje ose përmbushje e papërshtatshme e kontratës vjen si shkak i:

a) konsumatorit;

b) veprimeve, të një pale të tretë, që nuk ka lidhje me ofrimin e shërbimeve të kontraktuara, të cilat janë të paparashikuara ose të pashmangshme;

c) një rrethane të një force madhore ose një ngjarjeje, të cilën organizatori dhe/ose nënkontraktorët e tij, me gjithë kujdesin e duhur, nuk mund ta parashikonin a të parandalonin.

32. Për rastet, që u referohen shkronjave "b" e "c", të pikës 31, të këtij vendimi, organizatori dhe/ose shitësi i paketës së udhëtimit duhet t'i japin ndihmën e menjëhershme konsumatorit në vështirësi.

33. Kontrata e paketës së udhëtimit mund të parashikojë një kufi maksimal të përgjegjësisë së organizatorit dhe/ose shitësit për dëmet e shkaktuara konsumatorit, nga mospërmbushja ose përmbushja e papërshtatshme e kontratës së paketës së udhëtimit. Në këtë rast, kufiri maksimal i përgjegjësisë së organizatorit dhe/ose shitësit, për të cilën është rënë dakord nga palët e kontratës, nuk duhet të kalojë trefishin e çmimit të paketës së udhëtimit.

34. Kur përgjegjësia e nënkontraktorëve të organizatorit dhe/ose shitësit për dëmet e shkaktuara nga mospërmbushja ose përmbushja e papërshtatshme e shërbimeve, sipas kontratës së paketës së udhëtimit kufizohet nga marrëveshje ndërkombëtare, të ratifikuara nga Republika e Shqipërisë, kontrata e paketës së udhëtimit mund të parashikojë një kufizim të përgjegjësisë së organizatorit dhe/ose shitësit, në përputhje me kushtet e kësaj marrëveshjeje.

35. Dispozitat e pikave 33 e 34, të këtij vendimi, nuk zbatohen për dëme, që rrjedhin nga mospërmbushja ose përmbushja e papërshtatshme e shërbimeve, të përfshira në paketën e udhëtimit për dëmtime vetjake.

36. Pa përjashtuar dispozitat e pikave 33 e 34 të këtij vendimi, kontrata e paketës së udhëtimit nuk duhet të përmbajë asnjë kusht kontraktual, që çliron organizatorin dhe/ose shitësin nga përgjegjësia e përcaktuar në pikat 29 e 31 të këtij vendimi.

37. Në rast se pas nisjes, një pjesë e rëndësishme e shërbimeve të kontraktuara nuk sigurohet, ose organizatori kupton, se nuk mund të sigurojë një pjesë të rëndësishme të shërbimeve, që duhet të ofrohen, organizatori merr masa alternative, të përshtatshme, pa kosto shtesë për konsumatorin,

për vazhdimin e paketës së udhëtimit, dhe kompenson konsumatorin për diferencën, ndërmjet shërbimeve të parashikuara dhe atyre të siguruara realisht.

38. Në rast se organizatori i paketës nuk merr masat e duhura, në përputhje me pikën 37, të këtij vendimi, për vazhdimin e paketës së udhëtimit, konsumatori mund të kërkojë kompensim për shpenzimet shtesë, që ka kryer.

39. Kur është e pamundur marrja e masave të duhura, të parashikuara në pikën 37, të këtij vendimi, ose kur këto masa, për shkaqe të arsyeshme, nuk janë të pranueshme nga konsumatori, organizatori duhet:

- a) t'i sigurojë atij, pa kosto shtesë, me një transport ekuivalent, kthimin në vendin e nisjes ose në një pikë tjetër kthimi, për të cilin konsumatori bie dakord;
- b) të dëmshpërblejë konsumatorin për dëmet e shkaktuara.

40. Organizatori i paketës së udhëtimit duhet të ketë një kontratë sigurimi të detyrueshme, që mbulon përgjegjësinë e tij për dëmet e shkaktuara, si rezultat i mospërbushjes së detyrimeve, përfshirë rastet e paaftësisë paguese dhe falimentimit.

Kontrata e sigurimit lidhet me një shoqëri sigurimi, në përputhje me dispozitat e parashikuara në legjislacionin në fuqi, për sigurimin dhe risigurimin, dhe mbulon:

- a) kthimin e parave të paguara nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit;
- b) kompensimin e diferencës, nëse gjatë paketës së udhëtimit përmbushen vetëm një pjesë e shërbimeve të kontraktuara;
- c) shpenzimet për kthimin e konsumatorit në vendin e nisjes.

41. Kur organizatori ose shitësi i paketës së udhëtimit nuk është në gjendje t'i sigurojë konsumatorit kontratën e vlefshme të sigurimit, sipas pikës 40 të këtij vendimi, konsumatori i lind e drejta të heqë dorë nga kontrata e paketës së udhëtimit, pa asnjë shpenzim a penalizim.

42. Heqja dorë e konsumatorit nga kontrata e paketës së udhëtimit, sipas pikës 41, të mësipërme, bëhet me shkrim tek organizatori ose shitësi, përpara nisjes.

43. Kontrata e sigurimit, sipas pikës 40 të këtij vendimi, lidhet për një afat 1-vjeçar, dhe jo më vonë se 30 ditë përpara mbarimit të këtij afati, kontrata rinovohet ose lidhet një kontratë e re.

44. Kushtet dhe procedurat e lidhjes së kontratës së sigurimit, si dhe kufijtë e mbulimit të sigurimit të kësaj kontrate, sipas pikës 40 të këtij vendimi, përcaktohen në udhëzimin e përbashkët të Ministrisë të Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës dhe të ministrit të Financave, me propozimin e Autoritetit të Mbikëqyrjes Financiare.

45. Dispozitat e këtij vendimi do të zbatohen edhe për rastet, kur nga organizatori ose shitësi i paketës propozohen ose lëshohen komponentë të ndryshëm të së njëjtës paketë udhëtimi, të faturuara si zëra të veçantë.

46. Ngarkohen Ministri i Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës, Ministri i Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve dhe Ministri i Financave për zbatimin e këtij vendimi.

Ky vendim hyn në fuqi pas botimit në Fletoren Zyrtare dhe i shtrin efektet 3 muaj pas hyrjes në fuqi.

KRYEMINISTRI

Sali Berisha

REPUBLIKA E SHQIPËRISË

KUVENDI

L I G J

Nr. 9902, datë 17.4.2008

PËR MBROJTJEN E KONSUMATORËVE, , i ndryshuar nga

Ligji nr. 10444, date 14.07.2011

“PËR DISA SHTESA DHE NDRYSHIME NE LIGJIN NR. 9902”

Ligji nr. 15/2013

“PËR DISA SHTESA DHE NDRYSHIME NE LIGJIN NR. 9902”

Në mbështetje të neneve 78 dhe 83 pika 1 të Kushtetutës, me propozimin e Këshillit të Ministrave,

K U V E N D I

I REPUBLIKËS SË SHQIPËRISË

V E N D O S I:

PJESA I

DISPOZITA TË PËRGJITHSHME

Neni 1

Objekti

Qëllimi i këtij ligji është mbrojtja e interesave të konsumatorëve në treg, si dhe përcaktimi i rregullave dhe ngritja e institucioneve përkatëse për të mbrojtur të drejtat e konsumatorëve.

Neni 2

Fusha e zbatimit

Ky ligj përfshin të gjitha llojet e marrëdhënieve ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve, që kanë të bëjnë me mallrat e konsumatorëve apo shërbime, përveç

2

atyre që parashikohen në dispozitat e ligjeve të veçanta.

Ky ligj përfshin të gjitha llojet e marrëdhënieve ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve, që kanë të bëjnë me mallrat e konsumatorëve apo shërbime. Dispozitat e këtij ligji nuk do të zbatohen, kur në dispozitat e tjera ligjore për fushat përkatëse jepen trajtime më të favorshme për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorëve.

Neni 3

Përkufizime

Në këtë ligj termat e mëposhtëm kanë këto kuptime:

1. “Çmim për njësi i mallit” është çmimi përfundimtar, përfshirë TVSH-në dhe të gjitha taksat e tjera, për një kilogram, një litër, një metër, një metër katror, një metër kub të mallit, ose për një njësi sasive të veçantë, të ndryshme nga to, pjesë e njësisive ligjore të matjes, të përdorura në Republikën e Shqipërisë, që ka lidhje me tregtimin e mallrave specifike.

Kur natyra e mallit nuk e lejon përdorimin e njësive të sipërpërmendura, çmim për njësi i mallit do të konsiderohet çmimi për mallin e shitur si një artikull të veçantë ose më vete.

2. "Çmim i shitjes së mallit" është çmimi përfundimtar për një njësi të mallit ose për sasinë e dhënë të tij, përfshirë TVSH-në dhe të gjitha taksat e tjera.

3. "Garanci kontraktuale" është çdo marrje përsipër, pa pagesë shtesë, e detyrimeve nga shitësi apo prodhuesi ndaj konsumatorit, për rimbursimin e çmimit të paguar ose për zëvendësimin apo për riparimin e mallit, për ta sjellë në përputhje me kushtet e vëna në deklaratën e garancisë ose në publicitetin përkatës.

4. "Vendosje në treg" është bërja e disponueshme, për herë të parë, në tregun shqiptar.

5. "Bërje e disponueshme e produktit në treg" është çdo furnizim në tregun shqiptar i produktit në rrjedhën e një veprimtarie tregtare, për shpërndarje, konsum ose përdorim të produktit, me ose pa pagesë.

6. "Konsumator" është çdo person, i cili blen ose përdor mallra apo shërbime për plotësimin e nevojave vetjake, për qëllime që nuk kanë lidhje me veprimtarinë tregtare ose ushtrimin e profesionit. Në kuptim të këtij ligji, edhe organizatat jofitimprurëse konsiderohen si konsumatorë.

7. "Mall për konsumatorët", më poshtë mall, përfshirë edhe mallin, që përdoret në kuptim të ofrimit të një shërbimi, është çdo send i luajtshëm ose i paluajtshëm, pavarësisht nëse është i ri, i përdorur apo i riparuar, i parashikuar për përdorim për konsumatorët ose që mund të përdoret prej tyre, edhe nëse nuk është i parashikuar për ta, në kushte të arsyeshme, të parashikueshme, që bëhet i disponueshëm në treg gjatë një veprimtarie tregtare.

8. "Mallra të rezervuara" janë mallrat, që veçohen nga të tjerat prej shitësit, për t'i shërbyer një kategorie të përcaktuar personash, për të cilat tregtari ose shitësi është shprehur paraprakisht.

9. "Dorëzim i mallit" është marrja fizike e mallit në posedim nga konsumatori, vetëm në rast se palët nuk kanë rënë dakord ndryshe.

3

10. "Parullë" është motoja, që shoqëron mesazhin e publikimit ose të njoftimit.

11. "Publicitet" është çdo formë prezantimi për tregtinë, biznesin, zanatin ose profesionin, për të promovuar furnizimin e mallrave apo shërbimeve, përfshirë edhe të drejtat dhe detyrimet.

12. "Subjekti që promovon mallrat ose shërbimet e tij" janë prodhuesit, shitësit ose ofruesit e shërbimeve, që bëjnë publicitet për mallrat dhe shërbimet e tyre.

13. "Shërbime" janë shërbimet e përcaktuara për t'iu ofruar konsumatorëve, sipas çdo mënyre të parashikuar në Kodin Civil.

14. "Tregtar" është çdo person fizik ose juridik, i cili vepron për qëllime që lidhen me veprimtarinë e tij ekonomike, tregtinë, biznesin, zanatin ose profesionin, si dhe cilido, që vepron në emër ose në interes të tregtarit.

15. "Praktikë tregtare" është çdo veprim, përjashtim, mënyrë sjelljeje ose përfaqësim, komunikim tregtar, përfshirë këtu publicitetin dhe tregtimin nga tregtari, që lidhet drejtpërdrejt me promovimin, shitjen apo furnizimin e një malli apo shërbimi te konsumatorët. 15.1. "Ftesë për blerje" është një

komunikim tregtar, që tregon në një mënyrë të përshtatshme, nëpërmjet mjeteve të përdorura të komunikimit tregtar, karakteristikat e produktit apo të shërbimit dhe çmimin, duke i mundësuar në këtë mënyrë konsumatorit kryerjen e blerjes;

16. "Kod i sjelljes" është një marrëveshje ose paketë rregullash të pasanksionuara në ligje, rregullore apo dispozita administrative, e cila përcakton sjelljen e tregtarëve, që marrin përsipër t'i binden kodit për një ose më shumë praktika të veçanta tregtare ose sektorë biznesi.

17. "Prodhues" është çdo person fizik apo juridik, sipas përkufizimit të bërë në ligjin nr. 9779, datë 16.7.2007 "Për sigurinë e përgjithshme, kërkesat thelbësore dhe vlerësimin e konformitetit të produkteve joushqimore" .

18. "Shitje promovionale" është shitja e një sasive të caktuar malli të një prodhuesi, në një vend dhe në një kohë të veçantë, me një çmim më të ulët se çmimi i mallit në shitje të rregullt. 19. "Mjet i qëndrueshëm" është çdo mjet, i cili i mundëson konsumatorit ruajtjen e informacionit të drejtuar personalisht atij, në mënyrë që të lejojë referimin për qëllime informimi, në të ardhmen, për një periudhë kohe të përshtatshme, dhe që lejon riprodhimin e pandryshuar të informacionit të ruajtur.

4

Të drejtat e konsumatorëve

Të drejtat bazë të konsumatorëve janë:

a) e drejta e mbrojtjes së shëndetit, mjedisit dhe sigurisë së jetës;

b) e drejta e mbrojtjes së interesave ekonomikë;

c) e drejta e ankimit;

ç) e drejta për dëmshpërblim;

d) e drejta e edukimit;

dh) e drejta e marrjes së informacionit;

e) e drejta e përdorimit të shërbimeve publike;

4

ë) e drejta e mbrojtjes ligjore;

f) e drejta e organizimit në shoqata ose bashkime për mbrojtjen e interesave të konsumatorëve dhe e drejta e përfaqësimit në organet e tyre vendimmarrëse.

PJESA II

SIGURIA E KONSUMATORIT

Neni 5

Kërkesat e sigurisë së përgjithshme

1. Tregtarët janë të detyruar të vendosin në treg vetëm mallra të sigurta, në përputhje me ligjin nr.9779, datë 16.7.2007 "Për sigurinë e përgjithshme, kërkesat thelbësore dhe vlerësimin e konformitetit të produkteve joushqimore".

2. Ofruesit e shërbimeve duhet të ofrojnë vetëm shërbime të sigurta, duke marrë parasysh aspektet e mëposhtme:

a) karakteristikat e shërbimit;

- b) efektin e shërbimit mbi mallrat dhe shërbimet e tjera;
- c) paraqitjen e shërbimeve, paralajmërimet ose informacionin në lidhje me shërbimet;
- ç) kategoritë e konsumatorëve të rrezikuar, kur përdorin shërbimin, veçanërisht fëmijët dhe të moshuarit;
- d) rreziqet e mundshme që mund të shkaktojë shërbimi nëse nuk përdoret siç duhet.

Neni 6

Përgjegjësia e prodhuesit

Prodhuesi është përgjegjës për dëmin e shkaktuar nga të metat e mallit të tij, sipas dispozitave të Kodit Civil dhe ligjeve në fuqi.

PJESA III

INFORMIMI I KONSUMATORIT

Neni 7

Detyrimi i përgjithshëm i informimit

1. Tregtarët janë të detyruar, në kufijtë e veprimtarive përkatëse, t'u japin konsumatorëve të dhëna të plota dhe të sakta për mallrat dhe shërbimet e vendosura në treg ose të parashikuara për t'u vendosur në treg.

2. Të dhënat duhet të jenë të vërteta, të sakta dhe të qarta për të gjitha karakteristikat e mallrave dhe shërbimeve, si edhe për kushtet e tregtimit të tyre. Këto të dhëna duhet të përmbajnë karakteristikat e mëposhtme:

a) natyrën, identitetin e prodhuesit, çmimin, cilësinë, sasinë, dobinë, origjinën,

5

afatin e përdorimit, mënyrën e prodhimit dhe të përdorimit, mënyrën e mirëmbajtjes dhe garancinë e mallrave dhe të shërbimeve;

b) rreziqet, që lidhen me mallrat dhe shërbimet, kur këto rreziqe nuk janë të kuptueshme pa paralajmërimin përkatës.

c) kushtet e përgjithshme të kontratave që i ofrohen konsumatorit.

Neni 8

Etiketimi

Shitësit janë të detyruar të sigurojnë që, në mallrat për shitje, të jenë të shënuara në gjuhën shqipe, dukshëm dhe kuptueshëm:

a) emërtimi i mallit, adresa e fabrikuesit dhe/ose importuesit, marka ose çdo shenjë tjetër dalluese e fabrikuesit, importuesit ose furnizuesit, pesha, sasia, përmasa ose dimensionet, si dhe çdo informacion tjetër që, në vartësi të natyrës së mallit, është i domosdoshëm për identifikimin ose përdorimin e tij;

b) informacion për jetëgjatësinë minimale ose datën e skadimit, nëse ka.

Neni 9

Treguesi i çmimit

1. Çdo mall, që i ofrohet konsumatorit, duhet të ketë të shënuar çmimin e shitjes:

- a) për mallrat e paketuara duhet të jepen çmimi për sasinë e pakeluar dhe çmimi për njësi;
 - b) për mallrat që nuk janë të paketuara dhe maten në prani të konsumatorit jepet vetëm çmimi për njësi;
 - c) për mallrat e përmendura në shkronjën "b" të pikës 1 të këtij neni është i detyrueshëm përdorimi i instrumentit matës;
 - ç) në rastet kur çmimi i mallit për njësi është i njëjtë me çmimin e shitjes së mallit, është e mjaftueshme vendosja e çmimit të shitjes së mallit.
2. Për të gjitha shërbimet, që i ofrohen konsumatorëve, është i detyrueshëm shënimi i çmimit të shërbimit të ofruar. Nëse shërbimi përbëhet nga disa pjesë të ndryshme e të veçanta, jepen çmimi i secilës prej tyre dhe çmimi përfundimtar. Nëse në çastin e lidhjes së kontratës nuk është dhënë ende çmimi përfundimtar, ofruesi i shërbimit është i detyruar të tregojë metodën e përlllogaritjes së tij.
3. Treguesit e çmimit të mallit ose shërbimit të ofruar duhet të jenë të qartë, lehtësisht të dallueshëm dhe të lexueshëm.
4. Çmimi i shitjes së mallit ose shërbimit të ofruar shprehet vetëm në lekë.
5. Pikat e këtij neni, me përjashtim të pikës 4, nuk zbatohen për mallra dhe shërbime të përfutuara nëpërmjet ankandit, si dhe për shitjen e sendeve antike dhe veprave të artit.

Neni 10

Dokumenti i njohur ligjor

1. Tregtarët janë të detyruar t'i japin konsumatorit kupon tatimor/faturë tatimore

6

për mallin e shitur ose shërbimin e ofruar. Ky dokument i lejon konsumatorit të verifikojë shumën e llogaritur për sasinë e mallrave të shitura ose shërbimeve të ofruara.

2. Konsumatori është i detyruar të marrë kupon tatimor/faturë tatimore.

Neni 11

Ambalazhimi i mallit

Shitësi është i detyruar ta shesë mallin të ambalazhuar ose të pakeluar në mënyrë të rregullt e të sigurt. Në rastet e shitjes me vetëshërbim, shitësi është i detyruar t'i sigurojë blerësit material të përshtatshëm e të sigurt paketimi.

Neni 12

Detyrimi i gjuhës

Të gjitha të dhënat dhe informacionet më të domosdoshme për mallin dhe shërbimin duhet të jenë në gjuhën shqipe.

PJESA IV

PRAKTIKAT E TREGTIMIT

KREU I

PRAKTIKAT E PADREJTA TREGTARE

Neni 13

Ndalimi i praktikave të padrejta tregtare

1. Një praktikë tregtare është e padrejtë kur:

a) është në kundërshtim me kërkesat që një tregtar pritët, në mënyrë të arsyeshme, të zbatojë ndaj konsumatorëve, në përputhje me praktikën e tregtimit të ndershëm dhe/ose me parimin e përgjithshëm të mirëbesimit në fushën respektive të veprimtarisë tregtare;

b) dobëson ndjeshëm aftësinë e konsumatorit për marrjen e një vendimi, si pasojë e informacionit të dhënë, duke shkaktuar kështu marrjen e vendimit, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë.

2. Praktikrat tregtare, që shtrembërojnë sjelljen ekonomike të një grupi konsumatorësh, qartësisht të identifikueshëm, të cilët janë të ndjeshëm ndaj praktikës, mallit ose shërbimit, si pasojë e dobësisë së tyre mendore apo fizike, moshës apo lehtëbesimit, në një mënyrë, të cilën tregtari pritët, në mënyrë të arsyeshme, ta parashikojë, vlerësohen nga këndvështrimi i konsumatorit të nivelit mesatar të këtij grupi.

3. Bëjnë përjashtim rastet e praktikave normale dhe legjitime të publiciteteve, në të cilat bëhen formulime të ekzagjeruara ose formulime që nuk duhen marrë

7

tekstualisht.

4. Praktikrat tregtare vlerësohen të padrejta, veçanërisht, kur:

a) janë çorientuese, sipas përcaktimit në nenet 14, 15 dhe 17 shkronja "A" të këtij ligji;

b) janë agresive, sipas përcaktimit në nenet 16 dhe 17 shkronja "B" të këtij ligji.

