

**Cu privire la aprobarea proiectului de lege
pentru modificarea și completarea unor
acte legislative**

Guvernul HOTĂRĂȘTE:

Se aprobă și se prezintă Parlamentului spre examinare proiectul de lege pentru modificarea și completarea unor acte legislative.

Prim-ministru

VLADIMIR FILAT

Contrasemnează:

Viceprim-ministru,
ministrul economiei

Valeriu LAZAR

Ministrul finanțelor

Veaceslav Negruța

Ministrul justiției

Alexandru Tănase

Vizează:

Secretarul general al Guvernului

Victor BODIU

Aprobată în ședința Guvernului
din

PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA**LEGE****pentru modificarea și completarea unor acte legislative**

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Art. I. – Articolul 4 alineatul (1) din Legea taxei de stat nr. 1216-XII din 3 decembrie 1992 (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.53-55, art.302), cu modificările și completările ulterioare, se completează cu un nou subalineat, 7¹), cu următorul cuprins:

„7¹) reclamanții în acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor;”.

Art. II. – Legea nr.1227-XIII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr.67-68, art. 555), cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. Articolul 3 se completează cu un nou alineat, (3), cu următorul cuprins:

„(3) Prevederile legii stipulate la art. 8 alin. (3) și (9), și art. 10 nu se aplică consumatorilor care se încadrează în noțiunea „consumator – orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională.”.

Art. III. – Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr. 126-131, art. 507), cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. Preambulul după cuvântul „consumatorii” se completează cu următorul text:

„și transpune Directiva 2005/29/CE 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 publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JO) nr. L 149/22 din 11.06.2005.”.

2. Articolul 1:

noțiunea „clauză abuzivă” va avea următorul cuprins:

„*clauză abuzivă* – clauză contractuală care nu s-a negociat individual se consideră ca fiind abuzivă în cazul în care, în contradicție cu cerința de bună-credință, provoacă un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților care decurg din contract, în detrimentul consumatorului;”;

noțiunea „*practici comerciale abuzive*” se exclude;

noțiunea „*viciu*” se completează cu cuvintele „ce se manifestă și poate fi constatat numai în timpul utilizării aceluși produs/serviciu”;

se completează cu următoarele noțiuni:

„*asociația obștească de consumatori* – este considerată asociația obștească care are ca scop unic apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii săi;

cod de conduită – un acord sau un ansamblu de reguli care sînt impuse prin legislație sau dispoziții administrative și care definesc comportamentul comercianților care se angajează să se respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale ori în unul sau mai multe sectoare de activitate;

contract de adeziune – contractul în care toate clauzele formulate anticipat pentru o multitudine de contracte, pe care o parte contractantă (utilizator) le prezintă celeilalte părți la încheierea contractului;

decizie de tranzacționare – orice decizie luată de un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, modalitatea de plată integrală sau parțială pentru un produs, păstrarea ori renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul, aceasta putînd conduce ori la acțiunea consumatorului ori la abținerea de a acționa;

denaturarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor – folosirea unei practici comerciale ce afectează considerabil capacitatea consumatorilor de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinîndu-i astfel să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o;

diligență profesională – nivelul de competență specializată și de considerare pe care comerciantul poate să îl exercite în mod rezonabil față de consumatori, în conformitate cu practica comercială corectă și/sau principiul general al bune-credințe în domeniul de activitate al comerciantului;

distribuitor – agentul economic din lanțul de distribuție, altul decît producătorul sau importatorul, care plasează produse pe piață și asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la consumator;

invitație de a cumpăra – comunicarea comercială prin care se menționează caracteristicile și prețul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor de comunicare comercială utilizate pentru aceasta și care, îl determină pe consumator să cumpere un produs;

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

practici comerciale (practici ale comercianților în relația cu consumatorii) – orice acțiune, omisiune, comportament, declarație sau comunicare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant, în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor;

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;

executant – orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care efectuează lucrări în relațiile cu consumatorii.

În sensul art. 10¹ al legii se utilizează următoarele noțiuni care au următoarea semnificație:

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 același scop, în numele sau în beneficiul unui comerciant;

produs – orice bun sau serviciu, inclusiv bunuri imobile, drepturi, și obligații aferente;

preț forfetar – poate fi considerat ca un preț fix, global, definitiv și care, de regulă, nu poate fi modificat.”

