

**Постоянному бюро  
Парламента Республики Молдова**

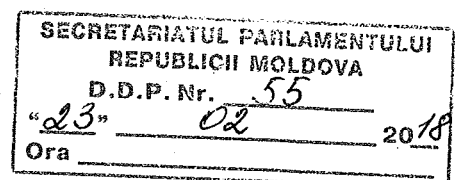
В соответствии с положениями статьи 73 Конституции Республики Молдова и статьи 47 Регламента Парламента представляется в порядке законодательной инициативы проект закона о внесении изменения и дополнений в Закон о защите прав потребителей № 105/2003.

Прилагаются:

- 1) Проект закона (4 страницы);
- 2) пояснительная записка (1 страница).

Депутаты Парламента:

М.Гимпу  
А. Зотя-Дурня  
И. Касиан  
Ш. Влас  
П. Косой  
В. Бежан  
Л. Карп  
И. Апостол  
Р. Боцан



**ЗАКОН**  
**о внесении изменения и дополнений в Закон**  
**о защите прав потребителей №105/2003**

Парламент принимает настоящий органический закон.

**Ст. I.** – В Закон о защите прав потребителей №105/2003 (повторное опубликование: Официальный монитор Республики Молдова, 2011 г., №176-181, ст. 513), с последующими изменениями и дополнениями, внести следующие изменение и дополнения:

1. Статью 1 дополнить следующими понятиями:

*«реализация товаров/предоставление услуг по сниженной цене – заявленная под каким-либо названием любая продажа товаров/предоставление услуг, которой предшествует или которую сопровождает или нет реклама, предполагающую снижение отпускных цен и результатом которой является продажа всего или части запаса товаров / услуг;*

*справочная цена – самая низкая цена, примененная в соответствующей торговой точке в течение последних 45 дней до даты применения сниженной цены;»;*

2. Часть (б) статьи 13 дополнить пунктом h) следующего содержания:

«h) несоблюдение правил реализации товаров/предоставления услуг, указанных в приложении 2.»;

3. В части (4) статьи 19 слова «в приложении» заменить словами «в приложении 1».

**Ст. II.** – Приложение к Закону о защите прав потребителей №105/2003 (повторное опубликование: Официальный монитор Республики Молдова, 2011 г., №176-181, ст. 513), с последующими изменениями и дополнениями, переименовать в Приложение 1.

**Ст. III.** – Закон о защите прав потребителей №105/2003 (повторное опубликование: Официальный монитор Республики Молдова, 2011 г., №176-

181, ст. 513), с последующими изменениями и дополнениями, дополнить Приложением 2» следующего содержания:

«Приложение 2

**Положение  
о реализации по сниженной цене товаров  
и услуг хозяйствующими субъектами**

**I. Общие положения**

1. Положение о реализации по сниженной цене товаров и услуг хозяйствующими субъектами (далее – Положение), регулирует правила и порядок установления цен коммерсантами в течение периода реализации товаров/услуг по сниженным ценам.

2. Настоящее Положение распространяются на все хозяйствующие субъекты независимо от вида собственности, в том числе на практикующих электронную торговлю и продающих товары или предоставляющие услуги.

3. Под реализацией товаров/ услуг по сниженным ценам следует понимать заявленную под каким-либо названием любую продажу товаров/предоставление услуг, которой предшествует или которую сопровождает или нет реклама, предполагающую снижение отпускных цен и результатом которой является продажа всего или части запаса товаров / услуг.

**II. Уведомление и реклама скидок**

1. Реклама, предшествующая установлению скидок на товары и услуги или сопровождающая ее, предполагает любой вид рекламы, посредством которой хозяйствующие субъекты уведомляют потребителей о предоставлении услуги либо о тотальной или частичной реализации одного товара или группы товаров в течение определенного периода времени по сниженной цене.

2. Реклама размещается на румынском языке, а по желанию поставщика рекламы – и на других языках.

3. В случае письменной рекламы, размер шрифта текста на румынском языке не может быть меньше 30% от размера шрифта текста на других языках.

4. Реклама реализации товаров/услуг по сниженным ценам должна содержать следующие конкретные сведения:

- отпускная цена или размер скидки в процентах;
- дата начала реализации по сниженным ценам и продолжительность акции;
- имеющийся объем товарных запасов (точное количество единиц) в случае распродажи определенных товаров до полной ликвидации запасов;

- процент скидки или сниженная цена отдельно по каждой категории товаров, в случае продажи по сниженной цене нескольких категорий товаров с применением разного процента скидки.

