

T A B E L

Directive - 2005/29/EC concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/CEE, Directives 97/7/CE and 2002/65/CE of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ("Unfair Commercial Practices Directive)

Corresponding National legislation: - Lege privind unele practici incorecte ale comerciantilor în relația cu consumatorii și de armonizare a legislației privind protecția consumatorilor cu legislația europeană

Directive 2005/29/EC		LEGE	
1.	2.	5.	6.
Cap 1 GENERAL PROVISIONS Art 1 Purpose	The purpose of this Directive is to contribute to the proper functioning of the internal market and achieve a high level of consumer protection by approximating the laws, regulations and administrative provisions of the Member States on unfair commercial practices harming consumers' economic interests.	Titlul I Definirea si interzicerea unor practici comerciale incorecte Cap. I Dispozitii Generale	Prezenta lege are drept scop protecția consumatorilor împotriva practicilor comerciale incorecte, ce pot aduce atingere intereselor economice ale acestora.
Article 2 Definitio ns	For the purposes of this Directive: (a) 'consumer' means any natural person who, in commercial practices covered by this Directive, is acting for purposes which are outside his trade, business, craft or profession; (b) 'trader' means any natural or legal person who, in commercial practices covered by this Directive, is acting for purposes relating to his trade, business, craft or profession and anyone acting in the name of or on behalf of a trader;	Art. 1 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) 'product' means any goods or service including immovable		c) „produs”: orice bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi

	property, rights and obligations;	și obligații;
	(d) 'business-to-consumer commercial practices' (hereinafter also referred to as commercial practices) means any act, omission, course of conduct or representation, commercial communication including advertising and marketing, by a trader, directly connected with the promotion, sale or supply of a product to consumers;	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) 'to materially distort the economic behaviour of consumers' means using a commercial practice to appreciably impair the consumer's ability to make an informed decision, thereby causing the consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise;	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) 'code of conduct' means an agreement or set of rules not imposed by law, regulation or administrative provision of a Member State which defines the behaviour of traders who undertake to be bound by the code in relation to one or more particular commercial practices or business sectors;	f) „cod de conduită”: acord sau ansamblu de reguli care nu sunt impuse prin legislație sau dispoziții administrative și care definesc 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) 'code owner' means any entity, including a trader or group of traders, which is responsible for the formulation and revision of a code of conduct and/or for monitoring compliance with the code by those who have undertaken to be bound by it;	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) 'professional diligence' means the standard of special skill and care which a trader may reasonably be expected to exercise towards consumers, commensurate with honest market practice and/or the general principle of good faith in the trader's field of activity;	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 bunei credințe, în domeniul său de activitate;
	(i) 'invitation to purchase' means a commercial communication which indicates characteristics of the product and the price in a way appropriate to the means of the commercial communication used and thereby enables the consumer to make a purchase;	i) „invitație de a cumpara”: 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) 'undue influence' means exploiting a position of power in relation to the consumer so as to apply pressure, even without using or threatening to use physical force, in a way which significantly limits the consumer's ability to make an informed decision;		j) „influența nejustificată”: folosirea unei poziții de forță față de consumator de maniera 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) 'transactional decision' means any decision taken by a consumer concerning whether, how and on what terms to purchase, make payment in whole or in part for, retain or dispose of a product or to exercise a contractual right in relation to the product, whether the consumer decides to act or to refrain from acting;		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) 'regulated profession' means a professional activity or a group of professional activities, access to which or the pursuit of which, or one of the modes of pursuing which, is conditional, directly or indirectly, upon possession of specific professional qualifications, pursuant to laws, regulations or administrative provisions.		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.
Article 3	1. This Directive shall apply to unfair business-to-consumer commercial practices, as laid down in Article 5, before, during and after a commercial transaction in relation to a product.	Art. 3.	(1) Prezenta lege se aplică:
	2. This Directive is without prejudice to contract law and, in particular, to the rules on the validity, formation or effect of a contract.		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;
	3. This Directive is without prejudice to Community or national rules relating to the health and safety aspects of products.	Art. 3	b) fără a aduce atingere dispozițiilor legale ce reglementează contractele și, în special, prevederilor referitoare la validitatea, întocmirea sau efectele contractelor;
	4. In the case of conflict between the provisions of this Directive and other Community rules regulating specific aspects of unfair commercial practices, the latter shall prevail and apply to those specific aspects.		c) fără a aduce atingere dispozițiilor comunitare sau naționale privind aspectele de sănătate și securitate a produselor;
	5. For a period of six years from 12 June 2007, Member States shall be able to continue to apply national provisions within the field approximated by this Directive which are more restrictive or prescriptive than this Directive and which implement		<i>În cazul concursului de legi: între legea specială și cea generală, acționează principiul "lex specialis derogat generali".</i>
		Titlul III 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.