3. Se completează cu un nou articol, 1¹, cu următorul cuprins:

„Articolul 1¹. Domeniul de aplicare

Prezenta lege stabilește cerințele generale de protejare a consumatorilor, de asigurare a cadrului necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării complete despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici comerciale incorecte, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Cerințele prezentei legi:

1) se aplică practicilor comerciale incorecte ale comercianților față de consumatori definite la art. 10¹ al prezentei legi, înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs, serviciu;

2) nu aduc atingere:

a) dispozițiilor legale ce reglementează contractele și, în special, prevederilor referitoare la validitatea, încheierea sau efectele contractelor;

b) dispozițiilor privind aspectele de sănătate și securitate a produselor;

c) dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor de judecată;

d) dispozițiilor ce reglementează certificarea și indicarea mărcilor titlurilor în cazul metalelor prețioase.

Prezenta lege nu aduce atingere prevederilor specifice în anumite domenii privind practicile comerciale incorecte. În cazul în care astfel de prevederi există

în legile specifice, acestea se aplică ca cerințe suplimentare celor prevăzute de prezenta lege.

În cazul în care legile speciale conțin cerințe mai restrictive privind practicile comerciale incorecte, acestea din urmă se aplică.”

4. Articolul 4 va avea următorul cuprins:

„**Articolul 4.** Clauze abuzive

(1) Se interzice agenților economici de a include clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

(2) Clauzele contractuale abuzive se consideră nule cu excepția celor negociate individual.

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

(4) O clauză contractuală se consideră că nu a fost negociată individual, atunci când a fost redactată în prealabil, iar din acest motiv consumatorul nu a avut posibilitatea de a influența conținutul clauzei, în special în cazul unui contract de adeziune.

(5) Faptul că anumite aspecte ale unei clauze sau o anumită clauză au fost negociate individual nu exclude aplicarea prezentului articol pentru restul contractului, în cazul în care o evaluare globală a acestuia indică faptul că este, cu toate acestea, un contract de adeziune.

(6) Dacă un agent economic pretinde că o clauză standard preformulată a fost negociată direct cu consumatorul, este de datoria lui să prezinte probe în acest sens.

(7) Orice contract încheiat între agentul economic și consumator pentru vânzare de produse, prestare de servicii va cuprinde clauze clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sînt necesare cunoștințe speciale.

(8) În caz de dubii asupra interpretării unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

(9) Raporturile juridice generate de clauzele contractuale abuzive se reglementează de legislația respectivă, inclusiv de legislația privind protecția concurenței.”

5. Articolul 6:

alineatele (3), (4), (5) și (6) se completează în final cu cuvintele „, după caz”;

alineatul (6) se completează după cuvintele „declarației de conformitate,” cu cuvintele „cît și în lipsa documentelor de proveniență”.

6. Articolul 7:

litera b), după cuvintele „oprească livrările” se completează cu cuvîntul „importul”;

se completează cu o nouă litera, e), cu următorul cuprins:

„e) să înregistreze reclamațiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern.”.

7. Articolul 8:

litera d) se completează la început cu cuvintele „să oprească importul și”;

litera g) se completează la început cu cuvintele „să dețină registru de reclamații la un loc vizibil și”.

8. La articolul 9, litera h) se completează la început cu cuvintele „să dețină registru de reclamații la un loc vizibil și”.

9. Articolul 10:

alineatul (2) va avea următorul cuprins:

„(2) Agentul economic este obligat să importe, să plaseze pe piață numai produse, servicii care corespund cerințelor prescrise sau declarate, să presteze servicii numai în bază de contract negociat individual cu consumatorii.”;

la alineatul (3), după cuvintele „la cererea consumatorului” se completează cu cuvintele „sau asociațiilor obștești de consumatori”;

la alineatul (6), după cuvintele „prestarea serviciilor” se completează cu cuvintele „inclusiv serviciilor comunale”.

10. Legea se completează cu articolele 10¹, 10² și 10³ cu următorul cuprins:

„Articolul 10¹. Practici comerciale incorecte

(1) Se interzic practicile comerciale incorecte.

(2) O practică comercială este incorectă dacă:

a) este contrară cerințelor diligenței profesionale; și

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

(3) Practicile comerciale care pot denatura, în mod esențial, comportamentul economic al unui anumit grup vulnerabil de consumatori, clar identificabil, trebuie evaluate din perspectiva membrului mediu al grupului. Grupul de consumatori este cu precădere vulnerabil la respectiva practică sau la produsul la care aceasta se referă, din motive de infirmitate mintală sau fizică, de vîrstă sau de credulitate, comportamentul economic al acestuia putînd fi, în mod rezonabil, prevăzut de comerciant. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sînt destinate a fi luate ca atare.

