

**LEGE**  
**privind unele practici incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii**  
**și de armonizare a legislației privind protecția consumatorilor cu legislația**  
**europeană**

**Parlamentul României adoptă prezenta lege:**

**TITLUL I**  
**Definirea și interzicerea unor practici comerciale incorecte**

**CAPITOLUL I**  
**Dispoziții generale**

**Art.1.** - Prezenta lege are drept scop o mai bună funcționare a pieței și asigurarea unui nivel înalt de protecție a consumatorilor prin reglementarea practicilor comerciale ce pot aduce atingere intereselor economice ale consumatorilor.

**Art. 2.** - În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarea semnificație:

a) „consumator”: orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

b) „comerciant”: orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, precum și orice persoană care acționează în numele sau pe seama acestuia;

c) „produs”: orice bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;

d) „practici ale comercianților în relația cu consumatorii”, denumite în continuare «practici comerciale»: orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau prezentare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant, în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor;

e) „deformarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor”: folosirea unei practici comerciale ce afectează considerabil capacitatea consumatorilor de a lua o decizie în cunoștință de cauză și ce determină, prin urmare, luarea de către consumatori a unei decizii pe care altfel nu ar fi luat-o;

f) „cod de conduită”: acord sau ansamblu de reguli care nu este impus prin legislație sau dispoziții administrative și care definește comportamentul comercianților care se angajează să îl respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale sau la unul sau mai multe sectoare de activitate;

g) „responsabil de cod”: orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă cu întocmirea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu supravegherea respectării acestui cod de către cei care s-au angajat să îl respecte;

h) „diligența profesională”: competența și sollicitudinea pe care se așteaptă, în mod rezonabil, ca un comerciant să le manifeste față de consumatori, în conformitate cu practicile corecte de piață și/sau cu principiul general al buneii credințe, în domeniul său de activitate;

i) „invitație de a cumpăra”: o prezentare comercială prin care se menționează caracteristicile și prețul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor utilizate pentru aceasta și care, prin urmare, permite consumatorului achiziționarea de bunuri;

j) „influența nejustificată”: folosirea unei poziții de forță față de consumator de manieră să exercite presiune asupra acestuia, chiar fără a recurge sau a amenința cu recurgerea la forță fizică, într-un mod care limitează semnificativ capacitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză;

k) „decizie de tranzacționare”: orice decizie luată de un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, modalitatea de plată - integrală sau parțială, păstrarea sau renunțarea la produs sau exercitarea unui drept contractual, aceasta putând conduce la acțiunea consumatorului sau la abținerea de a acționa;

l) „profesie reglementată”: o activitate sau un ansamblu de activități profesionale pentru care accesul sau exercitarea este condiționată, direct sau indirect, în conformitate cu legislația în vigoare, de deținerea unui document care să ateste nivelul de formare profesională.

### **Art. 3. - (1) Prezenta lege se aplică:**

a) practicilor incorecte ale comercianților în relație cu consumatorii, așa cum sunt definite la art. 4, înainte, în timpul și după o tranzacție comercială referitoare la un produs;

b) fără a aduce atingere dispozițiilor legale ce reglementează contractele și, în special, prevederilor referitoare la validitatea, întocmirea sau efectele contractelor;

c) fără a aduce atingere dispozițiilor comunitare sau naționale privind aspectele de sănătate și securitate a produselor;

d) fără a aduce atingere dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor de judecată;

e) fără a aduce atingere condițiilor de intrare într-o profesie sau de obținere a autorizației pentru desfășurarea acesteia, codurilor deontologice sau altor dispoziții legale specifice ce guvernează profesiunile, în scopul menținerii unui înalt nivel de probitate a acestora;

f) fără a aduce atingere dispozițiilor referitoare la «serviciile financiare», așa cum sunt definite în Ordonanța Guvernului nr.85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, aprobată prin Legea nr.399/2004 și nici dispozițiilor referitoare la bunurile imobiliare în cazul în care aceste dispoziții sunt mai restrictive sau mai riguroase decât cele din prezenta lege.

(2) Prezenta lege nu se aplică dispozițiilor ce reglementează certificarea și indicarea standardului de puritate în cazul metalelor prețioase.

## **CAPITOLUL II**

### **Practici comerciale incorecte**

**Art. 4. - (1)** Practicile comerciale incorecte sunt interzise.

(2) O practică comercială este incorectă dacă:

a) este contrară cerințelor diligenței profesionale;

b) deformează sau este susceptibilă să deformeze în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu pe care îl atinge sau căruia i se adresează, sau al membrului mediu al unui grup, atunci când o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori.

