

1355/2007

PARLAMENTUL ROMÂNIEI

CAMERA DEPUTAȚILOR

LEGE

privind Codul consumului

Camera Deputaților adoptă prezentul proiect de lege.

CAPITOLUL I DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1. – Prezenta lege, denumită în continuare *Codul*, are ca obiect reglementarea raporturilor juridice create între agenții economici și consumatori, cu privire la achiziționarea de produse și servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii, informării lor complete și corecte despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Art. 2. – Prevederile prezentului Cod se aplică comercializării produselor noi, folosite sau recondiționate, și a serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare, destinate consumatorilor, contractelor încheiate cu consumatorii, regulilor

privind publicitatea produselor și serviciilor, cu excepția produselor și serviciilor care sunt reglementate prin legi speciale, a produselor care se comercializează ca antichități și a produselor necesar a fi reparate sau recondiționate pentru a fi utilizate, cu condiția ca agentul economic să informeze consumatorul despre aceasta.

Art. 3. – Actele normative privind protecția consumatorilor nu trebuie să includă bariere în calea liberei circulații a mărfurilor și serviciilor.

Art. 4. – Principiile de bază ale protecției consumatorilor sunt:

a) *contradictorialitatea* - presupune asigurarea posibilității persoanelor aflate pe poziții divergente de a se exprima cu privire la orice act sau fapt care are legătură cu posibila încălcare a dispozițiilor privind protecția consumatorilor;

b) *celeritatea procedurii de cercetare* – presupune obligația autorității competente în domeniul protecției consumatorilor de a proceda, fără întârziere, la cercetarea sesizării consumatorilor, cu respectarea drepturilor persoanelor implicate și a regulilor prevăzute de lege;

c) *proporționalitatea* - conform căreia trebuie respectat un raport corect între gravitatea sau consecințele faptei constatate, circumstanțele săvârșirii acesteia și măsura sancționatorie aplicată;

d) *legalitatea măsurilor propuse/dispuse* - presupune că autoritățile competente nu pot propune/dispune decât măsurile prevăzute de lege;

e) *confidențialitatea* – obligația personalului din cadrul autorităților competente de a păstra confidențialitatea datelor, actelor, informațiilor de orice natură, prin a căror divulgare se pot aduce prejudicii persoanelor fizice sau juridice, care sunt sau pot fi menționate în aceste informații;

f) *recunoașterea reciprocă* - orice produs legal fabricat sau comercializat într-un stat membru al Uniunii Europene sau în Turcia ori fabricat în mod legal într-un alt stat aparținând Spațiului

Economic European este admis pe teritoriul României, dacă oferă un grad echivalent de protecție cu cel impus de normele române.

Art. 5. – Statul, prin autoritatea centrală cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, are drept obiective:

a) protecția consumatorilor împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;

b) promovarea și protecția intereselor economice ale consumatorilor;

c) accesul consumatorilor la informații complete, corecte și precise asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor;

d) educarea consumatorilor;

e) despăgubirea efectivă a consumatorilor;

f) sprijinirea consumatorilor sau a altor grupuri sau organizații reprezentative de a se organiza, pentru a-și expune opiniile în procesele de luare a unei decizii care îi privește;

g) promovarea cooperării internaționale în domeniul protecției consumatorilor și participarea la schimburile rapide de informații;

h) prevenirea și combaterea, prin toate mijloacele, a practicilor comerciale abuzive și a prestării serviciilor, inclusiv a celor financiare care pot afecta interesele economice ale consumatorilor.

Art. 6. – Prevederile cuprinse în prezentul Cod sunt obligatorii pentru toți consumatorii și agenții economici care efectuează acte și fapte de comerț, în condițiile legii.

Art. 7. – Termenii utilizați în legislația privind protecția consumatorilor sunt enumerați cu titlu exemplificativ în anexa care face parte integrantă din prezentul Cod.

CAPITOLUL II

OBLIGAȚIILE AGENȚILOR ECONOMICI

Art. 8. – Agenții economici sunt obligați să pună pe piață numai produse sau servicii sigure, care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, să se comporte în mod corect în relațiile cu consumatorii și să nu folosească practici comerciale abuzive.

Art. 9. – Sunt interzise importul, fabricația, distribuția, precum și comercializarea produselor falsificate ori contrafăcute, periculoase sau care au parametrii de securitate neconformi care pot afecta viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor.

Art. 10. – Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs, de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs.

Art. 11. – Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia.

Art. 12. – Cheltuielile legate de înlocuirea produselor defecte, de remedierea sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vânzător și recuperate de acesta de la producător sau, după caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lanțul de distribuție, dacă prin contractul încheiat între aceștia nu s-a stabilit altfel.

Art. 13. – Orice persoană care are calitatea de producător, distribuitor sau vânzător de produse alimentare va comercializa numai alimente care prezintă siguranță pentru consumator, sunt salubre și apte pentru consum uman.

Art. 14. – Consumatorii trebuie să primească toate informațiile necesare pentru o utilizare corespunzătoare, potrivit destinației inițiale a bunurilor.

Art. 15. – În cazul în care agenții economici iau cunoștință, la o dată ulterioară punerii pe piață a produselor comercializate, despre existența unor pericole care, la momentul punerii pe piață nu puteau fi cunoscute, trebuie să anunțe, fără întârziere, autoritățile competente și să facă aceste informații publice.