	directives containing minimum harmonisation clauses. These measures must be essential to ensure that consumers are adequately protected against unfair commercial practices and must be proportionate to the attainment of this objective. The review referred to in Article 18 may, if considered appropriate, include a proposal to prolong this derogation for a further limited period.			
	6. Member States shall notify the Commission without delay of any national provisions applied on the basis of paragraph 5.			(2) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va notifica Comisiei dispozițiile legale la care se face referire la alin (1).
	7. This Directive is without prejudice to the rules determining the jurisdiction of the courts.	Art. 3		d) fără a aduce atingere dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor de judecată;
	8. This Directive is without prejudice to any conditions of establishment or of authorisation regimes, or to the deontological codes of conduct or other specific rules governing regulated professions in order to uphold high standards of integrity on the part of the professional, which Member States may, in conformity with Community law, impose on professionals.	Art. 3		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;
	9. In relation to 'financial services', as defined in Directive 2002/65/EC, and immovable property, Member States may impose requirements which are more restrictive or prescriptive than this Directive in the field which it approximates.	Art. 3		f) fără a aduce atingere dispozițiilor referitoare la «serviciile financiare», așa cum sunt definite în cadrul Ordonanței de Guvern nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare și nici dispozițiilor referitoare la bunurile imobile în cazul în care aceste dispoziții sunt mai restrictive sau mai riguroase decât cele din prezenta lege.
	10. This Directive shall not apply to the application of the laws, regulations and administrative provisions of Member States relating to the certification and indication of the standard of fineness of articles of precious metal.	Art. 3.		(2) Prezenta lege nu se aplică dispozițiilor ce reglementează certificarea și indicarea standardului de puritate în cazul metalelor prețioase.
Article 4	Member States shall neither restrict the freedom to provide services nor restrict the free movement of goods for reasons falling within the field approximated by this Directive.			
Internal market				
CHAPTER 2 Unfair Commerci	1. Unfair commercial practices shall be prohibited.		CAPITOLUL II Practici comercial	(1) Practicile comerciale incorecte sunt interzise.

<p>al Practices Article 5 Prohibition of unfair commercial practices</p>		<p>e incorecte Art. 4.</p>	
	<p>2. A commercial practice shall be unfair if: (a) it is contrary to the requirements of professional diligence, and (b) it materially distorts or is likely to materially distort the economic behaviour with regard to the product of the average consumer whom it reaches or to whom it is addressed, or of the average member of the group when a commercial practice is directed to a particular group of consumers.</p>		<p>(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.</p>
<p>Article 4 Internal market</p>	<p>3. Commercial practices which are likely to materially distort the economic behaviour only of a clearly identifiable group of consumers who are particularly vulnerable to the practice or the underlying product because of their mental or physical infirmity, age or credulity in a way which the trader could reasonably be expected to foresee, shall be assessed from the perspective of the average member of that group. This is without prejudice to the common and legitimate advertising practice of making exaggerated statements or statements which are not meant to be taken literally.</p>		<p>(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 mentală 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.</p>
<p>CHAP 2 Unfair Commercial Practices Article 5 Prohibition of unfair commercial practices</p>	<p>4. In particular, commercial practices shall be unfair which: (a) are misleading as set out in Articles 6 and 7, or (b) are aggressive as set out in Articles 8 and 9.</p>		<p>(4) Practicile incorecte sunt în special cele: a) înșelătoare în sensul art. 6 și 7; b) agresive în sensul art. 8 și 9.</p>
	<p>5. Annex I contains the list of those commercial practices which shall in all circumstances be regarded as unfair. The same single</p>	<p>Art. 4</p>	<p>(5) Lista practicilor comerciale care, în orice condiții, se considera incorecte, este prevăzută la anexa nr. 1.</p>

Section I Misleading commercial practices Article 6 Misleading actions	list shall apply in all Member States and may only be modified by revision of this Directive. 1. A commercial practice shall be regarded as misleading if it contains false information and is therefore untruthful or in any way, including overall presentation, deceives or is likely to deceive the average consumer, even if the information is factually correct, in relation to one or more of the following elements, and in either case causes or is likely to cause him to take a transactional decision that he would not have taken otherwise:	Secțiunea I 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) the existence or nature of the product; (b) the main characteristics of the product, such as its availability, benefits, risks, execution, composition, accessories, after-sale customer assistance and complaint handling, method and date of manufacture or provision, delivery, fitness for purpose, usage, quantity, specification, geographical or commercial origin or the results to be expected from its use, or the results and material features of tests or checks carried out on the product;		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) the extent of the trader's commitments, the motives for the commercial practice and the nature of the sales process, any statement or symbol in relation to direct or indirect sponsorship or approval of the trader or the product;		c) perioada pentru care comerciantul se angajează, motivele utilizării practicii comerciale și natura desfășurării 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) the price or the manner in which the price is calculated, or the existence of a specific price advantage;		d) prețul sau modul de calcul al prețului sau existența unui avantaj specific al prețului;