(3) Practicile comerciale susceptibile să deformeze în mod esențial comportamentul economic numai al unui grup de consumatori clar identificabil, cu precădere vulnerabili la respectiva practică sau la produsul la care aceasta se referă, din motive de infirmitate mintală sau fizică, de vârstă sau de credulitate, într-un mod în care comerciantul ar putea, în mod rezonabil, să îl prevadă, trebuie evaluate din perspectiva membrului mediu al acestui grup. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sunt destinate a fi luate ca atare.

(4) Practicile incorecte sunt în special cele:

a) înșelătoare în sensul art. 6 și 7;

b) agresive în sensul art. 8 și 9.

(5) Lista practicilor comerciale care, în orice condiții, se consideră incorecte, este prevăzută la anexa 1.

### **Secțiunea 1**

#### **Practici comerciale înșelătoare**

**Art. 5. -** Practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare.

**Art. 6. - (1)** O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă ea conține informații false sau, în orice situație, inclusiv în prezentarea generală, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu, astfel încât, în ambele ipoteze, fie îl determină, fie este susceptibilă a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, chiar dacă

informațiile sunt, în fapt, corecte în raport cu unul sau mai multe din următoarele elemente:

- a) existența sau natura produsului;
- b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, riscurile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și instrumentarea reclamațiilor, modul și data fabricației sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizarea sa, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;
- c) perioada pentru care comerciantul se angajează, motivele utilizării practicii comerciale și natura desfașurării vânzării, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care ar induce o legătură între produs sau comerciant și o sponsorizare sau o aprobare, direct sau indirect;
- d) prețul sau modul de calcul al prețului sau existența unui avantaj specific al prețului;
- e) necesitatea service-ului, a unei piese separate, a înlocuirii sau reparării;
- f) natura, competențele și drepturile comerciantului sau reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate industrială, de autor sau comercială sau recompense și distincții primite;
- g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de înlocuire sau de rambursare, așa cum sunt prevăzute de Legea nr.449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, sau riscurile pe care consumatorul le poate întâmpina.

(2) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, și ea implică:

- a) orice activitate de comercializare privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creând o confuzie cu alt produs, marca, numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;
- b) nerespectarea de către comerciant a obligațiilor prevăzute în codul de conduită pe care s-a angajat să îl respecte dacă:
  - i) angajamentul său nu este o aspirație, ci este ferm și poate fi verificat;
  - ii) acesta indică, în cadrul unei practici comerciale, că s-a angajat să respecte codul.

**Art. 7. - (1)** O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele acesteia precum și de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, omite o informație esențială necesară consumatorului mediu, ținând cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacționare în cunoștință de cauză și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine luarea de către consumator a unei decizii de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(2) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind omisiune înșelătoare atunci când, ținând cont de aspectele prevăzute la alin. (1), un comerciant ascunde sau oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu sau în contradicție cu informație esențială sau nu indică intenția comercială a practicii, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în oricare din cazuri, consumatorul mediu este determinat sau este susceptibil să fie determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(3) În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spațiu sau în timp, se va ține cont, în momentul determinării practicii ca fiind sau nu „omisiune înșelătoare”, de aceste limite, precum și de orice măsuri luate de către comerciant în vederea punerii informației la dispoziția consumatorului prin alte mijloace.

(4) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații sunt considerate esențiale, dacă nu rezultă deja din context:

a) caracteristicile principale ale produsului, ținând cont de mijlocul de comunicare utilizat și de produs;

b) sediul și celelalte date de identificare ale comerciantului și, în cazul în care acționează pe seama altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare ale acestuia;

c) prețul cu toate taxele incluse sau, dacă prețul nu poate fi în mod rezonabil calculat în avans, ținând cont de natura produsului, modalitatea de calcul al acestuia. De asemenea, unde este cazul, toate costurile adiționale pentru transport, livrare sau taxele poștale ori, în cazul în care aceste cheltuieli nu pot fi, în mod rezonabil, calculate în avans, precizarea că pot exista costuri adiționale ce trebuie suportate de consumator;

d) modalitățile de plată, livrare, executare și cercetarea reclamațiilor, dacă ele diferă de condițiile cerute de diligența profesională;

e) pentru produsele și tranzacțiile ce implică un drept de renunțare sau de reziliere, menționarea acestui drept.

(5) Informațiile prevăzute în legislație ce se referă la prezentările comerciale, inclusiv publicitate sau comercializare, a căror listă nelimitativă este cuprinsă la anexa nr. 2, sunt esențiale.

## **Secțiunea a 2-a** **Practici comerciale agresive**

**Art.8.** - O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul prezentării situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, limitează sau este susceptibilă să limiteze în mod semnificativ libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu, cu privire la produs, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influența nejustificată, și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

**Art.9.** - Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrângere, inclusiv la forța fizică, sau la influența nejustificată, se iau în considerare următoarele elemente:

- a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata acesteia;
- b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau un comportament abuziv;
- c) exploatarea de către comerciant, a unei situații nefericite sau a unei circumstanțe speciale de o asemenea gravitate încât afectează raționamentul consumatorului mediu și de care comerciantul este conștient, în scopul influențării deciziei consumatorului cu privire la produs;
- d) orice obstacol oneros sau disproporționat, neprevăzut în contract, impus de comerciant atunci când consumatorul dorește să își exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a înceta contractul sau de a schimba produsul sau de a se adresa unui alt comerciant;
- e) orice amenințare cu măsuri, în situația în care acestea nu pot fi luate în mod legal.