Art. 16. – În cazul produselor identificate sau identificabile cu defecte, producătorii și/sau distribuitorii au obligația de a le retrage de pe piață, de a le înlocui sau de a le repara, iar în situația în care aceste măsuri nu pot fi făcute într-o perioadă rezonabilă de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, consumatorul trebuie să fie compensat în mod corespunzător .

Art. 17. – În cazul lipsei conformității, astfel cum este prevăzut în actele normative în domeniul conformității produselor, constatate de consumator, acesta are dreptul de a solicita vânzătorului, ca măsură reparatorie, repararea sau înlocuirea produselor, în fiecare caz fără plată, cu excepția cazului în care această solicitare este imposibilă sau disproporționată.

Art. 18. – Orice reparare sau înlocuire a produselor va fi făcută în cadrul unei perioade rezonabile de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, luând în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele, în condițiile legii.

Art. 19. – Guvernul elaborează prevederi privind regulile de securitate, standardele naționale sau de aderare la standardele europene, standardele voluntare cât și cele privind întocmirea

documentelor de conformitate care asigură că produsele comercializate pe piață sunt sigure.

Art. 20. – Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, fiind, totodată, conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.

Art. 21. – Agenții economici sunt obligați să comercializeze alimente care:

- a) sunt însoțite de documente care le atestă originea, proveniența și securitatea, după caz;
- b) sunt manipulate și comercializate în condiții corespunzătoare de igienă, care nu pun în pericol viața și sănătatea consumatorilor și care respectă normele sanitare în vigoare;
- c) nu afectează viața și sănătatea consumatorilor.

Art. 22. – Se interzice comercializarea produselor ce imită produsele alimentare, fără a fi astfel de produse și care prezintă riscul de a pune în pericol sănătatea sau securitatea consumatorilor, conform reglementărilor legale în vigoare.

Art. 23. – Obligațiile producătorului:

a) să răspundă pentru prejudiciul actual și cel viitor cauzat de produsul cu defect, precum și pentru cel cauzat ca rezultat cumulativ al produsului cu defect cu o acțiune sau o omisiune a unei terțe persoane;

b) să pună pe piață numai produse sigure și, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate și/sau certificate;

c) să pună pe piață numai produse care respectă condițiile prescrise sau declarate;

d) să oprească livrările, respectiv să retragă de pe piață sau de la consumatori produsele la care organele abilitate sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea caracteristicilor prescrise, declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea ori securitatea

consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitățile respective;

e) să asigure, în cursul procesului de producție, condiții igienico-sanitare conform normelor sanitare în vigoare.

Art. 24. – Obligațiile distribuitorilor:

a) să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și respectă condițiile prescrise sau declarate;

b) să nu comercializeze produse despre care dețin informații sau consideră că pot fi periculoase;

c) să anunțe, imediat, autoritățile publice competente, precum și producătorul, despre existența pe piață a oricărui produs de care au cunoștință că este periculos;

d) să retragă de la comercializare produsele la care organele abilitate de lege au constatat că nu îndeplinesc caracteristicile prescrise sau declarate, dacă acesta constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitățile respective;

e) să asigure condițiile tehnice stabilite de producător, precum și condițiile igienico-sanitare pe timpul transportului, manipulării, depozitării și desfacerii, conform normelor în vigoare.

Art. 25. – Obligațiile prestatorilor de servicii:

a) să folosească, în cadrul serviciilor prestate, numai produse și proceduri sigure și, după caz, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate și/sau certificate și să anunțe imediat existența pe piață a oricărui produs despre care au cunoștință că este periculos;

b) să presteze numai servicii care nu afectează viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;

c) să respecte condițiile prescrise sau declarate, precum și clauzele prevăzute în contracte;

d) să asigure, la prestarea serviciilor, condițiile tehnice stabilite de producător, precum și condițiile igienico-sanitare, conform normelor în vigoare;

e) să răspundă pentru prejudiciul actual și cel viitor cauzat de serviciul defectuos prestat.

Art. 26. – (1) Alte obligații ale agenților economici sunt:

a) de a comercializa sau oferi, cu titlu gratuit, numai produse sigure, aflate în cadrul termenului de valabilitate și care nu prezintă riscuri pentru viața, sănătatea și/sau securitatea consumatorilor;

b) de a nu comercializa, în spații în care nu pot fi asigurate condițiile de păstrare cerute de producător pentru a se preveni perisabilitatea accelerată, produse alimentare preambalate sau ambalate;

c) de a nu comercializa, în alte condiții decât cele cerute de legislația în vigoare, produse nealimentare noi, folosite sau recondiționate, fără a putea fi, acolo unde este cazul, probate, verificate sau asigurate condițiile de păstrare cerute de producător, pentru a se asigura menținerea caracteristicilor inițiale ale produselor;

d) de a nu importa, în vederea distribuției cu titlu oneros sau gratuit, produse periculoase, expirate sau care pot afecta viața, sănătatea și/sau securitatea consumatorilor prin utilizarea acestora.

(2) Dispozițiile alin.(1) se aplică și persoanelor fizice sau juridice care pot avea calitatea de agent economic.