		(e) the need for a service, part, replacement or repair;		e) necesitatea service-ului, a unei piese separate, a înlocuirii sau reparării;
		(f) the nature, attributes and rights of the trader or his agent, such as his identity and assets, his qualifications, status, approval, affiliation or connection and ownership of industrial, commercial or intellectual property rights or his awards and distinctions;		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) the consumer's rights, including the right to replacement or reimbursement under Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, or the risks he may face.		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. A commercial practice shall also be regarded as misleading if, in its factual context, taking account of all its features and circumstances, it causes or is likely to cause the average consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise, and it involves:		(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) any marketing of a product, including comparative advertising, which creates confusion with any products, trade marks, trade names or other distinguishing marks of a competitor;		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) non-compliance by the trader with commitments contained in codes of conduct by which the trader has undertaken to be bound, where:		b) nerespectarea de către comerciant a obligațiilor prevăzute în codul de conduită pe care s-a angajat să îl respecte dacă:
		(i) the commitment is not aspirational but is firm and is capable of being verified, and		i) angajamentul său nu este o aspirație, ci este ferm și poate fi verificat;
		(ii) the trader indicates in a commercial practice that he is bound by the code.		ii) acesta indică, în cadrul unei practici comerciale, că s-a angajat să respecte codul.
Article 7 Misleading omissions		1. A commercial practice shall be regarded as misleading if, in its factual context, taking account of all its features and circumstances and the limitations of the communication medium, it omits material information that the average consumer needs, according to the context, to take an informed transactional	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 acestea precum și de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, omite o informație esențială necesară consumatorului

	<p>decision and thereby causes or is likely to cause the average consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise.</p>		<p>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.</p>
	<p>2. It shall also be regarded as a misleading omission when, taking account of the matters described in paragraph 1, a trader hides or provides in an unclear, unintelligible, ambiguous or untimely manner such material information as referred to in that paragraph or fails to identify the commercial intent of the commercial practice if not already apparent from the context, and where, in either case, this causes or is likely to cause the average consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise.</p>		<p>(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 o 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 a fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.</p>
	<p>3. Where the medium used to communicate the commercial practice imposes limitations of space or time, these limitations and any measures taken by the trader to make the information available to consumers by other means shall be taken into account in deciding whether information has been omitted.</p>		<p>(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.</p>
	<p>4. In the case of an invitation to purchase, the following information shall be regarded as material, if not already apparent from the context:</p>		<p>(4) În cazul unei invitații de a cumpara, următoarele informații sunt considerate esențiale, dacă nu rezultă deja din context:</p>
	<p>(a) the main characteristics of the product, to an extent appropriate to the medium and the product;</p>		<p>a) caracteristicile principale ale produsului, ținând cont de mijlocul de comunicare utilizat și de produs;</p>
	<p>(b) the geographical address and the identity of the trader, such as his trading name and, where applicable, the geographical address and the identity of the trader on whose behalf he is acting;</p>		<p>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;</p>
	<p>(c) the price inclusive of taxes, or where the nature of the product means that the price cannot reasonably be calculated in advance, the manner in which the price is calculated, as well as, where appropriate, all additional freight, delivery or postal charges or, where these charges cannot reasonably be calculated in advance, the fact that such additional charges may be payable;</p>		<p>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;</p>

	(d) the arrangements for payment, delivery, performance and the complaint handling policy, if they depart from the requirements of professional diligence;		d) modalitățile de plată, livrare, executare și cercetarea reclamațiilor, dacă ele diferă de condițiile cerute de diligența profesională;
	(e) for products and transactions involving a right of withdrawal or cancellation, the existence of such a right.		e) pentru produsele și tranzacțiile ce implică un drept de renunțare sau de reziliere, menționarea acestui drept.
	5. Information requirements established by Community law in relation to commercial communication including advertising or marketing, a non-exhaustive list of which is contained in Annex II, shall be regarded as material.		(5) Informațiile prevăzute în legislație ce se referă la prezentările comerciale, inclusiv publicitate sau comercializare, a căror listă nelimitativă este cuprinsă în cadrul anexei nr. 2, sunt esențiale.
Section 2 Aggressive commercial practices Article 8 Aggressive commercial practices	A commercial practice shall be regarded as aggressive if, in its factual context, taking account of all its features and circumstances, by harassment, coercion, including the use of physical force, or undue influence, it significantly impairs or is likely to significantly impair the average consumer's freedom of choice or conduct with regard to the product and thereby causes him or is likely to cause him to take a transactional decision that he would not have taken otherwise.	Secțiunea 2 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.
Article 9 Use of harassment, coercion and undue influence	In determining whether a commercial practice uses harassment, coercion, including the use of physical force, or undue influence, account shall be taken of:	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) its timing, location, nature or persistence;		a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata acesteia;
	(b) the use of threatening or abusive language or behaviour;		b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau un comportament abuziv;
	(c) the exploitation by the trader of any specific misfortune or circumstance of such gravity as to impair the consumer's		c) exploatarea de către comerciant, a unei situații nefericite sau a unei circumstanțe speciale de o asemenea gravitate încât afectează

