

Timesharing/holiday clubs

Co to jest timesharing?

Dlaczego timesharing może okazać się czymś czego będziemy bardzo żałować?

Czy wszyscy organizatorzy timesharingu chcą nas oszukać?

Twoje prawa

Kto jest objęty ochroną?

Obowiązek informacyjny profesjonalisty - informacje ogólne

Jakie informacje (w jakiej formie) powinien otrzymać konsument?

W jakim języku powinien być sporządzony prospekt?

Dlaczego zapoznanie się z prospektem jest tak ważne?

Czy informacje podane w prospekcie mogą być zmienione?

Etap zawierania umowy

Czy można zrezygnować z zawartej już umowy timesharingu?

Kluby wakacyjne

Jak wygląda timesharing w praktyce?

O czym warto pamiętać

Bardzo często zagraniczne wakacje na piaszczystej i słonecznej plaży są wydatkiem, na który nie stać przeciętnego konsumenta. Ale marzenia są rzeczą ludzką, dlatego też wszyscy marzymy o alternatywie dla drogich wakacji, która byłaby równie przyjemna i luksusowa. Timesharing jest często nazywany magicznym rozwiązaniem dla tych wszystkich konsumentów, którzy nie mogą sobie pozwolić na wakacje w luksusowym kurorcie. Podkreśla się, iż dzięki timesharingowi, nawet przy niskim budżecie, można przeżyć "niebiański" wypoczynek (i to nie tylko jeden raz!).

Marzenia konsumentów nie pozostają niezauważone przez organizatorów timesharingu. "Cudowne wakacje do końca życia" - tak zazwyczaj brzmi obietnica składana przez firmy timesharingowe. Tak, to może być prawda ale zawarcie umowy o timesharing jest decyzją wymagającą głębokiego zastanowienia.

CO TO JEST TIMESHARING?

Timesharing polega na nabyciu przez konsumenta prawa do korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, w oznaczonym czasie, w każdym roku, oraz zobowiązaniu się do zapłaty przedsiębiorcy ryczałtowego wynagrodzenia.

Produkty timesharingu tzn. budynki/apartamenty usytuowane są głównie w Hiszpanii, na Wyspach Kanaryjskich i w Portugalii.

W praktyce może wyglądać to tak - po zawarciu tzw. umowy timesharingowej konsument może spędzić wakacje w dwu - pokojowym apartamencie nr 100, w resorcie o melodyjnej nazwie w Maspalomas (Gran Canaria), w każdym 18 tygodniu kalendarzowym przez 30 lat.

DLACZEGO TIMESHARING MOŻE OKAZAĆ SIĘ CZYMS CZEGO BĘDZIEMY BARDZO ŻAŁOWAĆ?

Mimo, że umowy timesharingowe są zachwalane przez organizatorów jako nowoczesna, tania i elastyczna forma spędzenia wakacji, timesharing może kryć wiele pułapek czyhających na niedoświadczonego konsumenta.

Dla przykładu, konsumenci często godzą się na zapłatę bardzo wysokiej ceny za wejście do systemu timesharingu. Potem są zdani na łaskę i niełaskę przedsiębiorcy.

Timesharing jest z założenia umową długoterminową, czyli wymagającą bardzo dokładnego przemyślenia i kalkulacji nawet najdrobniejszych kosztów. Co zrobimy w przypadku, gdy po kilku latach budynek, w którym mamy apartament, zostanie zaniedbany albo trudno dostępny z powodu redukcji połączeń lotniczych z danym miejscem...

Z danych sieci Europejskich Centrów Konsumentckich (ECC net) wynika, iż zazwyczaj wszystko zaczyna się niewinnie....

Zrelaksowani konsumenci są "werbowani" podczas wakacji spędzanych w przyjemnych miejscach, kiedy to ich czujność jest osłabiona. Organizatorzy timesharingu wprowadzają konsumentów w błąd mając wielkimi wygranymi i nagrodami za udział w (oczywiście) bezpłatnej prezentacji ich produktów. Zaproszenia na tego rodzaju spotkania są rozdawane w hotelach, a nawet już na lotniskach. Często konsumenci wracają z takiego urlopu nie tylko z dobrym humorem, ale także z udziałem w nieruchomości w słonecznej Hiszpanii.

Niestety ten dobry humor może się niedługo skończyć...