## **CAPITOLUL III**

### **Competența, sesizare și control**

#### **Secțiunea 1**

#### **Competența și sesizare**

**Art. 10. - (1)** În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim, pot, fie să sesizeze Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte pentru ca aceasta să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sunt susceptibili să săvârșească practici comerciale incorecte.

**(2)** Concurenții pot informa Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte.

**Art. 11. - (1)** Comercianții trebuie să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor în legătură cu practica comercială întreprinsă și sunt obligați, la solicitarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau a instanțelor judecătorești, să le pună acestora la dispoziție documente care să probeze cele afirmate.

**(2)** În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termenul stabilit de solicitanți sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile în cauză se consideră inexacte.

#### **Secțiunea a 2-a**

#### **Răspunderi și sancțiuni**

**Art.12. - (1)** Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor poate dispune măsuri conform prezentei legi, prin ordin emis de conducătorul Autorității

Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau prin decizie emisă de conducătorul Oficiului Județean pentru Protecția Consumatorilor/Oficiului pentru Protecția Consumatorilor din Municipiul București.

(2) Orice persoană care se consideră vătămată într-un drept al său ori într-un interes legitim prin ordinul sau decizia prevăzute la alin. (1) are dreptul de a se adresa instanței de contencios administrativ, în conformitate cu Legea contenciosului administrativ, nr. 554/2004, cu modificările ulterioare.

(3) Ordinul sau decizia emise potrivit alin. (1) se motivează.

**Art. 13. - (1)** Instanțele judecătorești competente sau Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, în măsura în care se consideră necesar, ținând cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, vor dispune în procedură de urgență, chiar fără a exista o dovadă a unei pierderi sau a unui prejudiciu efectiv ori a intenției sau a neglijenței comerciantului una din următoarele măsuri:

a) încetarea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte;

b) dacă practicile comerciale incorecte nu au fost încă puse în practică, dar acest lucru este iminent, interzicerea acestor practici sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru interzicerea practicilor.

(2) În cazul în care, în vederea eliminării efectelor practicilor comerciale incorecte, s-a dispus încetarea respectiv interzicerea acestora, iar hotărârea judecătorească prin care s-a dispus această măsură a rămas definitivă și irevocabilă ori ordinul respectiv decizia emisă potrivit art. 12 alin. (1), nu a fost atacată potrivit art. 12 alin. (2), instanța ce a emis hotărârea definitivă și irevocabilă respectiv Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor:

a) pot solicita publicarea acesteia, integral sau parțial, în forma pe care o consideră adecvată;

b) pot solicita, în plus, publicarea unui comunicat rectificator. Comunicatul rectificator trebuie să cuprindă sediul și celelalte date de identificare ale comerciantului, practica incorectă săvârșită, data la care a fost săvârșită precum și măsurile dispuse.

(3) Publicarea, în condițiile prevăzute la alin. (2), se va face, în toate cazurile, într-un ziar de largă circulație, pe cheltuiala comerciantului.

**Art. 14. - (1)** Prezenta lege nu exclude controlul pe care responsabilii codurilor de conduită îl pot efectua în conformitate cu prevederile din codurile de conduită pe care comercianții s-au angajat să le respecte.

(2) Efectuarea controlului prevăzut la alin. (1) nu exclude și nu limitează dreptul consumatorilor, al asociațiilor sau al concurenților de a sesiza responsabilul de cod și nici dreptul consumatorilor sau al asociațiilor de a se adresa Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau instanței judecătorești competente.

**Art. 15. - (1)** Utilizarea de către comercianți a unor practici comerciale incorecte, astfel cum au fost definite la Capitolul II, constituie contravenții și se sancționează cu amendă de la 3.000 lei la 30.000 lei.

(2) Contravenientul poate achita, pe loc sau în termen de cel mult 48 de ore de la data încheierii procesului-verbal ori, după caz, de la data comunicării acestuia, jumătate din minimul amenzii prevăzute în prezentul act normativ.