5. Praktikrat e padrejta tregtare janë të ndaluara.

Neni 14

Praktika çorientuese

1. Një praktikë tregtare është çorientuese kur përmban informacion të rremë dhe për rrjedhojë është e pavërtetë. Një praktikë tregtare është çorientuese edhe kur, në çfarëdo mënyre, përfshirë paraqitjen e përgjithshme, mashtron apo ka mundësi të mashtrrojë konsumatorin mesatar, duke e bërë ose ka mundësi ta bëjë atë, të marrë një vendim, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë, edhe kur informacioni është bazuar në fakte të vërteta për një ose më shumë prej elementeve të mëposhtme:

a) ekzistenca ose natyra e mallit apo shërbimit;

b) karakteristikat kryesore të mallit, siç janë disponueshmëria, dobishmëria, rreziqet, aplikimi, përbërja, pajisjet shtesë, asistenca pas shitjes për konsumatorin dhe trajtimi i ankesave, metoda dhe data e prodhimit ose e dorëzimit, përshtatja me destinacionin, përdorimi, sasia, specifikimi, origjina gjeografike ose tregtare apo rezultatet e pritshme nga përdorimi i tij, ose rezultatet apo hollësitë materiale të testeve ose kontrolleve të kryera mbi mallin;

c) karakteristikat kryesore të shërbimit, siç janë disponueshmëria, dobishmëria, rreziqet, aplikimi, pajisjet ndihmëse, asistenca e konsumatorit dhe trajtimi i ankesave, furnizimi, përshtatja me destinacionin, përdorimi, sasia, specifikimi, origjina gjeografike ose tregtare apo rezultatet e pritshme nga përdorimi i tij, ose rezultatet apo hollësitë materiale të testeve ose kontrolleve të

kryera mbi shërbimin;

ç) niveli i angazhimeve të tregtarit, motivet për praktikën tregtare dhe natyra e procesit të shitjes apo furnizimit, çdo deklaratë ose simbol, në lidhje të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë, me sponsorizimin apo aprovimin e tregtarit, mallit ose të shërbimit;

d) çmimi ose mënyra e llogaritjes së tij apo ekzistenca e një përfitimi specifik në çmim;

dh) nevoja për një shërbim, pjesë këmbimi, zëvendësim ose riparim;

e) natyra, atributet dhe të drejta të tregtarit ose të agjentit të tij, siç janë identiteti dhe pronësitë e tregtarit, kualifikimi, çmime të fituara, statusi, miratimi, anëtarësimi ose lidhja dhe zotërimi nga ana e tij i të drejtave mbi pronësinë industriale, tregtare apo intelektuale;

ë) të drejtat e konsumatorit.

2. Një praktikë tregtare është çorientuese kur, duke konsideruar të gjitha tiparet dhe rrethanat e saj, e bën apo ka mundësi ta bëjë konsumatorin mesatar të marrë një vendim, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë dhe që përfshin:

a) çdo marketing të një malli apo shërbimi, përfshirë publicitetin krahasues, që krijon konfuzion me çfarëdo malli, shërbimi, marke tregtare, emërtimi tregtar ose shenjë tjetër dalluese e një konkurrenti;

8

b) mospajtim të tregtarit me angazhimet që përmbajnë kodet ku ai është palë, ku:

i) angazhimi nuk është evaziv, por është i prerë dhe është i mundur verifikimi;

ii) tregtari tregon se në një praktikë tregtare ai është i lidhur nga kodi.

Neni 15

Informacion i mangët çorientues

1. Një praktikë tregtare është çorientuese kur, duke konsideruar të gjitha tiparet dhe rrethanat e saj, si dhe kufizimet e mjeteve të komunikimit, jep të mangët informacionin, që i nevojitet konsumatorit mesatar për të qenë i informuar për të marrë një vendim dhe, në këtë mënyrë, e bën apo ka mundësi ta bëjë konsumatorin mesatar të marrë një vendim, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë.

2. Konsiderohet, gjithashtu, informacion i mangët çorientues kur, duke marrë parasysh përmbajtjen e pikës 1 të këtij neni, një tregtar fsheh ose jep informacion në një mënyrë të paqartë, të pakuptueshme, të dykuptimtë ose të parakohshme, ose dështon në identifikimin e qëllimit tregtar të praktikës së tij tregtare, nëse ajo nuk është e dukshme nga konteksti dhe kur në cilindo rast kjo e bën apo ka mundësi ta bëjë konsumatorin mesatar të marrë një vendim, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë.

3. Në rastet kur mjete i përdorur për komunikimin e praktikës tregtare imponon kufizime në hapësirë ose kohë, këto kufizime dhe çdo masë e marrë nga ana e tregtarit, për të vënë informacionin në dispozicion të konsumatorit, nëpërmjet mjeteve të tjera, merren në konsideratë kur vendoset nëse informacioni është i mangët.

4. Në rastin e një ftese për blerje, nëse kjo nuk është e qartë nga konteksti, do të konsiderohet si

thelbësor informacioni i mëposhtëm:

- a) karakteristikat kryesore të mallit ose shërbimit, në një masë të përshtatshme për mjetin dhe mallin ose shërbimin;
- b) adresa gjeografike dhe identiteti i tregtarit, siç janë emërtimi i tij tregtar dhe, sipas rastit, adresa gjeografike dhe identiteti i tregtarit, në emër të të cilit ai vepron;
- c) çmimi, që përfshin edhe taksat, ose mënyrën në të cilën llogaritet çmimi, kur natyra e mallit ose shërbimit është e tillë që nuk mundëson llogaritjen e arsyeshme paraprake të çmimit dhe, sipas rastit, të gjitha shpenzimet shtesë për transportimin, dorëzimin apo shpenzimet postare ose faktin e pagimit të shpenzime të tilla suplementare, kur ato nuk mund të llogariten arsyeshëm paraprakisht;
- ç) marrëveshjet për pagesën, dorëzimin, furnizimin dhe politikën e trajtimit të ankesave, nëse ato janë të ndryshme nga kërkesat e zakonshme të sjelljes profesionale;
- d) ekzistencën e së drejtës për heqje dorë ose anulim për mallrat dhe transaksionet, që e përfshijnë një të drejtë të tillë.

Neni 16

Praktika tregtare agresive

1. Një praktikë tregtare është agresive kur, duke konsideruar të gjitha tiparet dhe rrethanat e saj, dobëson apo ka mundësi të dobësojë ndjeshëm lirinë e zgjedhjes ose sjelljen e konsumatorit për mallin apo shërbimin, nëpërmjet ushtrimit të dhunës psikike dhe/ose fizike, ose ndikimit të tepruar dhe në këtë mënyrë e shtyn konsumatorin të

9

marrë një vendim, të cilin, në të kundërt, nuk do ta kishte marrë.

2. Për të përcaktuar nëse një praktikë tregtare përdor dhunën psikike dhe/ose fizike, ose ndikimin e tepruar, merren parasysh:

- a) kohëzgjatja, vendndodhja apo natyra e saj;
- b) përdorimi i një gjuhe ose sjelljeje kërcënuese ose abuzive;
- c) shfrytëzimi nga ana e tregtarit e çfarëdo fatkeqësie të konsumatorit apo rrethane të përmasave të ngjashme, për të cilat tregtari është në dijeni, me qëllim që të dobësojë gjykimin e konsumatorit dhe të ndikojë në vendimin e tij për mallin apo shërbimin;
- ç) çdo pengesë e vështirë ose e shpërpjesëtuar jokontraktuale, e vendosur nga tregtari, kur një konsumator dëshiron të ushtrojë të drejta sipas kontratës, përfshirë të drejtat e përfundimit të kontratës apo të këmbimit me një mall apo shërbim tjetër ose tregtar tjetër;
- d) çdo kërcënim për të ndërmarrë çfarëdo veprimi, që nuk mund të ndërmerret ligjërisht.

Neni 17

Praktika tregtare të padrejta

Praktikat e mëposhtme tregtare janë të padrejta në të gjitha rrethanat.

A. Praktika tregtare çorientuese:

- 1. Pretendimi i të qenit nënshkruar në një kod sjelljeje, kur tregtari nuk është.
- 2. Përdorimi i një marke të besueshme, marke cilësie apo i një marke të njëvlershme, pa autorizimin

e nevojshëm.

3. Pretendimi se një kod sjelljeje ka miratimin e një organizmi publik apo të një organizmi tjetër, kur ai nuk e ka një të tillë.

4. Pretendimi se një tregtar (përfshirë edhe praktikantët e tij tregtare) ose një mall apo shërbim është miratuar ose autorizuar nga një organizëm publik apo privat kur nuk është e vërtetë, ose ngritja si një pretendim në mospërputhje me kushtet e miratimit apo autorizimit.

5. Bërja e një ftese për blerje malli ose shërbimi me çmim të specifikuar, pa njoftuar për ekzistencën e çfarëdo dyshimi të arsyeshëm, që mund të ketë tregtari për mundësinë e tij të ofrimit apo furnizimit të mallrave apo shërbimeve, ose të sigurimit të një tregtari tjetër për furnizimin e këtyre mallrave apo shërbimeve, ose edhe të njëvlershme me to, me të njëjtin çmim, për një periudhë kohe dhe në sasi që janë të arsyeshme, duke marrë parasysh mallin apo shërbimin, shkallën e publicitetit të mallit apo shërbimit dhe çmimin e ofruar (publicitetet joshës).

6. Bërja e një ftese për blerje malli ose shërbimi me çmim të specifikuar dhe më pas:

a) refuzimi për t'i treguar konsumatorit këtë artikull;

b) refuzimi për marrjen e porosive ose të dorëzimit brenda një afati të arsyeshëm kohor për këtë artikull;

c) ekspozimi i një mostre me të meta, me synimin që të promovojë një mall ose shërbim tjetër.

7. Deklarimi i rremë që një mall ose shërbim është i disponueshëm vetëm për një kohë shumë të kufizuar, ose që është i disponueshëm në kushte të veçanta vetëm për një kohë shumë të kufizuar, me qëllim që të privojë konsumatorët nga mundësia ose koha e

10

mjaftueshme për të bërë një zgjedhje të informuar dhe t'i nxitë ata për një vendim të menjëhershëm.

8. Angazhimi për t'u ofruar shërbime pas shitjes konsumatorëve, me të cilët tregtari ka komunikuar përpara transaksionit në gjuhë të ndryshme nga gjuha shqipe dhe më pas t'i bëjë të disponueshme këto shërbime vetëm në gjuhë tjetër, pa ia bërë të qartë konsumatorit përpara se ai të marrë përsipër transaksionin.

9. Deklarimi apo edhe krijimi i përshtypjes se një mall ose shërbim mund të shitet ose të furnizohet ligjërisht, kur kjo gjë nuk është e mundur.

10. Paraqitja e të drejtave, të dhëna konsumatorëve nga ligji, si një tipar i veçantë i ofertës së tregtarit.

11. Përdorimi i përmbajtjes editoriale në media për të promovuar një mall ose shërbim, kur tregtari ka paguar për promovimin, pa e bërë këtë të qartë në përmbajtje ose nëpërmjet fotove apo tingujve qartësisht të identifikueshëm nga ana e konsumatorit.

12. Deklarimi thelbësisht i pasaktë për natyrën apo shkallën e rrezikut ndaj sigurisë personale të konsumatorit ose familjes së tij, në rast se konsumatori nuk e blen mallin ose shërbimin.

13. Promovimi i një malli ose shërbimit të ngjashëm me një mall ose shërbim të prodhuar apo furnizuar nga një tregtar i veçantë në një mënyrë që qëllimisht të çorientojë konsumatorin, që ai të

besojë se malli ose shërbimi prodhohet ose furnizohet nga i njëjti tregtar, kur nuk është në të vërtetë.

14. Ngritja, funksionimi ose promovimi i skemave piramidale, ku një konsumator paguan për të pasur mundësinë e përfitimit të një shpërblimi, që rrjedh kryesisht nga përfshirja e konsumatorëve të tjerë në skemë sesa nga shitja apo konsumi i mallrave ose shërbimeve.

15. Pretendimi se një tregtar do të ndërpresë tregtimin apo do të ndërrojë mjedisin e punës, kur ai nuk do ta bëjë një gjë të tillë.

16. Pretendimi se mallra ose shërbime kanë aftësi të lehtësojnë fitimin në lojërat e fatit.

17. Pretendimi i rremë se një mall ose shërbim ka aftësi të kurojë sëmundje, mosfunksionim apo deformim të organeve.

18. Përçimi i informacionit në thelb të pasaktë për kushtet e tregut ose për mundësitë e gjetjes së një malli ose shërbimi, me synimin e nxitjes së konsumatorit për të blerë mallin ose shërbimin në kushte më pak të favorshme sesa kushtet normale të tregut.

19. Pretendimi në një praktikë tregtare se do të ofrohet çmim promocional ose konkurrues, pa e dhënë në të vërtetë këtë çmim apo diçka të njëvlershme me të.

20. Përshkrimi i një malli ose shërbimi si "gratis", "falas", "pa pagesë" ose në një mënyrë të ngjashme, kur konsumatorit i duhet të paguajë sadopak përmbi koston e paevitueshme të përgjigjes ndaj praktikës tregtare, si dhe pagesës për dërgesën e mallit apo ofrimin e shërbimit.

21. Përfshirja në materialet e tregtimit e një fature ose dokumenti të ngjashëm, që kërkon pagesë, e cila i krijon konsumatorit përshtypjen se ai e ka porositur tashmë mallin e tregtuar, kur në fakt ai nuk e ka porositur.

22. Pretendimi i rremë ose krijimi i përshtypjes se tregtari nuk po vepron për qëllime të lidhura me veprimtarinë e tij ekonomike, tregtare, profesionale ose paraqitja e rremë e vetes si konsumator.

23. Krijimi i përshtypjes së gabuar së shërbimit pas shitjes për një mall është i disponueshëm në një shtet, përveç atij në të cilin shitet malli.

11

B. Praktikrat tregtare agresive:

1. Krijimi i përshtypjes se konsumatori nuk mund të largohet nga qendra e shitjes derisa të përfundohet kontrata.

2. Diskriminimi i konsumatorit për seksin, racën, fenë, kombësinë, bindjet politike, moshën, veçoritë fizike dhe mendore të tij, në qendrat e shitjes.

3. Kryerja e vizitave personale në banesën e konsumatorit, duke shpërfillur kërkesën e konsumatorit për t'u larguar ose për të mos u rikthyer, me përjashtim të rasteve dhe brenda kufijve të justifikueshëm për zbatimin e një detyrimi kontraktual.

4. Bërja e kërkesave të vazhdueshme dhe të padëshiruara, nëpërmjet telefonit, faksit, e-mailit ose mjeteve të tjera të komunikimit në distancë, me përjashtim të rasteve dhe brenda shtrirjes së justifikueshme për zbatimin e një detyrimi kontraktual.

5. Kërkesa ndaj një konsumatori, i cili dëshiron të marrë policën e sigurimit, që të sigurojë

dokumente, të cilat, në mënyrë të arsyeshme, nuk mund të konsiderohen të përshtatshme për të vendosur nëse pretendimi ishte i vlefshëm, ose dështimi sistematik për t'iu përgjigjur korrespondencës përkatëse, për të zbindur konsumatorin nga ushtrimi i të drejtave të tij kontraktuale.

6. Përfshirja në një publicitet të nxitjes së drejtpërdrejtë drejtuar fëmijëve për të blerë mallra apo shërbime, ose për të bindur prindërit e tyre apo persona të tjerë të rritur për të blerë këto mallra apo shërbime.

7. Kërkesa e pagesës së menjëhershme ose të shtyrë, për kthimin ose ruajtjen e mallrave të furnizuara nga tregtari, por të pakërkuara nga konsumatori. 7. Kërkesa e pagesës së menjëhershme ose të shtyrë nga tregtari për mallrat apo shërbime, në lidhje me furnizimin ose kthimin apo ruajtjen e këtyre mallrave a shërbimeve të pakërkuara nga konsumatori.

8. Informimi në formë të qartë i konsumatorit se punësimi apo jetesa e tregtarit vihet në rrezik, në rast se konsumatori nuk e blen mallin ose shërbimin.

9. Krijimi i përshtypjes së gabuar se konsumatori ka fituar, do të fitojë ose do të fitojë nëse kryen një veprim të caktuar një çmim apo përfitim tjetër të njëvlershëm, kur në fakt:

a) nuk ka asnjë çmim apo përfitim tjetër të njëvlershëm;

b) ndërmarrja e çfarëdo veprimi për të pretenduar një çmim ose çfarëdo përfitimi tjetër të njëvlershëm është objekt i pagesës së parave nga konsumatori ose shkakton kosto.

Neni 18

Ekspozimi i të dhënave të tregtarit

1. Tregtarët janë të detyruar të vendosin në njësinë e tyre të tregtimit emërtimin tregtar, adresën, orarin për shërbimin e konsumatorit, si dhe të dhëna të tjera, që lidhen me natyrën e mallrave ose të shërbimeve që ofrojnë.

2. Në tregje të hapura këto detyrime përcaktohen nga organet e njësive të qeverisjes vendore dhe të dhënat e mësipërme vendosen në hyrje të tregut.

Neni 19

Uljet e çmimeve

12

1. Në rastet e uljeve të çmimeve, në pikat përkatëse të shitjes ose të shërbimeve jepet informacion i qartë për mallrat ose shërbimet, që mbulojnë nga kjo ulje, si dhe për kushtet e periudhën që do të zbatohet ulja e çmimit.

2. Çmimi i shitjes së mallit ose i shërbimit të ofruar përpara dhe pas uljes së çmimit duhet të tregohet në mënyrë të qartë, të dallueshme dhe të lexueshme.

3. Mallrat me çmim të ulur, për shkak se janë afër përfundimit të afatit të përdorimit ose janë me të meta, vendosen veçmas nga mallrat e tjera.

Neni 20

Shitja promociionale

Malli i caktuar për shitje promociionale mban në mënyrë të qartë, të dukshme dhe të lexueshme

emërtimin me fjalët "promocion" ose "shitje promicionale".

Neni 21

Ofertat e veçanta

Çdo krahasim, që i referohet një oferte të veçantë, të bërë nga po i njëjti tregtar, tregon në mënyrë të qartë datën kur mbaron oferta dhe, në rastet kur kjo ofertë nuk ka filluar, datën e fillimit të zbatimit të çmimit të veçantë ose kushtet specifike. Publiciteti duhet të tregojë se oferta e veçantë lidhet me mallrat, që janë gjendje dhe shërbimet, që mund të ofrohen.

KREU II

PUBLICITETI

Neni 22

Gjuha e përdorur

Mesazhet e publicitetit duhet të jenë në gjuhën shqipe. Bëjnë përjashtim parullat ose pjesë të tyre, të cilat lejohen të shprehen edhe në një gjuhë tjetër.

Neni 23

Publicitet çorientues

1. Publicitet çorientues kuptohet çdo publicitet, që në çdo mënyrë, përfshirë dhe paraqitjen e tij, mashtron ose ka mundësi të mashtrtojë personat të cilëve u adresohet, ose të cilët i prek dhe që, për shkak të natyrës mashtruese, ndikon ose ka mundësi të ndikojë në interesat ekonomike të konsumatorit dhe, për këto arsye, dëmton ose ka mundësi të dëmtojë një konkurrent.
2. Për të përcaktuar nëse një publicitet është çorientues, merren parasysh të gjitha tiparet e tij dhe, veçanërisht, çdo informacion që ai përfshin për:

13

- a) karakteristikën e mallit apo shërbimit, si disponueshmërinë, natyrën, aplikimin, përbërjen, mënyrën dhe datën e prodhimit apo të furnizimit, përshtatshmërinë me qëllimin, përdorimin, sasinë, specifikimet, origjinën gjeografike ose tregtare apo rezultatet, që priten nga përdorimi i tyre ose veçoritë e rezultateve dhe të materialeve/informacioneve të testimeve ose verifikimeve/kontrolleve të kryera mbi mallrat dhe shërbimet;
- b) çmimin ose mënyrën, në të cilën çmimi është llogaritur dhe kushtet, në të cilat furnizohen mallrat ose ofrohen shërbimet;
- c) natyrën, atributet dhe të drejtat e subjektit që promovon mallrat ose shërbimet e tij, të tilla si identiteti dhe pronësitë e tij, kualifikimet e tij dhe zotërimi nga ai i të drejtave mbi pronësinë industriale, tregtare apo intelektuale ose çmimeve të fituara.

Neni 24

Publiciteti i i padrejtë

Publiciteti është i i padrejtë, kur është diskriminues për seksin, racën, fenë, kombësinë, bindjet politike, moshën, veçoritë fizike dhe mendore.