CAPITOLUL III DREPTURILE CONSUMATORILOR

Art. 27. – Consumatorii beneficiază de următoarele drepturi:

a) de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le aducă atingere drepturilor și intereselor legitime;

b) de a fi informați complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori;

c) de a avea acces la piețe care le asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;

d) de a fi despăgubiți în mod real și corespunzător pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;

e) de a se organiza în asociații ale consumatorilor, în scopul apărării drepturilor și intereselor lor;

f) de a refuza încheierea contractelor care cuprind clauze abuzive, conform prevederilor legale în vigoare;

g) de a nu li se interzice de către un agent economic să obțină un beneficiu prevăzut în mod expres de lege.

Art. 28. – Se interzice refuzul vânzării unui produs sau prestării unui serviciu către un consumator fără un motiv justificat conform prevederilor legale în vigoare.

CAPITOLUL IV CADRUL ORGANIZATORIC AL ORGANIZAȚIILOR NEGVERNAMENTALE

Art. 29. – Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele constituite la nivel central sau local, cu rol în domeniul protecției consumatorilor, în care organele administrației publice sunt reprezentate.

Art. 30. – Personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor sau ale altor autorități, cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, nu au dreptul de a deține funcții în organele de conducere ale organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

Art. 31. – Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi consultate de către autoritățile administrației publice cu

atribuții în domeniul protecției consumatorilor, la elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția consumatorilor, cu privire la:

a) cunoașterea cerințelor consumatorilor privind sortimentele și calitatea produselor și serviciilor;

b) formarea unei atitudini corecte a agenților economici, angajați în producerea și comercializarea produselor și prestarea serviciilor, față de calitatea acestora;

c) prevenirea practicilor comerciale abuzive și a publicității de natură a afecta drepturile și interesele legitime ale consumatorilor.

Art. 32. – Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor au următoarele drepturi și obligații:

a) de a fi sprijinite logistic de către organismele administrației publice centrale și locale, în vederea atingerii obiectivelor lor;

b) de a primi sume de la bugetul de stat și de la bugetele locale;

c) de a fi consultate, cu ocazia elaborării actelor normative, standardelor sau specificațiilor care definesc caracteristicile tehnice și calitative ale produselor și serviciilor destinate consumatorilor;

d) de a solicita, autorităților competente, luarea de măsuri în vederea opririi producției sau retragerii de pe piață a produselor ori serviciilor care nu asigură nivelul calitativ prevăzut în documentele stabilite de lege sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor;

e) de a propune, agenților economici, realizarea de produse și servicii în condiții speciale, în vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de vârstă a treia;

f) de a solicita și de a obține informații asupra prețului și caracteristicilor calitative ale produselor sau serviciilor, de natură să ajute consumatorul la luarea unei decizii asupra achiziționării acestora;

g) de a informa opinia publică, prin mass-media, asupra neconformității produselor și serviciilor existente pe piață, precum și asupra posibilelor consecințe vătămătoare dovedite, ale acestora, pentru consumatori;

h) de a introduce acțiuni în justiție pentru apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor.

Art. 33. – Reprezentanții organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor nu au drept de control al agenților economici.

CAPITOLUL V CADRUL GENERAL AL SECURITĂȚII PRODUSELOR

Art. 34. – Riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, evaluarea riscului făcându-se în funcție de următoarele aspecte:

a) caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;

b) efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;

c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;

d) categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului.

Art. 35. – (1) Orice agent economic este obligat să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

(2) Orice comerciant trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea și/sau consumul acestora.

Art. 36. – Este interzisă comercializarea produselor care nu sunt sigure, cât și a produselor neînsoțite de documentația obligatorie prevăzută de lege, prin care să se ateste că ele au fost testate și/sau certificate, după caz.

CAPITOLUL VI CADRUL GENERAL PRIVIND OBLIGATIVITATEA INFORMĂRII ȘI EDUCĂRII CONSUMATORILOR

Art. 37. – Statul trebuie să realizeze și să încurajeze folosirea de programe menite să asigure o informare și o educare corespunzătoare consumatorilor, pentru a permite acestora să acționeze în mod distinct, în vederea unei alegeri corecte bazată pe o informare corespunzătoare asupra bunurilor și a serviciilor și să fie cunoscători ai drepturilor și responsabilităților ce le revin.

Art. 38. – Statul, prin mijloacele sale, are ca scop protejarea consumatorilor la achiziționarea de produse și servicii, precum și protejarea interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.

Art. 39. – Educarea consumatorilor poate deveni o parte din programul de învățământ sau o componentă a obiectelor de studii, concretizată prin colaborarea instituțiilor de învățământ cu autoritățile administrației publice, cu atribuții în acest sens.

Art. 40. – Programele de educare și informare a consumatorilor pot să cuprindă, ca aspecte importante ale protecției acestora:

- a) legislația referitoare la protecția consumatorilor, agenții și organizații ale consumatorilor;
- b) sănătatea, alimentația, prevenirea îmbolnăvirilor și prevenirea achiziționării de produse alimentare falsificate;
- c) riscurile produselor;

d) interesele economice ale consumatorilor la achiziționarea de servicii, inclusiv a celor financiare;

e) etichetarea produselor, cu precizarea informațiilor necesare consumatorilor;

f) informații despre dificultăți și măsuri de rezolvare a acestora, prețuri, calitate, condiții de creditare;

g) protecția mediului, după caz.

Art. 41. – Programele ce privesc educarea și informarea consumatorilor pot fi implementate și prin intermediul organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

Art. 42. – Agenții economici pot contribui și colabora cu terțe părți la realizarea unor programe reale și eficiente de educare și informare a consumatorilor.