	judgement, of which the trader is aware, to influence the consumer's decision with regard to the product;		raționamentul consumatorului mediu și de care comerciantul este conștient, în scopul influențării deciziei consumatorului cu privire la produs;
	(d) any onerous or disproportionate non-contractual barriers imposed by the trader where a consumer wishes to exercise rights under the contract, including rights to terminate a contract or to switch to another product or another trader;		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) any threat to take any action that cannot legally be taken.		e) orice amenințare cu măsuri, în situația în care acestea nu pot fi luate în mod legal.
CHAPTER 3 Codes of conduct Article 10 Codes of conduct	This Directive does not exclude the control, which Member States may encourage, of unfair commercial practices by code owners and recourse to such bodies by the persons or organizations referred to in Article 11 if proceedings before such bodies are in addition to the court or administrative proceedings referred to in that Article. Recourse to such control bodies shall never be deemed the equivalent of foregoing a means of judicial or administrative recourse as provided for in Article 11.	Art. 14.	(1) Prezentă 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.
CHAPTER 4 Final provisions Article 11 Enforcement	1. Member States shall ensure that adequate and effective means exist to combat unfair commercial practices in order to enforce compliance with the provisions of this Directive in the interest of consumers. Such means shall include legal provisions under which persons or organisations regarded under national law as having a legitimate interest in combating unfair commercial practices, including competitors, may:	CAPITOLUL III Competen ța, sesizare și control Secțiunea I Competen ța și sesizare Art. 10.	(1) În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim, pot,
	(a) take legal action against such unfair commercial practices; and/or	Art. 10.	fie să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sunt susceptibili să săvârșescă practici comerciale incorecte.
	(b) bring such unfair commercial practices before an administrative authority competent either to decide on complaints or to initiate appropriate legal proceedings.	Art. 10.	fie să sesizeze Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte pentru ca aceasta să decidă asupra reclamațiilor,

			(2) Concurenții pot informa Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte.
It shall be for each Member State to decide which of these facilities shall be available and whether to enable the courts or administrative authorities to require prior recourse to other established means of dealing with complaints, including those referred to in Article 10. These facilities shall be available regardless of whether the consumers affected are in the territory of the Member State where the trader is located or in another Member State.			
It shall be for each Member State to decide: (a) whether these legal facilities may be directed separately or jointly against a number of traders from the same economic sector; and (b) whether these legal facilities may be directed against a code owner where the relevant code promotes non-compliance with legal requirements.			
2. Under the legal provisions referred to in paragraph 1, Member States shall confer upon the courts or administrative authorities powers enabling them, in cases where they deem such measures to be necessary taking into account all the interests involved and in particular the public interest: (a) to order the cessation of, or to institute appropriate legal proceedings for an order for the cessation of, unfair commercial practices; or (b) if the unfair commercial practice has not yet been carried out but is imminent, to order the prohibition of the practice, or to institute appropriate legal proceedings for an order for the prohibition of the practice, even without proof of actual loss or damage or of intention or negligence on the part of the trader.	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.	

	<p>Member States shall also make provision for the measures referred to in the first subparagraph to be taken under an accelerated procedure:</p> <ul style="list-style-type: none"> — either with interim effect, or — with definitive effect, <p>on the understanding that it is for each Member State to decide which of the two options to select.</p>		
	<p>Furthermore, Member States may confer upon the courts or administrative authorities powers enabling them, with a view to eliminating the continuing effects of unfair commercial practices the cessation of which has been ordered by a final decision:</p>		<p>(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:</p>
	<p>(a) to require publication of that decision in full or in part and in such form as they deem adequate;</p>		<p>a) pot solicita, prin hotărâre definitivă și irevocabilă sau prin Ordin respectiv Decizie, publicarea acesteia, integral sau parțial, în forma pe care o consideră adecvată</p>
	<p>(b) to require in addition the publication of a corrective statement.</p>		<p>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.</p> <p>(3) Publicarea, în condițiile prevăzute la alin. (2), se va face, în toate cazurile, într-un ziar de largă circulație, pe cheltuiala comerciantului.</p>
	<p>3. The administrative authorities referred to in paragraph 1 must:</p> <p>(a) be composed so as not to cast doubt on their impartiality;</p> <p>(b) have adequate powers, where they decide on complaints, to monitor and enforce the observance of their decisions effectively;</p>	<p>Art. 12.</p>	<p>(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/Oficiul pentru Protecția Consumatorilor din Municipiul București.</p> <p>(2) Orice persoană care se consideră vătămată într-un drept al său ori într-un interes legitim prin Ordinul sau Decizia prevăzută la alin. (1)</p>