Neni 25

Publicitet krahasues

1. Publicitetet krahasues është çdo publicitet, i cili, hapur ose në mënyrë të nënkuptuar, identifikon tregtarë, mallra ose shërbime të ofruara prej tyre.
2. Publiciteti krahasues lejohet kur është në përputhje me kushtet e mëposhtme:
 - a) nuk është çorientues, sipas përcaktimeve të neneve 14 dhe 15 të këtij ligji;
 - b) krahason mallra dhe shërbime, që plotësojnë të njëjtat nevoja ose shërbejnë për të njëjtin qëllim;
 - c) krahason objektivisht një ose më shumë karakteristika të rëndësishme, të verifikueshme dhe përfaqësuese të mallrave dhe shërbimeve, në të cilat mund të përfshihet çmimi;
 - ç) nuk diskrediton ose denigron markat tregtare, emërtimet tregtare, shenjat e tjera dalluese, mallrat, shërbimet, veprimtaritë dhe rrethanat e një konkurrenti;
 - d) në rastin e produkteve me emërtesë të origjinës, lidhet në secilin rast me produktet e së njëjtës emërtesë;
 - dh) nuk përfiton në mënyrë të pandershme nga reputacioni i një marke tregtare, emërtimi tregtar ose shenjë tjetër dalluese të një konkurrenti ose nga emërtesa e origjinës së produkteve konkurrenste;
 - e) nuk paraqet mallra ose shërbime, si imitime ose kopje të mallrave ose shërbimeve, që i përkasin një emërtimi tregtar ose marke tregtare të mbrojtur;
 - ë) nuk krijon konfuzion ndërmjet tregtarëve, ndërmjet subjektit që promovon mallrat apo shërbimet e tij dhe një konkurrenti ose ndërmjet markave tregtare, emërtimeve tregtare, shenjave të tjera dalluese, mallrave ose shërbimeve të subjektit, që promovon mallrat apo shërbimet e tij dhe atyre të një konkurrenti.

Neni 26

14

Përgjegjësia për publicitetin

Subjekti që promovon mallrat ose shërbimet e tij dhe agjencitë publicitare përgjigjen sipas dispozitave përkatëse të këtij ligji për publicitetin e tyre të pandershëm, çorientues ose publicitetin krahasues.

PJESA V

KUSHTET E PADREJTA TË KONTRATAVE DHE PËRPUTHSHMËRIA KONTRAKTUALE

KREU I

KUSHTET E PADREJTA NË KONTRATAT ME KONSUMATORËT

Neni 27

Kushtet e padrejta

1. Kushti kontraktual, i cili nuk është negociuar veçmas, është i padrejtë në qoftë se shkakton pabarazi të ndjeshme dhe të dallueshme në të drejtat dhe detyrimet e palëve, që rrjedhin nga kontrata, në dëm të konsumatorëve.
2. Një kusht do të konsiderohet si i panegociuar veçmas, kur ai ka qenë hartuar më parë nga tregtari dhe, si pasojë, konsumatori nuk ka qenë në gjendje të ndikojë në përmbajtjen e kushtit, veçanërisht në tekstin e kontratës standarde, të formuluar më parë.

Në rast se disa aspekte të kushtit ose një kusht specifik kanë qenë të negociuara veçmas, nuk përjashtohet zbatimi i paragrafit të parë të pikës 2 te pjesa tjetër e kontratës, nëse një vlerësim i përgjithshëm i kontratës tregon se ajo është një kontratë standarde e formuluar më parë.

Kur tregtari pretendon se një kusht standard ka qenë i negociuar veçmas, barra e provës bie mbi të.

3. Padrejtësia e kushtit kontraktual do të vlerësohet duke mbajtur parasysh:

a) natyrën e mallrave dhe shërbimeve, për të cilat lidhet kontrata;

b) kohën e lidhjes së kontratës;

c) rrethanat shoqëruese të lidhjes së kontratës,

ç) kushte të tjera të kontratës ose kontratë tjetër, nga e cila është e varur. 3.1. Vlerësimi i natyrës së padrejtë të kushteve nuk lidhet as me objektin kryesor të kontratës, as me përshtatshmërinë e çmimeve ose pagesave të mallrave apo shërbimeve të furnizuara, për sa kohë këto kushte janë hartuar në një gjuhë të qartë e të kuptueshme.

4. Janë kushte të padrejta në kontrata të drejtat e tregtarit, kur:

a) përjashtojnë ose kufizojnë përgjegjësinë ligjore të shitësit ose furnizuesit, për shkak të vdekjes së konsumatorit ose dëmtimit personal të tij, si pasojë e një veprimi ose mangësie të tregtarit;

b) përjashtojnë ose kufizojnë në mënyrë të papërshtatshme të drejtat ligjore të konsumatorëve përballë tregtarit ose palës tjetër, në rast të një mospërmbushjeje, tërësore ose pjesore, apo përmbushjeje të pamjaftueshme nga tregtari të çdo detyrimi

15

kontraktual, përfshirë të drejtën e zgjedhjes së kompensimit të borxhit ndaj tregtarit kundrejt çdo pretendimi, që konsumatori mund të ketë kundër tij;

c) e bëjnë një marrëveshje detyruese për konsumatorin, ndërsa furnizimi i shërbimit nga tregtari është subjekt i një kushti, realizimi i të cilit varet vetëm nga ai vetë;

ç) lejojnë tregtarin për të mbajtur shumën e paguar nga konsumatori, kur ky i fundit vendos për të mos e përfunduar ose përmbushur kontratën, pa parashikuar për konsumatorin marrjen e kompensimit të një shume ekuivalente nga tregtari, kur ky i fundit është pala që ndërpret kontratën;

d) i kërkojnë çdo konsumatori, i cili nuk arrin të përmbushë detyrimin e tij, të paguajë si kompensim një shumë të lartë joproporcionale;

dh) autorizojnë tregtarin të prishë kontratën, mbi bazë të lirë të të vepruari, kur një lehtësi e tillë nuk i është dhënë konsumatorit, ose lejon tregtarin të mbajë shumën e paguar për shërbimet ende të pafurnizuara nga ai, kur është vetë tregtari që prish kontratën;

e) i mundësojnë tregtarit t'i japë fund kontratës për një kohëzgjatje të pacaktuar, pa njoftim të arsyeshëm, me përjashtim kur ka bazë të rëndësishme për ta bërë këtë;

ë) zgjasin automatikisht një kontratë, që ka një afat kohor të caktuar, kur konsumatori nuk është shprehur ndryshe, kur afati i fundit kohor, që i lihet konsumatorit për të shprehur dëshirën për moszgjatje të kontratës, është i paarsyeshëm;

f) detyrojnë konsumatorin të mos anulojë kushtet, me të cilat ai nuk ka mundësi reale për t'u bërë i njohur, përpara përfundimit të kontratës;

g) i mundësojnë tregtarit të ndryshojë kushtet e kontratës në mënyrë të njëanshme, pa një arsye të vlefshme, që specifikohet në kontratë;

gj) i mundësojnë tregtarit të ndryshojë, në mënyrë të njëanshme, pa një arsye të vlefshme, çdo karakteristikë të mallit ose shërbimit që është për t'u ofruar;

h) parashikojnë për çmimin e mallit të përcaktohet në kohën e shpërndarjes ose lejojnë shitësin e mallit apo ofruesin e shërbimit të rrisë çmimet, për të dy rastet, pa i dhënë konsumatorit të drejtën e ndërsjellë për të anuluar kontratën, nëse çmimi përfundimtar është shumë më i lartë se çmimi, për të cilin ishte rënë dakord kur kontrata ishte përfunduar;

i) i japin tregtarit të drejtën për të përcaktuar nëse malli ose shërbimi i ofruar është në përputhje me kontratën ose i japin atij të drejtën ekskluzive për të interpretuar çdo kusht të kontratës;

j) kufizojnë detyrimin e tregtarit për të mbajtur angazhimet e marra nga agjenti i tij, ose i bëjnë angazhimet e tij subjekt të pajtimit me një formalitet të veçantë;

k) detyrojnë konsumatorin të përmbushë të gjitha detyrimet e tij, ndërsa tregtari nuk përmbush detyrimet e tij;

l) i japin tregtarit mundësinë të transferojë të drejtat dhe detyrimet e tij, sipas kontratës, kur kjo mund të shërbejë si pakësim i garancive për konsumatorin, pa pëlqimin e këtij të fundit;

ll) përjashtojnë ose pengojnë të drejtën e konsumatorit të ndër marrë veprime ligjore ose të ushtrojë çdo kompensim tjetër ligjor, veçanërisht duke i kërkuar konsumatorit të paraqesë mosmarrëveshjet ekskluzivisht në arbitrazh të pambuluar nga dispozitat ligjore, duke kufizuar padrejtësisht të dhënat në dispozicion për të, ose duke i ngarkuar konsumatorit barrën e provës, e cila, sipas nenit 12 të Kodit të Procedurës Civile, i bie palës tjetër të kontratës.

16

m) ndryshojnë kushtet e kontratave të kredisë, veçanërisht metodën/metodologjinë e përlogaritjes së normës së interesit dhe elementet e saj, pa marrë më parë pëlqimin e konsumatorit.

Neni 28

Kërkesat e transparencës

1. Në rastin e kontratave, ku të gjitha ose disa kushte që u ofrohen konsumatorëve janë të shkruara, atëherë këto duhet të paraqiten me një formulim të kuptueshëm. Në rast se ka dyshime rreth kuptimit të kushtit të kontratës, atëherë interpretimi është në favor të konsumatorëve. 1. Në rastin e kontratave, ku të gjitha ose disa kushte që u ofrohen konsumatorëve janë të shkruara, atëherë këto duhet të kenë një formulim të kuptueshëm në gjuhën shqipe dhe një paraqitje të qartë e të dallueshme. Shkrimi i përdorur të jetë "Times Neë Roman", me madhësi të karakterit të shkrimit, të paktën 10. Në rast se ka dyshime rreth kuptimit të kushtit të kontratës, atëherë interpretimi është në favor të konsumatorëve.

2. Në rastin kur kushti konsiderohet i padrejtë, ai quhet i pavlefshëm nga koha që është lidhur kontrata. Kushtet e tjera kontraktuale mbeten detyruese për palët dhe zbatimi i mëtejshëm i kontratës është i mundshëm.

KREU II

PËRPUTHSHMËRIA KONTRAKTUALE

Neni 29

Detyrimi i përputhshmërisë

1. Në këtë kre, me mall kuptohet vetëm sendi i luajtshëm, në përputhje me përcaktimin e dhënë në pikën 7 të nenit 3 të këtij ligji.
2. Shitësi i dorëzon konsumatorit mallra, të cilat janë në përputhje me kontratën.
3. Mallrat prezumohen në përputhje me kontratën kur:
 - a) përputhen me përshkrimin e dhënë nga shitësi dhe zotërojnë cilësitë e mallit, që shitësi ia ka paraqitur konsumatorit si mostër ose si model;
 - b) përputhen me qëllimet e veçanta, për të cilat konsumatori i ka kërkuar dhe që i bëhen të njohura shitësit në çastin e lidhjes së kontratës;
 - c) përputhen me qëllimet, për të cilat mallrat e të njëjtit tip përdoren normalisht;
 - ç) paraqesin cilësitë dhe performancën, të cilat janë normale për mallra të të njëjtit tip dhe që konsumatori, në mënyrë të arsyeshme, i pret, sipas natyrës së mallit dhe duke marrë parasysh karakteristikat e mallit, të bëra nga shitësi, prodhuesi ose përfaqësuesi i autorizuar i tij, në deklaratat publike, veçanërisht në publicitetet ose etiketimet.
4. Çdo mungesë përputhshmërie, që rezulton nga instalimi jokorrekt i mallrave, vlerësohet si mospërputhje me kontratën, nëse instalimi është pjesë e kontratës së shitjes dhe mallrat janë instaluar nga shitësi ose nën përgjegjësinë e tij. Kjo zbatohet njësoj nëse malli është përcaktuar të instalohet nga konsumatori dhe instalimi jokorrekt nga

17

ana e tij është për shkak të një të mete në udhëzimet e instalimit.

5. Nuk është mospërputhje me kontratën, kur konsumatori, në kohën e lidhjes së kontratës, ishte në dijeni ose në mënyrë të arsyeshme nuk mund të mos ishte në dijeni për këtë mospërputhje, apo kur mospërputhja e ka origjinën te materialet e furnizuara nga konsumatori.

Neni 30

Afatet kohore

1. Shitësi përgjigjet për mospërputhjet që vërehen brenda afatit kohor të dy vjetëve nga çasti i dorëzimit të mallit.
2. Çdo mospërputhje e dukshme, që konstatohet brenda një periudhe kohore prej gjashtë muajsh, që nga data e dorëzimit të mallit, derisa të mos provohet ndryshe, prezumohet se ka ekzistuar që në kohën e dorëzimit, me përjashtim të rasteve kur ky prezumim është i papajtueshëm me natyrën e mallit ose me natyrën e mospërputhjes.

Neni 31

Dëmshpërblimi i konsumatorit

1. Shitësi është i detyruar të pranojë ankesat për mallrat në çdo vend ku ushtron ose paraqet veprimtarinë, me përjashtim të rastit kur është autorizuar një person tjetër për riparimet.
2. Shitësi vendos për pranimin e ankesës menjëherë ose brenda 3 ditëve pune.

3. Në rastin e mungesës së përputhjes, konsumatori ka të drejtën të rizotërojë mallin e sjellë në përputhje, pa pagesë, nëpërmjet riparimit apo zëvendësimit, të ketë një ulje të përpjesshme të çmimit, ose konsumatori mund të anulojë kontratën.
4. Konsumatori fillimisht kërkon nga shitësi riparimin e mallrave apo zëvendësimin e tyre, pa pagesë, vetëm në rast se kjo nuk është mundur apo jo e përpjesshme.
- a) Dëmshpërblimi referuar pikës 4 konsiderohet jo i përpjesshëm nëse i ngarkon shitësit kosto, të cilat në krahasim me dëmshpërblimin alternativ janë të paarsyeshme, duke marrë parasysh:
- i) vlerën e mallit, në rast se nuk do të kishte mungesë përputhjeje;
 - ii) rëndësinë e mungesës së përputhjes;
 - iii) nëse dëmshpërblimi alternativ plotësohet pa shqetësime të rëndësishme për konsumatorin;
- b) termi pa pagesë, referuar pikave 3 e 4 të këtij neni, përfshin të gjitha kostot e nevojshme për të sjellë mallin në përputhje, veçanërisht për kostot e dërgesës, fuqisë punëtore dhe të materialeve;
- c) çdo riparim apo zëvendësim kryhet brenda një periudhe të arsyeshme, të rënë dakord ndërmjet palëve, pa shqetësime të rëndësishme për konsumatorin dhe jo më shumë se 30 ditë kalendarike, duke marrë parasysh natyrën e mallit dhe qëllimin, për të cilin konsumatori ka kërkuar mallin.
5. Periudha e garancisë pas riparimit të mallit zgjatet automatikisht, për të mbuluar shfaqjen e së njëjtës mospërputhje. Në këtë rast, konsumatorit i lind e drejta të kërkojë zëvendësimin e mallit në vend të riparimit të përsëritur.

18

6. Konsumatori kërkon një ulje të përpjesshme të çmimit ose anulimin e kontratës nëse:
- a) konsumatorit nuk i është dhënë e drejta për riparim apo zëvendësim;
 - b) shitësi nuk ka kryer riparimin apo zëvendësimin, sipas përcaktimeve të shkronjës "c" të pikës 4 të këtij neni.
7. Konsumatori nuk ka të drejtë të anulojë kontratën, nëse mungesa e përputhjes është e parëndësishme.
8. Koha e qëndrimit të mallit gjatë ankesës dhe riparimit i shtohet afatit të garancisë.

Neni 32

Garancia kontraktuale

1. Asnjë deklaratë garancie kontraktuale nuk e privon konsumatorin nga të drejtat, që sanksionohen në nenet 29, 30 dhe 31 të këtij ligji.
2. Tregtari është i detyruar të plotësojë deklaratën e garancisë dhe t'ia dorëzojë atë konsumatorit.
3. Deklarata e garancisë i jepet konsumatorit në gjuhën shqipe. Ajo duhet të jetë e shkruar në një gjuhë të qartë e të kuptueshme dhe të përmbajë të dhënat e nevojshme, si emërtimin e mallit ose të shërbimit, emrin dhe adresën e garantuesit, afatin dhe zonën e veprimit të garancisë.

Neni 33

Detyrime pas shitjes

Prodhuesit dhe shitësit sigurojnë pjesë këmbimi të nevojshme për mirëmbajtjen dhe riparimin e mallrave brenda periudhës së garancisë, qoftë kjo garanci sipas dispozitave ligjore apo atyre

kontraktuale.

Neni 33/1 Përputhja kontraktuale e shërbimeve Tregtari i ofron konsumatorit shërbime në përputhje me kushtet e kontratës. Tregtari është përgjegjës për mospërputhjet e shërbimit të siguruar konsumatorit me kushtet e kësaj kontrate.

PJESA VI

FORMA TË POSAÇME SHITJEJE DHE FURNIZIMI

KREU I

KONTRATAT E LIDHURA JASHTË QENDRAVE TË TREGTIMIT

DHE DETYRIMET PËR TO

19

Neni 34

Kontratat e lidhura jashtë qendrave të tregtimit

1. Kontratat, në bazë të të cilave një tregtar furnizon një konsumator me mallra ose shërbime, me një vlerë jo më pak se 7 000 lekë me një vlerë jo më pak se 10 000 lekë, janë të lidhura jashtë qendrave të tregtimit, kur ato kryhen:

- a) gjatë një ekskursioni të organizuar nga tregtari jashtë qendrës së tregtimit; ose
- b) gjatë një vizite të tregtarit në banesën e konsumatorit ose në vendin e punës të konsumatorit, kur vizita nuk kryhet me kërkesën e shprehur të konsumatorit.

2. Përjashtohen nga fusha e zbatimit të këtij neni kontratat e mëposhtme:

- a) kontratat për ndërtimin, shitjen ose dhënien me qira të pasurisë së paluajtshme;
- b) kontratat për furnizimin me mallra ushqimore, pije ose mallra të tjera të paracaktuara për konsum të zakonshëm shtëpiak dhe që furnizohen nga shërbime të rregullta shpërndarëse.
- c. kontratat për furnizimin e mallrave ose shërbimeve, me kusht që të plotësojnë të tria kushtet e mëposhtme:
 - i. kontrata është lidhur në baze të katalogut të tregtarit, për te cilin konsumatori ka mundësinë e leximit në mungese të përfaqësuesit të tregtarit;
 - ii. ekziston qëllimi i vazhimit të kontakteve midis përfaqësuesit të tregtarit dhe konsumatorit, në lidhje me këtë ose çdo transaksion të mëpasshëm;
 - iii. katalogu së bashku me kontratën, informojnë qartë konsumatorin për të drejtën e tij të rikthimit të mallrave tek tregtari, brenda një periudhe jo më pak se 14 (katërbëdhjetë) ditë kalendarike nga marrja e mallit, ose, në të kundërt, anulimin e kontratës, pa asnjë penalizim, me përjashtim të kujdesit të arsyeshëm për mallin.
- ç) kontratat e sigurimit;
- d) kontratat për titujt.

Neni 35

Detyrime të përgjithshme e të veçanta

1. Në rastin e kontratave të lidhura jashtë qendrave të tregtimit, sipas përcaktimit të nenit 34 të këtij ligji, konsumatorit i jepet e drejta të heqë dorë nga kontrata brenda një periudhe prej 14 ditësh

kalendarike nga dita pasuese e ditës kur lidhet kontrata. Konsumatori njofton tregtarin për vendimin e tij të heqjes dorë nga kontrata brenda përfundimit të këtij afati.

2. Dhënia e njoftimit, referuar pikës 1 të këtij neni, e shkarkon konsumatorin nga detyrimet e kontratës.

3. Tregtarit i kërkohet t'i japë njoftim me shkrim konsumatorit, në mënyrë të qartë dhe të kuptueshme, për të drejtën e tij të heqjes dorë, së bashku me informacione të tjera të nevojshme.

20

KREU II

KONTRATAT NË LARGËSI DHE DETYRIMET PËR TO

Neni 36

Kontratat në largësi

1. Kontrata në largësi është çdo kontratë për mallin apo shërbimin, e lidhur ndërmjet tregtarit dhe konsumatorit, sipas një skeme organizimi shitjeje në largësi ose ofrim shërbimi nga tregtari, i cili, për qëllimet e kontratës, përdor ekskluzivisht një ose më shumë mjete të komunikimit në distancë, deri në çastin e lidhjes së kontratës dhe përfshirë këtë çast.

2. Mjete të komunikimit në largësi janë të gjitha mjetet, të cilat, pa praninë fizike të njëkohshme të të dyja palëve, mund të përdoren për lidhjen e kontratës, si: letërkëmbimi, materialet e shtypura, publiciteti në shtyp me formularë porosish, katalogu, posta elektronike, tregtia elektronike, faksi, telefoni dhe televizori.

3. Përjashtohen nga fusha e veprimit të këtij neni kontratat e mëposhtme:

- a) kontratat e lidhura nëpërmjet makinave automatike të shitjes ose në njësi tregtare automatike;
- b) kontratat e lidhura me operatorë telekomunikimi, nëpërmjet përdorimit të telefonave publikë me pagesë;
- c) kontratat e lidhura për ndërtimin dhe shitjen e pronës së paluajtshme ose për të drejta të tjera mbi pronën e paluajtshme, duke përjashtuar qiradhënien;
- ç) kontratat e lidhura në një ankand;
- d) kontratat për furnizimin me mallra ushqimore, pije ose mallra të tjera të paracaktuara për konsum të shpejtë, të furnizuara në banesën e konsumatorit, apo në vendin e tij të punës, nga shërbime të rregullta shpërndarjeje;
- dh) kontratat për kushtet e fjetjes, transportit, furnizimit me ushqim (catering) ose shërbime të kohës së lirë, kur tregtari angazhohet dhe kur kontrata është lidhur, për t'i siguruar këto shërbime në një datë të caktuar ose brenda një periudhe të caktuar.