Art. 43. – Având în vedere necesitatea asigurării unei informări complete, concrete și inteligibile a consumatorilor pot fi inițiate programe privind informarea consumatorilor prin mass-media.

Art. 44. – Consumatorii au dreptul de a fi informați, în mod complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare oferite de către agenții economici, astfel încât să aibă posibilitatea de a face o alegere rațională între produsele și serviciile oferite, în conformitate cu interesele lor economice și de altă natură și să fie în măsură să le utilizeze, potrivit destinației acestora, în deplină siguranță și securitate.

Art. 45. – Informațiile privind protejarea vieții, sănătății și securității consumatorilor trebuie să fie comunicate acestora, pe cât este posibil și prin simboluri grafice internaționale, ușor de înțeles.

Art. 46. – Informarea consumatorilor despre produsele și serviciile oferite se realizează, în mod obligatoriu, prin elemente de

identificare și caracterizare ale acestora, înscrise la vedere, în mod vizibil, lizibil și ușor de înțeles, după caz, pe produs, etichetă, ambalaj de vânzare sau în cartea tehnică, instrucțiunile de folosire ori altele asemenea, ce însoțesc produsul sau serviciul, în funcție de natura acestuia.

Art. 47. – Consumatorii trebuie să fie informați despre riscurile la care sunt implicați prin folosirea normală sau previzibilă a bunurilor.

Art. 48. – Scopul etichetării este de a oferi consumatorilor informațiile necesare, suficiente, verificabile și ușor de comparat, astfel încât să permită acestora să aleagă acel produs care corespunde exigențelor lor din punct de vedere al nevoilor și posibilităților lor financiare, precum și de a cunoaște eventualele riscuri la care ar putea fi supuși.

Art. 49. – Informațiile de pe etichetele produselor trebuie să fie înscrise în limba română, indiferent de țara producătoare, fără a se exclude prezentarea lor și în alte limbi, să fie vizibile, lizibile și inscripționate într-un mod care să nu permită ștergerea lor.

Art. 50. – Etichetarea și metodele prin care aceasta se realizează nu trebuie să atribuie alimentelor proprietăți de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor sau să facă referiri la astfel de proprietăți; sunt exceptate de la această interdicție apele minerale naturale, precum și orice alimente cu destinații nutriționale speciale, expres prevăzute prin acte normative.

Art. 51. – Pentru produsele alimentare, producătorul, astfel cum este definit în anexă, are obligația de a informa despre denumirea produsului, denumirea și/sau marca producătorului, adresa producătorului, cantitatea și, după caz, termenul de valabilitate sau data durabilității minimale, lista ingredientelor, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare,

manipulare, depozitare sau păstrare, despre contraindicații, mențiuni suplimentare pe grupe de produse, precum și alte mențiuni prevăzute de lege.

Art. 52. – Pentru produsele de folosință îndelungată, acestea trebuie să fie însoțite de certificatul de garanție și, dacă reglementările în vigoare prevăd, de declarația de conformitate, precum și de cartea tehnică ori de instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, eliberate de către producător, conform prevederilor legale.

Art. 53. – Vânzătorul trebuie să informeze consumatorii despre prețul final al produsului și să ofere acestora toate informațiile și documentele tehnice care trebuie să însoțească produsul.

Art. 54. – Toate informațiile privitoare la produsele și serviciile oferite consumatorilor, documentele însoțitoare, precum și contractele preformulate, trebuie să fie scrise în limba română, indiferent de țara de origine a acestora, fără a exclude prezentarea acestora și în alte limbi.

Art. 55. – Denumirea sub care este vândut alimentul consumatorului sau agenților economici care prepară ori furnizează hrana pentru populație este cea prevăzută de reglementările specifice alimentului respectiv.

Art. 56. – În cazul prestărilor de servicii, informațiile trebuie să cuprindă categoria calitativă a serviciului, după caz, timpul de realizare, termenul de garanție și postgaranție, prețurile și tarifele, riscurile previzibile și, după caz, alte documente prevăzute expres de lege. În cazul serviciilor financiare, agenții economici sunt obligați să ofere consumatorilor informații complete, corecte și precise asupra drepturilor și obligațiilor ce le revin.

Art. 57. – La punerea pe piață a produselor de folosință îndelungată, agenții economici pot efectua demonstrații de utilizare, în public sau prin intermediul mass-media, în scopul promovării produsului respectiv.

Art. 58. – Agenții economici sunt obligați să demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, cu ocazia cumpărării, modul de utilizare și funcționare a produselor ce urmează a fi vândute, după caz.

Art. 59. – Obligația informării consumatorului privind elementele esențiale referitoare la produsul achiziționat nu poate fi înlăturată, de către agentul economic care l-a comercializat, prin invocarea secretului comercial sau profesional, cu excepția cazurilor prevăzute de lege.

Art. 60. – Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a afirmațiilor și indicațiilor care nu sunt conforme cu parametrii ce caracterizează produsele și serviciile și care nu pot fi probate.

Art. 61. – Comercializarea produselor și prestarea serviciilor se fac numai în locuri și în spații autorizate, conform reglementarilor legale în vigoare.

Art. 62. – Este obligatorie afișarea, în mod vizibil, a denumirii unității, a autorizației de funcționare, a avertismentelor obligatorii prevăzute de lege, precum și afișarea orarului de funcționare.