(4) Practicile comerciale incorecte sînt, în special, cele:

a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin. (5) al prezentului articol;

b) agresive, în sensul prevederilor alin. (9) al prezentului articol;

(5) Practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare:

a) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care conține informații false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informația este corectă în fapt, cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente și, în oricare dintre situații, determină sau poate determina consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care nu ar fi luat-o în altă situație referitoare la:

1) existența sau natura produsului;

2) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, eventualele riscuri previzibile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și instrumentarea reclamațiilor, modul și data fabricației sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, termenul de valabilitate, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizarea sa, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;

3) amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct sau indirect acordat comerciantului sau produsului;

4) prețul sau modul de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific al prețului;

5) necesitatea deservirii, a unei piese separate, a înlocuirii sau a remedierii;

6) natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate industrială sau comercială ori recompense și distincții primite;

7) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de remediere, de înlocuire sau de restituire a contravalorii ca urmare a rezilierii contractului, astfel cum sînt prevăzute de art.13 al prezentei legi.

b) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă, analizînd faptele și ținînd 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 în cazul în care implică:

1) orice activitate de comercializare privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creînd o confuzie cu alt produs, marca, numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;

2) nerespectarea de către comerciant a obligațiilor prevăzute în codul de conduită pe care s-a angajat să îl respecte, dacă:

- angajamentul său nu este o aspirație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată; și

- acesta indică, în cadrul unei practici comerciale, că s-a angajat să respecte codul respectiv.

c) O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul 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.

d) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind omisiune înșelătoare atunci când, ținând cont de aspectele prevăzute la litera. c), un comerciant ascunde sau oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu ori în contratimp o informație esențială sau nu își declară intenția comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în oricare dintre 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.

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

(7) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații sînt considerate esențiale pentru determinarea practicilor comerciale incorecte, 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 a comerciantului și, în cazul în care acționează pe seama altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare a 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 cercetare a reclamațiilor, dacă acestea diferă de condițiile cerute de diligența profesională;

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

(8) Practicile comerciale care, în orice situație, se consideră înșelătoare sînt următoarele:

a) afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care nu este;

b) afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obținută autorizația necesară;

c) 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;

d) afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau că un produs a fost agreat, aprobat ori autorizat de un organism public sau privat, în cazul în care nu este adevărat, ori afirmarea că a fost agreat, aprobat sau autorizat fără a respecta condițiile de agreare, aprobare sau autorizare;

e) lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în cazul în care comerciantul nu dezvăluie în invitație existența unor motive rezonabile în baza cărora ar aprecia că nu va putea să furnizeze, el însuși sau prin intermediul altui comerciant, acele produse sau produse similare la același preț, pentru o perioadă și într-o cantitate rezonabilă, avându-se în vedere produsul, amploarea reclamei și prețul oferit;

f) lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în scopul promovării unui produs diferit, pentru ca apoi comerciantul să recurgă la una dintre următoarele fapte: refuzarea prezentării articolului ce a făcut obiectul publicității; refuzarea luării comenzii privind respectivul articol sau a livrării în cadrul unui termen rezonabil; prezentarea unui eșantion cu defecte;

g) afirmarea falsă că un produs nu va fi disponibil decât pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că nu va fi disponibil decât în anumite condiții, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și a lipirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient, pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză;

h) angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori, fără însă a-i informa în mod clar, înainte de angajarea acestora în tranzacție, cu privire la limba în care furnizează serviciul, în situația în care comerciantul a comunicat cu consumatorul, înaintea încheierii tranzacției, într-o limbă ce nu este limba oficială a statului în care el este stabilit;

i) afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vândut, în situația în care acest lucru nu este posibil;

j) prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului;

k) utilizarea unui context editorial în mass-media, în vederea promovării unui produs pentru a cărui reclamă comerciantul a plătit, fără însă ca acesta să se precizeze clar fie în cuprins, fie prin imagini sau sunete ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată);

l) lansarea de afirmații nefondate cu privire la natura și amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia, în situația în care consumatorul nu achiziționează produsul;

m) 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;

n) crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilității de a primi

remunerația, ce provine doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem și nu ca urmare a vânzării sau consumului produselor;

o) afirmarea de către un comerciant că își încetează activitatea sau se stabilește în altă parte, atunci când acest lucru nu este adevărat;

p) afirmarea că un produs poate crește șansele de câștiguri la jocurile de noroc;

q) falsa afirmație că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații;

r) 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;

s) 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;

t) descrierea unui produs ca fiind "gratis", "fără costuri" sau într-un mod similar, în cazul în care consumatorul trebuie să suporte alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din răspunsul la practica comercială și din plata pentru livrarea sau ridicarea produsului;

u) 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;

v) afirmarea falsă sau crearea impresiei că acțiunile comerciantului nu sînt legate de activitățile sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, sau falsa prezentare a calității sale de consumator;

w) crearea impresiei false că serviciul post-vînzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decât cel în care produsul este vîndut.

(9) O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul situației de fapt și ținînd 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, constrîngere, 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.

(10) Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrîngere, 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 la un comportament abuziv;

c) exploatarea de către comerciant a unei situații nefericite sau a unei circumstanțe speciale, de o asemenea gravitate încît afectează raționamentul consumatorului mediu și de care comerciantul este conștient, în scopul influențării deciziei consumatorului cu privire la produs;

d) orice obstacol oneros sau disproportionat, 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 ori de a se adresa unui alt comerciant;

e) orice amenințare cu măsuri, în situația în care acestea nu pot fi luate în mod legal.”.

(11) Practicile comerciale care, în orice situație, se consideră agresive sînt următoarele:

a) crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului pînă cînd nu se întocmește un contract;

b) efectuarea personală de vizite la locuința consumatorului, ignorînd solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu se întoarce, cu excepția situațiilor legitime și în măsură justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale;

c) solicitarea persistentă și nedorită, prin intermediul telefonului, faxului, e-maiului sau prin alte mijloace de comunicare la distanță, cu excepția situațiilor legitime și în măsură justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale;

d) solicitarea de la un consumator care dorește să execute o poliță de asigurare de a aduce 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;

e) includerea într-o reclamă a unui îndemn direct adresat minorilor să cumpere produsele promovate sau să își convingă părinții ori alți adulți să cumpere produsele promovate;

f) solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiții sigure a produsului furnizat de comerciant, dar nesolicitat de consumator;

g) informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul sau serviciul, comerciantul riscă să își piardă serviciul ori mijloacele de trai;

h) crearea falsei impresii consumatorului că a cîștigat deja, va cîștiga sau că, dacă va face un anumit lucru, va cîștiga un premiu sau un alt beneficiu echivalent, cînd, în realitate, este valabilă una dintre următoarele situații: nu există nici-un premiu sau un alt beneficiu echivalent; intrarea în posesia premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.

Articolul 10². Competențe și drept de sesizare referitor la interzicerea practicilor comerciale incorecte

(1) În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim pot să sesizeze Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieței, Metrologie și Protecție a Consumatorilor (în continuare - Inspectoratul) în legătură cu

practicile comerciale incorecte pentru ca acesta să decidă asupra reclamațiilor, sau să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sînt susceptibili să săvîrșescă practici comerciale incorecte.

(2) Comercianții trebuie să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor în legătură cu practica comercială întreprinsă și sînt obligați, la solicitarea Inspectoratului sau a instanțelor judecătorești, să le pună acestora la dispoziție documente care să probeze cele afirmate.

(3) În cazul în care documentele nu sunt furnizate într-un termen rezonabil dar numai mai mare de 15 zile calendaristice și/sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile în cauză se consideră nefondate.

(4) Comercianții concurenți pot informa Agenția Națională pentru Protecția Concurenței în legătură cu practicile comerciale incorecte sau să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sînt susceptibili să săvîrșescă practici comerciale incorecte.

Articolul 10³. Răspunderi și sancțiuni referitor la interzicerea practicilor comerciale incorecte

(1) Ținînd cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieței, Metrologie și Protecție a Consumatorilor vor dispune următoarele măsuri privind:

a) încetarea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul Contravențional.;

b) interzicerea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost încă puse în practică, dar acest lucru este iminent, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul Contravențional.;

c) solicitarea de la Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare de la primirea solicitării, a datelor de identificare a persoanelor fizice sau juridice implicate în realizarea publicității audiovizuale, considerată a fi o practică comercială incorectă, precum și o copie a materialului publicitar difuzat.