			are dreptul de a se adresa instanței de contencios administrativ, în conformitate cu Legea contenciosului administrativ nr. 554/2004.
			(3) Ordinul sau Decizia emisă potrivit alin. (1) se motivează.
	(c) normally give reasons for their decisions. Where the powers referred to in paragraph 2 are exercised exclusively by an administrative authority, reasons for its decisions shall always be given. Furthermore, in this case, provision must be made for procedures whereby improper or unreasonable exercise of its powers by the administrative authority or improper or unreasonable failure to exercise the said powers can be the subject of judicial review.		
Article 12	Member States shall confer upon the courts or administrative authorities powers enabling them in the civil or administrative proceedings provided for in Article 11: (a) to require the trader to furnish evidence as to the accuracy of factual claims in relation to a commercial practice if, taking into account the legitimate interest of the trader and any other party to the proceedings, such a requirement appears appropriate on the basis of the circumstances of the particular case; And (b) to consider factual claims as inaccurate if the evidence demanded in accordance with (a) is not furnished or is deemed insufficient by the court or administrative authority.	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 considera inexacte.
Article 13 Penalties	Member States shall lay down penalties for infringements of national provisions adopted in application of this Directive and shall take all necessary measures to ensure that these are enforced. These penalties must be effective, proportionate and dissuasive.	Art. 15.	(1) Utilizarea de către comercianți a unor practici comerciale incorecte, astfel cum au fost definite în 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 minimumul 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.

Article 14 Amendments to Directive 84/450/EEC	Directive 84/450/EEC is hereby amended as follows:	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. <i>Prevederile articolului 14 din Directiva 2005/29/EC sunt abrogate prin Directiva 2006/114/EC privind publicitatea inelatoare și comparativa.</i>
	1. Article 1 shall be replaced by the following: <i>‘Article 1</i> The purpose of this Directive is to protect traders against misleading advertising and the unfair consequences thereof and to lay down the conditions under which comparative advertising is permitted.’;		
	2. in Article 2: — point 3 shall be replaced by the following: ‘3. “trader” means any natural or legal person who is acting for purposes relating to his trade, craft, business or profession and any one acting in the name of or on behalf of a trader.’;		
	— the following point shall be added: ‘4. “code owner” means any entity, including a trader or group of traders, which is responsible for the formulation and revision of a code of conduct and/or for monitoring compliance with the code by those who have undertaken to be bound by it.’;		
	3. Article 3a shall be replaced by the following: <i>‘Article 3a</i> 1. Comparative advertising shall, as far as the comparison is concerned, be permitted when the following conditions are met: (a) it is not misleading within the meaning of Articles 2(2), 3 and 7(1) of this Directive or Articles 6 and 7 of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11		

	May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (*);		
	(b) it compares goods or services meeting the same needs or intended for the same purpose;		
	(c) it objectively compares one or more material, relevant, verifiable and representative features of those goods and services, which may include price;		
	(d) it does not discredit or denigrate the trade marks, trade names, other distinguishing marks, goods, services, activities, or circumstances of a competitor;		
	(e) for products with designation of origin, it relates in each case to products with the same designation;		
	(f) it does not take unfair advantage of the reputation of a trade mark, trade name or other distinguishing marks of a competitor or of the designation of origin of competing products;		
	(g) it does not present goods or services as imitations or replicas of goods or services bearing a protected trade mark or trade name;		
	(h) it does not create confusion among traders, between the advertiser and a competitor or between the advertiser's trade marks, trade names, other distinguishing marks, goods or services and those of a competitor.		
	4. Article 4(1) shall be replaced by the following:		
	'1. Member States shall ensure that adequate and effective means exist to combat misleading advertising in order to enforce compliance with the provisions on comparative advertising in the interest of traders and competitors. Such means shall include legal provisions under which persons or organisations regarded under national law as having a legitimate interest in combating misleading advertising or regulating comparative advertising may:		
	(a) take legal action against such advertising;		
	or		
	(b) bring such advertising before an administrative authority		

	competent either to decide on complaints or to initiate appropriate legal proceedings.			
	It shall be for each Member State to decide which of these facilities shall be available and whether to enable the courts or administrative authorities to require prior recourse to other established means of dealing with complaints, including those referred to in Article 5.			
	It shall be for each Member State to decide: (a) whether these legal facilities may be directed separately or jointly against a number of traders from the same economic sector; and (b) whether these legal facilities may be directed against a code owner where the relevant code promotes non-compliance with legal requirements.;			
	5. Article 7(1) shall be replaced by the following: '1. This Directive shall not preclude Member States from retaining or adopting provisions with a view to ensuring more extensive protection, with regard to misleading advertising, for traders and competitors.'			
	1. Article 9 of Directive 97/7/EC shall be replaced by the following:	Titlul II 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: 3. Articolul 14 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".
	'Article 9 Inertia selling Given the prohibition of inertia selling practices laid down in Directive 2005/29/EC of 11 May 2005 of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (*), Member States shall take the measures necessary to exempt the consumer from the provision of any consideration in cases of			