5. Любая реклама о реализации по сниженным ценам должна относиться к товарам, имеющимся в наличии или с восполняемыми запасами, а также к услугам, продаваемым или предоставляемым в текущем режиме.

6. Товары и услуги, фигурирующие в рекламе о реализации по сниженным ценам, должны быть в продаже на протяжении всего указанного периода, за исключением случаев, когда в рекламе указано, что предложение действительно в пределах имеющихся запасов.

7. Любое объявление или другая форма рекламы с вывешиванием/распространением текста «тотальная распродажа» или других аналогичных по значению текстов допускается только в случае применения сниженных цен на все выставленные на реализацию товары с указанием конкретного процента скидки.

8. Запрещается распространение/вывешивание обобщенной рекламы о снижении цен с применением текста «скидки до» или других надписей, аналогичных по значению.

9. По истечении периода реализации товаров/услуг по сниженным ценам, рекламные объявления устраниваются на следующий день.

### **III. Правила установления сниженных цен**

10. При уведомлении потребителей о скидках применяются следующие правила установления и рекламирования цен:

- любой коммерсант, который объявляет о снижении цены должен соотнести ее к справочной цене, применяемой в той же торговой точке на идентичные товары и услуги;

- справочная цена – самая низкая цена, примененная в той же торговой точке в течение последних 45 дней до даты применения сниженной цены;

- любая реклама/объявление о снижении цен, независимо от формы и порядка рекламирования и мотива снижения цен, должна быть обращена к совокупности покупателей и указывать в цифрах или процентах скидки по сравнению со справочной ценой;

11. Любое объявление о скидках, выраженных в абсолютной величине или в процентном соотношении, должно быть видимым, легко читаемым и однозначным по каждому товару или группе идентичных товаров:

- либо посредством указания новой цены рядом с предыдущей ценой через наклонную черту;

- либо посредством примечания «новая цена» и «старая цена» напротив соответствующих сумм;

- либо посредством указания процента скидки или новой цены рядом с предыдущей, через наклонную черту;

12. Запрещается подавать снижение цены на товар и/или услугу как бесплатное предоставление части товара и/или услуги.

13. Все документы, обосновывающие достоверность справочной цены должны храниться и предоставляться уполномоченным контрольным органам по требованию.

14. В течение всего периода реализации по сниженной цене коммерсанты обязаны вести регистр товаров/услуг, реализуемых по сниженной цене, который должен быть доступен покупателям и предоставляться в их распоряжение.

15. В случае размещения рекламы о скидках на веб-странице хозяйствующего субъекта, в рекламу следует включить регистр товаров/услуг, выставленных на продажу по сниженным ценам.

16. Регистр товаров/услуг, выставленных на продажу по сниженным ценам, должен содержать следующие данные отдельно по каждому продукту:

- наименование продукта;
- имеющиеся товарные запасы, если скидки применяются в пределах имеющихся запасов;
- период реализации продукта по сниженным ценам;
- цена на продукт в течение последних 45 дней, предшествующих применению скидок в рамках той же торговой точке;
- справочная цена на продукт.

17. В случае применения скидок на новый продукт в рекламных целях, в качестве справочной указывается цена, по которой продукт будет реализовываться по окончании периода реализации по сниженной цене.

18. В течение 45 дней после завершения периода реализации по сниженной цене продукта, указанного в пункте 17, запрещается установление иной отпускной цены на данный продукт, чем указанная в качестве справочной цены.

19. При установлении справочной цены самая низкая отпускная цена на продукты не будет учитываться если продукт продавался по сниженной цене в течение последних 45 дней, предшествующих дате применения пониженной цены, применяемой в той же торговой точке.

20. Все юридические документы, подтверждающие достоверность справочной цены должны храниться и представляться по требованию компетентным органам контроля.

21. Любое объявление о скидках, которые не соответствуют фактической скидке по отношению со справочной ценой, рассматривается как форма ненадлежащей рекламы и некорректной коммерческой практики и санкционируется в соответствии с действующими правовыми нормами.

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПАРЛАМЕНТА**