

Studii: doctor în drept, Universitatea din Craiova, Facultatea de Drept, cu teza intitulată „Regimul juridic al contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și servicii de călătorie asociate” (2022); Facultatea de Drept și Științe Administrative (2010); Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor, specializarea management (2009).

Activitate: Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, consilier achiziții publice – șef birou (2016-prezent).

Publicații: Efectele și specificitatea contractului de rentă viageră, în vol. III al Conferinței Strategii XXI: Schimbări strategice în securitatea și relațiile internaționale, organizată de Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, 6-7 aprilie 2017; Contractul de rentă viageră între două legi de sinteză: 1864 și 2011, în vol. III al Conferinței Strategii XXI: Schimbări strategice în securitatea și relațiile internaționale, organizată de Universitatea Națională de Apărare „Carol I”, 6-7 aprilie 2017; Litispendența Internațională din perspectiva dreptului românesc și European, în cadrul Conferinței Internaționale Bienală, organizată de Facultatea de Drept, Universitatea din Craiova, 6-7 octombrie 2017; Considerații teoretice și aspecte practice privind instituția vinovăției în cadrul răspunderii contractuale și limitarea răspunderii contractuale, în vol. IV din Jurnalul de Drept și Administrație Publică (JoLPA), nr. 7/iunie 2018.

Oana Elena Gheorghe

Contractul de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și servicii de călătorie asociate



Editura C.H. Beck
București 2025



AVERTISMENT!

Având în vedere amploarea luată de fenomenul fotocopierii lucrărilor de specialitate, mai ales în domeniul Dreptului, atragem atenția că, potrivit art. 14 și 196 din Legea nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată, reproducerea operelor sau a produselor purtătoare de drepturi conexe, dacă respectiva reproducere a fost efectuată fără autorizarea sau consimțământul titularului drepturilor recunoscute de legea menționată, constituie infracțiune și se pedepsește cu închisoare sau cu amendă. Prin *reproducere*, conform legii, se înțelege realizarea, integrală sau parțială, a uneia ori a mai multor copii ale unei opere, direct sau indirect, temporar ori permanent, prin orice mijloace și sub orice formă.

Nu vă faceți părtași la distrugerea cărții!

Editura C.H. Beck este acreditată CNATDCU și este considerată editură cu prestigiu recunoscut.

Contractul de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și servicii de călătorie asociate
Oana Elena Gheorghe

Copyright © 2025 – Editura C.H. Beck

Toate drepturile rezervate Editurii C.H. Beck.
 Nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul scris al Editurii C.H. Beck. Drepturile de distribuție în străinătate aparțin în exclusivitate editurii.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
GHEORGHE, OANA ELENA

Contractul de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și servicii de călătorie asociate / Oana Elena Gheorghe. - București : Editura C.H. Beck, 2025

Conține bibliografie
 Index

ISBN 978-606-18-1525-8

34

Editura C.H. Beck

Bdul. Iuliu Maniu nr. 7

Corp C, parter, Sector 6, București

E-mail: comenzi@beck.ro

Redactor: Raluca Dobre

Lucrarea de față corespunde integral textului tezei de doctorat cu titlul „Regimul juridic al contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și servicii de călătorie asociate” susținută în septembrie 2022 în cadrul Școlii doctorale a Facultății de Drept a Universității din Craiova.

Cuprins

Prefață..... XXV

Abrevieri..... XXVII

Partea I. Piața serviciilor de călătorie și formarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie..... 1

Titlul I. Piața serviciilor de călătorie și reglementarea acesteia 3

Capitolul I. Piața globală a serviciilor de călătorie..... 3

Secțiunea 1. Geneza și evoluția serviciilor de călătorie..... 3

§1. Elemente preliminare..... 3

§2. Perioada Antică..... 4

§3. Perioada Evului Mediu 6

§4. Perioada Modernă..... 8

Secțiunea a 2-a. Globalizarea serviciilor de călătorie 9

§1. Globalizarea – fenomen al lumii contemporane 9

§2. Factorii de globalizare a serviciilor de călătorie..... 12

2.1. Elemente preliminare..... 12

2.2. Modificările demografice 12

2.3. Impactul asupra mediului 13

2.4. Schimbări culturale..... 13

2.5. Schimbările politice..... 14

2.6. Competitivitatea pe piața turistică 14

2.7. Transformările de amploare produse

de avansul tehnologiei 15

2.8. Alți factori..... 15

§3. Dinamica globalizării serviciilor de călătorie..... 15

§4. Efectele globalizării serviciilor de călătorie 20

4.1. Elemente preliminare..... 20

4.2. Mobilitatea globală și ușurința călătoriilor 20

4.3. Omogenizarea culturală..... 21

4.4. „Comercializarea culturală”.....	21
4.5. Turismul devine o viziune a oamenilor despre lume și experiențe de viață.....	22
4.6. Călătoriile afectează și sunt afectate de mediul înconjurător.....	22
§5. Avantajele și dezavantajele globalizării serviciilor de călătorie.....	23
5.1. Avantajele globalizării serviciilor de călătorie.....	23
5.2. Dezavantajele globalizării serviciilor de călătorie.....	23
§6. Tendințe ale pieței globale a serviciilor de călătorie.....	24
Secțiunea a 3-a. Reglementări juridice internaționale și organizații internaționale privind serviciile de călătorie.....	27
§1. Reglementări juridice internaționale privind serviciile de călătorie.....	27
1.1. Elemente preliminare.....	27
1.2. <i>Convenția asupra facilităților vamale în favoarea turismului</i> (New York, 4 iunie 1954).....	27
1.3. <i>Convenția pentru unificarea anumitor reguli referitoare la transportul aerian internațional</i> (Varșovia, 1929).....	28
1.4. <i>Convenția pentru unificarea unor reguli referitoare la transportul aerian internațional</i> (Montreal, 1999).....	28
1.5. <i>Convenția privind facilitarea traficului maritim internațional (FAL)</i> (Londra, 1965).....	28
1.6. <i>Convenția privind transporturile internațio- nale feroviare (COTIF)</i> (Berna, 1980).....	28
1.7. <i>Convenția Națiunilor Unite privind utilizarea comunicațiilor electronice în contractele internaționale</i> (New York, 2005).....	29
§2. Structuri și organizații internaționale privind serviciile de călătorie.....	29
2.1. Elemente preliminare.....	29
2.2. Organizația Mondială a Turismului (OMT/WTO).....	30