(3) Contravențiile prevăzute prin prezenta lege se constată la sesizarea consumatorilor, a asociațiilor, care, potrivit legii, au un interes legitim, ori, din oficiu, de către reprezentanții împuterniciți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

**Art. 16.** - Contravențiilor prevăzute la art. 15 le sunt aplicabile dispozițiile Ordonanței Guvernului 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

## TITLUL II

### Modificarea unor acte normative privind protecția consumatorilor

**Art. I.** - Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări, prin Legea nr. 51/2003, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2 alineatul (1), literele b) și c) se modifică și vor avea următorul cuprins:

“b) „consumator”: orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în executarea contractelor care intră sub incidența prezentei ordonanțe, acționează în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

c) „comerciant”: orice persoană fizică sau juridică care, în executarea contractelor care intră sub incidența prezentei ordonanțe, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, precum și orice persoană care acționează în numele sau pe seama acesteia; “

2. La articolul 6, litera a) se modifică și va avea următorul cuprins:

“a) contractelor la distanță privind serviciile financiare, reglementate prin Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, aprobată prin Legea 399/2004.”

3. Articolul 14 se modifică și va avea următorul cuprins:

**Art.14.** - În cazul livrărilor pentru care nu există o comandă prealabilă, consumatorul este exonerat de orice contraprestație, lipsa răspunsului neavând valoare de consimțământ”.

4. Articolul 23<sup>1</sup> va avea următorul cuprins:

**Art. 23<sup>1</sup>** - Anexa nr. 1 va fi actualizată prin hotărâre a Guvernului.



5. Anexa nr.2 se abrogă.

6. După articolul 23<sup>1</sup> se introduc două noi articole, art. 23<sup>2</sup> și art. 23<sup>3</sup>, cu următorul cuprins:

“**Art. 23<sup>2</sup>** - Consumatorul nu poate fi lipsit de drepturile sale conferite prin prezenta ordonanță.

**Art. 23<sup>3</sup>** - În cazul în care părțile contractante aleg, ca lege aplicabilă contractului la distanță, legea unui stat ce nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o stransă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și, în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă.”

7. După articolul 24 se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

“Prezenta ordonanță transpune prevederile Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și Consiliului privind protecția consumatorilor în cadrul contractelor la distanță, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 144 din 4 iunie 1997 cu modificările ulterioare”.

**Art. II.** - Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 3, litera d) se modifică și va avea următorul cuprins:

“d) „consumator”: orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații care, în cadrul contractelor reglementate de prezenta ordonanță, acționează în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;”

2. Articolul 15 se modifică și va avea următorul cuprins

“**Art.15.** - În cazul livrărilor pentru care nu există o comandă prealabilă, consumatorul este exonerat de orice contraprestație, lipsa răspunsului neavând valoare de consimțământ”.

3. Alineatul (2) al articolului 21 se modifică și va avea următorul cuprins:

“(2) În cazul în care părțile contractante aleg, ca lege aplicabilă contractului la distanță, legea unui stat ce nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o stransă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și, în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă.”

4. După alineatul (2) al articolului 23 se introduce un nou alineat, alin. (3), cu următorul cuprins:

“(3) Plângerile consumatorilor și stabilirea procedurilor de despăgubire în materie de contracte pentru furnizarea de servicii financiare la distanță pot fi rezolvate

și pe cale extrajudiciară, în baza dispozițiilor Legii nr. 192/2006 privind medierea și organizarea profesiei de mediator.”

**Art. III.** - La articolul 7 alineatul (1) din Legea nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 552 din 22 iunie 2004, partea introductivă se modifică și va avea următorul cuprins:

“**Art. 7 - (1)** Producătorul este exonerat de răspundere, conform prevederilor prezentei legi, dacă dovedește unul din următoarele aspecte: .....”

**Art. IV.** - Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor, persoane fizice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 611 din 6 iulie 2004, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, litera a) va avea următorul cuprins:

a) “consumator” - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul tranzacțiilor care intră sub incidența prezentei legi, acționează în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;”

2. După articolul 13 se introduce un nou articol, art. 13<sup>1</sup>, cu următorul cuprins:

“**Art. 13<sup>1</sup>** - Prevederile contractului de credit nu vor afecta în niciun fel drepturile consumatorului față de vânzătorul produselor sau de prestatorul de servicii în cazul în care produsele sau serviciile prevăzute în contractul de credit nu au fost furnizate sau nu sunt în conformitate cu contractul pentru furnizarea lor.”

**Art. V.** - Ordonanța Guvernului nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 387 din 7 iunie 2007, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, punctul 4 se modifică și va avea următorul cuprins:

“4. consumator - orice persoană sau grup de persoane fizice constituite în asociații care cumpără sau se angajează să cumpere pachetul de servicii turistice - contractant principal - sau orice persoană în numele căreia contractantul principal se angajează să cumpere pachetul de servicii turistice - alți beneficiari - sau orice persoană în favoarea căreia contractantul principal sau alți beneficiari cedează pachetul de servicii turistice - cesionarul.”