(2) În cazul în care, în vederea eliminării efectelor practicilor comerciale incorecte, s-a dispus încetarea, respectiv interzicerea acestora, iar hotărîrea/decizia organului respectiv a rămas irevocabilă, instanța care a emis hotărîrea definitivă, respectiv Inspectoratul, poate solicita comerciantului:

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

b) publicarea unui comunicat suplimentar privind măsurile de redresare.

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

(4) 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.

(5) Efectuarea controlului prevăzut la alin. (4) al prezentului articol 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 Inspectoratului ori instanței judecătorești competente.”

11. Articolul 11:

la litera a), cuvintele „comerciale abuzive” se substituie cu cuvintele „comerciale incorecte”;

la litera f), cuvântul „inițial” se substituie cu cuvântul „forfetar”;

se completează cu o nouă literă, g), cu următorul cuprins:

„g) de a face cunoștință, anticipat, cu textul contractului pe care intenționează să îl încheie.”

12. Articolul 12 se completează cu un nou alineat, (6), cu următorul cuprins:

„(6) Vînzătorul produselor de folosință îndelungată în cazul încetării activității antreprenoriale în domeniul respectiv, este obligat să transmită și obligațiile sale de asigurare a posibilității utilizării produselor de folosință îndelungată pentru toată durata de funcționare în perioada termenului de garanție altei persoane juridice sau fizice care devine succesor.”.

13. Articolul 13:

la aliniatul (11), după cuvântul „înlocuirii” se completează cu cuvintele „sau restituirii contravalorii”;

alineatul (14) se exclude;

alineatul (15) se completează cu o propoziție cu următorul cuprins: „Neprezentarea refuzului în termenul stabilit de lege se consideră refuz tacit.”

14. Articolul 16, se completează cu alineatele (5) și (6) cu următorul cuprins:

„(5) În momentul finalizării lucrării, prestatorul (executantul) întocmește un act de finalizare a lucrărilor, ce urmează a fi semnat de consumator cu sau fără rezerve.

(6) Prestarea serviciilor în partea ce ține de lucrările de întreținere și reparație a elementelor constructive a blocurilor locative constituie obligația gestionarilor blocurilor respective, în baza tarifelor stabilite în modul corespunzător.”

15. Articolul 20:

alineatul (1) se completează cu o propoziție cu următorul cuprins: „Textul informației și mărimea literelor trebuie să fie ușor citibil și distinctiv pentru un consumator.”;

alineatul (5) va avea următorul cuprins:

„(5) Vînzătorii și prestatorii trebuie să informeze consumatorii despre prețul de vînzare al produsului și prețul pe unitatea de măsură (cînd este aplicabil) sau despre tariful serviciului prestat pe care îl suportă consumatorul, să ofere acestora toate informațiile stipulate la alineatul (3), date despre evaluarea conformității și documentele tehnice, după caz, care trebuie să însoțească produsul sau serviciul.”;

alineatul (10) se completează cu o propoziție cu următorul cuprins: „Regulamentul privind indicarea prețurilor oferite consumatorilor se aprobă de Guvern.”;

alineatul (12) se completează cu o propoziție cu următorul cuprins: „Formatul și structura unificată a panoului informativ al consumatorului se stabilește de autoritatea publică centrală abilitat cu funcția de protecție a consumatorilor și se plasează pe pagina web a acesteia.”.

16. Articolul 21:

alineatul unic devine alineatul (1);

se completează cu un nou alineat, (2) cu următorul cuprins:

„(2) Instruirea (educarea) consumatorilor face parte din programul de învățămînt.”.

17. Articolul 22:

alineatele (2) și (3) vor avea următorul cuprins:

„(2) Ministerul Economiei:

a) coordonează și promovează politica statului în domeniul protecției consumatorilor;

b) coordonează activitatea organelor centrale de specialitate ale administrației publice și colaborează cu autoritățile administrative autonome abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor, prevăzute în art. 23 al prezentei legi;

c) coordonează activitățile de informare și educare a cetățenilor privind drepturile pe care le au în calitate de consumatori;

d) organizează activitatea Consiliului coordonator în domeniul protecției consumatorilor, organ consultativ, în care sînt reprezentanți ai autorităților publice centrale și locale și ai asociațiilor obștești de consumatori;

e) reprezintă Republica Moldova în organismele internaționale pentru protecția consumatorilor.