2.3. Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor.....	31
2.4. Organizații din sistemul ONU.....	32
2.5. Organizații internaționale neguvernamentale.....	32
Capitolul II. Piața internă a Uniunii Europene privind serviciile de călătorie.....	34
Secțiunea 1. Serviciile de călătorie – componente ale pieței Uniunii Europene.....	34
§1. Elemente preliminare.....	34
1.1. Sectorul serviciilor de turism în piața Uniunii Europene.....	34
1.2. Furnizorii de servicii de călătorie.....	35
1.2.1. Agențiile de turism.....	35
1.2.2. Agențiile de turism online (OTA).....	35
1.2.3. Operatorul turistic.....	36
1.2.4. Organizațiile de marketing de destinație (DMO).....	36
§2. Dinamica serviciilor de călătorie în piața internă a Uniunii Europene.....	36
§3. Tendințe ale pieței serviciilor de călătorie în Uniunea Europeană.....	39
§4. Factorii de dinamizare a serviciilor de călătorie în Uniunea Europeană.....	42
Secțiunea a 2-a. Reglementări juridice, structuri și organizații ale Uniunii Europene privind piața serviciilor de călătorie.....	44
§1. Reglementari juridice ale Uniunii Europene privind piața serviciilor de călătorie.....	44
1.1. Tratatul de la Maastricht.....	44
1.2. Tratatul de funcționare al Uniunii Europene.....	46
1.3. Regulamentul (CE) nr. 1371/2007 al Parlamentului European și Consiliului privind drepturile și obligațiile călătorilor din transportul feroviar.....	46
1.4. Regulamentul (CE) nr. 261/2004 al Parlamen- tului European și al Consiliului de stabilire a unor norme comune în materie de compensare	

și de asistență a pasagerilor în eventualitatea refuzului la îmbarcare și anulării sau întârzierii prelungite a zborurilor și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 295/91 ...	47
1.5. Regulamentul (CE) nr. 181/2011 privind drepturile pasagerilor care călătoresc cu autobuzul și autocarul și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004	48
1.6. Regulamentul (CE) nr. 1177/2010 privind drepturile călătorilor care călătoresc pe mare și pe căi navigabile interioare și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004.....	49
1.7. Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori	49
1.8. Directiva 2006/123/CE privind serviciile în cadrul pieței interne	50
1.9. Directiva 90/314/CEE/CE privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate	51
1.10. Directiva 2015/2302/UE privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate	52
§2. Structuri și organizații UE privind serviciile de călătorie	53
2.1. Comisia pentru Transport și Turism a Parlamentului European.....	53
2.2. Asociația Internațională a Agențiilor de Turism și Turoperatorilor din Uniunea Europeană (E.C.T.A.A.)	53
2.3. Comisia Europeană de Turism (European Travel Commission)	54
2.4. Asociația Europeană de Turism (ETOA).....	54
2.5. Agenția Uniunii Europene pentru Căile Ferate (ERTMS).....	55
2.6. Agenția Europeană pentru Siguranță Maritimă (EMSA).....	55

2.7. Agenția pentru Siguranța Aviației din Uniunea Europeană (EASA)	56
Capitolul III. Piața românească a serviciilor de călătorie	57
Secțiunea 1. Evoluția și dinamica pieței românești a serviciilor de călătorie	57
§1. Evoluția pieței românești a serviciilor de călătorie.....	57
§2. Tendințe și perspective ale pieței românești a serviciilor de călătorie	62
§3. Factorii de dinamizare a pieței românești a serviciilor de călătorie	67
3.1. Identificarea factorilor de dinamizare.....	67
3.2. Creșterea economică.....	68
3.3. Tehnologia	68
3.4. Globalizarea.....	68
3.5. Grija pentru mediul natural.....	69
3.6. Mediul de viață și de muncă	69
3.7. Trecerea de la economia „serviciilor” la cea a „experienței”	69
3.8. Marketingul	70
3.9. Alți factori care dinamizează piața de servicii de călătorie.....	70
Secțiunea a 2-a. Reglementări juridice, structuri și organizații ale pieței românești a serviciilor de călătorie	70
§1. Reglementări juridice privind piața serviciilor de călătorie în România	70
1.1. Perioada anterioară anului 1990	70
1.2. Perioada de după anul 1990, până în anul 1998.....	71
1.3. Perioada începând cu anul 1998	72
1.3.1. O.G. nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România.....	72
1.3.2. O.G. nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice.....	72
1.3.3. O.G. nr. 2/2018 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie	

asociate, precum și pentru modificarea
unor acte normative..... 74

- §2. Structuri și organizații privind piața serviciilor de
călătorie în România 74
- 2.1. Ministerul Antreprenoriatului și Turismului..... 74
- 2.2. Ministerul Transporturilor 76
- 2.3. Asociația Națională a Agențiilor de Turism din
România (A.N.A.T.) 77
- 2.4. Federația Industriei Hoteliere din România
(F.I.H.R.) 78
- 2.5. Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic
și Cultural din România (A.N.T.R.E.C.)..... 79

**Titlul II. Noțiunea, natura juridică, specificitatea și
formarea contractului de vânzare a pachetelor de
servicii de călătorie..... 81**

**Capitolul I. Noțiunea, natura juridică și specificitatea
contractului de vânzare a pachetelor de servicii de
călătorie 81**

Secțiunea 1. Noțiunea contractului de vânzare a
pachetelor de servicii de călătorie 81