CAPITOLUL VII

CADRUL GENERAL PRIVIND PREȚURILE ȘI TARIFELE

Art. 63. – Agentul economic care, în rețeaua de distribuție, oferă spre vânzare produse/servicii, trebuie să indice prețul de vânzare/tarifal practicat și prețul pe unitatea de măsură, conform reglementărilor legale în vigoare.

Art. 64. – Prețurile și tarifele trebuie indicate în mod vizibil și într-o formă neechivocă, ușor de citit, prin marcare, etichetare și/sau afișare.

Art. 65. – Informațiile furnizate de aparatele de măsură utilizate pentru determinarea cantității produselor vândute în vrac trebuie să fie clare și ușor vizibile pentru consumator.

Art. 66. – Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unei sume de bani cu titlu de avans, agentul economic este obligat să elibereze consumatorului, la plata acontului, un document fiscal conform legislației în vigoare sau, după caz, un contract scris și să respecte condițiile contractuale.

Art. 67. – Agenții economici care, potrivit legislației în vigoare, sunt obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale, vor elibera bonuri fiscale consumatorilor de produse/servicii, aceștia având obligația de a păstra aceste documente, cel puțin până la momentul părăsirii spațiului comercial respectiv.

CAPITOLUL VIII PUBLICITATEA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR

Art. 68. – Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă și să fie elaborată în spiritul responsabilității sociale.

Art. 69. – Se interzice publicitatea care:

- a) este înșelătoare;
- b) este subliminală;
- c) prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică;
- d) include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate;
- e) atentează la convingerile religioase sau politice;

f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor;

g) exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor;

h) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;

i) încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător;

j) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii, care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

Art. 70. – Autorul, realizatorul de publicitate și reprezentantul legal al mijlocului de difuzare răspund solidar cu persoana care își face publicitate, în cazul încălcării prevederilor prezentului Cod, cu excepția cazurilor expres prevăzute prin lege și la care răspunderea este menționată în sarcina altei persoane.

Art. 71. – Dacă persoana care își face publicitate nu are sediul în România sau dacă nu poate fi identificată, răspunderea revine, după caz, reprezentantului său legal în România, autorului, realizatorului de publicitate sau reprezentantului legal al mijlocului de difuzare.

Art. 72. – Persoana care își face publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar și este obligată, la solicitarea instituțiilor și autorităților publice abilitate să aplice și să constate contravenții în domeniul publicității, să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora. În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de maximum 7 zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

Art. 73. – În scopul protejării vieții, sănătății, securității și informării corecte a consumatorilor, statul poate adopta măsuri de interzicere totală sau parțială a publicității anumitor produse.

CAPITOLUL IX DREPTURILE CONSUMATORILOR LA ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR

Art. 74. – Orice contract încheiat între comercianți și consumatori, pentru vânzarea de bunuri sau prestarea de servicii, va cuprinde clauze contractuale clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sunt necesare cunoștințe de specialitate.

Art. 75. – Orice informații privind pachetele de servicii turistice, prețurile acestora, contractele de credit pentru consum și toate celelalte condiții aplicabile contractului, comunicate de organizator sau de detailist consumatorului, trebuie să conțină indicații corecte și clare, care să nu permită interpretări echivoce ale acestora.

Art. 76. – În caz de dubiu asupra interpretării unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

Art. 77. – Se interzice comercianților stipularea de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

Art. 78. – O clauză contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul va fi considerată abuzivă dacă, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, creează, în detrimentul consumatorului și contrar cerințelor bunei-credințe, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților.

Art. 79. – O clauză contractuală va fi considerată ca nefiind negociată direct cu consumatorul, dacă aceasta a fost stabilită fără a da posibilitate consumatorului să influențeze natura ei, cum ar fi contractele preformulate sau condițiile generale de vânzare practicate de comercianți pe piața produsului sau serviciului respectiv.

Art. 80. – Faptul că anumite aspecte ale clauzelor contractuale sau numai una dintre clauze a fost negociată direct cu consumatorul nu exclude aplicarea prevederilor legale pentru restul contractului, în cazul în care o evaluare globală a contractului evidențiază că acesta a fost prestabilit unilateral de comerciant. Dacă un comerciant pretinde că o clauză preformulată a fost negociată direct cu consumatorul este de datoria lui să prezinte probe în acest sens.

Art. 81. – Contractul trebuie să stipuleze, cu caractere mari și în imediata vecinătate a locului rezervat pentru semnătura consumatorului, clauza expresă despre dreptul de denunțare unilaterală a contractului, după caz, precum și numele și adresa comerciantului față de care consumatorul poate să își exercite acest drept, conform dispozițiilor legale.

Art. 82. – Comerciantul este obligat să remită consumatorului un exemplar din contractul încheiat și să poată proba acest lucru în fața organelor de control.

Art. 83. – Dreptul consumatorului la denunțarea contractului nu poate fi anulat de nici o clauză contractuală sau înțelegere între părți, în cazurile prevăzute de lege, aceasta fiind considerată nulă de drept.

CAPITOLUL X DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Art. 84. – (1) Acțiunile de control și supraveghere a pieței sunt efectuate de personalul împuternicit al autorităților publice centrale și teritoriale cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, conform competențelor specifice.