Innym przypadkiem "werbowania" konsumentów (praktykowanym coraz częściej w Polsce) są prezentacje organizowane przez przedstawicieli firm timesharingowych. Prezentacje takie organizowane są w ekskluzywnych hotelach, często przez obcokrajowców (osoba znająca język polski podpisuje tylko umowy z konsumentami). Konsumenty są mamieni obietnicą najtańszych na rynku i najbardziej komfortowych wakacji ich życia. Imprezy takie połączone są także z konsumpcją i konkursami.

CZY WSZYSCY ORGANIZATORZY TIMESHARINGU CHCĄ NAS OSZUKAĆ?

W organizację timesharingu są zaangażowani różni przedsiębiorcy także ci, którzy swoją działalność opierają na doświadczeniu, renomie i przepisach prawa. Tylko tacy przedsiębiorcy mogą oszczędzić nam niepotrzebnych stresów.

Jeszcze inni to tzw. organizatorzy klubów wakacyjnych (o których powiemy dalej).

Niestety w wielu przypadkach mamy do czynienia z oszustami pobierającymi opłaty (które nigdy nie zostają zwracane) od często nieświadomych konsumentów.

TWOJE PRAWA

W ostatnich latach umowy timesharingu zyskują na niesłabnącej popularności, głównie dlatego, iż dają nabywcy powtarzające się prawo do korzystania z konkretnego obiektu turystycznego w następujących po sobie okresach i to bez ponoszenia znacznych kosztów związanych z nabyciem takiego obiektu.

Konstrukcja timesharingu pozwala uniezależnić koszty wakacji od ewentualnych zmian cen zorganizowanych wyjazdów turystycznych. Ponadto daje konsumentowi pewność co do możliwości korzystania z konkretnego obiektu w danym czasie.

Timesharing stanowi jeden z głównych obszarów zainteresowań europejskiego prawa konsumenckiego z różnych powodów. W szczególności zwraca się uwagę na liczne nadużycia i naruszenia interesów nabywców udziałów timesharingowych - konsumentów. Timesharing jest konstrukcją stosunkowo młodą - dlatego też rozwiązania tu przyjęte nie są często znane przeciętnemu uczestnikowi obrotu. Przyczyną wielu kontrowersji stał się brak jednolitej i wyraźnej konstrukcji prawnej timesharingu. Powoduje to odwoływanie się do różnych (czasami sprzecznych i trudnych do pogodzenia) rozwiązań prawnych np. z zakresu prawa rzeczowego, prawa zobowiązań. Dodatkowo umowy timesharingowe bardzo często są obszerne, co powoduje trudności zapoznania się z ich treścią. Organizatorzy timesharingu nie stronią również od posługiwania się wzorcami umownymi, których postanowienia nie są uzgadniane indywidualnie z kontrahentami.

Źródłem europejskiego prawa konsumenckiego o podstawowym znaczeniu dla timesharingu jest dyrektywa 94/47 z dnia 26 października 1994 r. w sprawie ochrony nabywców w odniesieniu do niektórych aspektów umów odnoszących się do nabywania praw do korzystania z nieruchomości w oznaczonym czasie (O.J. L 280 z dnia 29 października 1994 r.). Natomiast prawa konsumenta i obowiązki przedsiębiorcy na poziomie krajowym określa **ustawa** z dnia 13 lipca 2000 r. o ochronie nabywców prawa korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku oraz o zmianie ustawy Kodeks cywilny, Kodeks wykroczeń i ustawy o księgach wieczystych i hipotece (Dz.U. Nr 74, poz. 855 z późn. zm.).

Celem dyrektywy (podobnie jak celem innych dyrektyw konsumenckich) jest zapewnienie konsumentowi możliwości korzystania w taki sam sposób z rynku usług timesharingowych w każdym państwie członkowskim UE. W dyrektywie przyjęto zasadę minimalnej harmonizacji, tj. państwa członkowskie mogą dla ochrony konsumenta przyjąć postanowienia bardziej rygorystyczne niż przewiduje dyrektywa.

Cechami charakterystycznymi dyrektywy są:
rozbudowany obowiązek informacyjny po stronie profesjonalisty;
prawo konsumenta do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w ciągu 10 dni kalendarzowych od podpisania przez strony umowy (jeżeli nabywca korzysta z prawa odstąpienia od umowy, nie wymaga się od niego pokrycia żadnych kosztów);
umowa timesharingowa zawierana jest na co najmniej trzy lata.

Bardziej szczegółowe informacje na temat timesharingu można znaleźć na stronie: <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l32016.htm>.

Wszelkie dokumenty europejskie, w tym dyrektywy konsumenckie, można znaleźć na stronie bazy aktów prawnych UE **Eur-Lex**.