- §1. Repere și imperative privind reglementarea
contractului de vânzare a pachetelor de servicii
de călătorie..... 81
- 1.1. Imperative care au generat ajustări legislative în
materia contractului de vânzare a pachetelor de
servicii de călătorie..... 81
- 1.2. Echilibrul contractual comerciant-consumator,
imperativ major de ajustare a legislației privind
vânzarea pachetelor de servicii de călătorie..... 82
- 1.3. Adaptarea la era digitală, imperativ privind
ajustarea legislației în materia vânzării
pachetelor de servicii de călătorie 83
- 1.4. Clarificarea unor concepte precum
„consumator/călător” în contextul activității
profesioniștilor ori a reprezentanților
întreprinderilor mici și mijlocii..... 84

- 1.5. Coeziunea legislativă privind contractul de
vânzare a pachetelor de servicii de călătorie..... 85
- 1.6. Transparența pentru informațiile contractuale –
reper și imperativ de protecție atât a comer-
ciantului, cât și a consumatorului 87
- 1.7. Claritatea limbajului și a termenilor contractuali –
un alt imperativ de ajustare legislativă..... 88
- §2. Nuanțe și clarificări terminologice privind pachetele
de servicii de călătorie și servicii de călătorie
asociate 90
- 2.1. Condiții pentru ca o combinație de tipuri de
servicii de călătorie să constituie un pachet..... 90
- 2.2. Tipurile de servicii de călătorie care concură la
formarea pachetului de servicii de călătorie 95
- §3. Determinarea noțiunii contractului de vânzare a
pachetelor de servicii de călătorie..... 98
- 3.1. Elemente de suport în determinarea noțiunii
contractului de vânzare a pachetelor de servicii
de călătorie..... 98
- 3.1.1. Schimbări evolutive terminologic 98
- 3.1.2. Formulări insuficiente și necesitatea unei
intervenții legislative de clarificare..... 99
- 3.1.3. Momentul de start al pachetului de
servicii de călătorie 101
- 3.1.4. Alte aspecte terminologice privind termenii
de călătorie, turism, turist, servicii turistice,
consumator sau călător..... 101
- 3.2. Determinarea noțiunii contractului de vânzare
a pachetelor de servicii de călătorie 103
- Secțiunea a 2-a. Natura juridică a contractului de vânzare
a pachetelor de servicii de călătorie, interferențe și
delimitări față de alte contracte 105
- §1. Controverse doctrinare și jurisprudențiale privind
natura juridică a contractului de vânzare a
pachetelor de servicii de călătorie..... 105
- 1.1. Contract de vânzare sau de prestări servicii?.... 105
- 1.2. Contract comercial sau civil?..... 106

1.3. Contract de antrepriză sau de vânzare?.....	107
1.4. Contract de vânzare sau contract de transport?....	109
1.5. Contract de vânzare sau atipic, mixt.....	109
1.6. Contract de vânzare sau de intermediere?.....	112
§2. Caracterile juridice ale contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....	115
2.1. Elemente preliminare.....	115
2.2. Contractul este numit.....	116
2.3. Contractul este consensual.....	117
2.4. Contractul este sinalagmatic.....	118
2.5. Contractul este cu titlu oneros.....	118
2.6. Contractul este comutativ.....	119
2.7. Contractul este cu executare succesivă.....	120
§3. Calificarea naturii juridice a contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie, delimitări și interferențe ale acestuia față de alte contracte.....	122
3.1. Elemente preliminare.....	122
3.2. Interferențe și delimitări față de contractul de adeziune.....	124
3.3. Interferențe și delimitări față de contractul de mandat.....	126
3.4. Atipicitatea contractului.....	127
3.5. Calificarea naturii juridice în contract de vânzare-cumpărare.....	129
Secțiunea a 3-a. Reguli derogatorii și specificitatea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....	131
§1. Excepții de la principiul forței obligatorii a contractelor.....	131
1.1. Elemente preliminare.....	131
1.2. Posibilitatea organizatorului de modificare a contractului.....	134
1.3. Răspunderea creatorului și vânzătorului pachetului de servicii de călătorie.....	135
1.4. Impreviziunea.....	140
1.5. Alte excepții.....	141

§2. Particularități ale răspunderii vânzătorului pachetului de servicii de călătorie.....	142
2.1. Elemente preliminare.....	142
2.2. Răspunderea pentru neconformitate sau lipsă de diligență.....	146
2.3. Răspunderea comerciantului cu amănuntul.....	148
Capitolul II. Formarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....	150
Secțiunea 1. Părțile contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și calitatea specifică a acestora.....	150
§1. Comerciantul vânzător.....	150
1.1. Repere privind evoluția conceptului de comerciant în reglementările privind vânzarea pachetelor de servicii de călătorie.....	150
1.2. Tuoperatorul/organizatorul.....	152
1.3. Comerciantul cu amănuntul.....	153
1.4. Agențiile de turism online.....	156
§2. Cumpărătorul călător.....	159
2.1. Repere privind evoluția conceptului de călător în reglementările privind vânzarea pachetelor de servicii de călătorie.....	159
2.2. Cumpărător călător sau consumator?.....	161
2.2.1. Călătorul cumpărător, un călător consumator.....	161
2.2.2. Diferențe evolutive privind cumpărătorul călător de la Directiva 90/314/CEE la Directiva 2015/2302/UE.....	163
Secțiunea a 2-a. Condițiile de validitate ale contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....	166
§1. Informațiile precontractuale, consimțământul, formarea acordului de voințe.....	166
1.1. Informațiile precontractuale.....	166
1.1.1. Categoriile de informații precontractuale.....	166
1.1.2. Informațiile standard.....	167
1.1.3. Informațiile care se referă la pachetul de servicii de călătorie sau la ofertă.....	168
1.2. Formarea acordului de voințe.....	171