(3) Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieței, Metrologie și Protecție a Consumatorilor, organ public de specialitate, care își desfășoară activitatea în subordinea Ministerului Economiei și care realizează politica

statului în domeniul protecției consumatorilor prin exercitarea funcțiilor de protecție a consumatorilor în domeniile stabilite prin lege, cu excepția domeniilor atribuite cu drept exclusiv altor autorități publice și autorităților administrației publice locale:

- a) efectuează supravegherea pieței și controlul de stat asupra respectării:
 - 1) legilor în vigoare în domeniul protecției consumatorilor, în limitele competențelor atribuite Inspectoratului;
 - 2) reglementărilor tehnice, altor acte normative care stabilesc cerințe obligatorii privind securitatea produselor și serviciilor, cu excepția produselor de origine animală neprelucrate industrial;
 - 3) corespunderii produselor și serviciilor plasate pe piață cerințelor prescrise sau declarate, precum și asupra veridicității informațiilor prezentate;
 - 4) executării prescripțiilor și deciziilor emise;
- b) examinează reclamațiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor lor legitime;
- c) constată și examinează cauze contravenționale și aplică sancțiuni conform Codului contravențional;
- d) emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului serviciului necorespunzător, reducerii prețului acestora, conform art. 13 al prezentei legi, ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice din momentul recepționării de către agentul economic;
- e) emite decizia pentru încetarea practicilor comerciale incorecte;
- f) emite decizia pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost puse în practică, dar acest lucru este iminent;
- g) solicită informația privind măsurile întreprinse de către agentul economic în vederea remedierii neajunsurilor depistate;
- h) sesizează autoritatea de licențiere, determinată prin lege, referitor la depistarea cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase sau altor încălcări, în scopul întreprinderii acțiunilor în conformitate cu legislația;
- i) organizează activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor privind drepturile lor legitime;
- j) colaborează cu asociațiile obștești de consumatori;
- k) informează consumatorii despre produsele și serviciile care prezintă riscuri pentru sănătatea și securitatea lor, precum și despre practicile comerciale incorecte, care le pot afecta interesele economice.”;

se completează cu alineatele (4) și (5) cu următorul cuprins:

„(4) Regulamentul Inspectoratului Principal de Stat pentru Supravegherea Pieței, Metrologie și Protecție a Consumatorilor, precum și modul de efectuare a controlului de stat în cadrul supravegherii pieței se aprobă de Guvern.

(5) Pentru coordonarea activității de protecție a consumatorilor prin hotărâre de Guvern se creează Consiliul coordonator în domeniul protecției consumatorilor.”.

18. Articolul 25:

titlul articolului va avea următorul cuprins:

„Articolul 25. Asociațiile obștești de consumatori”

alineatul (2):

litera a) va avea următorul cuprins:

„a) să înainteze în instanțele judecătorești acțiuni pentru protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor, fără achitarea taxei de stat în cazul în care deține statut de utilitate publică;”;

la litera b), cuvintele „persoanelor vinovate de” se substituie cu cuvintele „persoanele responsabile de importul”;

la litera e), cuvintele „și să înainteze autorităților administrației publice și agenților economici propuneri respective pentru îmbunătățirea calității produselor, serviciilor” se exclud;

la litera g), cuvintele „în vederea aplicării sancțiunilor prevăzute de legislație” se substituie cu cuvintele „sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, cu privire la clauze abuzive în contracte și practicile incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii”;

se completează cu literele m) și n) cu următorul cuprins:

„m) să efectueze activități de informare și consiliere în domeniul protecției consumatorilor;

n) să reprezinte interesele consumatorilor în procedura de mediere și de soluționare a litigiilor între consumator și vânzător (prestator).”.

se completează cu două alineate, (3) și (4), cu următorul cuprins:

„(3) Programele, proiectele și activitățile de informare a consumatorilor propuse de asociațiile obștești de consumatori de utilitate publică pot fi finanțate de către stat, în conformitate cu legislația, în cazul în care asociațiile respective:

1) acționează exclusiv în numele și interesele consumatorilor;

2) sînt economic independenți de producători, importatori, distribuitori și vânzători.

(4) Criteriile pentru determinarea volumului de finanțare sînt următoarele:

1) volumul și numărul de publicații diseminate în scopul protecției consumatorilor;

2) campaniile informaționale desfășurate pentru consumatori;

3) acțiunile înaintate în instanțele de judecată în scopul protecției consumatorilor;

4) deținerea unui birou de consultanță sau a unei linii telefonice directe pentru consultarea consumatorilor în cel puțin o treime de unitățile administrative teritoriale.