KTO JEST OBJĘTY OCHRONĄ?

Zgodnie z postanowieniami dyrektywy "nabywca" (udziałów w nieruchomości) oznacza każdą osobę fizyczną, która nabywa takie prawo (lub na rzecz której prawo zostaje ustanowione) do celów pozostających bez związku z jej działalnością zawodową.

Ustawa określa zasady ochrony nabywcy, który na podstawie umowy, zawartej na co najmniej trzy lata, uzyskuje od przedsiębiorcy prawo korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku oraz zobowiązuje się do zapłaty przedsiębiorcy ryczałtowego wynagrodzenia. Przez nabywcę rozumie się osobę fizyczną, zawierającą umowę poza zakresem prowadzonej działalności gospodarczej.

OBOWIĄZEK INFORMACYJNY PROFESJONALISTY - INFORMACJE OGÓLNE

Cechą charakterystyczną dyrektyw konsumenckich (a także ustaw je implementujących do prawa krajowego) jest rozbudowany obowiązek informacyjny po stronie profesjonalisty. Uzasadnione jest to faktem, iż konsument jako słabsza i mniej doświadczona strona umowy zasługuje na rozbudowaną ochronę w formie wyczerpującej informacji.

W Unii Europejskiej konsument ma prawo zawsze wiedzieć co, od kogo i na jakich warunkach kupuje.

JAKIE INFORMACJE (W JAKIEJ FORMIE) POWINIEN OTRZYMAĆ KONSUMENT?

Przedsiębiorca ma obowiązek doręczyć każdej osobie zainteresowanej przed zawarciem umowy pisemny prospekt.

Prospekt powinien zawierać przynajmniej:

1. imię, nazwisko oraz adres przedsiębiorcy, a gdy przedsiębiorca jest osobą prawną, także jego nazwę (firmę), siedzibę i adres, oznaczenie formy prawnej prowadzonej działalności oraz nazwiska osób uprawnionych do jej reprezentowania; jeżeli przedsiębiorca jest wpisany we właściwym rejestrze, obowiązany jest podać także numer, pod którym został wpisany,
2. jeżeli przedsiębiorca nie jest właścicielem budynku lub pomieszczenia mieszkalnego - imię, nazwisko i adres właściciela, a gdy właściciel jest osobą prawną, jego nazwę (firmę), siedzibę i adres oraz podstawę prawną dysponowania przez przedsiębiorcę tym budynkiem lub pomieszczeniem mieszkalnym,
3. określenie treści prawa korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku, wraz ze wskazaniem, czy nabywca może je zamienić lub przenieść uprawnienie do jego wykonywania, oraz zasady zbywania tego prawa i związane z tym koszty,
4. określenie przesłanek wykonywania prawa, o którym mowa w pkt 3, wymagane przepisami państwa, w którym położony jest budynek lub pomieszczenie mieszkalne, z zaznaczeniem czy zostały one spełnione oraz które z nich należy jeszcze spełnić,
5. określenie budynku lub pomieszczenia mieszkalnego albo wskazanie sposobu ich oznaczenia spośród nieruchomości, będących w dyspozycji przedsiębiorcy; jeżeli prospekt lub umowa określa budynek lub pomieszczenie mieszkalne - dokładny ich opis i położenie, a w razie określenia sposobu ich oznaczenia - listę budynków lub pomieszczeń mieszkalnych, którymi przedsiębiorca dysponuje,
6. jeżeli prawo nabywcy odnosi się do budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, które są projektowane lub w budowie - dane dotyczące:
 - a. stanu zaawansowania robót budowlanych oraz stanu infrastruktury,
 - b. terminu zakończenia budowy,
 - c. pozwolenia na budowę (numer pozwolenia na budowę oraz oznaczenie organu, który je wydał, wraz z adresem),
 - d. urządzeń pozwalających na właściwe korzystanie z nieruchomości,
 - e. prawnego zabezpieczenia zakończenia prac budowlanych oraz zwrotu należności nabywcy, gdy prace budowlane nie zostaną zakończone, ze wskazaniem warunków dotyczących wykonania zabezpieczenia,
7. dane dotyczące usług związanych z korzystaniem z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, w szczególności jego utrzymanie, wywóz śmieci, dostarczanie wody, elektryczności i gazu, oraz warunków korzystania z tych usług,
8. dane dotyczące urządzeń przeznaczonych do wspólnego używania, w szczególności basenu, sauny, oraz warunków korzystania z tych urządzeń,
9. dane dotyczące zasad zarządzania budynkiem lub pomieszczeniem mieszkalnym oraz ponoszenia kosztów jego utrzymania, napraw i remontów,
10. dane dotyczące wysokości ryczałtowego wynagrodzenia za nabycie prawa oraz podstawy obliczania innych należności, w tym obciążeń związanych z korzystaniem z nieruchomości, w szczególności kosztów zarządu, podatków i opłat lokalnych, kosztów napraw i remontów,