2. Alineatul (2) al articolului 20 se modifică și va avea următorul cuprins:

“(2) De la prevederile alin. (1) se exceptează următoarele cazuri:

a) când neîndeplinirea sau îndeplinirea defectuoasă a obligațiilor asumate prin contract se datorează turistului;

b) când neîndeplinirea obligațiilor se datorează unor cauze de forță majoră ca cele definite în art. 18 lit. b) sau unui eveniment pe care nici agenția de turism, nici furnizorul sau prestatorul de servicii, cu tot efortul depus, nu îl puteau prevedea sau evita;

c) când neîndeplinirea obligațiilor se datorează unui terț care nu are legătură cu furnizarea serviciilor prevăzute în contract iar cauzele care au determinat neîndeplinirea obligațiilor au un caracter imprevizibil și inevitabil.”

3. La articolul 20, după alineatul (2), se introduce un nou alineat, alin. (3), cu următorul cuprins:

“(3) În cazurile prevăzute la alin. (2) lit. b), agenția de turism parte în contract este obligată să acorde prompt asistență consumatorului aflat în dificultate.”

4. După articolul 33, se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

“Prezenta lege transpune prevederile Directivei Consiliului 90/314/CEE, din 13 iunie 1990, privind pachetele de servicii pentru călătorii, vacanțe și circuite, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 158 din 23.06.1990.”

**Art. VI.** - Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori, republicata în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 1014 din 20 decembrie 2006, se modifică și se completează după cum urmează:

1. Articolul 2 se modifică și va avea următorul cuprins:

“**Art. 2. - (1)** Prin consumator se înțelege orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în baza unui contract care intră sub incidența prezentei legi, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii, în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale.

(2) Prin comerciant se înțelege orice persoană fizică sau juridică autorizată care acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, precum și orice persoană care acționează în numele sau pe seama acesteia.”

2. După alineatul (4) al articolului 4 se introduc două noi alineate, alin. (5) și alin. (6), cu următorul cuprins:

“(5) Fără a încălca prevederile prezentei legi, natura abuzivă a unei clauze contractuale se evaluează în funcție de:

- a) natura produselor sau serviciilor care fac obiectul contractului, la momentul încheierii acestuia;
- b) toți factorii care au determinat încheierea contractului;
- c) alte clauze ale contractului sau ale altor contracte de care acesta depinde.

(6) Evaluarea naturii abuzive a clauzelor nu se asociază nici cu definirea obiectului principal al contractului, nici cu calitatea de a satisface cerințele de preț și de plată, pe de o parte, nici cu produsele și serviciile oferite în schimb, pe de altă parte, în măsura în care aceste clauze sunt exprimate într-un limbaj ușor inteligibil.”

3. După articolul 14 se introduce un nou articol, art. 14<sup>1</sup>, cu următorul cuprins:

“**Art. 14<sup>1</sup>.** - În cazul în care partile contractante aleg, ca lege aplicabilă contractului, legea unui stat ce nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o stransă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și, în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă.”

4. După articolul 16, se introduce mențiunea cu următorul cuprins:  
“Prezenta lege transpune prevederile Directivei Consiliului 93/13/CEE, din 5 aprilie 1993, privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 95 din 21.04.1993.”

5. La anexa “Lista cuprinzând clauzele considerate ca fiind abuzive”, literele a), p) și t) se modifică și vor avea următorul cuprins:

“a) dau dreptul comerciantului de a modifica, în mod unilateral, clauzele contractuale, fără a avea un motiv întemeiat și specificat în contract.

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor prin care furnizorul de servicii financiare își rezervă dreptul de a modifica rata dobânzii plătită de către consumator sau datorată acestuia sau orice altă taxă pentru servicii financiare, fără o notificare prealabilă dacă există o motivație întemeiată, în condițiile în care comerciantul este obligat să informeze, cât mai curând posibil, despre aceasta celelalte părți contractante și în care acestea au libertatea de a rezilia imediat contractul.

Prevederile acestei litere nu se opun, de asemenea, clauzelor prin care comerciantul își rezervă dreptul de a modifica unilateral condițiile unui contract încheiat pe o perioadă nedeterminată, cu condiția să fie obligat să informeze consumatorul printr-o notificare prealabilă rezonabilă și ca acesta să aibă libertatea de a rezilia imediat contractul.”

.....  
„p) prevăd că prețul produselor este determinat la momentul livrării sau permit vânzătorilor de produse sau furnizorilor de servicii dreptul de a crește prețurile, fără ca, în ambele cazuri, să acorde consumatorului dreptul de a anula contractul în cazul în care prețul final este prea mare în raport cu prețul convenit la momentul încheierii contractului;

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor de indexare a prețurilor, atâta vreme cât sunt legale, cu condiția ca metoda prin care prețurile variază să fie descrisă în mod explicit.”

.....  
“t) dau dreptul comerciantului să înceteze contractul încheiat pentru o durată nedeterminată fără o notificare prealabilă rezonabilă, cu excepția unor motive întemeiate;

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor prin care furnizorul de servicii financiare își rezervă dreptul de a dispune în mod unilateral încetarea unui contract încheiat pe o perioadă nedeterminată și fără o notificare prealabilă în cazul unui motiv întemeiat, cu condiția ca furnizorul să fie obligat să informeze imediat celelalte părți contractante.”