(2) Personalul prevăzut la alin. (1) este autorizat să facă copii de pe materialele și documentele care au legătură cu obiectul controlului și care se află în posesia celor inspectați și să solicite referințe despre acestea, numai dacă s-a constatat o abatere de la lege.

(3) Personalul împuternicit este obligat să păstreze secretul profesional și să nu divulge unei terțe părți secretele comerciale sau alte informații confidențiale ori particulare obținute în timpul sau în legătură cu acțiunile de control, dacă nu li se cere să facă aceasta de către o autoritate judecătorească sau de către partea inspectată. În cazul în care personalul cu atribuții de control identifică sau suspectează neconformarea cu prevederile actelor normative din domeniul protecției consumatorilor în vigoare, acesta poate adopta și/sau dispune măsuri în conformitate cu prevederile acestora.

(4) Personalul prevăzut la alin. (1) poate solicita, pe timpul controlului, pentru aducerea la îndeplinire în bune condiții a atribuțiilor de serviciu, după caz, protecția personală și sprijinul organelor responsabile cu ordinea și liniștea publică care au obligația de a le sprijini în acest sens.

(5) Documentele care conțin date cu caracter personal, sesizările și reclamațiile petenților, precum și documentele de constatare și sancționare contravențională nu pot avea caracter public, cu excepția cazurilor expres prevăzute de lege sau a cazurilor în care părțile ale căror date sunt identificate sau identificabile consimt, în scris, acest fapt.

Art. 85. – (1) În vederea punerii la dispoziția agenților economici și a consumatorilor a unui instrument neutru de informare, ca rezultat al studiilor de piață și sondajelor de opinie, al strategiilor de distribuție, al practicilor comerciale, se va înființa Institutul Național al Consumului, în coordonarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

(2) Organizarea și funcționarea Institutului Național al Consumului se stabilesc prin hotărâre a Guvernului.

(3) Institutul Național al Consumului este organizat ca instituție publică de interes național, cu personalitate juridică, sub forma unui centru de cercetare, informare și studii în domeniul consumului, ale cărui venituri sunt acordate din surse bugetare și extrabugetare, în condițiile legii.

(4) Activitățile Institutului Național al Consumului se realizează cu sprijinul reprezentanților administrației publice centrale, ai societății civile, ai personalităților în domeniu, ai organizațiilor patronale și ai organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

(5) Institutul Național al Consumului sprijină organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor în activitatea de informare și educare a consumatorilor.

Art. 86. – Autoritatea cu atribuții de protecție a consumatorilor, în toate cazurile în care constată nerespectarea actelor normative în domeniul protecției consumatorilor, este împuternicită să aplice sancțiuni contravenționale principale, complementare, să dispună măsuri complementare și să sesizeze organele de cercetare penală în cazul în care faptele constatate pot constitui infracțiuni.

Art. 87. – (1) Reglementările legale în vigoare privind protecția consumatorului care nu sunt cuprinse în prezenta lege se vor prelua ca anexe ale acesteia.

(2) În termen de 18 luni de la data publicării prezentei legi în Monitorul Oficial al României, Partea I, Guvernul va prezenta Parlamentului, spre adoptare, proiectul de lege cu privire la anexele prevăzute la alin. (1).

Art. 88. – Prezenta lege intră în vigoare la data de 1 ianuarie 2007.

DEFINIȚII

În sensul legislației privind protecția consumatorilor, termenii și expresiile de mai jos se definesc astfel:

1. *Agent economic* - persoana fizică sau juridică, autorizată, care în cadrul activității sale profesionale fabrică, importă, depozitează, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii;

2. *Aliment nepreambalat* - aliment vrac care nu este supus operațiunii de preambalare și care, pentru vânzare, este măsurat sau cântărit în prezența consumatorului;

3. *Autoritate cu atribuții de protecția consumatorilor* - Autoritatea administrației publice centrale și serviciile sale deconcentrate abilitate să constate și să aplice sancțiuni pentru nerespectarea dispozițiilor privind protecția consumatorilor;

4. *Calitate* - ansamblul de proprietăți și caracteristici ale unui produs sau serviciu, care îi conferă aptitudinea de a satisface, conform destinației acestuia, necesitățile explicite sau implicite;

5. *Centru comercial* - structura de vânzare cu suprafața medie sau mare în care se desfășoară activități de comercializare cu amănuntul de produse, servicii de piață și de alimentație publică, ce utilizează o infrastructură comună și utilități adecvate;

6. *Clauză abuzivă* - clauza contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul și care prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract creează, în detrimentul consumatorilor și contrar cerințelor buneii-credințe, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților;

7. *Comerciant* - persoana fizică sau juridică autorizată să desfășoare activitatea de comercializare a produselor și serviciilor de piață;

8. *Comerț ambulant* - activitatea de comercializare cu amănuntul realizată prin trecere dintr-un loc în altul, în rulote mobile, standuri mobile, chioșcuri mobile sau în vehicule special amenajate

9. *Comerț cu amănuntul/de detail* - activitatea desfășurată de agenții economici care vând produse, de regulă, direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora;

10. *Comerț cu ridicata/de gros* - activitatea desfășurată de agenții economici care cumpără produse în cantități mari, în scopul revânzării acestora în cantități mai mici altor comercianți sau utilizatori profesionali și colectivi;