§2. Obiectul contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	173
2.1. Pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate	173
2.2. Nivelul de protecție referitor la serviciile de călătorie asociate	178
2.3. Excepții privind obiectul contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....	178
§3. Cauza contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	181
Secțiunea a 3-a. Clauzele contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie și documentele furnizate înainte de începerea executării acestuia	186
§1. Clauzele care trebuie cuprinse în contractul de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	186
§2. Documentele care trebuie furnizate călătorului după încheierea contractului	195
2.1. Confirmarea (atestarea), copie sau un duplicat pe suport de hârtie	195
2.2. Bilete, chitanțe, bonuri	198
2.3. Copia sau atestarea (confirmarea) contractului pe un mediu durabil	199
Partea a II-a. Efectele și răspunderea privind executarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	203
Titlul I. Efectele contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	205
Capitolul I. Obligațiile comerciantului organizator	205
Secțiunea 1. Obligațiile turoperatorului	205
§1. Obligații privind executarea serviciilor de călătorie	205
1.1. Obligația de a executa serviciile de călătorie care au fost contractate	205
1.2. Obligația de a remedia neconformitatea executării serviciilor de călătorie contractate	209

1.3. Obligația de informare continuă a călătorului	211
1.4. Obligația de a oferi servicii alternative	213
1.5. Obligația de repatriere	215
1.6. Obligația de a suporta costurile cazării călătorului	217
1.7. Obligația de a acorda asistență călătorului aflat în dificultate	217
§2. Obligații privind plata, reducerea prețului sau plata de despăgubiri	219
2.1. Obligația de a nu solicita plata finală cu mai mult de 5 zile de la data transmiterii documentelor de călătorie	219
2.2. Reducerea prețului și despăgubiri	221
2.2.1. Servicii alternative, reducere de preț sau despăgubiri?	221
2.2.2. Răspunderea în cazul erorilor de rezervare	222
2.2.3. Caracterul separat al reducerii prețului și plății de despăgubiri	223
2.2.4. <i>De lege ferenda</i> privind lipsa criteriilor de determinare a cuantumului reducerii de preț	224
Secțiunea a 2-a. Obligațiile agenției de turism intermediare	226
§1. Elemente preliminare	226
§2. Obligația de furnizare de informații călătorului	228
§3. Obligația de a contacta agenția de turism organizatoare și de cooperare cu aceasta	231
3.1. Obligația de a contacta agenția de turism organizatoare și de a transmite către aceasta mesajele, cererile și reclamațiile călătorului	231
3.2. Dificultăți de interpretare în evoluția termenilor de „retailer” și „organizator” ca furnizor de servicii	234
3.3. Obligația de cooperare între călător și organizator	242

Capitolul II. Obligațiile călătorului.....	245
Secțiunea 1. Obligații privind plata prețului pachetului de servicii de călătorie.....	245
§1. Identificarea obligațiilor privind plata prețului.....	245
§2. Obligația de plată a avansului.....	247
2.1. Structura prețului și identificarea acestuia în documentele privind pachetele de servicii de călătorie.....	247
2.2. Avansul din preț și plata acestuia	251
§3. Obligația de plată a soldului	253
Secțiunea a 2-a. Obligații privind informarea vânzătorului pachetului de servicii de călătorie și contactarea acestuia.....	259
§1. Obligația de informare într-un termen rezonabil a organizatorului privind decizia în cazul în care i se propune modificarea contractului.....	259
1.1. Egalitatea în drepturi și obligații între părțile contractante.....	259
1.2. Ambiguități privind comunicarea de către călător a deciziei privind acceptarea modificării	260
§2. Obligația de informare a organizatorului în legătură cu orice neconformitate constatată în executarea contractului	268
2.1. Motive și situații privind informarea pentru neconformități și cauze exoneratoare în caz de neîndeplinirea obligațiilor	268
2.2. Privire retrospectivă privind obligația de informare pentru neconformitate, cu aplicație pe legislația austriacă.....	270
2.3. O opinie din doctrina străină privind consecințele neinformării.....	271
2.4. Câteva opinii din doctrina austriacă privind consecințele neinformării.....	272
2.5. Neinformarea privind neconformitatea este imputabilă călătorului?	274

§3. Obligația de a contacta organizatorul cu 24 de ore înainte de plecare pentru a primi, cu exactitate, informațiile privind condițiile de deplasare.....	276
3.1. Drepturile conferite călătorului devin îndatoriri ale organizatorului?.....	276
3.2. Contactarea organizatorului și informarea călătorului cu 24 de ore înainte de plecare.....	278
3.3. Consecințe pentru nerespectarea obligației de contactare sau informare	281

Titlul II. Modificarea, transferul și încetarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie.....

Capitolul I. Modificarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	283
Secțiunea 1. Modificarea prețului contractului înainte de începerea executării pachetului	283
§1. Rezervarea clauzei de modificare a prețului.....	283
1.1. Prețul contractului și informarea cu privire la acesta.....	283
1.2. Regula generală este că prețul unui pachet de servicii de călătorie nu este revizibil, dar legea în materie permite modificarea în sus sau în jos a acestuia.....	286
1.3. <i>De lege ferenda</i> privind termenul de modificare a prețului.....	288
§2. Aspecte care pot determina schimbarea prețului	289
2.1. Aspecte introductive referitoare la nevoia de omogenitate legislativă privind schimbarea prețului.....	289
2.2. Pragul de creștere a prețului și consecințele depășirii sale	291
2.3. Inovații semnificative privind modificarea prețului.....	292
2.4. Preferința pentru reglementare mai strictă privind armonizarea legislativă.....	294
2.5. Dreptul de a opera modificări ale prețului conform legislației italiene.....	296

