

## Expunere de motive

Unul din principiile esențiale consacrat în momentul de față în actele normative aflate în vigoare cu privire la comercializarea produselor și serviciilor pe piață este “Informarea corectă și protejarea intereselor consumatorilor”. Din păcate, se observă cu ușurință că acest principiu nu își găsește recunoașterea totală în practică, consumatorii fiind victimele multor abuzuri de-a lungul timpului. Realitatea arată faptul că această informare nu este nici pe departe completă.. Nu putem vorbi despre o alegere rațională din partea consumatorului în momentul achiziționării unui produs atâta timp cât acesta nu dispune de informații cu privire la modalitatea de formare a prețurilor, astfel asigurându-se că îi sunt protejate interesele.

Cu alte cuvinte, ceea ce lipsește în momentul actual este transparența în procesul de formare a prețurilor produselor. Pornind de la consecințele pe care o astfel de lacună le generează, se evidențiază necesitatea adoptării unui mecanism mai eficient de informare a consumatorilor în ceea ce privește procedeele de formare a prețurilor. Cunoașterea de către consumatori a costului de producție la achiziționarea unui produs le-ar asigura acestora un grad de informare mai ridicat atât față de producător, cât și față de adaosul comercial practicat de către operatorii economici. În mod evident, ceea ce interesează în mod direct consumatorul este prețul final al produsului, însă instituirea unei obligații de afișare, pe lângă acesta, și a costului de producție, nu poate avea decât efecte benefice, și anume: impact pozitiv în rândul populației, posibilitatea diferențierii între agenții economici, dar și efectuarea unei analize comparative asupra activității diferiților agenți economici.

Conform art. 49 din Legea nr. 296/2004 privind Codul Consumului, “Scopul etichetării este de a oferi consumatorilor informațiile necesare, suficiente, verificabile și ușor de comparat, astfel încât să permită acestora să aleagă acel produs care corespunde exigențelor lor din punct de vedere al nevoilor și posibilităților lor financiare [...]”. Cu alte cuvinte, o analiză corectă asupra acestei conformități între posibilitățile financiare și nevoile consumatorului implică în mod evident și cunoașterea modalității de formare a prețurilor.

### INIȚIATORI

**Staicu Dumitru Florian – senator PD-L**