11. informację o prawie nabywcy do odstąpienia od umowy, z pouczeniem o wymaganej pisemnej formie oświadczenia woli o odstąpieniu, wskazaniem adresata oświadczenia woli o odstąpieniu, terminu, w którym z prawa tego można skorzystać, wraz z powiadomieniem, że termin do odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 6 ust. 1-3, jest zachowany, jeżeli nabywca przed jego upływem wyśle na wskazany adres oświadczenie woli o odstąpieniu od umowy,
12. informację o kosztach, które, w przypadku ich poniesienia przez przedsiębiorcę w związku z zawarciem i odstąpieniem od umowy, będą podlegać zwrotowi przez nabywcę, w razie skorzystania przez niego z prawa odstąpienia od umowy,
13. informację o sposobie uzyskiwania dodatkowych danych, dotyczących proponowanej umowy.

W JAKIM JĘZYKU POWINIEN BYĆ SPORZĄDZONY PROSPEKT?

Prospekt powinien być sporządzony zgodnie z wolą osoby zainteresowanej, w języku urzędowym państwa, w którym ta osoba ma miejsce zamieszkania lub którego jest obywatelem.

Jeżeli nabywca mieszka w Polsce prospekt powinien być sporządzony co najmniej w języku polskim.

DLACZEGO ZAPOZNANIE SIĘ Z PROSPEKTEM JEST TAK WAŻNE?

Z chwilą podpisania umowy prospekt staje się jej integralną częścią. Dodatkowo w razie sprzeczności treści umowy z prospektem strony (z drobnymi wyjątkami) są związane prospektem.

CZY INFORMACJE PODANE W PROSPEKCIE MOGĄ BYĆ ZMIENIONE?

Przedsiębiorca może przed zawarciem umowy zmienić informacje zawarte w prospekcie, jeżeli zmiany te są następstwem okoliczności, na które nie miał wpływu. Jednakże zmiany te muszą zostać przedstawione nabywcy na piśmie, jeszcze przed zawarciem umowy.

ETAP ZAWIERANIA UMOWY

Należy pamiętać, iż umowa o korzystanie z obiektu turystycznego, w oznaczonym czasie, jest podstawą stosunku łączącego przedsiębiorcę z konsumentem.

Umowa powinna zawierać:

- imię, nazwisko i miejsce zamieszkania nabywcy;
- oznaczenie czasu w każdym roku, w którym nabywca może korzystać z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, albo sposób jego oznaczenia;
- oznaczenie budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, z którego nabywca może korzystać, albo oznaczenie sposobu jego oznaczenia;
- określenie czasu, na jaki umowa została zawarta;
- stwierdzenie, że wykonanie nabytego prawa nie jest związane z kosztami, ciężarami ani zobowiązaniami innymi niż określone w umowie;
- określenie miejsca i daty podpisania umowy przez każdą ze stron.

CZY MOŻNA ZREZYGNOWAĆ Z ZAWARTEJ JUŻ UMOWY TIMESHARINGU?

Konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy timesharingowej.

Wyraża się to w tym, iż nabywca może odstąpić od umowy bez podania przyczyny, w terminie 10 dni od doręczenia mu dokumentu umowy.

Dokonywa się to przez złożenie przedsiębiorcy pisemnego oświadczenia woli o odstąpieniu.

W razie skorzystania z prawa odstąpienia umowa uważana jest za niezawartą, a konsument nie ponosi odpowiedzialności wobec przedsiębiorcy.

KLUBY WAKACYJNE

Kluby wakacyjne kuszą potencjalnych klientów niskimi cenami i obietnicami cudownych wakacji. Teoretycznie, członkowie takich klubów mają zapewnione najlepsze warunki i zwrot kosztów w razie wycofania się z takiego programu.

Członkostwo w klubie uprawnia konsumenta do pobytu w określonych dniach w apartamencie klubu wakacyjnego. Umowy nie określają danego konkretnego apartamentu, do którego ma się prawa, nie określają także jego lokalizacji. Przedstawiciele firm

timesharingowych podkreślają takie "luźne" rozwiązanie jako zaletę (elastyczność). Nikt jednak nie mówi o tym, że konsument nie jest chroniony przez prawa określone w dyrektywie. Przykład - umowa zawierana jest na 2 lata i 11 miesięcy.