6. După alineatul (1) din anexa - “Lista cuprinzând clauzele considerate ca fiind abuzive” se introduce un nou alineat, alin. (2), cu următorul cuprins:

“(2) Dispozițiile alin. (1) lit. a), p) și t) nu sunt aplicabile în cazul:

a) tranzacțiilor de valori imobiliare, instrumentelor financiare și a altor produse sau servicii unde prețul este legat de fluctuațiile unui curs sau indice bursier sau de

rata de schimb pe piața financiară, pe care vânzătorul sau furnizorul nu le poate controla ;

b) contractelor pentru cumpărarea sau vânzarea de valută, cecuri de călătorii sau ordine internaționale de plată în valută.”

**Art.VII.** - Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 812 din 18 noiembrie 2003, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, litera (a) se modifică și va avea următorul cuprins:

“a) consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații care, în cadrul contractelor care intră sub incidența prezentei legi, acționează în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;”

2. Alineatul (2) al articolului 14 se abrogă.

3. La articolul 25, după alineatul (1) se introduce un nou alineat, alin. (2), cu următorul cuprins:

“(2) În cazul în care părțile contractante aleg, ca lege aplicabilă contractului, legea unui stat ce nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o strânsă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și, în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă.”

3. După articolul 25 se introduce un nou articol, art. 25<sup>1</sup>, cu următorul cuprins:

„Art. 25<sup>1</sup>. - Guvernul poate adopta norme metodologice de aplicare a prezentei legi”.

4. După articolul 26 se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

“Prezenta lege transpune prevederile Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului, din 25 mai 1999, privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 171 din 7.07.1999.”

**Art. VIII.** - După alineatul (6) al articolului 17 din Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 565 din 25 iunie 2004, se introduce un nou alineat, alin. (7), cu următorul cuprins:

„(7) Ca urmare a notificărilor primite prin sistemul RAPEX, punctul național de contact va transmite Comisiei Europene măsurile adoptate cu privire la produsele depistate pe piața din România.”

**Art. IX.** - La articolul 1 din Legea nr. 12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 133 din 20 iunie 1991, cu modificările și completările ulterioare, litera c) se modifică și va avea următorul cuprins:

„c) condiționarea vânzării unor mărfuri sau prestării unor servicii de cumpărarea altor mărfuri sau de prestarea de servicii;”

**Art. X.** - Ordonanța Guvernului nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 31 august 1999, aprobată cu modificări și completări, prin Legea nr. 60/2002, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, literele a) și b) se modifică și vor avea următorul cuprins:

a) “consumator” - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul tranzacțiilor care intră sub incidența prezentei ordonanțe, acționează în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

b) “comerciant”: orice persoană fizică sau juridică autorizată, care acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, în cadrul tranzacțiilor care intră sub incidența prezentei ordonanțe, precum și orice persoană care acționează în numele sau pe seama acesteia,”

2. După articolul 23 se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

“Prezenta ordonanță transpune prevederile Directivei 85/577/CEE a Consiliului din 20 decembrie 1985 privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L din 31.12.1985”

**Art. XI.** - La articolul 2 din Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, aprobată cu modificări și completări, prin Legea 11/1994, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 208 din 28 martie 2007, punctele 2 și 23 se modifică și vor avea următorul cuprins:

“2. consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii, inclusiv în baza unui contract încheiat cu un comerciant.

23. 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;”

**Art. XII.** - La articolul 34 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 349 din 29 iunie 2001, aprobată cu completări și modificări prin Legea 57/2002, litera d) se modifică și va avea următorul cuprins:

“d) interzicerea vânzării alimentelor sub anumite denumiri, informații sau prezentări care pot induce în eroare, precum și interzicerea publicității produselor pentru care se utilizează anumite prezentări grafice sau alte informații care pot induce în eroare;”

**Art. XIII.** – Punctul 13 din anexa “Definiții” la Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 593 din 1

iulie 2004, cu modificările și completările ulterioare, se modifică și va avea următorul cuprins:

“13. consumator: orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii, inclusiv în baza unui contract încheiat cu un comerciant.”

### **TITLUL III** **Dispoziții finale**

**Art. I.** - În aplicarea dispozițiilor Titlului I, Guvernul, prin organismele sale specializate, stabilește norme și reglementări specifice care se vor publica în Monitorul Oficial al României, Partea I.

**Art. II. - (1)** În termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va informa, prin mass-media, consumatorii, în legătură cu dispozițiile Titlului I.

**(2)** Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, la solicitarea operatorilor economici, va oferi acestora consultanță în realizarea unor coduri de conduită.