	unsolicited supply, the absence of a response not constituting consent.		
Article 15 Modifications des directives 97/7/CE et 2002/65/CE	2. Article 9 of Directive 2002/65/EC shall be replaced by the following: 'Article 9 Given the prohibition of inertia selling practices laid down in Directive 2005/29/EC of 11 May 2005 of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (*) and without prejudice to the provisions of Member States' legislation on the tacit renewal of distance contracts, when such rules permit tacit renewal, Member States shall take measures to exempt the consumer from any obligation in the event of unsolicited supplies, the absence of a reply not constituting consent. 1. In the Annex to Directive 98/27/EC, point 1 shall be replaced by the following: '1. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market. 2. In the Annex to Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27 October 2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of the consumer protection law (the Regulation on consumer protection cooperation) (1) the following point shall be added:	Titlul II 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: 2. Articolul 15 va avea următorul cuprins "Art. 15. În cazul livrării pentru care nu există o comandă prealabilă, consumatorul este exonerat de orice contraprestație, lipsa răspunsului neavând valoare de consimțământ".
Article 16 Modifications des directives	'16. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market		

<p>S 98/27/C E et du règleme nt (CE) no 2006/20 04</p>	<p>Member States shall take appropriate measures to inform consumers of the national law transposing this Directive and shall, where appropriate, encourage traders and code owners to inform consumers of their codes of conduct.</p>	<p>Titlul III Art. II.</p>	<p>(1) In termen de 30 de zile de la intrarea in vigoare a prezentei legi, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va informa, prin mijloacele mass-media, consumatorii, in legatura cu dispozitiile Titlului I. (2) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, la solicitarea operatorilor economici, va oferi acestora consultanță in realizarea unor coduri de conduită.</p>
	<p>1. By 12 June 2011 the Commission shall submit to the European Parliament and the Council a comprehensive report on the application of this Directive, in particular of Articles 3(9) and 4 and Annex I, on the scope for further harmonisation and simplification of Community law relating to consumer protection, and, having regard to Article 3(5), on any measures that need to be taken at Community level to ensure that appropriate levels of consumer protection are maintained. The report shall be accompanied, if necessary, by a proposal to revise this Directive or other relevant parts of Community law.</p> <p>2. The European Parliament and the Council shall endeavour to act, in accordance with the Treaty, within two years of the presentation by the Commission of any proposal submitted under paragraph 1.</p>		
	<p>Member States shall adopt and publish the laws, regulations and administrative provisions necessary to comply with this Directive by 12 June 2007. They shall forthwith inform the Commission thereof and inform the Commission of any subsequent amendments without delay.</p>		
	<p>They shall apply those measures by 12 December 2007. When</p>	<p>Titlul III</p>	<p>În aplicarea dispozițiilor Titlului I, Guvernul, prin organismele sale</p>

	<p>Member States adopt those measures, they shall contain a reference to this Directive or be accompanied by such a reference on the occasion of their official publication. Member States shall determine how such reference is to be made.</p>	<p>Art. I. Art. V.</p>	<p>specializate, stabilește norme și reglementări specifice care se vor publica în Monitorul Oficial al României, Partea I. 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 Directivei 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.</p>
		<p>Art. VI.</p>	<p>(1) Dispozițiile Titlului I precum și dispozițiile art. I și II din cadrul Titlului II din prezenta lege intră în vigoare la data de 12 decembrie 2007. (2) Anexele I și II fac parte integrantă din prezenta lege.</p>
<p>ANNEX I Commercial practices which are in all circumstances considered unfair</p>	<p>This Directive shall enter into force on the day following its publication in the <i>Official Journal of the European Union</i>. This Directive is addressed to the Member States. Misleading commercial practices 1. Claiming to be a signatory to a code of conduct when the trader is not.</p>	<p>Anexa I Practici comerciale considerate incorecte în orice situație</p>	<p>Practici comerciale înșelătoare: 1. Afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care el nu este.</p>
	<p>2. Displaying a trust mark, quality mark or equivalent without having obtained the necessary authorisation. 3. Claiming that a code of conduct has an endorsement from a public or other body which it does not have.</p>		<p>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.</p>