Neni 37

Detyrime të përgjithshme e të veçanta

1. Përpara lidhjes së çdo kontrate në largësi, sipas fushës së zbatimit të nenit 36 të këtij ligji, në një kohë të arsyeshme, konsumatorit i sigurohet i gjithë informacioni i përshtatshëm, i dhënë në mënyrë të qartë dhe të kuptueshme, për identitetin e tregtarit, karakteristikat kryesore të mallrave dhe shërbimeve, çmimin dhe kosto të tjera të zbatueshme, detajet për dorëzimin dhe pagesën, kushtet

për rikthimin e mallit ose për refuzimin e shërbimit, afatin e vlefshmërisë së ofertës dhe të drejtën e konsumatorit për të hequr dorë nga kontrata brenda periudhës së përcaktuar në pikën 3 të këtij neni.

2. Konsumatori duhet të marrë konfirmim me shkrim nga tregtari, në një kohë të arsyeshme, gjatë zbatimit të kontratës dhe sidomos në çastin e dërgimit të mallit, për informacionet e mëposhtme

2. Konsumatori duhet të marrë nga tregtari, konfirmimin me shkrim ose

21

me ndonjë mjet tjetër, të qëndrueshëm, në një kohë të arsyeshme gjatë zbatimit të kontratës dhe jo më vonë se çasti i dorëzimit të mallit, kur malli nuk iu dorëzohet palëve të treta të lidhura me to, përveç informacionit të përcaktuar në pikën 1 të këtij neni, edhe për informacionet e mëposhtme:

a) kushtet dhe procedurat për ushtrimin e së drejtës së tij, për të hequr dorë nga kontrata;

b) adresën gjeografike, në të cilën konsumatori mund të dërgojë ankesat e tij;

c) garancitë dhe shërbimet pas shitje, të cilat ekzistojnë;

ç) vendimin kushtet për anulimin e kontratës, kur kjo ka një afat të papërcaktuar ose ka afat më të gjatë se një vit.

3. Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga kontrata pa penalizim dhe pa dhënë asnjë arsye, brenda një afati prej 14 ditësh kalendarike, duke filluar nga dita e dorëzimit të mallit ose e lidhjes së kontratës për ofrimin e shërbimit, nëse shërbimi nuk është siguruar brenda këtij afati. 3.

Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga kontrata pa penalizim dhe pa dhënë asnjë arsye, brenda një afati prej 14 ditësh kalendarike: a) Në rastin e mallit, ky afat fillon nga data e marrjes së mallit nga konsumatori, kur tregtari ka plotësuar detyrimet e përcaktuara në pikën 2, të këtij neni. Për shkak të ushtrimit të heqjes dorë, konsumatorit i ngarkohet vetëm kostoja e kthimit të mallit. b) Në rastin e shërbimit, ky afat fillon nga dita e lidhjes së kontratës ose nga dita kur tregtari plotëson detyrimet e përcaktuara në pikën 2, të këtij neni, në rast se kjo ditë është me pas ditës së lidhjes së kontratës. c) Në rastin e kontratave për pensionin vullnetar ose për sigurimin e jetës, në shërbimin në largësi, afati i heqjes dore shtrihet deri në 30 ditë kalendarike.

4. Nëse çmimi i mallit ose shërbimit mbulohet, plotësisht ose pjesërisht, nga kredia e dhënë nga tregtari, ose nga kredia dhënë konsumatorit nga një palë e tretë, në bazë të një marrëveshjeje ndërmjet palës së tretë dhe tregtarit, marrëveshja e kredisë anulohet, pa penalizim, nëse konsumatori ushtron të drejtën e tij të heqjes dorë nga kontrata, sipas pikës 3 të këtij neni.

5. Tregtari duhet të përmbushë porosinë e marrë nga konsumatori brenda një afati maksimal prej 30 ditësh kalendarike, nga dita pasardhëse e ditës kur konsumatori ia dërgon porosinë furnizuesit.

6. Konsumatori ka të drejtë të kërkojë anulimin e një pagese, kur karta e tij e pagesës, për kontratën në largësi, është keqpërdorur me mashtrim dhe konsumatori rikreditohet ose i rikthehet shumën e paguar. 7. Detyrimet e përcaktuara në pikat 1 deri në 5, të këtij neni, nuk zbatohen për: a) kontratat për furnizimin me mallra ushqimore, pije ose mallra të tjera të paracaktuara për konsum të shpejtë, të furnizuara në banesën e konsumatorit apo në vendin e tij të punës nga shërbime të rregullta shpërndarjeje;

22

b) kontratat për kushtet e fjetjes, të transportit, të furnizimit me ushqim(catering) ose shërbime të kohës së lirë, kur tregtari angazhohet dhe kur kontrata është lidhur për t'i siguruar këto shërbime në një datë të caktuar ose brenda një periudhe të caktuar.

Neni 38

Furnizimi i paprositur

1. Ndalohet furnizimi i konsumatorit me mallra dhe shërbime, të cilat nuk janë porositur paraprakisht nga konsumatori, kur një furnizim i tillë përfshin kërkesë për pagesë.
2. Në rastin e furnizimit të paprositur, konsumatori është i lirë nga kushti për çdo lloj pagese dhe nga detyrimi për të marrë çfarëdo veprimi, përfshirë edhe kthimin mbrapsht të mallit. Mungesa e përgjigjes nga konsumatori nuk nënkupton miratimin.

Neni 39

Kufizimi i përdorimit të mjeteve të veçanta të komunikimit në largësi

Përdorimi nga tregtari i mjeteve të mëposhtme të komunikimit në largësi kërkon pëlqimin paraprak të konsumatorit:

- a) telefoni;
- b) faksi;
- c) posta elektronike.

PJESA VII

KONTRATA TË VEÇANTA

KREU I

SHITJA E ENERGJISË, SHËRBIMET E UJIT

DHE TË TELEKOMUNIKACIONIT

Neni 40

Mënyra e faturimit

1. Shitja e energjisë dhe e furnizimit me ujë llogaritet në bazë të konsumit real dhe vlerësohet nëpërmjet aparateve matëse.
2. Vlera e konsumit real paraqitet në një faturë, së bashku me çmimin, në mënyrë të qartë, të lexueshme dhe jo të dyshimtë.
3. Fatura për shërbimet e telekomunikacionit, shpërndarë konsumatorit, duhet të

23

përmbajë informacion të plotë për listën e numrave të telefonave të thirrur, kohën dhe zgjatjen e telefonatave të bëra, numrin e impulseve dhe çmimin total për periudhën e caktuar.

4. Faturat e paraqitura konsumatorit duhet t'i japin atij mundësinë për të verifikuar me përpikëri llogaritjen e shitjes ose shërbimit të siguruar në një periudhë të caktuar.
5. Faturat duhet t'i dorëzohen konsumatorit në vendin e banimit, në mënyrë zyrtare (me postë ose dorazi) dhe jo më vonë se pesëmbëdhjetë ditë kalendarike përpara afatit të pagesës së tyre.

6. Të gjitha shërbimet ndaj konsumatorit për hartimin dhe dorëzimin e faturave janë pa pagesë.

Neni 41

Detyrimet e tregtarëve

1. Tregtari garanton siguri, cilësi dhe vazhdueshmëri të shërbimeve.

2. Sigurimi i lidhjes, i rrjetit të shpërndarjes, si dhe i shërbimit të mirëmbajtjes për energjinë, ujin dhe telekomunikacionin bëhen për të gjithë konsumatorët në kushte të njëjta dhe jodiskriminuese.

3. Konsumatorit i lind e drejta për t'u dëmshpërblyer:

a) në rastet e ndërprerjeve teknike, të cilat nuk janë shkaktuar nga forca madhore ose nga vendosja e gjendjes së jashtëzakonshme, si dhe kur nuk janë lajmëruar më parë dhe kanë penguar konsumatorin nga përdorimi i këtyre shërbimeve për një periudhë më të gjatë se 24 orë;

b) kur shërbimi i ofruar është me të meta dhe i ka sjellë dëme konsumatorit.

KREU II

KONTRATAT E PËRDORIMIT ME AFAT TË PASURIVE

TË PALUAJTSHME

KONTRATAT E PËRDORIMIT ME AFAT TË PRODUKTIT TË PUSHIMIT AFATGJATË, TË RISHITJES

DHE TË SHKËMBIMIT

Neni 42

Kuptimi i kontratës së përdorimit me afat të pasurive të paluajtshme

Kontratë e përdorimit me afat të pasurive të paluajtshme është çdo kontratë apo grup kontratash, të lidhura ndërmjet një tregtari dhe një konsumatori, për një periudhë jo më pak se 3 vjet, sipas së cilës, përkundëjt një pagese të caktuar drejtpërdrejt ose jo, krijohet apo është objekt i një transferte, apo ndërmerret për t'u transferuar, një e drejtë mbi pronën e paluajtshme ose çfarëdo e drejte tjetër, që lidhet me përdorimin e një apo

24

më shumë pronave të paluajtshme, për një afat specifik ose të specifikueshëm të vitit, që nuk mund të jetë më pak se një javë.

Neni 43

Njoftimi i përgjithshëm

1. Përpara lidhjes së kontratës së përdorimit me afat të pasurive të paluajtshme, në një kohë të arsyeshme, konsumatorit i sigurohen, në mënyrë të qartë e të kuptueshme, të dhënat e përshtatshme, veçanërisht për identitetin e tregtarit, natyrën e saktë të së drejtës, e cila është objekt i kontratës, si dhe kushtet për ushtrimin e së drejtës, përshkrimin e pasurisë së paluajtshme dhe vendndodhjen e saj, kur pasuria e paluajtshme është në ndërtim e sipër, gjendjen aktuale, afatin dhe garancinë për përfundimin e ndërtimit, si dhe gjendjen përfundimtare të pasurisë së paluajtshme, për të qenë funksionale për shërbimet e energjisë elektrike, të ujit, lidhjeve telefonike dhe të gazit, shërbimet e përbashkëta, përfshirë ndriçimin, ujin, mirëmbajtjen, komoditetin e përbashkët, për të cilin konsumatori ka të drejtë përdorimi, parimet për mirëmbajtjen dhe administrimin e pasurisë së paluajtshme, çmimin që paguan konsumatori për të ushtruar të drejtën

e kontraktuar, si dhe të gjitha kostot e tjera e të dhënat për të drejtën e heqjes dorë nga kontrata, brenda afateve të përcaktuara në pikën 5 të këtij neni.

2. Të dhënat e përcaktuara në pikën 1 të këtij neni duhet të përfshihen në kontratë.

3. Në kontratë, përveç të dhënave të kërkuara në pikën 2, duhet të përcaktohen, në mënyrë të qartë dhe të kuptueshme, edhe këto elemente:

a) periudha e saktë, brenda së cilës ushtrohet e drejta, e cila është objekt i kontratës dhe, nëse është e nevojshme, kohëzgjatja e saj;

b) data kur konsumatori mund të fillojë ushtrimin e së drejtës së kontraktuar;

c) e drejta e konsumatorit për të qenë ose jo palë në shkëmbimin ose rishitjen e të drejtave kontraktuale, të organizuar nga tregtari ose nga një palë e tretë, e autorizuar nga tregtari në kontratë;

ç) një kusht, që deklaron përjashtimin e parashikimit të shpenzimeve, që nuk rezultojnë në kosto, pagesave ose detyrimeve të tjera, të ndryshme nga ato të përcaktuara në kontratë;

d) data dhe vendi i nënshkrimit të kontratës së secilës palë.

4. Në rastet kur pasuria e paluajtshme e ka vendndodhjen në një shtet të huaj, tregtari i siguron konsumatorit një përkthim të noterizuar e të certifikuar të kontratës në gjuhën shqipe.

5. Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga kontrata pa penalizim dhe pa dhënë asnjë arsye, brenda një afati prej 14 ditësh kalendarike, duke filluar nga data kur palët nënshkruajnë kontratën ose nga data kur palët nënshkruajnë një kontratë paraprake detyruese.

6. Çdo pagesë paraprake nga konsumatori përpara përfundimit të periudhës, gjatë së cilës ai mund të ushtrojë të drejtën e heqjes dorë nga kontrata, është e ndaluar.

7. Nëse çmimi, sipas kontratës së përdorimit me afat të pasurive të paluajtshme, mbulohet, plotësisht ose pjesërisht, nga kredia e dhënë nga tregtari ose nga kredia e dhënë konsumatorit nga një palë e tretë, në bazë të një marrëveshjeje ndërmjet palës së tretë dhe tregtarit, marrëveshja e kredisë anulohet pa penalizim nëse konsumatori ushtron të drejtën e heqjes dorë nga kontrata, sipas pikës 5 të këtij neni.

25

Neni 42

Kuptimi i kontratave të përdorimit me afat, të produktit të pushimit afat gjatë, të rishitjes dhe të shkëmbimit

1. Kontratë e përdorimit me afat është një kontrate me afat më shumë se një vit, sipas të cilës, konsumatori sipas rastit, siguron të drejtën e përdorimit të akomodimit, për një ose më shumë net, për më shumë se një periudhë.

2. Kontratë e produktit të pushimit afat gjatë është një kontratë me afat më shumë se një vit, sipas të cilës konsumatori, sipas rastit, siguron kryesisht të drejtën e përfitimit të uljeve të çmimit ose përfitime të tjera, në lidhje me akomodimin, veçmas ose së bashku me shërbimin e udhëtimit apo ndonjë shërbim tjetër.

3. Kontratë rishitjeje është një kontrate, sipas të cilës tregtari, sipas rastit, ndihmon konsumatorin të

shesë ose të blejë një produkt të përdorimit me afat ose të një produkti të pushimit afatgjatë;

4. Kontratë e shkëmbimit është një kontratë, sipas së cilës, konsumatori, sipas rastit bashkohet në një sistem shkëmbimi, i cili i lejon konsumatorit mundësinë e përdorimit të akomodimit ose shërbime të tjera, në shkëmbim të dhënies përkohësisht te persona të tjerë të mundësisë së përdorimit të përfitimeve të të drejtave, që rrjedhin nga kontrata e konsumatorit e përdorimit me afat.

Neni 43

Detyrime të përgjithshme dhe të veçanta

1. Në një kohë të arsyeshme, përpara se konsumatori të pranojë ndonjë ofertë ose të lidhë një kontratë të përdorimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes apo shkëmbimit, tregtari i siguron atij, në mënyrë të qartë e të kuptueshme, të gjithë informacionin e nevojshëm.

2. Tregtari i siguron konsumatorit kontratën e përdorimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes apo shkëmbimit, me shkrim ose në një mjet tjetër të qëndrueshëm, në gjuhën shqipe.

3. Kur objekti i kontratës së përdorimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes apo shkëmbimit, është i vendosur në një vend të huaj, tregtari i siguron konsumatorit një përkthim të noterizuar dhe të certifikuar të kontratës në gjuhën shqipe.

26

4. Konsumatori ka të drejtën e heqjes dore nga kontratat e përdorimit me afat, të produktit të pushimit afat gjatë, të rishitjes apo shkëmbimit, pa penalizim dhe pa dhënë arsye, brenda një afati prej 14 (katërmëdhjetë) ditësh kalendarike, duke filluar nga dita e lidhjes së kontratës ose nga data kur palët nënshkruajnë një kontratë paraprake detyruese apo nga data kur konsumatori merr kontratën a çdo kontratë paraprake detyruese, në qoftë se kjo ditë është me vonë se data e lidhjes së kontratës apo kontratës paraprake.

5. Kur çmimi i kontratës të përdorimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes apo shkëmbimit, mbulohet plotësisht ose pjesërisht nga kredia e dhënë konsumatorit nga tregtari, ose nga një pale e tretë, në bazë të një marrëveshje ndërmjet palës së tretë dhe tregtarit, marrëveshja e kredisë përfundon pa penalizim për konsumatorin, nëse konsumatori ushtron të drejtën e heqjes dore nga kontratat e përdorimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes apo shkëmbimit.

KREU III

KREDIA KONSUMATORE DHE DETYRIMET PËR TË

Neni 44

Kredia konsumatore

1. Marrëveshja e kredisë konsumatore është çdo marrëveshje, ku një kredidhënës i jep ose i premtun t'i japë një konsumatori një kredi, në formën e një pagese të shtyrë, huadhënies ose marrëveshjeve të tjera, të ngjashme, financiare.

2. Marrëveshjet për kushtet mbi bazën e vazhdueshmërisë së një shërbimi apo të furnizimit me mallra të të njëjtit lloj dhe në të njëjtën sasi, ku konsumatori ka të drejtën e pagesës për zgjatjen e këtyre kushteve nëpërmjet kësteve, nuk do të vlerësohen marrëveshje kredie.

3. Marrëveshjet e mëposhtme përjashtohen nga fusha e veprimit të këtij kreu:

a) marrëveshjet e kredisë ose marrëveshjet që premtojnë dhënien e kredisë:

i) të përcaktuara kryesisht për qëllime të fitimit ose ruajtjes së të drejtave të pronësisë mbi tokën ose mbi godina ekzistuese apo ndërtesa të projektuara;

ii) të përcaktuara për qëllime të rinovimit ose të përmirësimit të një godine si e tillë;

b) marrëveshjet e qirasë, me përjashtim të rasteve kur këto marrëveshje parashikojnë në përfundim kalimin e pronësisë të qiramarrësi;

c) kreditë e dhëna ose të bëra të disponueshme pa pagesën e interesit apo të ndonjë pagese tjetër;

ç) marrëveshjet e kredisë, sipas të cilave, nëse konsumatori bie dakord për shlyerjen e kredisë me një pagesë të vetme, nuk ka interesa në ngarkim;

d) marrëveshjet e kredisë, me shuma më të mëdha se 6 000 000 lekë;

dh) marrëveshjet e kredisë, në të cilat konsumatorit i kërkohet të paguajë kredinë:

i) brenda një afati, që nuk i kalon 3 muaj;

27

ii) nëpërmjet jo më shumë se katër pagesave brenda një afati, që nuk kalon 12 muaj.

3. Përjashtohen nga fusha e veprimit të këtij kreu, marrëveshjet e kredisë :

a) që janë të siguruara me anë të hipotekës ose nga një ndonjë sigurim tjetër i krahasueshëm, që përdoret zakonisht mbi pronën e paluajtshme, apo të siguruara nëpërmjet një të drejte që lidhet me pronën e paluajtshme;

b) qëllimi i të cilave është fitimi/marrja ose ruajtja e të drejtave të pronësisë mbi tokën ose mbi ndërtesa ekzistuese apo të projektuara;

c) që përfshijnë një shumë totale të kredisë më pak se 30 mijë leke ose më shumë se 10 milion leke;

ç) marrëveshjet e qerasë ose lizingut ku detyrimi për blerjen e objektit të marrëveshjes nuk është përcaktuar në vetë marrëveshjen ose në ndonjë marrëveshje të veçantë. Një detyrim i tillë do të prezumohet se ekziston, nëse është vendosur kështu në mënyrë të njëanshme nga kreditori;

d) në formën e një overdrafti dhe ku kredia duhet të shlyhet brenda një muaji;

dh) ku kredia është dhënë pa interes dhe pa ndonjë detyrim/pagese tjetër dhe marrëveshjet e kredisë, sipas kushteve të të cilave kredia duhet të shlyhet brenda tre muajve dhe janë për t'u paguar vetëm detyrime me vlerë të vogël, të papërfillshme;

e) ku kredia është dhënë nga punëdhënësi punonjësit e tij, si një veprimtari dytësore pa interes ose me një normë vjetore të përqindjes së pagesave/detyrimeve më të ulët se ato që ekzistojnë në treg dhe që përgjithësisht nuk janë të ofruara për publikun;

ë) që janë rezultat i një zgjidhjeje të arritur në gjykatë ose përpara një autoriteti tjetër ligjor;

f) që kanë të bëjnë me një pagesë të shtyrë, pa detyrime/pagesa, të një borxhi ekzistues;

g) prej lidhjes së të cilave konsumatorit i kërkohet që të depozitojë një send si siguri në ruajtje të kreditorit dhe ku përgjegjësia e konsumatorit ndaj këtij sendi të lënë peng është rreptësisht e

kufizuar;

gj) që kanë të bëjnë me huatë e dhëna ndaj një publiku të kufizuar, në bazë të një dispozite ligjore, me qëllim të interesit të përgjithshëm, dhe me norma interesi më të ulëta se ato që ekzistojnë në treg, ose pa interes, apo në kushte të tjera që janë më të favorshme për konsumatorin se ato që ekzistojnë në treg dhe me norma interesi jo më të larta se ato që ekzistojnë në treg.

4. Kredia konsumatore rregullohet me akt nënligjor të Bankës së Shqipërisë.

Neni 45

Detyrime të tjera

1. Çdo publicitet ose ofertë tjetër, e shfaqur në njësitë tregtare, ku tregtari ofron kredi ose ofron ujdi/rregullime për marrëveshje kredie dhe në të cilën tregohet norma e interesit ose çfarëdo shifre, që lidhet me koston e kredisë, përmban edhe deklarin e normës vjetore të interesit.

28

1. Çdo publicitet në lidhje me marrëveshjet e kredisë, e cila tregon një normë interesi apo ndonjë shifër në lidhje me çmimin e kredisë për konsumatorët, duhet të përfshijë informacionin standard të përcaktuar në këtë nen.