Uwaga!

Członkostwo w Klubie wakacyjnym nie jest chronione w taki sam sposób jak timesharing.

JAK WYGLĄDA TIMESHARING W PRAKTYCE?

1. Konsumenci (zazwyczaj turyści przebywający na wakacjach) werbowani są przez przedstawicieli firm zajmujących się timesharingiem. Niestety firmy takie zazwyczaj stosują nieuczciwe praktyki w celu pozyskania konsumentów, tj. przygotowują prezentacje połączone z zakupem udziałów (nagrody za udział w prezentacji), składają obietnice udziału w nieruchomości jeszcze niewybudowanej. Dodatkowo konsumenci kuszeni są obietnicą niskich cen, żądane są od nich depozyty pieniężne, które nie są zwracane.
2. Konsumenci podpisują często umowy bez zapoznania się z ich treścią, tzn. nie czytają dokładnie postanowień, nie zasięgają porady wyspecjalizowanego prawnika, wierzą natomiast zapewnieniom słownym przedstawicieli firm timesharingowych.
3. Konsumenci często nie kalkulują rzeczywistych kosztów, jakie będą musieli ponieść.
4. Firmy timesharingowe, by ominąć przepisy unijne (Dyrektywa 94/47) zawierają z konsumentami umowy na okres krótszy niż 3 lata.
5. Z doświadczeń sieci ECK wynika, że firmy timesharingowe w większości są trudne do zidentyfikowania - np. występują trudności z ustaleniem siedziby, która nie jest zarejestrowana, nie jest podana w umowie lub po zawarciu umowy została zmieniona.
6. Firmy timesharingowe są również zainteresowane polubownym rozwiązywaniem sporów konsumenckich.

O CZYM WARTO PAMIĘTAĆ

1. Nigdy nie podejmuj decyzji pochopnie, zastanów się dwa razy!
2. Bądź asertywny! Nie bój się odmówić osobie, która stara się przekonać Cię na ulicy, domu czy hotelu, iż jej oferta jest "najkorzystniejsza a apartament w słonecznej Hiszpanii jest najtańszą formą spędzania wakacji".
3. Obietnice i ceny mogą być kuszące...ale tylko na papierze.
4. Przed podpisaniem umowy postaraj się zdobyć jak najwięcej informacji o produkcie albo usłudze. Zapytaj organizatora timesharingu czy możesz zabrać umowę (i wszystkie towarzyszące dokumenty), aby ją spokojnie przeczytać i zastanowić się. Jeżeli nie ma on nic do ukrycia nie będzie miał nic przeciwko temu.
5. Nie daj się nabrać na promocje, które uzależniają znaczne obniżenie ceny od natychmiastowej decyzji (często przybierają one postać - "Today Only").
6. Porównaj oferty - pamiętaj zakup udziału w apartamencie w Hiszpanii to nie zakupy w supermarkecie.
7. Nie podpisuj dokumentów pod presją czasu lub osób.
8. Żądaj wyczerpującej informacji od przedsiębiorcy.
9. Żądaj wyjaśnień i pytaj o wszystkie postanowienia, które wydają się niejasne.
10. Zastanów się czy lubisz monotonię - możesz spędzać ten sam tydzień, w tym samym miejscu, przez wiele lat. Oczywiście możesz przystąpić do systemu, w którym uczestnicy wymieniają się swoimi udziałami (np. RCI) - jednakże jest to połączone z dodatkowymi kosztami. Nie masz także gwarancji, że spędzisz urlop tam gdzie będziesz chciał.
11. Jeżeli w danym roku nie masz czasu albo ochoty, albo co gorsza jesteś chory, i tak musisz zapłacić wynagrodzenia za swój udział.
12. Zastanów się spokojnie, czy zorganizowane wycieczki nie są sensowniejszym, tańszym i bardziej elastycznym rozwiązaniem.
13. Uważaj na nieuczciwe klauzule w umowie, np.
 - zakazujące odstąpienia od umowy
 - nakładające obowiązek zapłaty odstępnego
 - nakładające obowiązek zapłaty wygórowanej kary umownej
 - określające właściwość sądów odległych od miejsca zamieszkania konsumenta
 - niejasno określające koszty
14. Pamiętaj, że w ciągu 10 dni możesz odstąpić od umowy bez ponoszenia kosztów i podawania wyjaśnień.