2.6. Nevoia unor clauze de negociere privind revizuirea prețului și costurile modificării.....	297
2.7. Opinii și concluzii personale privind creșterea și scăderea prețului pachetului de servicii de călătorie	300
§3. Procedura de modificare a prețului în caz de creștere sau reducere a acestuia	301
3.1. Privire retrospectivă asupra revizuirii prețului contractului	301
3.2. Posibilitatea modificării prețului inclus și cerințele necesare.....	303
3.2.1. Identificarea cerințelor de modificare a prețului	303
3.2.2. Cerința formală.....	303
3.2.3. Cerința materială	304
3.2.4. Cerința de natură temporală	305
3.3. Posibilitatea modificării costului final cu reducerea de preț.....	305
3.4. Aspecte care privesc cerințele modificării prețului.....	306
3.4.1. Identificarea aspectelor care privesc modificarea prețului.....	306
3.4.2. Modificarea substanțială și modificarea nesubstanțială a prețului.....	307
Secțiunea a 2-a. Modificarea altor clauze ale contractului privind vânzarea pachetelor de servicii de călătorie	310
§1. Situații și condiții în care poate fi efectuată modificarea clauzelor contractului, informarea călătorului.....	310
1.1. Elemente preliminare.....	310
1.2. Condițiile de modificare a clauzelor stabilite anterior adoptării Directivei 2015/2302/UE și a O.G. nr. 2/2018.....	311
1.3. Condițiile de modificare a clauzelor conform Directivei 2015/2302/UE și O.G. nr. 2/2018	314
1.3.1. Identificarea condițiilor și lacunelor legislative cu privire la acestea	314

1.3.2. Aspecte privind modificările semnificative	318
1.4. Ce presupune o modificare substanțială?.....	320
1.5. Perspectiva de ansamblu și convergența cu detaliile privind modificările la contract de către agenția de turism	323
§2. Posibilitățile călătorului privind modificarea contractului, acceptarea modificării sau încetarea contractului, dreptul la reducerea prețului și rambursarea plăților.....	325
2.1. Acceptarea modificării sau încetarea contractului	325
2.2. Cum ar putea fi determinat termenul „rezonabil” acordat de agenție călătorului pentru a comunica poziția față de propunerile de modificări	326
2.3. Reducerea prețului și rambursarea plăților	328
Capitolul II. Transferul contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	331
Secțiunea 1. Dreptul călătorului de a transfera contractul.....	331
§1. Elemente preliminare și repere juridice privind dinamica contractuală a serviciilor de călătorie.....	331
1.1. Modificări legislative privind consolidarea securității juridice pentru comerciant și călător în contractele privind serviciile de călătorie	331
1.2. Dreptul călătorului de a ceda contractul ca remediu alternativ la retragerea din contract	333
1.3. Timpul rezonabil de comunicare a transferului către agenția de turism	335
1.4. Raportul costului de oportunitate privind transferul contractului	337
1.5. Poate prelua contractul orice persoană și în orice condiții?	339
1.6. Are caracter atipic transferul contractului în contextul unor limitări impuse de lege?.....	342
§2. Conținutul transferului contractului.....	344

2.1. Condițiile de transfer	344
2.2. Opinii doctrinare privind terminologia transferului contractului.....	345
2.3. Absența consimțământului organizatorului pentru transferul contractului.....	347
2.4. Cui îi revine sarcina de a verifica îndeplinirea condițiilor de către persoana căreia i se transferă contractul?.....	349
2.5. Diferența între cesiune și transfer	350
2.6. Limitări ale dreptului subiectiv al călătorului de a transfera contractul.....	353
Secțiunea a 2-a. Procedura de transfer a contractului.....	354
§1. Notificarea agenției de turism organizatoare	354
1.1. Obligația de notificare a organizatorului și considerațiile la aceasta	354
1.2. Notificarea este o cerință esențială?.....	355
1.3. Notificarea trebuie făcută în 7 zile.....	356
1.4. Semnificația și efectele notificării	356
1.4.1. Este necesar consimțământul organizatorului în privința transferului sau doar cel între călătorul inițial și noul călător?	356
1.4.2. Necesitatea unei reglementări privind efectele transferului	359
§2. Informarea de către agenția de turism a persoanei care transferă contractul asupra costurilor de transfer	360
2.1. Conturarea obligației de informare.....	360
2.2. Legiuitorul european uită să împace interesele părților?.....	360
§3. Dinamica obligațională între călătorul inițial și noul călător în cazul transferului	362
3.1. Compensarea lipsei de participare a organizatorului la transfer.....	362
3.2. Răspunderea solidară a călătorului inițial cu noul călător pentru obligațiile financiare derivate	364

3.3. Necesitatea <i>de lege ferenda</i> pentru găsirea de către agenția de turism organizatoare a potențialilor călători pentru transfer	367
Capitolul III. Încetarea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	368
Secțiunea 1. Retragerea din contract a călătorului sau a agenției de turism organizatoare.....	368
§1. Repere juridice privind încetarea contractului.....	368
1.1. Contextul juridic general de încetare a contractului	368
1.2. Cum a evoluat conceptul de încetare a contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie?.....	369
§2. Retragerea din contract a călătorului și efectele și consecințele retragerii	374
2.1. Elemente preliminare.....	374
2.2. Situații care pot determina retragerea din contract	377
2.3. Elemente temporale privind retragerea din contract derivate din terminologia normativă	378
2.4. Retragerea din contract în raport de locul încheierii contractului	380
§3. Retragerea din contract a agenției de turism organizatoare	389
Secțiunea a 2-a. Rezilierea contractului de vânzare a pachetelor de servicii de călătorie	393
§1. Repere juridice și terminologie privind rezilierea ...	393
§2. Nuanțe și diferențieri privind retragerea și rezilierea. Efecte și consecințe ale rezilierii.....	402
2.1. Diferențieri între retragere și reziliere	402
2.2. Aspecte specifice retragerii din contract.....	404
2.3. Aspecte specifice rezilierii contractului.....	406
Titlul III. Răspunderea pentru neexecutarea contractului de vânzare a pachetului de servicii de călătorie.....	410
Capitolul I. Părțile responsabile de neexecutare.....	410
Secțiunea 1. Agenția de turism	410