Ky informacion standard, duhet të jepet në mënyrë të qartë, të saktë dhe të dukshme, me anë të një shembulli përfaqësues, ku te specifikohen::

a. norma e huasë, fikse ose të ndryshueshme, ose të dyja së bashku, me veçoritë e çdo pagese/detyrimi të përfshira në koston totale të kredisë për konsumatorin;

b. shuma totale e kredisë;

c. norma vjetore të përqindjes së pagesave/detyrimeve apo norma efektive e interesit (NEI), siç përcaktohet me akt nënligjor të Bankës së Shqipërisë,

ç. nëse është e zbatueshme, kohëzgjatja e marrëveshjes së kredisë;

d. në rastin e një kredisë në formën e një pagese të shtyrë, për një mall ose shërbim të veçantë, çmimi në para (kesh) dhe shuma e çdo pagese në avancë;

dh. shumën totale të pagesës për konsumatorin dhe shumën e pagesave për këstet.

1.1 Në një kohë të arsyeshme, përpara se konsumatori të pranojë ndonjë ofertë ose të lidhë kontratë, kreditori dhe, kur është e zbatueshme, ndërmjetësuesi i kredisë, i sigurojnë konsumatorit, në bazë të kushteve të kredisë dhe kushteve të ofruara nga kreditori, si dhe nëse është e zbatueshme, preferencave të shprehura apo informacionit të dhënë nga ana e konsumatorit, të dhënat e nevojshme për të krahasuar ofertat e ndryshme, në mënyrë që të marrë, sipas këtyre të dhënave, një vendim për lidhjen e një marrëveshjeje kredie.

Një informacion i tillë, i dhënë me shkrim apo me një mjet tjetër të qëndrueshëm, duhet të jetë sipas formës/formave standarde të informacionit të kredisë konsumatore, të përcaktuar nga Banka e Shqipërisë.

1.2. Në kuptim të këtij neni, "ndërmjetësuesi i kredisë" është çdo person fizik ose juridik, i cili nuk vepron si kreditor, por për qëllime që lidhen me tregtinë, biznesin, ose profesionin të tij:

i. paraqet ose ofron marrëveshje kredie te konsumatorët;

ii. ndihmon konsumatorët për punën përgatitore në lidhje me marrëveshjet e kredisë ndryshe nga ato të përmendura në nënndarjen "i";

iii. lidh marrëveshje kredie me konsumatorët në emër të kreditorit, mbi bazën e një tarife, që mund të jetë me para ose ndonjë formë tjetër financiare të rënë dakord.

2. Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga marrëveshja e kredisë, pa dhënë asnjë arsye, brenda një afati prej 14 ditësh kalendarike, duke filluar nga data e lidhjes së

29

marrëveshjes së kredisë ose nga data kur konsumatori merr dijeni për kushtet kontraktuale, nëse kjo e fundit është e mëvonshme.

2.1. Konsumatori ka të drejtë, në çdo kohe, të shlyejë plotësisht ose pjesërisht detyrimet e tij, sipas marrëveshjes së kredisë. Në këto raste, konsumatorit i jepet e drejta e reduktimit të kostos totale të kredisë, që konsiston në uljen e interesit dhe kostove, për periudhën e mbetur të kontratës së kredisë.

3. Marrëveshjet e kredisë hartohen me shkrim dhe konsumatori merr një kopje të saj.

3. Marrëveshjet e kredisë hartohen me shkrim ose me një mjet tjetër të qëndrueshëm dhe një kopje e saj u jepet palëve.

4. Marrëveshja e shkruar përfshin të gjithë informacionin, që lidhet me normën vjetore, në përqindje, të detyrimit, kushtet për ndryshimin e kësaj të fundit, shumat, numrin dhe frekuencën ose datat e pagesave, që duhet të kryejë konsumatori për të shlyer kredinë, si dhe çfarëdo kushti tjetër thelbësor të kontratës.

5. Ekzistenca e një marrëveshjeje kredie nuk ndikon në asnjë mënyrë mbi të drejtat e konsumatorit ndaj furnizuesit të mallrave ose shërbimeve, të blera nëpërmjet një marrëveshjeje të tillë, në rastet kur mallrat ose shërbimet nuk janë furnizuar ose janë ndryshe, jo në përputhje me kushtet e kontratës për furnizimin e tyre.

6. Kur konsumatori, për blerjen e mallrave ose përfitimin e shërbimeve, bëhet palë në një marrëveshje kredie me një person të ndryshëm nga furnizuesi i tyre dhe ekziston një lidhje e ngushtë tregtie ndërmjet kredidhënësit dhe furnizuesit të mallit ose shërbimit, konsumatori ka të drejtën të kërkojë dëmshpërblim nga kredidhënësi, kur mallrat ose shërbimet, objekt i marrëveshjes së kredisë, nuk janë furnizuar ose janë ndryshe, jo në përputhje me kushtet e kontratës për furnizimin e tyre.

KREU IV

KONTRATAT E PAKETAVE TË UDHËTIMIT

DHE DETYRIMET PËR TO

Neni 46

Kontratat e paketave të udhëtimit

Kontratat e paketave të udhëtimit janë kontrata që:

a) i sigurojnë ose ofrojnë t'i sigurojnë konsumatorit, me një çmim gjithëpërfshirës, një kombinim të parapërgatitur të jo më pak se dy nga llojet e mëposhtme të shërbimeve:

i) transporti;

ii) strehimi;

iii) shërbime të tjera turistike, që nuk lidhen drejtpërsëdrejti me transportin ose strehimin dhe që përbëjnë pjesë të konsiderueshme të paketës;

b) mbulojnë një periudhë kohore prej jo më pak se 24 orë ose që përfshijnë strehimin, të paktën për një natë.

30

Neni 47

Detyrime të përgjithshme e të veçanta

1. Ofruesi i paketës është i detyruar t'i sigurojë konsumatorit informacionin e nevojshëm, i cili nuk duhet të jetë çorientues, në lidhje me paketën turistike, çmimin e paketës dhe për çfarëdo kushti tjetër, që i takon kontratës së paketës së udhëtimit.

2. Në rastet kur konsumatorit i vihet në dispozicion nga tregtari apo organizatori i paketës së udhëtimit një broshurë, në të duhet të shënohen në mënyrë të lexueshme, të hollësishme dhe të saktë të gjitha të dhënat për:

a) çmimin e paketës, shumën ose përqindjen e çmimit, që duhet paguar në formën e paradhënies dhe kalendarin për pagesën e shumës së mbetur;

b) destinacionin dhe itinerarin;

c) mjetet dhe kategoritë e transportit që do të përdoren;

ç) tipin e strehimit, vendndodhjen dhe kategorinë;

d) planin e vakteve të ngrënies;

dh) kërkesat për pasaportat dhe vizat.

PJESA VIII

INSTITUCIONET PËR MBROJTJEN E KONSUMATORËVE

KREU I

ORGANET SHTETËRORE

Neni 48

Organet kompetente

Institucionet shtetërore kompetente janë organet kryesore përgjegjëse për zhvillimin dhe zbatimin e politikave për mbrojtjen e konsumatorëve, për të mbrojtur të drejtat bazë të konsumatorëve, në mënyrë të veçantë të grupeve të konsumatorëve më të ndjeshëm, si: fëmijët, të moshuarit, të varfrit, invalidët, të sëmurët, si dhe personat me aftësi të kufizuara mendore e fizike.

Neni 49

Organi përgjegjës

1. Ministria përgjegjëse për fushën e tregtisë, nëpërmjet strukturës administrative përkatëse (më

poshtë struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve), harton politikat dhe siguron instrumentet rregulluese të mbrojtjes së konsumatorit, si dhe zbatimin efektiv të këtij ligji.

2. Përgjegjësitë kryesore të kësaj strukture janë:

a) studimi dhe paraqitja e propozimeve për hartimin dhe zhvillimin e politikës kombëtare për mbrojtjen e konsumatorit;

31

b) përgatitja dhe shqyrtimi i akteve normative dhe masave të tjera rregulluese, që lidhen me mbrojtjen e konsumatorit;

c) bashkërendimi i politikave dhe i veprimtarive për mbrojtjen e konsumatorit me ministritë e linjës dhe institucionet e tjera shtetërore;

ç) marrja e masave bashkërenduese për zbatimin e dokumenteve strategjike në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve;

d) propozimi i masave të nevojshme për të garantuar nivel të lartë të mbrojtjes së konsumatorit;

dh) marrja e nismave për hartimin e kodeve të sjelljes ose kontratave standarde, në bashkëpunim me operatorët ekonomikë;

e) bashkëpunimi me organet qendrore e vendore për mbrojtjen e konsumatorëve;

ë) bashkëpunimi me shoqatat e konsumatorëve;

f) mbikëqyrja e zbatimit të këtij ligji;

g) zhvillimi i sistemeve të trajtimit të ankesave të konsumatorëve dhe i skemave alternative për zgjidhjen mosmarrëveshjeve;

gj) mbështetja e veprimtarive të shoqatave të konsumatorëve;

h) bashkëpunimi dhe shkëmbimi i përvojës me institucionet analoge, europiane dhe ndërkombëtare;

i) zhvillimi i fushatave për ndërgjegjësimin e konsumatorëve, sensibilizimi dhe njoftimi i vazhdueshëm i konsumatorëve.

Neni 50

Këshilli bashkërendues

1. Për shqyrtimin e politikave dhe të masave organizative në mbrojtje të konsumatorit, krijohet Këshilli Bashkërendues.

2. Këshilli Bashkërendues përbëhet nga përfaqësues të organeve të administratës shtetërore, të lidhura drejtpërdrejt ose jo me mbrojtjen e interesave të konsumatorëve, si dhe nga organizatat jofitimprurëse të konsumatorëve dhe shoqatat e biznesit.

3. Përbërja e Këshillit Bashkërendues miratohet me urdhër të Kryeministrit.

4. Këshilli Bashkërendues kryesohet nga ministri përgjegjës për fushën e tregtisë.

5. Rregullorja e funksionimit të Këshillit Bashkërendues miratohet nga ministri përgjegjës për fushën e tregtisë. Struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve, e përcaktuar sipas nenit 49 të këtij ligji, ngarkohet me funksionet e sekretariatit teknik të Këshillit Bashkërendues.

KREU II

ORGANET ZBATUESE

Neni 51

Struktura përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut

Inspektorati përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut

1. Inspektorati përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut, sipas përcaktimit të nenit 16 të ligjit nr. 9779, datë 16.7.2007 "Për sigurinë e përgjithshme, kërkesat thelbësore dhe

32

vlerësimin e konformitetit të produkteve joushqimore", kontrollon zbatimin e neneve 5, 7, 8, 9, 11, 12, 18, 19, 20 e 21 të këtij ligji.

2. Inspektorati përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut bashkëpunon ngushtë me strukturën përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve dhe i raporton asaj.

3. Kontrolli i respektimit të kërkesave ligjore, sipas këtij ligji, bëhet në përputhje me këtë ligj dhe ligjin nr. 10 433, datë 16.6.2011 "Për inspektimin në Republikën e Shqipërisë"

Neni 52

Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve

1. Për shqyrtimin e shkeljeve dhe marrjen e masave për zbatimin e dispozitave të këtij ligji, si dhe të akteve nënligjore të dala në zbatim të këtij ligji, me përjashtim të funksioneve që kryen inspektorati përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut, të përcaktuara në nenin 51 të këtij ligji, krijohet Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve.

Bëjnë përjashtim rastet kur ligje të veçanta përcaktojnë struktura të tjera përgjegjëse.

2. Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve përbëhet nga 5 anëtarë:

a) 2 përfaqësues të ministrisë përgjegjëse për fushën e tregtisë, njëri prej të cilëve nga struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve;

b) 2 përfaqësues nga Ministria e Drejtësisë;

c) 1 specialist i njohur i fushës së mbrojtjes së konsumatorëve

c) përfaqësues nga shoqëria civile me përvojë në fushën e ekonomisë, dhe jurisprudencës.

Emërimi dhe shkarkimi i anëtarëve bëhet me urdhër të Kryeministrit dhe me propozimin e ministrit përgjegjës për fushën e tregtisë për përfaqësuesit në shkronjat "a" dhe "c" dhe nga Ministri i Drejtësisë për përfaqësuesit në shkronjën "b".

Anëtarët e Komisionit referuar në shkronjën "a" dhe "b" janë nëpunës të shërbimit civil, të propozuar nga ministri përkatës.

Kryetari dhe anëtarët e Komisionit emërohen dhe shkarkohen me urdhër të Kryeministrit. Kryetari i komisionit emërohet ndërmjet dy përfaqësuesve të ministrisë përgjegjëse për fushën e tregtisë dhe duhet të ketë te paktën 3 vjet përvojë pune në fushën e mbrojtjes së konsumatoreve.

3. Mandati i anëtarëve të komisionit është 5-vjeçar, me të drejtë përsëritjeje.

4. Për identifikimin e shkeljeve të dispozitave të referuara në pikën 1 të këtij neni, shfrytëzohen konstatimet, kërkesat, ankesat dhe çdo lloj tjetër informacioni, që përbëjnë shkak të mjaftueshëm për shqyrtim.

5. Për verifikimin e shkeljeve të dispozitave të referuara në pikën 1 të këtij neni, komisioni

bashkëpunon me strukturën përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve dhe me inspektoratin përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut.

6. Struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve ngarkohet me funksionet e sekretariatit teknik të këtij komisioni.

7. Mënyra e funksionimit, mënyra e pagesës së Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorëve dhe përcaktimi i procedurave të vlerësimit të shkeljeve përcaktohen me vendim të Këshillit të Ministrave.

8. Komisioni harton një raport në fund të çdo viti dhe sa herë që i

33

kërkohej, rreth veprimtarisë së tij dhe e publikon atë në faqen e tij të internetit të ministrisë përgjegjëse për tregtinë.

Neni 52/1

Detyrimi për dhënie informacioni

Tregtarët janë të detyruar të japin, në mënyrë të qartë, të vërtetë dhe jo të mangët, të gjithë informacionin e kërkuar nga organet zbatuese dhe struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve, sipas dispozitave të këtij ligji.

KREU III

ORGANIZATAT JOFITIMPRURËSE

Neni 53

Shoqatat e konsumatorëve

1. Konsumatorët kanë të drejtë, në baza vullnetare, të krijojnë shoqata të pavarura konsumatorësh, në mbrojtje të interesave të tyre, sipas ligjit në fuqi.

2. Shoqatat e konsumatorëve janë organizata të pavarura nga tregtarët dhe kanë si qëllim, të përcaktuar me statut, mbrojtjen e të drejtave të konsumatorëve.

3. Shoqatat e konsumatorëve duhet të përmbushin kriteret e mëposhtme në mënyrë që të përfaqësojnë interesat kolektivë të konsumatorëve:

a) anëtarësi aktive;

b) përvojë;

c) shtrirje gjeografike.

4. Nëpunësit e organeve administrative shtetërore përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve nuk lejohen të kenë funksione drejtuese në shoqatat e konsumatorëve.

Neni 54

Të drejtat e shoqatave të konsumatorëve

1. Shoqatat e konsumatorëve kanë të drejtë:

a) të edukojnë, të informojnë dhe të sensibilizojnë vazhdimisht konsumatorët për të drejtat e tyre;

b) të organizojnë dhe të drejtojnë qendrat për këshillimin e konsumatorëve, në përputhje me kriteret e përcaktuara nga ministri përgjegjës për fushën e tregtisë;

c) të ndjekin dhe të trajtojnë ankesat e konsumatorëve;

ç) të shkëmbejnë të dhëna me organet shtetërore përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve;

d) të organizojnë testime të pavarura për cilësinë dhe sigurinë e mallrave dhe të shërbimeve në treg dhe t'i bëjnë publike rezultatet e këtyre testeve;

dh) të ndërmarrin veprime ligjore në gjykatë ndaj tregtarëve, në rastet e shkeljes së të drejtave të konsumatorëve.

2. Burimet financiare të shoqatave në mbrojtje të konsumatorit janë të njëjta me

34

ato të parashikuara në legjislacionin përkatës për organizatat jofitimprurëse.

3. Ministria përgjegjëse për fushën e tregtisë mbështet shoqatat e konsumatorëve me ndihmë financiare brenda kufijve të buxhetit të miratuar. Mënyra e shpërndarjes kryhet nëpërmjet procedurave të tenderimit.

KREU IV

VENDIMET PËR NDALIMIN E SHKELJES

Neni 55

Ndalimi i shkeljes

Në rastet e veprimeve, që bien në kundërshtim me dispozitat e këtij ligji, të cilat dëmtojnë interesat kolektivë të konsumatorëve, struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve dhe shoqatat e konsumatorëve, të cilat janë deklaruar përfaqësuese të interesave kolektivë të konsumatorëve, sipas nenit 53 të këtij ligji, mund t'i drejtohen Komisionit për Mbrojtjen e Konsumatorëve dhe/ose gjykatës për të kërkuar marrjen e vendimit për:

a) pushimin ose ndalimin e shkeljes;

b) publikimin e pjesshëm ose të plotë të vendimit të marrë në zbatim të shkronjës "a" të kësaj pike, në një formë, që vlerësohet e përshtatshme dhe/ose ky publikim të jetë në një formë të tillë, që t'i shërbejë eliminimit të efekteve negative që sjell kjo shkelje;

c) pagesat në Buxhetin e Shtetit nga i padituri humbës, në rastet e mospajtimit me vendimin brenda afatit të përcaktuar nga komisioni/gjykata të një shume të caktuar për secilën ditë vonese pas këtij afati ose për secilën shkelje tjetër të ngjashme;

ç) publikimet, sipas shkronjës "b" të kësaj pike, kryhen nga ministria përgjegjëse për fushën e tregtisë. Shpenzimet për publikimin përballohen nga pala humbëse.

KREU V

TRAJTIMI I ANKESAVE TË KONSUMATORËVE

Neni 56

Ankesat e konsumatorëve

1. Konsumatori, kur i shkelen të drejtat, në rast se nuk është parashikuar ndryshe ndërmjet palëve, ka të drejtën e paraqitjes së ankesës te:

a) struktura administrative shtetërore përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve;

b) shoqatat e konsumatorëve;

c) Avokati i Popullit;

ç) gjykata e arbitrazhit;

d) organet gjyqësore;

dh) çdo strukturë tjetër, e krijuar posaçërisht për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve jashtë gjyqësorit.

35

1.1. Ngarkohet ministri, që mbulon tregtinë, për nxjerrjen e udhëzimit për përcaktimin e procedurave të trajtimit të ankesave, të paraqitura në strukturën e parashikuar në shkronjën "a", të pikës 1, të këtij neni.

2. Struktura, referuar shkronjës "dh" të pikës 1 të këtij neni, krijohet me vendim të Këshillit të Ministrave.

2. Ngarkohet Këshilli i Ministrave për përcaktimin e kritereve që duhet të përmbushë struktura e parashikuar në shkronjën "dh", të pikës 1, të këtij neni.

PJESA IX

KUNDËRVAJTJET ADMINISTRATIVE

Neni 57

Shkeljet administrative

Shkeljet e dispozitave të këtij ligji, kur nuk përbëjnë vepër penale, përbëjnë kundërvajtje administrative dhe ndëshkohen si më poshtë:

1. Nga struktura përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut:

a) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 9, 11, 18, 19, 20 e 21, me gjobë 30 000 lekë;

b) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 7, 8, 12, 22 e 32 pika 3, me gjobë 70 000 lekë.

2. Nga Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve:

a) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 14, 15, 17 shkronja "A", 22, 32, 33, 35, 37, 38, 39, 40 e 43, me gjobë 70 000 lekë;

b) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 16, 17 shkronja "B", 23, 24, 25, 27 pika 4, 28 pika 2, 29, 30, 31, 41 e 45, me gjobë 100 000 lekë.

3. Nga institucione të tjera:

a) zyra shtetërore e turizmit: Për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenin 47, me gjobë 100 000 lekë.

b) Drejtoria e Përgjithshme e Metrologjisë: Për shkeljen e dispozitës së parashikuar në shkronjën "c" të pikës 1 të nenit 9, me gjobë 50 000 lekë.

c) Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve: Për shkeljen e dispozitave të parashikuara në legjislacionin përkatës për dhënien e kuponit tatimor.

1. Nga Inspektori i Inspektoratit përgjegjës për mbikëqyrjen e tregut struktura përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut:

a) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 9 pika 3 dhe 4, 11, 18, me gjobë në masën 100 000 lekë;

b) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 7, 8, 9 pikat 1 dhe 2, 12, 30 e 31, me gjobë 1 % të xhiros vjetore të vitit financiar paraardhës, por jo më pak se 200 000 lekë;

c) për mosplotësim të kërkesave të parashikuara në Nenin 52/1, me gjobë në masën 300 000 lekë.

2. Nga Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve:

a) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 14, 15, 17 shkronja

36

"A", 22, 24, 32 pika 3, 33, 35, 37, 38, 39, e 43, me gjobë në masën 1 % të xhiros vjetore të vitit financiar paraardhës, por jo me pak se 300 000 lekë.

b) për shkeljet e dispozitave të parashikuara në nenet 16, 17 shkronja "B", 25, 27 pika 4, 28 pika 1, 29, 33/1, 40, 41, 45 e 47, me gjobë në masën 2 % të xhiros vjetore të vitit financiar paraardhës, por jo me pak se 500 000 lekë.

c) Për shkeljet të dispozitave të parashikuara sipas neneve 9 e 39 (për rastet e praktikave tregtare), me gjobë në masën 100 000 lekë;

d) Për mosplotësim të kërkesave të parashikuara në Nenin 52/1, me gjobë në masën 300 000 lekë.