Procedura privind modul de finanțare se stabilește și se aprobă de Ministerul Economiei, autoritatea publică centrală abilitată cu funcții de protecție a consumatorilor, care va monitoriza utilizarea mijloacelor financiare pentru scopuri de informare a consumatorilor.”.

19. Articolul 26:

la alineatul (1), cuvintele „lor legali” se substituie cu cuvîntul „acestora”;
alineatul (2) se completează cu o propoziție cu următorul cuprins:
„Consumatorii sînt scutiți de taxa de stat în acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor.”;

se completează cu alineatele (5) și (6) cu următorul cuprins:

„(5) Consumatorii și agenții economici pentru soluționarea conflictelor apărute ce țin de protecția drepturilor consumatorilor pot iniția benevol procedura de mediere ca o modalitate alternativă de soluționare.

(6) Procedura de mediere în cazul soluționării conflictelor apărute ce țin de protecția drepturilor consumatorilor este reglementată de lege.”.

20. Articolul 28.

alineatul unic devine alineatul (1);

se completează cu alineatul (2) cu următorul cuprins:

„(2) Examinarea și aplicarea sancțiunilor contravenționale pentru nerespectarea prezentei legi se efectuează conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul Contravențional.”

Art. IV. – Articolul 85 alineatul (1) litera a) din Codul de procedură civilă al Republicii Moldova nr. 225-XV din 30 mai 2003 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.111-115, art.451), cu modificările și completările ulterioare, se completează cu un subalineat cu următorul cuprins:

„- privind protecția drepturilor consumatorilor.”.

Art. V. – Articolul 11 alineatul (3) din Legea nr. 284-XV din 22 iulie 2004 privind comerțul electronic (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.138-146, art. 741), cu modificările și completările ulterioare, se completează la final cu cuvintele „, precum și pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte.”.

Art. VI. – Articolul 11 din Codul de executare al Republicii Moldova nr. 443-XV din 24 decembrie 2004 (republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010, nr.214-220, art.704), cu modificările și completările ulterioare, se completează cu o nouă literă, m), cu următorul cuprins:

„m) deciziile emise de organul abilitat pentru protecția consumatorilor în vederea satisfacerii revendicărilor consumatorilor.”.

Art. VII. - Codul Contravențional al Republicii Moldova nr. 218-XVI din 24 octombrie 2008 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2009, nr. 3-6, art. 15), cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 344, alineatul (3) se completează cu o nouă literă, d), cu următorul cuprins:

„d) utilizarea de către comerciant a practicii comerciale incorecte (înșelătoare și/sau agresive) care denaturează sau este susceptibilă să denatureze

în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia i se adresează ori al membrului mediu al unui grup, atunci când o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori,

se sancționează cu amendă de la 50 la 100 unități convenționale aplicată persoanei, cu amendă de la 100 la 200 unități convenționale aplicată persoanei juridice cu emiterea deciziei, în ambele cazuri, de încetare sau interzicere a practicii comerciale incorecte.”.

2. Articolul 408:

alineatul (1) după cuvintele „se constată” se completează cu cuvintele „și se examinează”;

la alineatul (2), după cuvintele „*Protecția Consumatorilor*” cuvântul „și” se exclude, iar după cuvintele „*adjuncții lui*” se completează cu cuvintele „, *precum și inspectorii principali de stat și inspectorii coordonatori de stat*”;

alineatul (3) va avea următorul cuprins:

„(3) Sînt în drept să examineze și să aplice sancțiuni șeful Inspectoratului Principal de Stat pentru Supravegherea Pieței, Metrologie și Protecția Consumatorilor și adjuncții lui.”.

Art.VIII:

1. Prezenta lege intră în vigoare la expirarea a șase luni de la data publicării, cu excepția completării cu alin.(3) și (4) art.25 din Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor, care vor intra în vigoare la expirarea a 2 ani de la publicarea acesteia.

2. Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor, cu modificările ulterioare, inclusiv cu cele operate prin prezenta lege, va fi republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, dîndu-se o nouă numerotare articolelor, alineatelor și literelor.

Art.IX. – Guvernul în termen de 6 luni va aduce actele sale normative în concordanță cu prezenta lege.

Președintele Parlamentului