§1. Repere normative și doctrinare privind părțile responsabile de neexecutare	410
§2. Agenția de turism organizatoare și agenția de turism intermediară	418
2.1. Agenția de turism organizatoare responsabilă de neexecutare	418
2.2. Ambiguități privind subiecții responsabili și poziția intermediarului în contextul jurisdicțiilor naționale	424
Secțiunea a 2-a. Călătorul/turistul responsabil de neexecutare	430
§1. Răspunderea indirectă a călătorului	430
§2. Răspunderea în etapa precontractuală	431
§3. Răspunderea în etapa cuprinsă între încheierea contractului și începerea derulării pachetului	431
§4. Etapa de după începerea derulării pachetului	432
Capitolul II. Reducerea prețului și despăgubirile.....	438
Secțiunea 1. Consecințele executării inadecvate sau incomplete și reducerea prețului	438
§1. Repere normative și jurisprudențiale în materie de reducere a prețului și despăgubiri	438
§2. Consecințele executării inadecvate sau incomplete a serviciilor de călătorie.....	443
2.1. Consecințele executării inadecvate.....	443
2.2. Ipoteze de exonerare de răspundere a organizatorului.....	446
§3. Reducerea prețului în favoarea călătorului și criteriile de acordare	449
3.1. Criterii de calcul de reducere a prețului în dreptul german și dreptul austriac.....	449
3.2. Cum poate fi stabilită o reducere de preț echitabilă?.....	450
§4. Termenele speciale de prescripție privind răspunderea	455
Secțiunea a 2-a. Diminuarea dreptului călătorului la despăgubiri și reducerea prețului	456

§1. Ipoteze de diminuare a drepturilor călătorului la despăgubiri și reducerea prețului	456
§2. Contribuția călătorului la inadecvarea prestării serviciilor	457
§3. Circumstanțele inevitabile și extraordinare	458
Capitolul III. Protecția în caz de insolvență pentru neexecutarea serviciilor de călătorie	464
Secțiunea 1. Domeniul de aplicare a protecției în caz de insolvență	464
§1. Repere normative privind protecția în caz de insolvență pentru neexecutarea serviciilor de călătorie.....	464
§2. Momentele privind efectele și suficiența garanțiilor	467
2.1. Unele aspecte referitoare la terminologia utilizată și utilitatea reglementărilor	467
2.2. Limita de garanție	473
§3. Protecția călătorului în caz de insolvență, cu incidență în materia serviciilor de călătorie asociate	476
Secțiunea a 2-a. Recunoașterea reciprocă a protecției în caz de insolvență și cooperarea administrativă	477
§1. Recunoașterea reciprocă în caz de insolvență și cooperarea administrativă, concepte noi.....	477
§2. Garanții de protecție ca efect al recunoașterii și cooperării administrative	479
Concluzii și propuneri de lege ferenda	483
I. Concluzii	483
II. Propuneri de lege ferenda.....	496
Bibliografie	505
Index.....	523

Titlul I

Piața serviciilor de călătorie și reglementarea acesteia

Capitolul I

Piața globală a serviciilor de călătorie

Secțiunea 1. Geneza și evoluția serviciilor de călătorie

§1. Elemente preliminare

În evaluarea semnificației termenului de *turism* sau a locului și rolului socio-economic și de mediu al acestuia s-au omis a fi avute în vedere pe alocuri condițiile istorice și nivelul de dezvoltare a *obiceiurilor de călătorie* și a stilurilor de vacanță¹ pe care populația de pe tot globul le-a pus în valoare.

O imagine de ansamblu asupra tendințelor importante ale turismului și în special a serviciilor de călătorie, în evoluția lor istorică, ne poate sprijini în înțelegerea naturii acestui fenomen.

Etimologic, la originea cuvintelor „turism”, „turist” se află englezescul „tour”, care desemnează acea călătorie inițiată făcută de către tânărul aristocrat englez al secolului al XVIII-lea, cu scopul de a-și îmbogăți cunoștințele. „The tour” sau „The Grand Tour”² era, de regulă, o călătorie făcută în Europa continentală, pe parcursul căreia tinerii englezi de familii bune, de obicei nobili și aristocrați,

¹ M. Belozerskaya, The first tourist: History Today, vol. LX, nr. 3/2010, p. 26-32 (<https://www.historytoday.com/archive/first-tourist>).

² R. Cocean, O.I. Moisescu, V. Toader, Economie și planificare strategică în turism, Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2014, p. 12.

acumulați cunoștințe culturale, dar și de altă natură, din țările tranzitate, urmărind perfecționarea și creșterea nivelului lor de educație.

Cu timpul, noțiunea de turism s-a extins, incluzându-se și deplasările (călătoriile) la diferite reuniuni interne și internaționale, recreere, odihnă, explorare, interes de afaceri etc.

Fenicienii, ca multe alte ființe umane, erau interesați de călătorii pentru că aveau dezvoltat un sentiment de curiozitate și dorința de a explora, de a vedea, de a face descoperiri, dar și din dorința de a stabili noi rute comerciale. Deși atestările scrise sunt rare, alte popoare, cum ar fi mayașii de pe coasta Golfului – Mexicul actual – și dinastia Shang (cunoscută istoric și ca Dinastia Yin – China actuală), probabil au călătorit din aceleași motive ca și fenicienii. Dovada mișcării lor în spațiul geografic poate fi găsită în artefactele pe care le-au colectat în timpul călătoriilor pe care le-au făcut în locuri îndepărtate. Un lucru pe care îl știm sigur este că, pe măsură ce civilizațiile s-au răspândit și s-au stabilit geografic, călătoriile au devenit o necesitate.

§2. Perioada Antică

Momentul din istorie în care călătoriile simple au evoluat în activități complexe ale turismului este greu de identificat. Cu toate acestea, turismul ca industrie a început să se dezvolte în timpul erei imperiilor, de pe vremea egiptenilor până la greci, sfârșind odată cu căderea Imperiului Roman. În acest timp, oamenii au început să călătorească în număr mare, în interese statale, comerciale, educaționale și religioase, atât din necesitate, cât și din plăcere.