3. Nga institucione të tjera:

Inspektorati që mbulon fushën e metrologjisë Drejtoria e Përgjithshme e Metrologjisë: për shkeljen e dispozitës së parashikuar në shkronjën "c" të pikës 1 të nenit 9, me gjobë në masën 100 000 lekë;

4. Në rast përsëritjeje, gjobat e parashikuara në pikën 1 të këtij neni në këtë nen dyfishohen.

Përsëritje vlerësohet rasti, kur shkelësi kryen të njëjtën shkelje për herë të dytë, brenda një periudhe prej 5 vjetësh.

5. Kur Komisioni në shqyrtimin e kundërvajtjes administrative konstaton shkaktim dëmi, si pasojë e kundërvajtjes administrative, pas përfundimit të shqyrtimit administrativ, vlerëson edhe masën e dëmit dhe me një vendim të veçantë vendos për shpërblimin e dëmit.

Masa e shpërblimit si dhe pagesa për vlerësimin e dëmit i ngarkohen subjektit që ka kryer kundërvajtjen administrative.

6. Gjobat e vendosura sipas këtij neni janë dënime kryesore.

Neni 58

Gjobat e Komisionit

1. Gjoba vendoset brenda 2 muajve nga data kur është konstatuar shkelja.

2. Personi që ka kryer shkeljen, duhet ta shlyejë gjobën brenda 10 ditëve nga data e marrjes njoftim për vendosjen e saj.

3. Gjoba e vendosur në zbatim të këtij ligji është titull ekzekutiv dhe ekzekutohet nga zyrat e përmbartimit, në rast se nuk shlyhet në kohë nga personi që ka kryer shkeljen.

Neni 58/1

Shqyrtimi dhe ankimi i gjobave

Gjobat e vendosura nga inspektorët, sipas nenit 57 të këtij ligji, shqyrtohen, merren përfundimisht dhe ankimohen në përputhje me ligjin për inspektimin."

Neni 59

Procedurat e ankimit

37

1. Kundër vendimit të Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorëve, personi, ndaj të cilit është vendosur masa administrative, ka të drejtë që, brenda 30 ditëve, të kërkojë rishqyrtimin e saj në gjykatë.
2. Kundër vendimit të strukturës përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut, personi, ndaj të cilit është vendosur masa administrative, ka të drejtë të bëjë ankim, në përputhje me nenin 24 të ligjit nr. 9779, datë 16.7.2007 "Për sigurinë e përgjithshme, kërkesat thelbësore dhe vlerësimin e konformitetit të produkteve joushqimore".
3. Personi, që ka kryer kundërvajtjen administrative, ndaj të cilit vendoset masa administrative, sipas rasteve të përcaktuara në pikën 3 të nenit 58 të këtij ligji, ka të drejtë të kërkojë rishqyrtimin e saj në institucionet që kanë vendosur masat përkatëse administrative.

Neni 60

Të ardhurat, që burojnë nga vjelja e gjobave, derdhen në Buxhetin e Shtetit.

PJESA X

DISPOZITA KALIMTARE DHE TË FUNDIT

Neni 61

Ngarkohet Këshilli i Ministrave që, në zbatim të neneve 34, 36, 42, 46, 52 e 56 të këtij ligji, të nxjerrë aktet e nevojshme nënligjore.

Neni 62

Ligji nr. 9135, datë 11.9.2003 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", shfuqizohet.

Neni 63

Hyrja në fuqi

Ky ligj hyn në fuqi 15 ditë pas botimit në Fletoren Zyrtare

K R Y E T A R E

Jozefina Topalli (Çoba)

38

Shpjegues për paketat e udhëtimit 1

Legjislacioni për

Mbrojtjen e Konsumatorit

Prof.Asoc.Dr. Nada Dollani

Përgatiti për botim

Zhenihen Zanaj

Ky shpjegues është mundësuar me mbështetjen e Qeverisë Gjermane. Përmbajtja e këtij shpjeguesi është përgjegjësi e vetme e projektit të GIZ "Mbështetje për përafrimin e legjislacionit ekonomik dhe tregtar me acquis e BE-së" dhe në asnjë mënyre nuk mund të interpretohet si opinion i Qeverisë Gjermane.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 3

Shënim

Ky shpjegues është përgatitur për t'ju ardhur në ndihmë agjencive të udhëtimit që operojnë në Shqipëri dhe konsumatorëve, me qëllim që të dyja palët të mund të kuptojnë më mirë të drejtat dhe detyrimet përkatëse që lidhen me paketat e udhëtimit, e në mënyrë të veçantë të kuptojnë rëndësinë që ka çdo element i këtyre të drejtave dhe detyrimeve, për një marrëdhënie të balancuar e për rrjedhojë, për një konsumator më të mbrojtur.

4 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Shpjegues për paketat e udhëtimit 5

Përmbajtja e lëndës

I. Hyrje	7
1.1 Kuadri ligjor dhe institucional	7
II. Koncepte bazë	8
2.1 Kuptimi i kontratës së paketës së udhëtimit	8
2.2 Palët në kontratën e paketës së udhëtimit	9
III. Të drejtat dhe detyrimet parakontraktore dhe paskontraktore të organizatorit	10
3.1 Detyrimet para kontraktore të organizatorit	10
3.2 Të drejtat dhe detyrimet pas kontraktore të organizatorit	12
IV. Të drejtat dhe detyrimet e konsumatorit	13
V. Përgjegjësia e organizatorit për mospërbushjen e detyrimeve kontraktore	15
VI. Informacione të mëtejshme	17
Shtojca	19
Shtojca 1: Model kontrate për paketat e udhëtimit	21
Shtojca 2: Model për informacionin para kontraktor që duhet të jepet nga organizatori	31

6 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Shpjegues për paketat e udhëtimit 7

I. Hyrje

Fenomeni i paketave turistike është rritur brenda zhvillimit socio-ekonomik të Shqipërisë qysh prej nënshkrimit të Marrëveshjes së Stabilizim Asociimit¹ (MSA) në vitin 2006 dhe veçanërisht me liberalizimin e vizave në vitin 2010.² Mbrojtja e konsumatorit është ndër politikat më të rëndësishme të Bashkimit Europian dhe Shqipëria, me nënshkrimin e MSA është angazhuar t'i japë konsumatorit shqiptar të njëjtat të drejta dhe mbrojtje si konsumatorit europian.

Industria e turizmit ka pësuar një rritje të vazhdueshme dhe turizmi nuk konsiderohet më një luks, por si një fenomen në masë. Për këtë arsye, kjo fushë kërkon një vëmendje të veçantë nga strukturat shtetërore që të sigurojnë zbatimin në praktikë të kërkesave

ligjore që çojnë drejt mbrojtjes në rritje të konsumatorit. Pavarësisht se deri më sot kemi një numër të limituar ankesash pranë Komisionit për Mbrojtjen e Konsumatorit (KMK) përse i takon praktikave tregtare në paketat turistike, duket që shqetësimet kryesore lidhen me mungesën e transparencës në informacionin e treguar në broshura apo në informacionin parakontraktor, mungesën e kontratës me shkrim pas akordit të palëve, përgjegjësinë e organizatoreve/shitësve si dhe sigurimin në rastet e falimentimit.

1.1 Kuadri ligjor dhe institucional

Rregullimi ligjor për paketat turistike në Shqipëri përfshin Ligjin nr 9902, dt. 14.04.2008 "Për mbrojtjen e Konsumatorëve" (ligj 9902/2008),³ i ndryshuar i cili ka parashikuar për herë të parë kontratat mbi paketat turistike në dy nene të cilat përcaktojnë nocionet e përgjithshme mbi paketat e udhëtimit si dhe rregullon kërkesat e informacionit parakontraktor. Rregullimet e mëtejshme mbi paketat turistike u parashikuan më vonë nga Vendimi i Këshillit të Ministrave, nr.65, datë 21.1.2009 (VKM 65/2009),⁴ i cili përmban dispozita të detajuara mbi paketat turistike të modeluara sipas Direktivës, duke shfrytëzuar edhe kërkesën e harmonizimit minimal. Ky kuadër ligjor në disa raste parashikon një mbrojtje më të gjerë për konsumatorin shqiptar krahasuar me mbrojtjen që jep Direktiva.⁵

1 Ratifikuar me ligjin nr. 9590 datë 27.7.2006, F.Z. Nr. 87/06

2 Rezolutë Nr.2, datë 11.03.2010, F.Z. Nr.21/2010.

3 Ligji nr. 9902, datë 17.04.2008 "Për Mbrojtjen e Konsumatorëve" F.Z. Nr. 61/2008, ndryshuar me ligjin nr. 10444 datë 14.7.2011, F.Z. Nr. 103/2011 dhe ligjin nr. 15/2013 datë 14.02.2013, F.Z. Nr. 29/2013.

4 F.Z. Nr. 8/2009

5 Shih për transpozimin e direktivës në vendet e BE Schulte-Nölke, Hans, Christian Twigg-Flesner, and Martin Ebers. "EC consumer law compendium." Sellier, München (2008).

8 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Qëllimi i ligjit dhe aktit nënligjor ashtu sikurse edhe direktiva është të garantojë një mbrojtje të konsumatorit duke i mundësuar atij marrjen e një vendimi të mirëinformuar në favor të interesave të veta ekonomike. Po kështu parashikimet ligjore ndihmojnë konsumatorin në lehtësinë e krahasimit të produktit në treg.

Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve është një nga strukturat administrative të parashikuara me Ligjin Nr. 9902, datë 17.04.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar, i cili është i ngarkuar posaçërisht me shqyrtimin e shkeljeve dhe marrjen e masave për zbatimin e dispozitave të këtij ligji, si dhe të akteve nënligjore në zbatim të tij.

Nën këndvështrimin e një klasifikimi formal të çështjeve të rregulluara nga VKM 65/2009, do i shihnim paketat e udhëtimit sipas kategorizimit të trajtuar më poshtë.

II. Koncepte bazë

2.1 Kuptimi i kontratës së paketës së udhëtimit

Përkufizimi i kontratës së paketës së udhëtimit jepet nga pika 2, gërma (ç) e VKM 65/2009, ku përcaktohet se kontrata e paketës së udhëtimit është marrëveshja e lidhur ndërmjet konsumatorit dhe organizatorit dhe/ose shitësit, në të cilën konsumatori detyrohet të paguajë një çmim të caktuar gjithëpërfshirës përkundrejt paketës turistike të ofruar nga pala organizuese.⁶

Paketa turistike konsiston në shërbimin e ofruar ku sigurohet një kombinim i parapërgatitur i jo më pak se dy nga llojet e mëposhtme të shërbimeve: transporti; strehimi; shërbime të tjera turistike, që nuk lidhen drejtpërdrejt me transportin ose strehimin dhe që përbëjnë pjesë të konsiderueshme të paketës; si dhe që mbulojnë një periudhë kohore prej jo më pak se 24 orë ose që përfshijnë strehimin, të paktën për një natë.⁷ Sipas interpretimeve të bëra nga Gjykata e Drejtësisë së Bashkimit Europian, termi paketë përfshin edhe pushimet që organizon një agjent udhëtimi sipas kërkesave dhe specifikimeve të një konsumatori apo një grupi konsumatorësh.⁸ Po ashtu nocioni 'kombinim i parapërgatitur' përfshin kombinimet e shërbimeve turistike në momentin e lidhjes së kontratës ndërmjet agjencisë së udhëtimit dhe konsumatorit.⁹

⁶ Neni 47 i ligjit 9902/2008 dhe pika 7 VKM 65/2009.

⁷ Neni 47 i ligjit 9902/2008.

⁸ ECJ Judgement of 30 April 2002, C-400/00, Club-Tour, Viagens e Turismo SA v Alberto Carlos Lobo Gonçalves Garrido, and Club Med Viagens Lda, [2002] ECR I-04051, § 16. Shih edhe pikën 9/f të VKM 65/2009.

⁹ Ibid., C-400/00, Club-Tour, § 20.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 9

Forma e kontratës duhet të jetë gjithmonë me shkrim.¹⁰ Kjo formë nuk kërkohet për efekte vlefshmërie, por për efekte informimi të konsumatorit. Mungesa e formës nuk shkakton pavlefshmëri të kontratës.¹¹

Në përmbajtje të saj kontrata e paketave turistike duhet të ketë një seri elementësh të përcaktuar nga VKM 65/2009, për të cilat konsumatori duhet të informohet përpara lidhjes së kontratës. Mungesa e formës së shkruar nuk e shkarkon organizatorin nga përgjegjësia për përmbushjen e detyrimeve kontraktore në përputhje me parashikimet e vetë VKM 65/2009. Legjislacioni ka për qëllim të vendosë një ekuilibër të pranueshëm ndërmjet të drejtave dhe detyrimeve të palëve në kontratë, e për këtë arsye është edhe në interes të organizatorit ose/dhe shitësit të paraqesin parashikimet e kërkuara nga ligji në një kontratë me shkrim, përndryshe ata do të mbajnë përgjegjësi për shkak se dipozitat ligjore do të zbatohen drejtpërdrejt në marrëdhënien kontraktore.

Për efekt informimi të konsumatorit dhe për të orientuar dhe ndihmuar agjencitë e udhëtimit në Shtojcën 1 paraqitet një format kontrate standard për paketat e udhëtimit.

2.2 Palët në kontratën e paketës së udhëtimit

Nisur nga përkufizimi i kontratës së paketës së udhëtimit, sikurse në çdo kontratë tjetër, kemi dy palë.

Nga njëra anë qëndron konsumatori, i cili është personi, që merr ose bie dakord të marrë paketën e udhëtimit (kontraktuesi kryesor), ose çdo person, në emër të të cilit, kontraktuesi kryesor bie dakord të blejë paketën, apo çdo person, tek i cili kontraktuesi kryesor a çdo njëri prej përfituesve të tjerë transferon paketën.¹² Vihet re se përkufizimi i nocionit 'konsumator' në kontratën e paketës së udhëtimit, është mjaft i gjerë krahasuar me përkufizimin që jepet nga ligji për mbrojtjen e konsumatorëve.¹³

Nga ana tjetër qëndron, organizatori dhe shitësi. Organizatori përkufizohet si tregtari, i cili organizon paketat e udhëtimit dhe i shet ose i ofron ato për shitje, 10 Pika 8 VKM 65/2009.

11 Krahaso: Ersida Teliti. Kontratat Konsumatore (kredia konsumatore dhe kontrata e paketave të udhëtimit), Disertacion për mbrojtjes e gradës Doktor, Tiranë 2013, f. 164-5.

12 Pika 2, gërma (c) e VKM 65/2009.

13 Neni 3, pika 6 e ligjit 9902/2008 përcakton se "Konsumator" është çdo person, i cili blen ose përdor mallra apo shërbime për plotësimin e nevojave vetjake, për qëllime që nuk kanë lidhje me veprimtarinë tregtare ose ushtrimin e profesionit.

10 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

drejtpërdrejt a nëpërmjet një shitësi me pakicë.¹⁴ Ndërsa "Shitës me pakicë" ose thjesht shitësi, është tregtari, i cili shet ose ofron për shitje paketa udhëtimesh, të përgatitura nga organizatori.¹⁵ Organizatori definohet ndryshe edhe si 'operator turistik', ndërsa shitësi si 'agjent udhëtimi', ose të dyja këto palë përcaktohen edhe si 'sipërmarrje turistike' nga ligji për turizmin.¹⁶

Të drejtat dhe detyrimet e palëve në një marrëdhënie kontraktore janë reciproke, çka konsiderohet si detyrim për njërën palë është një drejtë për palën tjetër. Më poshtë pasqyrohen dhe klasifikohen disa nga drejtat dhe detyrimet më karakteristike për secilën palë në kontratën e paketave të udhëtimit.

III. Të drejtat dhe detyrimet parakontraktore dhe paskontraktore të organizatorit

3.1 Detyrimet para kontraktore të organizatorit

Detyrimet për dhënien e informacionit parakontraktor i përkasin si organizatorit ashtu edhe shitësit. Përgjegjësia e të dy palëve apo secilës palë në kontratë është një përgjegjësi solidarë.¹⁷ Në këtë shpjegues, referimi tek organizatori nënkupton edhe shitësin.

Ofruesi i shërbimit ka detyrimin t'i garantojë konsumatorit çdo informacion të nevojshëm në lidhje me shërbimin e paketës së udhëtimit dhe çmimin përkatës, si

dhe mbi çdo kusht tjetër të kontratës së paketës së udhëtimit.¹⁸

Në rastet kur ofruesi i siguron konsumatorit një material të parapërgatitur, me shkrim (broshurë, fletëpalosje etj.), në të duhet të tregohen, në mënyrë të lexueshme, të kuptueshme dhe të saktë, çmimi i paketës, shuma ose përqindja e çmimit, që duhet paguar në formën e paradhënies dhe kalendari për pagesën e shumës së mbetur; destinacioni dhe itinerari; mjetet dhe kategoritë e transportit që do të përdoren; tipi i strehimit, vendndodhja dhe kategoria dhe klasifikimi turistik, miratimi sipas rregullave të vendit mikpritës; plani i vakteve të ngrënies; kërkesat për pasaportat dhe vizat; data e fillimit dhe e mbarimit të udhëtimit; afati i fundit për informimin e konsumatorit, në rast anulimi të paketës së udhëtimit, nëse për 14 Pika 2, gërma (a) e VKM 65/2009.

15 Pika 2, gërma (a) e VKM 65/2009

16 Shih ligjin nr. Nr .9734, datë 14.5.2007, 'Për turizmin', neni 4, pika 2, 14 dhe 24.

17 Detyrimet solidare rregullohen sipas nenit 423 e vijues të Kodit Civil.

18 Neni 47, pika 1 e ligjit 9902/2008.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 11

zhvillimin e paketës së këtij udhëtimi kërkohet një numër minimal pjesëmarrësish; të dhënat të përgjithshme për formalitetet shëndetësore, të kërkuara për udhëtimin dhe qëndrimin; si dhe emri i shoqërisë së sigurimit, me të cilën organizatori ka lidhur një kontratë sigurimi.¹⁹ Një format standart në lidhje me informacionin parakontraktor që duhet të ofrojë organizatori jepet në Shtojcën 2.

Në rast të kundërt, ky informacion i hollësishëm duhet të jepet me gojë, gjatë bisedimeve parakontraktore me konsumatorin. Megjithatë, përpara lidhjes së kontratës, ofruesi i shërbimit duhet të njoftojë konsumatorin, me shkrim, për të gjitha kushtet e kontratës, si dhe t'i japë atij një kopje të këtyre kushteve, përveç rasteve të rezervimit në çastin e fundit.²⁰ Qëllimi i këtyre detyrimeve të palës organizatore dhe/ose shitëse, është që konsumatori të formojë një vullnet të informuar, të lirë dhe të pavesuar duke garantuar kështu efektivisht barazinë kontraktore mes palëve dhe duke shmangur asimetrinë e informacionit që ekziston mes tyre. Pasojat e mungesës së informacionit parakontraktor, në varësi të rrethanave, mund të çojnë deri në anulimin e kontratës. Për përcaktimin e këtyre pasojave, për shkak se ato nuk janë të përcaktuara në VKM 65/2009, do të gjejnë zbatim parashikimet e përgjithshme në ligjin për mbrojtjen e konsumatorëve, si p.sh sipas rastit zbatimi i rregullimeve mbi praktikën e padrejta tregtare dhe mbi kushtet e padrejta në kontrata. Në varësi të rrethanave, për zgjidhjen e konfliktit konkret, mund dhe duhet të gjejnë zbatim përcaktimet e përgjithshme të Kodit Civil lidhur me veset e vullnetit, në rastet kur mungesa e informacionit do të kualifikohet si gabim apo mashtrim.

Gjithashtu, organizatori ka detyrimin veçanërisht që përpara lidhjes së kontratës t'i sigurojë konsumatorit, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, një informacion të përgjithshëm për kërkesat e zbatueshme për vizat dhe pasaportat, veçanërisht, për afatet kohore për pajisjen me to, si dhe informacion për formalitetet shëndetësore, për udhëtimin dhe qëndrimin.²¹ Informacioni i paraqitur në broshurë ose në fletëpalosje apo i dhënë me shkrim është i detyrueshëm për organizatorin dhe formon pjesë të kontratës, përveç rasteve kur parashikohet shprehimisht se ky informacion mund të ndryshohet në mënyrë të njëanshme, ose kur ndryshimet janë bërë më vonë sipas një marrëveshje ndërmjet palëve në kontratë.²²

19 Shih neni 47, pika 2 e ligjit 9902/2008 dhe pika 3 e VKM 65/2009.

20 Pika 5 dhe 6 e VKM 65/2009.

21 Pika 12 e VKM 65/2009.

22 Pika 4 VKM 65/2009.

12 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

3.2 Të drejtat dhe detyrimet pas kontraktore të organizatorit

Detyrimi i organizatorit për të dhënë informacion shtrihet edhe pas lidhjes së kontratës. Jo më vonë se 7 ditë përpara fillimit të udhëtimit, organizatori detyrohet të japë me shkrim ose me një formë tjetër të qëndrueshme, informacionin mbi emrin e shoqërisë, adresën dhe numrin e telefonit të përfaqësuesit të tij vendor në vendin që do të vizitohet dhe, në mungesë të një përfaqësuesi, të dhëna për të kontaktuar agjencitë vendore, të vendit që do të vizitohet, të cilat mund t'i japin asistencë konsumatorit, nëse ndodhet në vështirësi.