11. *Comerț de gros cash and carry/formă de comerț cu autoservire pe bază de legitimație de acces* - activitatea desfășurată de agenții economici care vând mărfuri prin sistemul de autoservire către persoane juridice sau persoane fizice autorizate și asociații familiale autorizate conform legii, înregistrate în baza de date a vânzătorului, în scopul revânzării și/sau prelucrării, precum și al utilizării acestora ca produse consumabile;

12. *Comerț în zone publice* - activitatea de comercializare a produselor și serviciilor, desfășurată permanent sau sezonier în piețe, târguri, oboare, pasaje publice, porturi, aeroporturi, gări, autogări, drumuri publice și străzi sau orice zonă de altă natură destinată folosinței publice;

13. *Consumator/consumator final* - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care cumpără, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii în afara activității profesionale;

14. *Contract încheiat cu consumatorii* - contractele încheiate între comercianți și consumatori, inclusiv certificatele de garanție, bonurile de comandă, facturile, borderourile sau bonurile de livrare, biletele, tichetele care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite;

15. *Data durabilității minimale* - data stabilită de producător, până la care un produs alimentar își păstrează caracteristicile specifice în condiții de depozitare corespunzătoare; produsele pentru care se stabilește data durabilității minimale nu trebuie să fie periculoase nici după această dată;

16. *Declarație de conformitate* - declarația făcută de către un producător sau un prestator, prin care acesta informează, pe propria răspundere, despre faptul că un produs sau un serviciu este conform cu un document tehnic normativ;

17. *Distribuitor* - agentul economic din lanțul de distribuție, a cărei activitate profesională nu afectează caracteristicile produsului;

18. *Durata medie de utilizare* - intervalul de timp, stabilit în documente tehnice normative sau declarat de către producător ori convenit între părți, în cadrul căruia produsele de folosință îndelungată

trebuie să își mențină caracteristicile funcționale, dacă au fost respectate condițiile de transport, manipulare, depozitare și exploatare;

19. *Etichetă* - orice material scris, imprimat, litografiat, gravat sau ilustrat, care conține elemente de identificare a produsului și care însoțește produsul sau este aderent la ambalajul acestuia;

20. *Exercițiu comercial* - una sau mai multe activități de comercializare cu ridicata, cu amănuntul, de tip cash and carry, de alimentație publică, precum și a serviciilor desfășurate de un comerciant;

21. *Garanție* - orice angajament asumat de vânzător sau producător față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de restituire a prețului plătit de consumator, de reparare sau de înlocuire a produsului cumpărat, în cazul în care acesta nu corespunde condițiilor enunțate în declarațiile referitoare la garanție sau în publicitatea aferentă;

22. *Ingredient alimentar* - orice substanță, inclusiv aditivii, utilizată la producerea sau la prepararea unui aliment și care va fi conținută și de produsul finit ca atare sau într-o formă modificată;

23. *Lot* - un ansamblu de unități de vânzare dintr-un aliment fabricat, prelucrat sau ambalat în condiții practic identice;

24. *Pachet de servicii turistice* - combinația prestabilită a cel puțin două dintre următoarele trei grupe de servicii, cu condiția ca durata neîntreruptă a acestora să depășească 24 de ore sau să cuprindă o înnoptare, și anume, transport, cazare și alte servicii, fără legătură cu transportul sau cazarea sau care nu sunt accesorii ale acestora și care reprezintă o parte semnificativa a pachetului de servicii turistice, cum ar fi: alimentație, tratament balnear, agrement și altele asemenea;

25. *Pagubă* - prejudiciul creat consumatorilor prin utilizarea unui produs periculos sau a unui produs cu defecte, precum și cel creat de servicii necorespunzătoare furnizate de prestator. Prejudiciul poate fi material, vătămarea integrității corporale sau a sănătății, precum și pierderea vieții;

26. *Practici comerciale abuzive* - metode de vânzare restrictive sau condiționate care afectează interesele consumatorilor;

27. *Prestator* - agentul economic care furnizează servicii;

28. *Producător*:

a) agentul economic care fabrică un produs finit sau o componentă a unui produs;

b) agentul economic care fabrică materie primă;

- c) agentul economic care își aplică denumirea, marca sau un alt semn distinctiv pe produs;
- d) agentul economic care recondiționează produsul;
- e) agentul economic sau distribuitorul care prin activitatea sa modifică caracteristicile produsului;
- f) reprezentantul înregistrat în România al unui agent economic care nu are sediul în România sau, în cazul inexistenței acestuia, importatorul produsului;
- g) agentul economic care importă produse în vederea realizării ulterioare a unei operațiuni de vânzare, închiriere, leasing sau orice altă formă de distribuție specifică derulării afacerilor sale;
- h) distribuitorul produsului importat, în cazul în care nu se cunoaște importatorul, chiar dacă producătorul este menționat;
- i) distribuitorul produsului, în cazul în care importatorul nu poate fi identificat, dacă nu informează persoana prejudiciată în termen de 30 de zile de la cererea acesteia asupra identității importatorului;

29. *Prodot* - bun material a cărui destinație finală este consumul sau utilizarea individuală ori colectivă; sunt considerate produse energia electrică, energia termică, apa și gazele livrate pentru consumul individual;

30. *Prodot cu defecte* - produsul la care modul de prezentare, utilizarea previzibilă și data achiziționării nu oferă siguranță consumatorilor, producând pagube acestuia;