	<p>4. Claiming that a trader (including his commercial practices) or a product has been approved, endorsed or authorised by a public or private body when he/it has not or making such a claim without complying with the terms of the approval, endorsement or authorisation.</p>		<p>4. Afirmarea că un comerciant (inclusiv practicile sale comerciale) sau că un produs a fost agreat, aprobat sau autorizat de un organism public sau privat în cazul în care nu este adevărat, sau afirmarea că a fost agreat, aprobat sau autorizat fără a respecta condițiile de agreat, aprobare sau autorizare.</p>
	<p>5. Making an invitation to purchase products at a specified price without disclosing the existence of any reasonable grounds the trader may have for believing that he will not be able to offer for supply or to procure another trader to supply, those products or equivalent products at that price for a period that is, and in quantities that are, reasonable having regard to the product, the scale of advertising of the product and the price offered (bait advertising).</p>		<p>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.</p>
	<p>6. Making an invitation to purchase products at a specified price and then:</p>		<p>6. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, pentru ca apoi comerciantul să recurga la una din următoarele fapte:</p>
	<p>(a) refusing to show the advertised item to consumers;</p>		<p>a) refuzarea prezentării articolului ce a făcut obiectul publicității;</p>
	<p>or</p> <p>(b) refusing to take orders for it or deliver it within a reasonable time;</p>		<p>b) refuzarea luării comenzii privind respectivul articol, sau livrării în cadrul unui termen rezonabil;</p>
	<p>or</p> <p>(c) demonstrating a defective sample of it, with the intention of promoting a different product (bait and switch)</p>		<p>c) prezentarea un eșantion cu defecte, în scopul promovării unui produs diferit.</p>
	<p>7. Falsely stating that a product will only be available for a very limited time, or that it will only be available on particular terms for a very limited time, in order to elicit an immediate decision and deprive consumers of sufficient opportunity or time to make an informed choice.</p>		<p>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.</p>
	<p>8. Undertaking to provide after-sales service to consumers with whom the trader has communicated prior to a transaction in a language which is not an official language of the Member State where the trader is located and then making such service available only in another language without clearly disclosing this to the consumer before the consumer is committed to the</p>		<p>8. Angajamentul de a furniza un serviciu post vanzare 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.</p>

	transaction.		
	9. Stating or otherwise creating the impression that a product can legally be sold when it cannot.		9. Afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vândut, în situația în care acest lucru nu este posibil.
	10. Presenting rights given to consumers in law as a distinctive feature of the trader's offer.		10. Prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului.
	11. Using editorial content in the media to promote a product where a trader has paid for the promotion without making that clear in the content or by images or sounds clearly identifiable by the consumer (advertorial). This is without prejudice to Council Directive 89/552/EEC (1).		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. Making a materially inaccurate claim concerning the nature and extent of the risk to the personal security of the consumer or his family if the consumer does not purchase the product.		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. Promoting a product similar to a product made by a particular manufacturer in such a manner as deliberately to mislead the consumer into believing that the product is made by that same manufacturer when it is not.		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. Establishing, operating or promoting a pyramid promotional scheme where a consumer gives consideration for the opportunity to receive compensation that is derived primarily from the introduction of other consumers into the scheme rather than from the sale or consumption of products.		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. Claiming that the trader is about to cease trading or move premises when he is not.		15. Afirmarea de către un comerciant că își încetează activitatea sau se stabilește în altă parte, atunci când aceasta nu este adevărat.
	16. Claiming that products are able to facilitate winning in games of chance.		16. Afirmarea că un produs poate facilita câștiguri la jocurile de noroc.
	17. Falsely claiming that a product is able to cure illnesses, dysfunction or malformations.		17. Falsa afirmație că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații.
	18. Passing on materially inaccurate information on market conditions or on the possibility of finding the product with the intention of inducing the consumer to acquire the product at conditions less favourable than normal market conditions.		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. Claiming in a commercial practice to offer a competition or		19. Afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un