Në rast mungese të agjencive të tilla vendore, konsumatorit duhet t'i jepet një numër telefoni emergjence ose çdo informacion tjetër, që i mundëson atij të kontaktojë organizuesin dhe/ose shitësin; oraret dhe vendet e ndalesave të ndërmjetme dhe të pikave lidhëse të udhëtimit, si dhe hollësi për vendet, që do të zihen nga udhëtari, si kabina ose shtrati në anije, ndarjet e fjetjes në tren; kontratën e sigurimit, të lidhur ndërmjet organizatorit dhe shoqërisë së sigurimit, në përmbushje të kontratës së paketës së udhëtimit, në raste rreziku apo falimentimi; mundësimin e kontaktimit të drejtpërdrejtë me të miturin ose me personin përgjegjës për të miturin, në vendin e qëndrimit, në rast të udhëtimit ose qëndrimit jashtë Shqipërisë të të miturve; mundësinë e marrjes, jo të detyrueshme, të një police sigurimi, për të mbuluar kostot e anulimit nga konsumatori ose kostot e asistencës, përfshirë riatdhesimin, në rast aksidenti ose sëmundjeje.²³ Kur afati kohor midis lidhjes së kontratës dhe fillimit të udhëtimit është më i shkurtër se 7 ditë, atëherë informacioni i mësipërm duhet të jepet në çastin e lidhjes së kontratës.²⁴ Informacioni i sipërpërmendur jepet në gjuhën shqipe në mënyrë të qartë e të kuptueshme dhe nuk duhet të jetë ç'orientues.²⁵ Organizatori dhe/ose shitësi kanë detyrimin të mos e ndryshojnë çmimin e

përcaktuar në kontratën e paketës së udhëtimit gjatë 20 ditëve përpara datës së nisjes së udhëtimit. Megjithatë, ata kanë të drejtë, nëse e kanë parashikuar në kontratë, ta ndryshojnë çmimin deri 20 ditë përpara nisjes vetëm në rastet kur ndryshojnë: kostot e transportit përfshirë koston e lëndëve djegëse; shuma për t'u paguar, taksa ose tarifa, që vihen në ngarkim, për përdorimin e disa shërbimeve të caktuara, sipas kontratës (tarifat në aeroporte, porte dhe/ose tarifa të tjera); kursi i këmbimit, të përdorur në kontratën e paketës së udhëtimit, në periudhën ndërmjet lidhjes së kontratës dhe datës së nisjes.²⁶ Në çdo rast rritja e çmimit duhet të argumentohet

23 Pika 13 VKM 65/2009.

24 Pika 14 VKM 65/2009.

25 Neni 47/1 i ligjit 9902/2008; si dhe pika 3, pika15 VKM 65/2009.

26 Pika 16 VKM 65/2009.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 13 ekonomikisht dhe të jetë proporcionale me rritjen që pësojnë kostot.²⁷ Pavarësisht se VKM 65/2009 parashikon vetëm rritjen, për analogji një argumentim i tillë vlen edhe për uljen e çmimit. Direktiva 90/314 shprehet për rishikimin e çmimit, pra për uljen ose rritjen e tij.²⁸

Në raste të caktuara, kur ndihet i detyruar nga rrethanat, organizatori ka të drejtën e ndryshimit të kushteve thelbësore të kontratës, por përkundrajt detyrimit që të njoftojë sa më shpejt konsumatorin dhe t'i lejojë atij mundësi zgjedhjeje. Kjo dispozitë ka për qëllim që të mos vendosë në pozita tejet të vështira organizatorin atëherë kur ndodhemi përpara rrethanave të cilat kanë ndryshuar aq shumë dhe aq substancialisht sa e bëjnë tejet të vështirë, të pakuptimtë dhe thujse të pamundur përmbushjen e detyrimit nga organizatori. Ose mund të lejojnë përmbushjen me një kosto aq të lartë, sa humbet kuptimi i vetë aktivitetit ekonomik të kryer nga organizatori.

Rrethana të tilla çënojnë dhe rrëzojnë vetë shkakun e lidhjes së kontratës, kështu që legjislatori me të drejtë i njeh organizatorit një rrugëdalje nga situatat tejet të vështira ekonomike për të cilat risku nuk mund të mbahet vetëm nga organizatori, por do të shpërndahet mes të dyja palëve kontraktore.

IV. Të drejtat dhe detyrimet e konsumatorit

Përveç të drejtave të konsumatorit që u korrespondojnë detyrimeve për informim nga ana e organizatorit, konsumatorit i njihet e drejta që në rast të ndryshimeve të kushteve thelbësore të kontratës,²⁹ të heqë dorë nga kontrata pa penalitet ose të pranojë një shtojcë kontrate ku pasqyrohen ndryshimet dhe ndikimi i tyre në çmim.³⁰ Në rastet kur ushtron një nga këto të drejta, konsumatori ka detyrimin të njoftojë organizatorin brenda 3 ditëve nga marrja dijani e ndryshimeve, por jo më vonë se data e nisjes së udhëtimit.³¹

Në rast se konsumatori vendos të heqë dorë nga kontrata për shkak se ndryshojnë

kushtet thelbësore të saj ose sepse organizatori anulon paketën e udhëtimit, atëherë ai ka të drejtë të zgjedhë: ose një paketë zëvendësuese, ekuivalente ose të një cilësie më të lartë, kur organizatori a shitësi janë në gjendje t'ia ofrojnë; ose një pakete udhëtimi 27 Pika 19 VKM 65/2009.

28 Pika 4 (a) e Direktivës 90/314.

29 Sipas pikës 20 VKM 65/2009, ndryshim thelbësor konsiderohet cdo rritje në çmim me një vlerë më të madhe se 5%.

30 Pika 19/ (a) (b) VKM 65/2009.

31 Pika 21 VKM 65/2009.

14 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

zëvendësuese, me një cilësi më të ulët. Në një rast të tillë organizatori ose shitësi duhet t'i kompensojnë konsumatorit diferencën e çmimit ndërmjet paketës së udhëtimit të anuluar dhe asaj të ofruar; ose kthimin e të gjithë shumës së paguar nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit, brenda 7 ditëve nga data që organizatori vihet në dijeni për heqjen dorë.³² Në këtë rast konsumatori ka të drejtë të kërkojë kompensim për dëmet materiale apo jomateriale nga shitësi apo organizatori për mospërbushje të kontratës, përveç rasteve kur anulimi i kontratës nga organizatori është bërë për shkak se nuk arrihet të formohet grupi me numrin minimal të pjesëmarrësve; ose në rastet kur anulimi i udhëtimit vjen si rrjedhojë e një force madhore.³³ Forca madhore është një rrethanë e cila nuk varet nga vullneti i palëve. Në këto raste, rrethana që përcaktohet si forcë madhore është e aftë të shkëpusë lidhjen shkakësore midis veprimeve të organizatorit dhe mospërbushjes së detyrimit të tij. Për këtë arsye organizatori nuk mund të mbajë përgjegjësi dhe as të detyrohet të kompensojë konsumatorin. Nuk përbën forcë madhore rasti i prenotimeve mbi kapacitet.³⁴

Konsumatori në kontratën e paketës së udhëtimit, ka gjithashtu të drejtën të transferojë të drejtat dhe detyrimet e tij te një palë e tretë, që i përmbush kushtet e parashikuara në paketën përkatëse të udhëtimit. Në raste të tilla, konsumatori detyrohet të njoftojë organizatorin brenda afatit të përcaktuar në kontratë. Po ashtu, konsumatori dhe personi i tretë janë solidarisht përgjegjës për pagimin e çmimit të paketës së udhëtimit, si dhe për çdo kosto shtesë që mund të vijë nga transferimi.³⁵ Në rastin kur në kontratë nuk ka një afat të përcaktuar, atëherë konsumatori ka të drejtë që në një kohë të arsyeshme para nisjes së udhëtimit të kryejë këtë transferim, pasi organizatori nuk mund të shkarkohet nga përgjegjësia me justifikimin se një afat i tillë nuk ishte përcaktuar në kontratë.³⁶ Parashikimet ligjore mbi kontratat e paketave të udhëtimit janë urdhëruese e për rrjedhojë të detyrueshme për zbatim. Të drejtat e parashikuara nga ligji janë drejtpërdrejt të zbatueshme mbi konsumatorin, pavarësisht se ato nuk janë parashikuar në kontratë apo se një kontratë e shkruar nuk ekziston.

Konsumatori ka edhe të drejtën e heqjes dorë nga kontrata në rast se organizatori

nuk i siguron atij kontratën e vlefshme të sigurimit për mbulimin e përgjegjësieve kontraktore. E drejta e heqjes dorë njoftohet me shkrim para nisjes.³⁷

32 Pika 22 VKM 65/2009.

33 Pika 23 VKM 65/2009.

34 Pika 24 VKM 65/2009.

35 Pika 25, 26 VKM 65/2009.

36 Pika 10 VKM 65/2009.

37 Pika 41, 42 VKM 65/2009.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 15

Konsumatori ka gjithashtu detyrimin të njoftojë për çdo mospërmbushje të kontratës së paketës turistike, të cilën ai e dallon në vend, furnizuesin e shërbimit në fjalë dhe organizatorin dhe/ose shitësin, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, me mundësinë më të parë. Ky detyrim duhet të përcaktohet, qartë dhe saktë, në kontratë. Njoftimi bëhet me shkrim ose në një mënyrë tjetër të përshtatshme, përfshirë faksin, e-mailin ose mjete të tjera teknike, të cilat sigurojnë mundësinë për riprodhimin e saj.³⁸

V. Përgjegjësia e organizatorit për mospërmbushjen e detyrimeve kontraktore

Organizatori dhe shitësi janë solidarisht përgjegjës për çdo dëm ndaj konsumatorit të shkaktuar nga mospërmbushja e plotë apo e pjesshme e detyrimeve kontraktore. Ata shkarkohen nga kjo përgjegjësi vetëm në rast se dëmi vjen për shkaqe që lidhen me vetë konsumatorin; për shkak të veprimeve, të një pale të tretë, që nuk ka lidhje me ofrimin e shërbimeve të kontraktuara, të cilat janë të paparashikuara ose të pashmangshme; ose për shkak të një rrethane të një force madhore ose një ngjarjeje, të cilën organizatori dhe/ose nënkontraktorët e tij, me gjithë kujdesin e duhur, nuk mund ta parashikonin a të parandalonin.³⁹ Në dy rastet e fundit organizatori detyrohet të japë ndihmën e menjëhershme konsumatorit në vështirësi.⁴⁰ Ashtu sikurse përcaktohet në parimet e përgjithshme të përgjegjësisë kontraktore, organizatori shkarkohet nga përgjegjësia kur nuk ka faj për dëmin e ardhur nga mospërmbushjen e detyrimit. Por ndryshe nga përcaktimet e përgjithshme mbi detyrimet në Kodin Civil, organizatori mban përgjegjësi për mospërmbushjen e detyrimeve nga nënkontraktorët e tij, apo furnizuesit e shërbimeve, pasi ai gjendet në një pozitë më të favorshme për të kërkuar me anë të padisë së regresit kundrejt nënkontraktorëve të tij apo furnizuesve, kompensimet përkatëse.⁴¹ Madje në rastet kur konsumatori ka ankesa të mospërmbushjeve që i dallon në vend, organizatori/shitësi dhe furnizuesi janë bashkërisht përgjegjës për marrjen e masave të menjëhershme për të kënaqur konsumatorin, brenda periudhës më të shkurtër të mundshme kohore dhe të gjejnë zgjidhjen e përshtatshme.⁴²

38 Pika 27 VKM 65/2009.

39 Pika 31 VKM 65/2009.

40 Pika 32 VKM 65/2009. Ky është një detyrim i cili rrjedh nga parimi i mirëbesimit, korrektesës, ndershmërisë, bashkëpunimit dhe solidaritetit mes palëve në të drejtën e kontratave.

41 Pika 29, 30 VKM 65/2009.

42 Pika 28 VKM 65/2009.

16 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Gjithashtu organizatori ka përgjegjësinë, që në rast se pas nisjes së udhëtimit, një pjesë e rëndësishme e shërbimeve të kontraktuara nuk sigurohet, ose organizatori kupton, se nuk mund të sigurojë një pjesë të rëndësishme të shërbimeve, që duhet të ofrohen, organizatori merr masa alternative, të përshtatshme, pa kosto shtesë për konsumatorin, për vazhdimin e paketës së udhëtimit, dhe kompenson konsumatorin për diferencën, ndërmjet shërbimeve të parashikuara dhe atyre të siguruara realisht. Nëse organizatori në rastet e mësipërme nuk merr masat e duhura për vazhdimin e paketës së udhëtimit, konsumatori mund të kërkojë kompensim për shpenzimet shtesë, që ka kryer.

Kur marrja e masave të duhura është e pamundur, ose kur këto masa, për shkaqe të arsyeshme, nuk janë të pranueshme nga konsumatori, organizatori detyrohet t'i sigurojë atij, pa kosto shtesë, me një transport ekuivalent, kthimin në vendin e nisjes ose në një pikë tjetër kthimi, për të cilin konsumatori bie dakord; si dhe të dëmshpërblejë konsumatorin për dëmet e shkaktuara.⁴³

Çdo kusht kontraktual që çliron organizatorin nga përgjegjësia është i pavleshëm, përveç rasteve kur parashikohet një kufi maksimal i përgjegjësisë për dëmet e shkaktuara, ose kufizimi i kësaj përgjegjësie rrjedh nga marrëveshje ndërkombëtare të ratifikuara nga Republika e Shqipërisë.⁴⁴ Vendosja e një kufiri maksimal lejohet vetëm për dëmet e ndryshme nga ato vetjake, dmth dëmi në shëndet dhe integritetin fizik të personit nuk mund të kufizohet duke vendosur një limit maksimal.⁴⁵

Ashtu sikurse rezulton nga formulimi i dispozitave të mësipërme, për mospërmbushjen e detyrimeve kontraktore, organizatori përgjigjet për dëmet pasurore dhe jopasurore që ka pësuar konsumatori nga prishja e pushimeve, humbja e kënaqësisë së tyre, zhgënjimi dhe impresioni negativ. Këtë interpretim e ka konfirmuar Gjykata e Drejtësisë në jurisprudencën e saj, ku ndër të tjera është shprehur se neni 5 i direktivës 90/314 duhet të interpretohet se në parim i jep të drejtë konsumatorit të kërkojë kompensim për dëmet jopasurore të shkaktuara nga mospërmbushja e plotë apo e pjesshme e shërbimeve në paketën e udhëtimit.⁴⁶ Në çështjen C-168/00, Simone Leitner, Gjykata e Drejtësisë e BE, argumentoi se direktiva 90/314 në përgjithësi, dhe neni 5 i saj në veçanti kanë për qëllim të ofrojnë mbrojtje për konsumatorin, dhe në lidhje me pushimet turistike, kompensimi për 43 Pikat 37,38,39 VKM 65/2009.

44 Pika 36 VKM 65/2009.

45 Pika 35 VKM 65/2009.

46 ECJ Judgement of 12 March 2002, C-168/00, Simone Leitner v TUI Deutschland GmbH & Co. KG., [2002] ECR I-02631.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 17

dëmin jopasuror që vjen si rezultat i humbjes së kënaqësisë së pushimeve, është i një rëndësie thelbësore për konsumatorin.⁴⁷

Organizatori ka gjithashtu përgjegjësinë për të pasur një kontratë sigurimi të detyrueshme, që mbulon përgjegjësinë e tij për dëmet e shkaktuara, si rezultat i mospërmbushjes së detyrimeve, përfshirë rastet e paaftësisë paguese dhe falimentimit.

Kontrata e sigurimit duhet të lidhet me një shoqëri sigurimi, në përputhje me dispozitat e parashikuara në legjislacionin në fuqi, për sigurimin dhe risigurimin, dhe mbulon: a) kthimin e parave të paguara nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit; b) kompensimin e diferencës, nëse gjatë paketës së udhëtimit përmbushen vetëm një pjesë e shërbimeve të kontraktuara; c) shpenzimet për kthimin e konsumatorit në vendin e nisjes. Parashikimi i shpenzimeve që duhet të mbulojnë ndihmon në përcaktimin e primeve të sigurimit nga shoqëritë e sigurimit në rastin e ofrimit të produktit të sigurimit për paketat e udhëtimit. Po kështu kufizimi i përgjegjësisë së organizatorit deri në një kufi maksimal për dëmet e shkaktuara, përveç dëmtimeve vetjake, bën të mundur që të parashikohen dëmet dhe si rezultat të realizohet përlogaritja dhe ofrimi i produktit të sigurimit për paketat turistike nga shoqëritë e sigurimit.

VI. Informacione të mëtejshme

Mbrojtja efikase e konsumatorit është e nevojshme për të siguruar funksionimin e duhur të ekonomisë së tregut. Ajo ndikon drejt për së drejti në përmirësimin e cilësisë së mallrave dhe shërbimeve të ofruara, në ruajtjen e standardeve të duhura të sigurisë dhe në përforcimin e rregullave që kontribuojnë drejt uljes të konkurrencës së pandershme.

Në përfundim, duke besuar se shpjeguesi ka qenë i thjeshtë dhe lehtësisht i kuptueshëm si për agjencitë turistike, ashtu dhe për konsumatorët, shpresojmë që ai të shërbejë si një udhëzues për zbatimin me korrektësi të legjislacionit në fushën e paketave të udhëtimit. Kjo do të rezulojë në një shërbim më cilësor të ofruar nga agjencitë e udhëtimit dhe nga ana tjetër në një konsumator më të informuar dhe më të kenaqur nga shërbimi i ofruar.

Për informacione të mëtejshme mund të kontaktoni Komisionin e Mbrojtjes së Konsumatorit në adresën e emailit kmk@ekonomia.gov.al ose në numrin e telefonit 042 278 109.

47 Ibid, § 22.

18 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Shpjegues për paketat e udhëtimit 19

Shtojca

20 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

Shpjegues për paketat e udhëtimit 21

Shtojca 1: Model kontrate për paketat e udhëtimit

* (Informuese/Orientuese).

Kushdo që synon të mbështetet në këtë model kontrate, për të hartuar një kontratë individuale apo kushte të përgjithshme kontraktuale, ka detyrimin të konsultohet me legjislacionin në fuqi

Vendi, Data.....

1. PALËT:

Organizatori

Emri i organizatorit (emri i shoqërisë tregtare/operatorit turistik, forma e shoqërisë, nr. NIPT dhe/ose license)

.....
Adresa e organizatorit (vendi i ushtrimit të aktivitetit, telefon, fax, e-mail, këtu mund të përfshihet edhe një numër emergjence)

.....
dhe/ose

Shitësi

Emri i shitësit [emri i shitësit me pakicë/ agjencisë, e cila është licensuar për aktivitetin që ushtron, pra agjencisë e cila nuk e organizon vetë paketën turistike por ka marë përsipër të tregtojë paketat e ofruara nga organizatori]

Adresa e shitësit (agjencisë e cila nuk e organizon vetë paketën turistike por ka marë përsipër të tregtojë paketat e ofruara nga organizatori) (vendi i ushtrimit të aktivitetit, telefon, fax, e-mail, këtu mund të përfshihet edhe një numër emergjence)

.....
Konsumatori/ Udhëtari/Turisti

Emri (emer, mbiemer i konsumatorit, nr. identifikimi)

.....
Adresa (vendbanimi, telefon, e-mail)

.....
më tej palët do të referohen si organizatori dhe konsumatori.

22 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

2. Fusha e zbatimit

2.1. Kjo kontratë rregullon marrëdhënien kontraktore për paketat e udhëtimit midis organizatorit dhe/ose shitësit dhe konsumatorit.

2.2. Parashikimet e kësaj kontrate mbi organizatorin vlejné në mënyrë të njëjtë

edhe për shitësin, pasi shitësi është solidarisht përgjegjës me organizatorin për detyrimet që rrjedhin nga kontrata.

3. Përkufizime

3.1. 'Kontratë' është marrëveshja e lidhur ndërmjet konsumatorit me organizatorin dhe/ose shitësin në të cilën konsumatori detyrohet të paguajë një çmim të caktuar gjithëpërfshirës përkundrejt paketës së udhëtimit të ofruar nga pala organizuese.

3.2. 'Paketë udhëtimi' është shërbimi që i siguron konsumatorit një kombinim të parapërgatitur të jo më pak se dy nga llojet e mëposhtme të shërbimeve:

(i) transporti; (ii) strehimi; (iii) shërbime të tjera turistike, që nuk lidhen drejtpërsëdrejti me transportin ose strehimin dhe që përbëjnë pjesë të konsiderueshme të paketës; si dhe mbulon një periudhë kohore prej jo më pak se 24 orë ose që përfshin strehimin, të paktën për një natë.