Regatele egiptene (4850-715 î. Hr.) au fost prima civilizație cunoscută care a avut centre de guvernare consolidate în locații centralizate. Călătoria cu barca în aceste locații a fost deosebit de ușoară, deoarece călătorii au putut folosi fluviul Nil, care curgea spre nord, dar a fost periat constant de briza spre sud. Deoarece nu era nevoie de vâsle, călătoria în ambele direcții a fost relativ fără efort. Bărcile puteau merge spre nord, având curentul în spate, sau spre sud, cu pânze.

Deoarece călătoria a devenit ceva obișnuit, trebuiau furnizate servicii și resurse de bază, cum ar fi mâncare și cazare. Câțiva factori s-au combinat pentru a încuraja călătoriile în timpul imperiilor egiptene, grecești și romane. Un număr mare de călători au început să caute experiențe plăcute în noi locații. Cel mai notabil grup de călători, datorită numărului lor, îl formau grecii.

Imperiul grec (900-200 î. Hr.) a promovat utilizarea unei limbi comune în mare parte din regiunea mediteraneeană, iar banii unor orașe grecești au devenit acceptați ca monedă comună de schimb. Aceste orașe-state, ce erau centre ale activităților guvernamentale, au devenit atracții în sine. Ele au oferit vizitatorilor o mare varietate de oportunități de a se bucura în timp ce sunt departe de casă. Diversele produse, mâncarea, băuturile, jocurile și vizionarea sporturilor și spectacolelor teatrale erau doar câteva dintre numeroasele preferințe ale călătorilor și, prin ele, s-a dat o dimensiune mai cuprinzătoare turismului.

Dezvoltarea Imperiului Roman (500 î. Hr. - 300 d. Hr.) a încurajat oportunitățile de călătorii extinse atât pentru cetățenii din clasa mijlocie, cât și pentru cetățenii înstăriți. Drumurile bune și rutele de apă au făcut călătoria ușoară. Aceste drumuri, care conectau Roma cu locuri precum Galia, Marea Britanie, Spania și Grecia, s-au extins în cele din urmă într-un sistem de 50.000 de mile. Cel mai cunoscut drum a fost calea Appian, care unea Roma cu „călcâiul” Italiei¹.

Multe dintre problemele de călătorie în locurile îndepărtate au fost eliminate, deoarece moneda romană era universal acceptată, iar greaca și latina erau limbi comune. În plus, un sistem juridic comun oferea protecție și pace sufletească, permițând oamenilor să călătorească mai departe de casă pentru comerț, aventură și plăcere. La fel ca și orașele grecești, orașele din Imperiul Roman au devenit atracții de destinație sau opriri pe marginea drumului spre destinația finală a unui călător.

Activitățile turistice continuă să înflorească chiar și astăzi, acolo unde indivizii au timp liber, călătoria este ușoară și sigură, există

¹ N. Cazalais, *Hôtellerie et développement régional. Réflexions autour de paradoxes*, vol. XXIII, nr. 3/2004, p. 21 (<https://journals.openedition.org/teoros/725?gathStatIcon=true>).

monede ușor schimbabile, se vorbește limbi comune, iar sistemele legale creează o percepție a siguranței personale. Lipsa unora dintre aceste condiții poate diminua dorința oamenilor de a călători și de a se bucura de activități legate de turism.

§3. Perioada Evului Mediu

Călătoria aproape a dispărut în Evul Mediu (secolele V-XIV). Pe măsură ce dominația Imperiului Roman se prăbușea, călătoriile au devenit periculoase și sporadice.

Sistemul feudal, ce a înlocuit în cele din urmă stăpânirea romană, a dus la înființarea a numeroase domenii autonome. Această defalcare, într-o societate organizată și controlată anterior, a dus la fragmentarea sistemelor de transport, a valutei și a limbilor, călătoriile devenind o experiență dificilă și uneori periculoasă.

Pe măsură ce Biserica Romano-Catolică câștiga puterea și influența, oamenii au început să vorbească de Cruciadele duse pentru recâștigarea Țării Sfinte. Au fost nouă dintre aceste cruciade (între anii 1096-1291), dar fiecare a eșuat. În anul 1291, Acre, ultima fortăreață creștină, a fost preluată de musulmani, punând capăt cruciadelor. Deși cucerirea și războiul au fost forțele motrice ale cruciadelor, rezultatul final a fost dorința oamenilor de a se aventura departe de casele lor pentru a vedea locuri noi și a experimenta civilizații diferite.

După cruciade, comercianții precum Marco Polo și alții au călătorit în locuri mult dincolo de teritoriile vizitate de cruciați. Rapoartele despre călătoriile și aventurile lui Polo (anii 1275-1295) în Orientul Mijlociu și în China au continuat să intensifice interesul pentru călătorii și comerț. Reluarea călătoriilor s-a făcut lent în perioada Renașterii (secolele XIV-XVI). Comercianții au început să se aventureze mai departe de satele lor. Rutele comerciale au început încet să se redeschidă pe măsură ce activitățile comerciale au crescut și comercianții s-au aventurat în noi teritorii¹.

¹ M. Belozerskaya, *The first tourist: History Today*, vol. LX, nr. 3/2010, op. cit., p. 26-32 (<https://www.historytoday.com/archive/first-tourist>).

Dorința de a învăța și de a experimenta alte culturi a sporit conștientizarea beneficiilor educaționale care puteau fi obținute din călătorii și au determinat apariția unei perioade a turismului de lux, denumită *Era Grand Tour* (1613-1785).

Era Grand Tour, care a marcat apogeul activităților de călătorie și turism de lux, a luat naștere ca urmare a participării englezilor bogați la asemenea activități, s-a răspândit rapid și a devenit la modă și pentru alte persoane care aveau timp și bani. Călătoriile de acest tip au reprezentat experiențe sociale și educaționale deosebite. Participanții la Grand Tour au călătorit în toată Europa, căutând să experimenteze culturile „lumii civilizate” și să dobândească cunoștințe prin artele și științele țărilor vizitate. Călătorii au ajuns într-o varietate de locații din Franța, Elveția, Italia și Germania pentru perioade îndelungate de timp.