	prize promotion without awarding the prizes described or a reasonable equivalent.		concur sau se va oferi un premiu, în scopuri promoționale, fără însă a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil.
	20. Describing a product as 'gratis', 'free', 'without charge' or similar if the consumer has to pay anything other than the unavoidable cost of responding to the commercial practice and collecting or paying for delivery of the item.		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. Including in marketing material an invoice or similar document seeking payment which gives the consumer the impression that he has already ordered the marketed product when he has not.		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. Falsely claiming or creating the impression that the trader is not acting for purposes relating to his trade, business, craft or profession, or falsely representing oneself as a consumer.		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. Creating the false impression that after-sales service in relation to a product is available in a Member State other than the one in which the product is sold.		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.
	Aggressive commercial practices		Practici comerciale agresive
	24. Creating the impression that the consumer cannot leave the premises until a contract is formed.		24. Crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului până nu se întocmește un contract.
	25. Conducting personal visits to the consumer's home ignoring the consumer's request to leave or not to return except in circumstances and to the extent justified, under national law, to enforce a contractual obligation.		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. Making persistent and unwanted solicitations by telephone, fax, e-mail or other remote media except in circumstances and to the extent justified under national law to enforce a contractual obligation. This is without prejudice to Article 10 of Directive 97/7/EC and Directives 95/46/EC (1) and 2002/58/EC.		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 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. Requiring a consumer who wishes to claim on an insurance policy to produce documents which could not reasonably be considered relevant as to whether the claim was valid, or failing systematically to respond to pertinent correspondence, in order to dissuade a consumer from exercising his contractual rights.		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. Including in an advertisement a direct exhortation to children to buy advertised products or persuade their parents or other adults to buy advertised products for them. This provision is without prejudice to Article 16 of Directive 89/552/EEC on television broadcasting.		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. Demanding immediate or deferred payment for or the return or safekeeping of products supplied by the trader, but not solicited by the consumer except where the product is a substitute supplied in conformity with Article 7(3) of Directive 97/7/EC (inertia selling).		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. Explicitly informing a consumer that if he does not buy the product or service, the trader's job or livelihood will be in jeopardy.		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. Creating the false impression that the consumer has already won, will win, or will on doing a particular act win, a prize or other equivalent benefit, when in fact either: — there is no prize or other equivalent benefit, or — taking any action in relation to claiming the prize or other equivalent benefit is subject to the consumer paying money or incurring a cost.		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.
ANNEX II	Articles 4 and 5 of Directive 97/7/EC	ANEXA 2 dispoziții	1. Articolele 3 și 4 din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la

<p>community law provisions setting out rules for advertising and commercial communication</p>	<p>Article 3 of Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours</p> <p>Article 3(3) of Directive 94/47/EC of the European Parliament and of the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of a right to use immovable properties on a timeshare basis</p> <p>Article 3(4) of Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers (3)</p> <p>Articles 86 to 100 of Directive 2001/83/EC of the European Parliament and of the Council of 6 November 2001 on the Community code relating to medicinal products for human use</p> <p>Articles 5 and 6 of Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic</p>	<p>din legislația națională ce stabilesc reguli în materie de publicitate și de comunicare comercială</p>	<p>distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea 51/2003;</p>
	<p>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 631/2001, cu modificările ulterioare;</p>		<p>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 631/2001, cu modificările ulterioare;</p>
	<p>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;</p>		<p>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;</p>
	<p>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;</p>		<p>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;</p>
	<p>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;</p>		<p>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;</p>
	<p>6. Articolele 4, 5 și 6 din Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la</p>		<p>6. Articolele 4, 5 și 6 din Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la</p>

	commerce)		distanță privind serviciile financiare publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004;
	Article 1(d) of Directive 98/7/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 amending Council Directive 87/102/EEC for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit		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;
	Articles 3 and 4 of Directive 2002/65/EC		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;
	Article 1(9) of Directive 2001/107/EC of the European Parliament and of the Council of 21 January 2002 amending Council Directive 85/611/EEC on the coordination of laws, regulations and administrative provisions relating to undertakings for collective investment in transferable securities (UCITS) with a view to regulating management companies and simplified prospectuses		9. Articolele 11 alin. (1) lit. d) și e), 12 alin (16), (17), (18), (19) și 24 din Legea nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurătorilor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 148 din 10 aprilie 2000, cu modificările și completările ulterioare;
	Articles 12 and 13 of Directive 2002/92/EC of the European Parliament and of the Council of 9 December 2002 on insurance mediation		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 asigurătorii și intermediarii în asigurări trebuie să le furnizeze clienților, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 1243 din 23 decembrie 2004;
	Article 36 of Directive 2002/83/EC of the European Parliament and of the Council of 5 November 2002 concerning life assurance		11. Articolul 40 ¹ 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;
	Article 19 of Directive 2004/39/EC of the European Parliament and of the Council of 21 April 2004 on markets in financial instruments		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 Valoriilor Mobiliare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I nr. 312 bis din 6 aprilie 2006, cu modificările ulterioare;
	Articles 31 and 43 of Council Directive 92/49/EEC of 18 June 1992 on the coordination of laws, regulations and administrative provisions relating to direct insurance other than life assurance (third non-life insurance Directive)		
	Articles 5, 7 and 8 of Directive 2003/71/EC of the European Parliament and of the Council of 4 November 2003 on the prospectus to be published when securities are offered to the public or admitted to trading		
	Member States shall neither restrict the freedom to provide services nor restrict the free movement of goods for reasons		

	falling within the field approximated by this Directive.
	1. Unfair commercial practices shall be prohibited.
	2. A commercial practice shall be unfair if: (a) it is contrary to the requirements of professional diligence, and (b) it materially distorts or is likely to materially distort the economic behaviour with regard to the product of the average consumer whom it reaches or to whom it is addressed, or of the average member of the group when a commercial practice is directed to a particular group of consumers.

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.