

PARLAMENTUL ROMÂNIEI

CAMERA DEPUTAȚILOR

SENATUL

LEGE

pentru modificarea Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

Articol unic. – Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 899 din 28 decembrie 2007, cu modificările ulterioare, se modifică după cum urmează:

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

„e) *deformarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor* – folosirea unei practici comerciale cu scopul de a afecta în mod considerabil capacitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-l astfel să ia o decizie pe care altfel nu ar fi luat-o;”

2. Partea introductivă a alineatului (1) al articolului 4 va avea următorul cuprins:

„(1) O practică comercială este incorectă dacă sunt îndeplinite, în mod cumulativ, următoarele condiții:”

3. La anexa nr. 1, Secțiunea „Practici comerciale înșelătoare”, punctele 6, 8 și 14 vor avea următorul cuprins:

„6. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, pentru ca apoi, în scopul promovării unui produs diferit, comerciantul să recurgă la una din următoarele fapte:

- a) refuzul prezentării articolului ce a făcut obiectul publicității;
- b) refuzul luării comenzii privind respectivul articolul sau a livrării în cadrul unui termen rezonabil;
- c) prezentarea unui eșantion cu defecte.

.....

8. Angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori, atunci când comerciantul a comunicat cu aceștia, înaintea încheierii tranzacției, într-o limbă ce nu este limba oficială a statului membru în care el este stabilit și ulterior a furnizat respectivul serviciu numai în altă limbă, fără însă a informa în mod clar consumatorii cu privire la aceasta, înainte de angajarea în tranzacție.

.....

14. Crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, în care consumatorul oferă o contraprestație, inclusiv în produse, servicii sau bani, în schimbul 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.”

4. La anexa nr. 1, Secțiunea „Practici comerciale agresive”, la punctul 8, litera b) va avea următorul cuprins:

„b) orice acțiune întreprinsă în vederea solicitării premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.”