**Art. III. - (1)** Până la data de 12 iunie 2013 pot fi aplicate dispoziții mai restrictive decât cele din prezenta lege, dispoziții apărute ca urmare a transpunerii unor directive cu clauze minime de armonizare.

**(2)** Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va notifica Comisiei Europene dispozițiile legale la care se face referire la alin. (1).

**Art. IV.** - Următoarele acte normative se vor republica, dându-se textelor o nouă numerotare:

- a) Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003;
- b) Legea nr. 12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 133 din 20 iunie 1991, cu modificările și completările ulterioare;
- c) Ordonanța Guvernului nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 31 august 1999, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 60/2002;
- d) Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, publicată în

Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 349 din 29 iunie 2001, aprobată cu completări și modificări prin Legea 57/2002.

**Art. V.** - Titlul I din prezenta lege transpune prevederile Directivei 2005/29/EC a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 149 din 11 iunie 2005.

**Art. VI.** - **(1)** Dispozițiile Titlului I precum și dispozițiile art. I și II ale Titlului II din prezenta lege intră în vigoare la data de 12 decembrie 2007.

**(2)** Anexele nr. 1 și 2 fac parte integrantă din prezenta lege.



ANEXA Nr. 1  
PRACTICI COMERCIALE CONSIDERATE INCORECTE ÎN ORICE SITUAȚIE

Practici comerciale înșelătoare

1. Afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care el nu este.
2. Afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau un echivalent, fără a fi obținut autorizația necesară.
3. Afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unui organism public sau a unui alt organism, în cazul în care aceasta nu a fost primită.
4. Afirmarea că un comerciant (inclusiv practicile sale comerciale) sau că un produs a fost agreeat, aprobat sau autorizat de un organism public sau privat în cazul în care nu este adevărat, sau afirmarea că a fost agreeat, aprobat sau autorizat fără a respecta condițiile de agreeare, aprobare sau autorizare.
5. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț fără a dezvălui existența unor motive rezonabile care să îl determine pe comerciant să considere că nu va fi capabil să furnizeze el însuși sau să ofere altui comerciant spre furnizare astfel de produse sau produse similare la același preț pentru o perioadă și într-o cantitate rezonabile, având în vedere produsul, amploarea reclamei și prețul oferit.
6. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, pentru ca apoi comerciantul să recurgă la una din următoarele fapte:
  - a) refuzarea prezentării articolului ce a făcut obiectul publicității;
  - b) refuzarea luării comenzii privind respectivul articol, sau livrării în cadrul unui termen rezonabil;
  - c) prezentarea un eșantion cu defecte, în scopul promovării unui produs diferit.
7. Afirmarea falsă că un produs nu va fi disponibil decât pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că el nu va fi disponibil decât în anumite condiții pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și al lipirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză.
8. Angajamentul de a furniza un serviciu post vânzare consumatorilor cu care comerciantul a comunicat înaintea încheierii tranzacției într-o limbă ce nu este limba oficială a statului membru în care el este stabilit și, ca urmare, asigurarea acestui serviciu numai într-o altă limbă, fără a informa în mod clar consumatorul înainte de angajarea acestuia în tranzacție.
9. Afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vândut, în situația în care acest lucru nu este posibil.
10. Prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului.
11. Utilizarea unui context editorial în mass-media în vederea promovării unui produs pentru a cărui reclamă comerciantul a plătit, fără însă a se preciza clar aceasta fie în cuprins fie prin imagini sau sunete ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată). Această dispoziție nu aduce atingere prevederilor Legii audiovizualului nr. 504/2002 .
12. Lansarea de afirmații inexacte cu privire la natura și amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia, în situația în care consumatorul nu achiziționează produsul.
13. Promovarea, cu intenția de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un alt produs fabricat de un anumit producător astfel încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător.
14. Crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilității de a primi remunerație ce provine în special ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem decât ca urmare a vânzării sau consumului produselor.
15. Afirmarea de către un comerciant că își încetează activitatea sau se stabilește în altă parte, atunci când aceasta nu este adevărat.

16. Afirmarea că un produs poate facilita câștiguri la jocurile de noroc.
17. Falsa afirmație că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații.
18. Transmiterea de informații inexacte cu privire la condițiile oferite de piață sau la posibilitatea achiziționării produsului cu intenția de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiții mai puțin favorabile decât în condițiile normale ale pieței.
19. Afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu, în scopuri promoționale, fără însă a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil.
20. Descrierea unui produs ca fiind "gratis", "fără costuri" sau într-un mod similar, în cazul în care consumatorul trebuie să plătească în plus, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din răspunsul la practica comercială și din plata pentru livrarea sau ridicarea produsului.
21. Includerea, în materialele publicitare, a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care se dă consumatorului impresia că acesta a comandat deja produsul promovat când, de fapt, acesta nu l-a comandat.
22. Afirmarea falsă sau crearea impresiei că acțiunile comerciantului nu sunt legate de activitățile sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, sau falsa prezentare a sa ca și consumator.
23. Crearea impresiei false că service-ul post vânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat membru, altul decât cel în care produsul este vândut.