Deși dorința de a participa la Marele Tur a continuat, revoluția industrială, care a început în anul 1750, a schimbat pentru totdeauna structurile economice și sociale. Țările au trecut de la un accent agricol și comercial la industrialismul modern.

Oamenii au devenit legați de structurile și cerințele regimentare ale vieții fabricii și de gestionarea întreprinderilor de afaceri. Creșterea economică și progresele tehnologice au dus la forme de transport mai eficiente, la integrarea piețelor peste granițele geografice și la venituri personale mai mari pentru un număr mai mare de oameni. Călătoria a devenit o necesitate de afaceri, precum și o activitate de agrement, iar furnizorii de turism s-au dezvoltat rapid pentru a satisface nevoile crescânde ale călătorilor. Zilele de călătorie pe timp îndelungat pentru a câștiga experiențe culturale au fost din ce în ce mai puține și tot mai puține persoane au putut să profite de aceste oportunități consumatoare de timp¹.

¹ E. Chaney, *Evoluția marelui turneu: relații culturale anglo-italiene de la Renaștere*, Portland SUA Routledge, 2000, p. 166 (<https://www.routledge.com/The-Evolution-of-the-Grand-Tour-Anglo-Italian-Cultural-Relations-since/Chaney/p/book/9780714644745>).

§4. Perioada Modernă

O prosperitate economică în creștere și apariția timpului liber, precum și disponibilitatea călătoriilor accesibile au fost create într-o nouă eră în istoria turismului. Oamenii care nu mai erau legați de treburile zilnice ale vieții la fermă au început să caute noi modalități de a-și petrece timpul liber, departe de locul de muncă pe care îl aveau în birouri, magazine sau fabrici.

Thomas Cook (1808-1892) poate fi creditat cu aducerea, în sfârșit, a călătoriei publicului larg, prin introducerea pachetului turistic. În anul 1841, el a organizat primul turneu pentru un grup de 570 de persoane care au participat la un miting de temperament din Leicester, Anglia. Pentru prețul unui șiling (12 pence), clienții săi s-au urcat într-un tren închiriat pentru călătoria din Loughborough, completat cu un prânz de picnic și bandă de alamă. Succesul imediat al primei sale acțiuni și cererea de mai multă asistență în realizarea aranjamentelor de călătorie l-au determinat pe Cook în afacerea cu normă întreagă de a furniza servicii de călătorie.

Era mobilității, ce s-a continuat după anul 1821, până în anul 1944, a fost caracterizată printr-o călătorie sporită în locații noi și familiare, atât în apropiere cât și în depărtare. Activitățile industriei turismului au început să crească pe măsură ce drumurile noi, autobuzele, trenurile de pasageri și navele au devenit obiecte comune la începutul anilor 1800. Marea Britanie și Franța au dezvoltat sisteme extinse de drumuri și căi ferate cu mult înainte de Canada și Statele Unite. Creșterea și dezvoltarea drumurilor și căilor ferate a contribuit la creșterea disponibilității alternativelor de transport și la reducerea costurilor acestora, atrăgând tot mai mulți oameni la ideea de călătorie¹.

Următorii pași mari în *Era mobilității* au fost introducerea automobilelor și călătoriilor aeriene. Deși tehnologia auto a fost un domeniu de pionierat în Marea Britanie, Franța și Germania,

¹ E. Smeral, Impact of the world recession and economic crisis on tourism: Forecasts and potential risks. Journal of Travel Research nr. 1/2010, p. 31-38 (https://www.wifo.ac.at/en/publications/books_journals_and_papers?detail-view=yes&publikation_id=59986).

producția în masă a modelului T al lui Henry Ford a fost cea care a adus libertatea individuală de a călători, deschizând noi orizonturi pentru milioane de oameni.

„Călătoria cu aripi” nu a rămas mult în urmă, iar timpul necesar pentru a ajunge în locuri îndepărtate a început să se micșoreze. Orville și Wilbur Wright au lansat *era zborului* cu testul de succes al avionului din Kitty Hawk, Carolina de Nord, în anul 1903¹.

Fenomenul secolelor XIX-XX, ce a fost cunoscut sub numele de *turism de masă*, include acum două grupuri diferite de călători². Aceste grupuri sunt clasificate ca *mase organizaționale de turiști*, care cumpără pachete turistice și urmează un itinerar pregătit și organizat de operatorii de turism. Al doilea grup este clasificat ca *turiști în masă individuali*. Acești călători vizitează în mod independent atracții populare, dar folosesc servicii de turism promovate prin intermediul mass-media. În plus, mulți călători caută acum mai mult decât să meargă la o destinație pentru a putea spune „am fost acolo, am făcut asta”. Ei au dorința de a deveni cu adevărat cufundați în toate destinațiile pe care le vizitează și încearcă, atunci când pot, să ofere ceva în schimbul acestor experiențe, prin programe educaționale și de voluntariat.

Secțiunea a 2-a. Globalizarea serviciilor de călătorie

§1. Globalizarea – fenomen al lumii contemporane

Globalizarea, privită ca proces de interacțiune și integrare între oameni, companii și guverne din întreaga lume, este un fenomen complex și polivalent, ea fiind considerată de unii autori drept o formă de expansiune capitalistă care implică integrarea economiilor

¹ J.D. Hunt, D. Layne, Evolution of travel and tourism terminology and definitions, in Journal of Travel Research, vol. XXIX, nr. 4/1991, p. 7-11 (<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728759102900402>).

² E. Cohen, Towards a sociology of international tourism, Social Research Review, vol. XXXIX, nr. 1/1972, p. 164-182 (<https://www.jstor.org/stable/40970087>).