4. Baza Ligjore

4.1. VKM nr. 65, datë 21.1.2009, „Për kontratat e paketave të udhëtimit“.

4.2. Ligji nr. 9902, datë 17.4.2008, „Për mbrojtjen e Konsumatorëve“ i ndryshuar.

4.3. Ligji Nr .9734, datë 14.5.2007, „Për Turizmin“.

5. Objekti i Kontratës (Shërbimi)

Bazuar në kushtet e rëna dakord nga palët sipas kësaj kontrate, organizatori merr përsipër t'i sigurojë konsumatorit shërbimin e mëposhtëm:

5.1. Paketën turistike të përgatitur nga organizatori sipas ofertës bashkëngjitur si aneks nr. 1 i kësaj kontrate.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 23

[Në se organizatori ka përgatitur me shkrim një ofertë atëherë ai duhet të ketë përcaktuar në të: (i) datën e fillimit dhe mbarimit të udhëtimit; (ii) çmimin e paketës, shumën ose përqindjen e çmimit, që duhet paguar në formën e paradhënies dhe kalendarin për pagesën e shumës së mbetur; (iii) destinacionin dhe itinerarin; (iv) mjetet dhe kategoritë e transportit që do të përdoren; (v) tipin e strehimit, vendndodhjen dhe kategorinë, hollësitë kryesore dhe klasifikimin turistik; (vi) planin e vakteve të ngrënies, nëse përfshihen; (vii) kërkesat për pasaportat dhe vizat; (viii) të dhëna të përgjithshme për formalitetet shëndetësore, të kërkuara për udhëtimin dhe qëndrimin; (ix) emrin e shoqërisë së sigurimit, me të cilën organizatori ka lidhur një kontratë sigurimi, (për të treguar kredibilitet financiar dhe krijuar besimin tek konsumatori); (x) afatin e fundit për informimin e konsumatorit, në rast anulimi të paketës së udhëtimit, nëse për zhvillimin e paketës së këtij udhëtimi kërkohet një numër minimal pjesëmarrësish; (xi) faktin nëse kjo ofertë është e detyrueshme për organizatorin apo nëse organizatori rezervon të drejtën për ta ndryshuar këtë ofertë. (Opsionale kur konsumatori e kërkon: Paketën turistike të përgatitur nga organizatori

në përputhje me kërkesat specifike të konsumatorit për në vendin, . Në këtë rast konsumatori mund të ketë specifikuar mënyrën e udhëtimit, vendin e akomodimit, dhe shërbime të tjera të cilat organizatori ka mundësi dhe ka rënë dakord t'ia sigurojë.]]

5.2. Transporti do të kryhet sipas biletës bashkëngjitur (p.sh. si aneks nr. 2 i kësaj kontrate dhe ofertës aneks nr.1.)

5.3. Akomodimi do të realizohet sipas ofertës (p.sh. ose voucher bashkëngjitur si aneks nr. 3 i kësaj kontrate.)

6. Çmimi

6.1. Çmimi i përfundimtar i paketës së udhëtimit është

[shuma në numra, shuma në fjalë, monedha (Lekë)].

(ose sipas rastit mund të përcaktohet se është çmimi i paraqitur në ofertën aneks nr.1.

6.2. Në çmimin përfundimtar janë përfshirë: i) çmimi i biletës së udhëtimit, ii) çmimi i akomodimit (me mëngjes, ose vaktet e përfshira) iii) çmime të shërbimeve (të tjera sipas rastit, si p.sh. përfshirë tarifa në porte dhe aeroporte, taksa turistike, apo ndonjë shërbim tjetër sipas rastit, etj.)

6.3. Në çmimin përfundimtar nuk janë përfshirë [Në varësi të rrethanave: (p.sh. tarifatat për vizita në monumente, muzeume, vende argëtimi, etj.)]

.....
(pikat 6.1, 6.2, 6.3 kur janë paraqitur në ofertën e vendosur në Web apo fletëpalosje thjesht i bashkëngjiten kontratës dhe nuk është e nevojshme të pasqyrohen përsëri.)

24 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

6.4. Çmimi i përcaktuar sipas kësaj kontrate është i pandryshueshëm, përveç rasteve kur: i) ndryshojnë kostot e transportit apo lëndëve djegëse, ii) ndryshojnë tarifatat në porte dhe aeroporte, iii) ndryshon kursi i këmbimit monetar deri në datën e nisjes. Në këto raste ndryshimi i çmimit do të jetë në proporcion me ndryshimin e kostove të sipërpërmendura.

6.5. Rritja e çmimit të paketës do i njoftohet konsumatorit të paktën 20 ditë përpara nisjes në udhëtim, njëkohësisht do i njoftohen edhe të drejtat përkatëse sipas përcaktimeve të mëposhtme të kësaj kontrate.

7. Kushtet dhe mënyra e pagesës

7.1. Kalendari i pagesës

[Në varësi të politikave të organizatorit, p.sh. Konsumatori detyrohet të paguajë 50% të çmimit përfundimtar në momentin e rezervimit dhe 50% e mbetur 20 ditë përpara nisjes së udhëtimit. etj.]

7.2. Mënyra e pagesës

.....
[p.sh.

- Cash
- Transfertë bankare
- Kartë krediti ose debiti
- Transferim ndërkombëtar parash (Western Union, etc..)
- tjetër]

8. Anulimet

8.1. Në rast se organizatori ka parashikuar një numër minimal pjesëmarrësish për organizimin e paketës, atëherë ai ka të drejtë të anulojë udhëtimin nëse ky numër nuk është arritur. Konsumatori do të njoftohet për këtë anulim

(në varësi të politikave të agjencise, psh. 20) ditë përpara nisjes së udhëtimit.

8.2. Organizatori mund ta anulojë udhëtimin edhe për shkak të një force madhore. Shpjegues për paketat e udhëtimit 25

8.3. Në rastet e anulimeve nga ana e organizatorit, konsumatorit i njihen të drejtat e përcaktuara në pikën 11.3. të kësaj kontrate.

8.4. Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga kontrata pa penalitet deri në (në varësi të politikave të agjencise, psh. 20) ditë përpara nisjes së udhëtimit.

8.5. Në rast se konsumatori heq dorë nga kontrata në kapërcim të afatit të mësipërm atëherë ai detyrohet të kompensojë agjencinë për shpenzimet e kryera në masën

..... Lekë

(Kjo varet nga politikat e organizatorit si dhe nga oferta përkatëse. Organizatori mund të përdorë edhe afate të përshkallëzuara për të përcaktuar nivelin e kompensimit)

9. Transferimi i paketës nga konsumatori tek një person i tretë

9.1. Konsumatori ka të drejtë të transferojë paketën tek një person i tretë jo më vonë se (në varësi të politikave të agjencise) ditë përpara nisjes së udhëtimit.

9.2. Konsumatori ka detyrimin të njoftojë organizatorin për qëllimin e tij, për të transferuar rezervimin përfundimtar te një person i tretë jo më vonë se ditë përpara nisjes së udhëtimit.

9.3. Konsumatori ka detyrimin të njoftojë organizatorin për faktin se ai e ka transferuar paketën e vet te një palë e tretë jo më vonë se ditë përpara nisjes së udhëtimit. Në rast të kundërt transferimi nuk mund të kryhet.

9.4. Konsumatori dhe personi i tretë të cilit i është transferuar paketa e udhëtimit janë solidarisht përgjegjës për pagimin e çmimit përfundimtar të paketës si dhe çdo kosto shtesë që rrjedh nga ky transferim.

10. Detyrimet e organizatorit për informacionin parakontraktor

10.1. Përpara lidhjes së kontratës, përvec detyrimeve të përcaktuara në nenin

47 të ligjit 9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve dhe detyrimeve të përmbajtura në pikën 3 të VKM nr. 65, datë 21.1.2009 "Për kontratat e paketave të udhëtimit", organizatori i siguron konsumatorit, me shkrim ose në një formë tjetër të përshtatshme, një informacion të përgjithshëm për kërkesat e zbatueshme për vizat dhe pasaportat, veçanërisht, për afatet kohore për pajisjen me to.

26 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

10.2. Përpara lidhjes së kontratës Organizatori duhet t'i sigurojë konsumatorit edhe informacion për formalitetet shëndetësore, për udhëtimin dhe qëndrimin.

10.3. Përpara lidhjes së kontratës, organizatori duhet të njoftojë konsumatorin, me shkrim, për të gjitha kushtet e kontratës, si dhe t'i japë atij një kopje të këtyre kushteve.

11. Detyrimet e organizatorit përpara nisjes së udhëtimit

11.1. Pas lidhjes së kontratës, por jo më vonë se 7 ditë përpara udhëtimit, organizatori ka detyrimin të njoftojë me shkrim konsumatorin për sa më poshtë:

11.1.1. Emrin e shoqërisë, adresën dhe numrin e telefonit të përfaqësuesit të tij vendor në vendin që do të vizitohet dhe, në mungesë të një përfaqësuesi, të dhëna për të kontaktuar agjencitë vendore, të vendit që do të vizitohet, të cilat mund t'i japin asistencë konsumatorit, nëse ndodhet në vështirësi. Në rast mungese të agjencive të tilla vendore, konsumatorit duhet t'i jepet një numër telefoni emergjence ose çdo informacion tjetër, që i mundëson atij të kontaktojë organizuesin dhe/ose shitësin.

11.1.2. Oraret dhe vendet e ndalesave të ndërmjetme dhe të pikave lidhëse të udhëtimit, si dhe hollësi për vendet, që do të zihen nga udhëtari, si kabina ose shtrati në anije, ndarjet e fjetjes në tren.

11.1.3. Kontratën e sigurimit që organizatori ka lidhur me një shoqëri sigurimi, në përmbushje të kontratës së paketës së udhëtimit, sipas pikës 15.3 të kësaj kontrate.

11.1.4. Për mundësimin e kontaktimit të drejtpërdrejtë me të miturin ose me personin përgjegjës për të miturin, në vendin e qëndrimit, në rast të udhëtimit ose qëndrimit jashtë Shqipërisë të të miturve.

[Sipas rastit nëse ka një të mitur në udhëtim]

11.1.5. Në rast se sigurimi shëndetësor në udhëtim nuk është i përfshirë në çmimin përfundimtar të paketës së udhëtimit, organizatori i rekomandon konsumatorit të lidhë një kontratë sigurimi e cila mbulon:

11.1.5.1. Kostot e anulimit të kontratës nga konsumatori.

11.1.5.2. Kostot e asistencës përfshirë riatdhesimin, në rast aksi denti ose sëmundje.

Shpjegues për paketat e udhëtimit 27

11.2. Nëse përpara nisjes, organizatori vëren se ai është i detyruar të kryejë ndryshime të rëndësishme në ndonjërin nga kushtet thelbësore të kontratës së paketës së udhëtimit, apo të rrisë çmimin në një masë më të lartë se 5% të çmimit përfundimtar të rënë dakord mes palëve, duhet të njoftojë, sa më shpejt të jetë e mundur, konsumatorin, për t'i mundësuar atij marrjen e vendimeve të duhura dhe, në veçanti:

11.2.1. Pranimin e një shtojce në kontratë, duke specifikuar ndryshimet e bëra dhe ndikimin e tyre në çmim.

11.2.2. Heqjen dorë nga kontrata, pa penalizim, duke njoftuar organizatorin brenda tre ditëve nga marrja njoftim por jo më vonë se dita e nisjes.

11.3. Në rast se konsumatori heq dorë nga kontrata sipas përcaktimeve të mësipërme, ose nëse, për çfarëdo shkak, me përjashtim të fajit/gabimit të konsumatorit, apo nëse organizatori anulon paketën përpara datës së nisjes, për të cilën është rënë dakord, konsumatorit i lind e drejta të zgjedhë njërin nga mundësitë e mëposhtme:

11.3.1. Ofrimin e një paketë zëvendësuese, ekuivalente ose të një cilësie më të lartë, kur organizatori a shitësi janë në gjendje t'ia ofrojnë.

11.3.2. Ofrimin e një pakete udhëtimi zëvendësuese, me një cilësi më të ulët. Në një rast të tillë organizatori ose shitësi duhet t'i kompensojnë konsumatorit diferencën e çmimit ndërmjet paketës së udhëtimit të anuluar dhe asaj të ofruar;

11.3.3. Kthimin e të gjithë shumës së paguar nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit, brenda 7 ditëve nga data e dhënies së njoftimit për heqjen dorë.

11.3.4. Në të kundërt konsumatorit i lind e drejta të kërkojë kompensim nga organizatori, për të gjitha dëmet, materiale dhe jomateriale, përveç parashikimeve të përcaktuara në pikën 8 dhe 13.1 dhe 13.2. të kësaj kontrate.

12. Detyrimet e organizatorit pas nisjes së udhëtimit

12.1. Organizatori detyrohet të përmbushë në mënyrë korrekte dhe tërësore të gjitha shërbimet që përmbahen në pikën 5 të kësaj kontrate, pavarësisht se nënkontraktorë apo furnitorë të ndryshëm janë ngarkuar me detyrimet përkatëse.

12.2. Në rast se pas nisjes, një pjesë e rëndësishme e shërbimeve të kontraktuara nuk sigurohet, ose organizatori kupton, se nuk mund të sigurojë një pjesë

28 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

të rëndësishme të shërbimeve, që duhet të ofrohen, organizatori merr masa alternative, të përshtatshme, pa kosto shtesë për konsumatorin, për vazhdimin e paketës së udhëtimit, dhe kompenson konsumatorin për diferencën, ndërmjet shërbimeve të parashikuara dhe atyre të siguruara realisht, në të kundërt konsumatori mund të kërkojë kompensim për shpenzimet shtesë, që ka kryer.

12.3. Kur është e pamundur marrja e masave të duhura si më sipër, ose kur këto masa, për shkaqe të arsyeshme, nuk janë të pranueshme nga konsumatori, organizatori duhet:

12.3.1. T'i sigurojë atij, pa kosto shtesë, me një transport ekuivalent, kthimin në vendin e nisjes ose në një pikë tjetër kthimi, për të cilin konsumatori bie dakord.

12.3.2. Në të kundërt, organizatori detyrohet të dëmshpërblejë konsumatorin për dëmet e shkaktuara.

13. Kufizimet e përgjegjësisë së organizatorit

13.1. Organizatori shkarkohet nga përgjegjësia për të kompensuar ndonjë dëm pasuror apo jopasuror që ka pësuar konsumatori në rastin kur anulon paketën e udhëtimit për shkak:

13.1.1. Se nuk është arritur numri minimal dhe konsumatori ka qenë informuar siç duhet nga organizatori për anulimin brenda afatit të përcaktuar në pikën 8.1 të kësaj kontrate;

13.1.2. Të forcës madhore.

13.2. Organizatori nuk është përgjegjës në rast se mospërmbushja e plotë ose e pjesshme e detyrimeve të tij rrjedhin për shkak të:

13.2.1. veprimeve të konsumatorit;

13.2.2. veprimeve të një pale të tretë, që nuk ka lidhje me ofrimin e shërbimeve të kontraktuara, të cilat janë të paparashikuara ose të pashmangshme;

13.2.3. një rrethane të një force madhore ose një ngjarjeje, të cilën organizatori dhe/ose nënkontraktorët e tij, me gjithë kujdesin e duhur, nuk mund ta parashikojnë a ta parandalonin.

13.3. Organizatori mban përgjegjësi për dëmet që mund të ketë pësuar Shpjegues për paketat e udhëtimit 29

konsumatori nga mospërmbushja e detyrimeve kontraktore, përveç dëmtimeve vetjake (shëndetsore), deri në kufirin e trefishit të çmimit përfundimtar të përcaktuar në këtë kontratë.

14. Të drejtat dhe detyrimet e konsumatorit

- 14.1. Konsumatori është i detyruar të paguajë çmimin përfundimtar sipas mënyrave dhe kushteve të përcaktuara në kontratë
- 14.2. Konsumatori është i detyruar të paguajë kompensim ndaj organizatorit në rast se nuk respekton afatet e anulimit sipas përcaktimeve të pikës 8 të kësaj kontrate.
- 14.3. Konsumatori ka të drejtë të heqë dorë nga kontrata, në rast se organizatori nuk është në gjendje t'i sigurojë konsumatorit kontratën e vlefshme të sigurimit, sipas pikës 15.3. të kësaj kontrate
- 14.4. Heqja dorë e konsumatorit nga kontrata, sipas pikës së mësipërme, bëhet me shkrim tek organizatori, përpara nisjes.
- 14.5. (Ndonjë detyrim tjetër sipas rastit, rrethanave dhe politikave të organizatorit si p.sh: Konsumatori është i detyruar të sillet në mënyrë korrekte dhe sipas rregullave ligjore, administrative dhe etike të vendit pritës ku organizohet udhëtimi, sipas udhëzimeve të organizatorit, në rast të kundërt ai detyrohet të dëmshpërblejë organizatorin për ndonjë dëm që rrjedh nga mosrespektimi i këtij detyrimi.)
- 14.6. Konsumatori ka detyrimin të njoftojë me shkrim, ose në një mënyrë tjetër të përshtatshme teknike që siguron mundësinë për riprodhim, për çdo mospërmbushje të kontratës së paketës turistike, të cilën ai e dallon në vend, furnizuesin e shërbimit në fjalë dhe organizatorin dhe/ose shitësin, me mundësinë më të parë.
- 14.6.1. Në këtë rast furnizuesi i shërbimit në fjalë dhe organizatori i paketës së udhëtimit apo përfaqësuesi vendor duhet të marrin menjëherë masat e nevojshme, për të kënaqur konsumatorin, brenda periudhës më të shkurtër të mundshme kohore dhe të gjejnë zgjidhjen e përshtatshme.
- 14.7. Konsumatori ka të drejtë të kërkojë dëmshpërblimet sipas përcaktimeve të kësaj kontrate.

30 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit

15. Ndhimja e detyruar dhe Sigurimi

15.1. Në rast se konsumatori ndodhet në vështirësi për shkak të mospërmbushjes së plotë a të pjesshme të kontratës jo për faj të organizatorit, sipas parashikimeve të pikës 13.2.2. dhe 13.2.3. të kësaj kontrate, atëherë organizatori i paketës së udhëtimit detyrohet t'i japë ndihmën e menjëhershme konsumatorit në vështirësi.

15.2. (Sipas rrethanave dhe politikave të organizatorit, p.sh.: Ndhimja konsiston në dhënien e udhëzimeve, dreksioneve, orientimeve gjeografike, adresave të ndryshme të institucioneve të ndihmës së shpejtë, shëndetsore apo

konsulatave si dhe çdo veprim tjetër të përshtatshëm me rrethanat e rastit.)

15.3. Organizatori i vë në dispozicion konsumatorit kontratën e sigurimit me një shoqëri sigurimi e cila mbulon në rast të mospërbushjeve të detyrimeve kontraktore nga ana e organizatorit:

15.3.1. kthimin e parave të paguara nga konsumatori, sipas kontratës së paketës së udhëtimit.

15.3.2. kompensimin e diferencës, nëse gjatë paketës së udhëtimit përmbushen vetëm një pjesë e shërbimeve të kontraktuara.

15.3.3. shpenzimet për kthimin e konsumatorit në vendin e nisjes.

16. Ankesat

16.1. Përfshirë rastin e përcaktuar në pikën 14.6. të kësaj kontrate, konsumatori ka të drejtë të ankohet tek organizatori, për çdo mospërbushje të kontratës, brenda afatit prej ditësh nga përfundimi i udhëtimit.

16.2. Organizatori detyrohet të shqyrtojë ankesën dhe të kthejë përgjigje brenda afatit prej..... ditësh nga marrja dijeni për ankesën.

16.3. (Të tjera sipas politikave të organizatorit)

17. Zgjidhja e mosmarrëveshjeve

17.1. Palët në kontratë do të përipiqen të zgjidhin me mirëkuptim çdo mosmarrëveshje ndërmjet tyre, në rast të kundërt i drejtohen

(Sipas politikave të organizatorit ketu mund të përcaktohen zgjidhje alternative, ndërmjetësim, arbitrazh etj. ose juridiksion gjyqësor)

Shpjegues për paketat e udhëtimit 31

Shtojca 2: Model për informacionin para kontraktor që duhet të jepet nga organizatori

Përpara se konsumatori/udhëtari të lidhë kontratën e paketës së udhëtimit me organizatorin/shitësin, këta të fundit duhet t'i sigurojnë konsumatorit informacionin e mëposhtëm, kur është i zbatueshëm për paketën:

1. Çmimin e plotë të paketës, përfshirë taksat dhe sipas rastit të gjitha tarifat dhe kosto të tjera dhe në rast se këto kosto nuk mund të llogariten në mënyrë të arsyeshme paraprakisht, tregohet fakti se kostot shtesë janë në ngarkim të udhëtarit;

2. Shumën ose përqindjen e çmimit që duhet paguar në formën e paradhënies dhe kalendarin për pagesën e mbetur:

3. Karakteristikat kryesore të shërbimit të udhëtimit

3.1. Destinacionin e udhëtimit, itinerarin dhe periudhën e qëndrimit, me data;

3.2. Mjetet, karakteristikat dhe kategorinë e transportit, datat dhe oraret dhe pikat e nisjes dhe të kthimit, ose kur orari i saktë nuk është vendosur ende, orarin e përafërt të nisjes dhe kthimit, kohëzgjatjen e udhëtimit dhe

vendet e ndalesave të ndërmjetme dhe të pikave lidhëse të udhëtimit;

3.3. Tipin e strehimit, karakteristikat kryesore dhe kategorinë turistike të akomodimit;

3.4. Planin e vakteve të ngrënies nëse sigurohen;

3.5. Vizitat, eskursionet ose shërbime të tjera të përfshira në çmimin e plotë të paketës; për të cilin palët janë marrë vesh;

4. Emrin e shoqërisë së sigurimit me të cilën organizatori ka lidhur një kontratë sigurimi;

5. Afatin e fundit për informimin e konsumatorit në rast anulimi të paketës së udhëtimit, nëse për zhvillimin e saj kërkohet një numër minimal pjesëmarrësish;

6. Një informacion të përgjithshëm për kërkesat e zbatueshme për vizat dhe pasaportat, veçanërisht, për afatet kohore për pajisjen me to, si dhe informacion për formalitetet shëndetësore.

Informacioni i mësipërm duhet të jepet në mënyrë të lexueshme, të kuptueshme dhe të saktë.

32 Legjislacioni për Mbrojtjen e Konsumatorit