#### Practici comerciale agresive

24. Crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului până nu se întocmește un contract.
25. Efectuarea personală de vizite la locuința consumatorului ignorând solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu se întoarce, cu excepția situațiilor legitime și în măsura justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale.
26. Solicitarea persistentă și nedorită prin intermediul telefonului, fax-ului, e-mail - ului sau prin alte mijloace de comunicare la distanță, cu excepția situațiilor legitime și în măsura justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale. Dispozițiile prezentului punct se pun în aplicare fără a încălca prevederile art. 15 și 16 din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003, art. 12 alin. (1) din Legea nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, cu modificările și completările ulterioare, și art. 9 (1-3) din Legea nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice cu completările ulterioare.
27. Solicitarea, de la un consumator care dorește să execute o poliță de asigurare, să aducă documente care nu pot fi considerate în mod rezonabil relevante, pentru a stabili dacă pretenția este validă, sau lipsa sistematică a răspunsului la corespondența pertinentă, cu scopul de a determina un consumator să renunțe la exercitarea drepturilor sale contractuale.
28. Includerea într-o reclamă a unui îndemn direct adresat copiilor să cumpere produsele promovate sau să-și convingă părinții sau alți adulți să cumpere produsele promovate. Dispozițiile acestui punct se aplică fără a încălca prevederile articolului 33 din Legea audiovizualului nr. 504/2002.
29. Solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea sau păstrarea în condiții sigure a produsului furnizat de comerciant, dar nesolicitat de consumator, cu excepția cazului în care produsul este un înlocuitor furnizat în conformitate cu art. 11 alin. (3) din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000.
30. Informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul sau serviciul, comerciantul riscă să își piardă serviciul sau mijloacele de trai.

31. Crearea falsei impresii consumatorului că a câștigat deja, va câștiga sau că, dacă va face un anumit lucru, va câștiga un premiu sau alt beneficiu echivalent, când, în realitate, este valabila una din următoarele situații:

- a) nu există nici un premiu sau alt beneficiu echivalent;
- b) intrarea în posesia premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani sau de suportarea unui cost de către consumator.

ANEXA Nr. 2  
DISPOZIȚII DIN LEGISLAȚIA NAȚIONALĂ CE STABILESC REGULI ÎN MATERIE DE  
PUBLICITATE ȘI DE COMUNICARE COMERCIALĂ

1. Articolele 3 și 4 din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003;
2. Articolele 4, 5 și 6 din Ordonanța Guvernului nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 31 august 1999, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 631/2001, cu modificările ulterioare;
3. Articolul 4 alin. (5) din Legea nr. 282/2004 privind protecția dobânditorilor cu privire la unele aspecte ale contractelor purtând asupra dobândirii unui drept de utilizare pe durată limitată a unor bunuri imobiliare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 580 din 30 iunie 2004;
4. Articolele 6 și 7 din Hotărârea Guvernului nr. 947/2000 privind modalitatea de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre vânzare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 524 din 25 octombrie 2000;
5. Articolul 5 din Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor, persoane fizice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 611 din 6 iulie 2004;
6. Articolele 4, 5 și 6 din Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004;
7. Articolele 5 și 6 (2) din Legea nr. 365/2002 privind comerțul electronic, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 483 din 5 iulie 2002;
8. Articolele 2 (1) pct. 16, 73, 77, 80, 81 (1-2), 82, 83, 84 (1), 85 (1), 184, 185 (1), 187, 211 (3) din Legea nr. 297/2004 privind piața de capital, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 571 din 29 iunie 2004, cu modificările și completările ulterioare;
9. Articolele 11 alin. (1) lit. d) și e), 12 alin (16), (17), (18), (19) și 24<sup>1</sup> din Legea nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 148 din 10 aprilie 2000, cu modificările și completările ulterioare;
10. Articolele 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8 (1) și (2) din Anexa la Ordinul nr. 3111/2004 pentru punerea în aplicare a Normelor privind informațiile pe care asiguratorii și intermediarii în asigurări trebuie să le furnizeze clienților, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 1243 din 23 decembrie 2004;
11. Articolul 40<sup>1</sup> din Legea nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 303 din 30 decembrie 1995, cu modificările și completările ulterioare;

12. Articolele 21, 93 din Regulamentul nr. 1/2006 privind emitenții și operațiunile cu valori mobiliare, aprobat prin Ordinul nr. 23/2006 al Comisiei Naționale a Valorilor Mobiliare publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 312 bis din 6 aprilie 2006, cu modificările ulterioare;

13. Articolele 792-811 din Legea 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 372 din 28 aprilie 2006, cu modificările și completările ulterioare.