31. *Prodot de folosință îndelungată* - produsul relativ complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata medie de utilizare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activitatea de întreținere;

32. *Prodot contrafăcut* - orice bun, inclusiv ambalajul acestuia, la care se constată utilizarea fără autorizare a unei mărci care este identică cu o marcă legal înregistrată, sau produsul care nu poate fi diferențiat în aspectele sale esențiale de un produs de marcă, prin care se încalcă drepturile prevăzute de lege ale deținătorului legal al mărcii respective;

33. *Prodot falsificat* - produs la care se constată alterarea sub orice formă a elementelor de identificare a unei mărci, denumiri, sigle ori desen industrial legal înregistrate, de natură a induce în eroare asupra provenienței sale, la produse care nu au fost fabricate de deținătorul legal al mărcii ori împuternicit al acestuia, sau la care s-a constatat utilizarea mărcii legal înregistrate fără a exista acordul titularului;

34. *Prodot folosit* - produs folosit de un alt consumator, reparat și testat, corespunzător din punct de vedere tehnic și funcțional unui produs similar nou sau recondiționat, și care este un produs sigur;

35. *Prodot periculos* - produsul care nu poate fi definit ca produs sigur;

36. *Prodot recondiționat* - produs nou cu ambalaj deteriorat, aspect fizic exterior necorespunzător, mici defecte de fabricație, dar care este adus la parametri tehnici de funcționare inițiali dați de producător prin remediere;

37. *Prodot sigur* - produsul care, folosit în condiții normale sau previzibile, nu prezintă riscuri sau care prezintă riscuri minime, ținând seama de întrebuințarea acestuia; riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, în funcție de următoarele aspecte:

a) caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;

b) efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;

c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;

d) categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului;

38. *Punere pe piață* - acțiunea de a face disponibil pentru prima dată, contra cost sau gratuit, un produs sau un serviciu în vederea distribuirii sau utilizării;

39. *Recondiționare* - repararea unui produs nou anterior punerii pe piață, pentru a corespunde condițiilor enunțate în declarațiile de garanție sau în publicitatea aferentă, la specificațiile prevăzute în contractul de vânzare-cumpărare pentru un produs nou și nereparat;

40. *Reparare* - aducerea produsului care nu corespunde condițiilor enunțate în declarațiile de garanție sau în publicitatea aferentă, la specificațiile prevăzute în contractul de vânzare cumpărare, alte documente, ori în alte dispoziții legale;

41. *Serviciu* - activitatea, alta decât cea din care rezultă produse, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

42. *Serviciu de alimentație publică* - activitatea de pregătire, preparare, prezentare și servire a produselor și a băuturilor pentru consumul acestora în unități specializate sau la domiciliul/locul de muncă al consumatorilor;

43. *Serviciu financiar* – unele servicii de natură bancară, credite, asigurări, pensii private, investiții sau plăți;

44. *Serviciu de piață* - orice acțiune sau prestație care face obiectul vânzării-cumpărării pe piața și care nu are drept consecință transferul proprietății asupra unui bun corporal, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

45. *Structura de vânzare* - spațiul de desfășurare a unuia sau mai multor exerciții comerciale;

46. *Structura de vânzare cu suprafață mare* - structura de vânzare având o suprafață de vânzare mai mare de 1.000 mp;

47. *Structura de vânzare cu suprafață medie* - structura de vânzare având o suprafață de vânzare cuprinsă între 400-1.000 mp inclusiv;

48. *Structura de vânzare cu suprafață mică* - structura de vânzare având o suprafață de vânzare de până la 400 mp inclusiv;

49. *Suprafața de vânzare* - suprafața destinată accesului consumatorilor pentru achiziționarea produsului/serviciului, expunerii produselor oferite, plății acestora și circulației personalului angajat pentru derularea activității. Nu constituie suprafețe de vânzare cele destinate depozitarii și păstrării mărfurilor;

50. *Suprafața de vânzare a unui centru comercial* - suma suprafețelor de vânzare cu amănuntul de produse și servicii de piață și de alimentație publică cuprinse în acesta;

51. *Termen de garanție* - limita de timp, care curge de la data dobândirii produsului sau serviciului, până la care producătorul sau prestatorul își asumă responsabilitatea remedierii sau înlocuirii produsului ori serviciului achiziționat, pe cheltuiala sa, dacă deficiențele nu sunt imputabile consumatorilor;

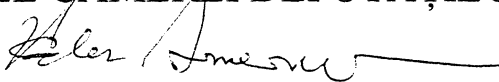
52. *Termen de valabilitate* - limita de timp, stabilită de producător, până la care un produs perisabil sau un produs care în scurt timp poate prezenta un pericol imediat pentru sănătatea consumatorilor își păstrează caracteristicile specifice, dacă au fost respectate condițiile de transport, manipulare, depozitare și păstrare; pentru produsele alimentare acesta reprezintă data limită de consum;

53. *Vânzător* - distribuitorul care oferă produsul consumatorilor;

54. *Viciu ascuns* - deficiența calitativă a unui produs livrat sau a unui serviciu prestat care nu a fost cunoscută și nici nu putea fi cunoscută de către consumator prin mijloacele obișnuite de verificare.

Acest proiect de lege a fost adoptat de Camera Deputaților în ședința din 24 iunie 2004, cu respectarea prevederilor articolului 76 alineatul (2) din Constituția României, republicată.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR


Valer Dorneanu