

UNIVERSITATEA ECOLOGICĂ DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE DREPT

CURSURI DE MASTER

DREPTUL CONSUMULUI

conf.univ.dr. Sorana POPA

TEMATICĂ

1. Considerații generale privind protecția consumatorilor
2. Noțiuni generale privind protecția consumatorilor. Noțiunea și importanța drepturilor consumatorilor. Definiția și obiectul de reglementare al dreptului consumului
3. Drepturile consumatorilor. Categori de drepturi. Clasificarea drepturilor consumatorilor; Analiza principalelor drepturi ale consumatorilor
4. Contractele încheiate cu consumatorii. Probleme specifice. Contractele de consumație. Noțiune și caractere juridice; Informațiile furnizate de profesioniști; Probleme specifice privind consimțământul; Probleme speciale privind restabilirea echilibrului contractual
5. Raporturile dintre profesioniști și consumatori. Conținutul raportului juridic de drept al consumului. Obligațiile profesioniștilor în raporturile cu consumatorii
6. Combaterea practicilor incorecte ale profesioniștilor în raporturile cu consumatorii
7. Răspunderea profesioniștilor pentru produsele defectuoase
8. Contractele încheiate la distanță
9. Protecția consumatorilor în legătură cu clauzele abuzive din contracte
10. Protecția consumatorilor în contractele de vânzare. Garanții privind securitatea produselor
11. Protecția consumatorilor în contractele de vânzare de pachete turistice și în contractele bancare
12. Autorități publice cu rol în protecția drepturilor consumatorilor. Organizații neguvernamentale de drept al consumului.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Juanita Goicovici, „Dreptul consumației”, Ed. Sfera Juridică, București, 2008
2. Juanita Goicovici, „Dicționar de dreptul consumului”, Ed. C.H. Beck, București, 2010
3. F. Tudoroiu, Cristina Andreea Popirtac, „Dreptul consumatorilor. O provocare pentru afaceri”, Ed. Universul Juridic, București, 2013
4. P. Vasilescu (coord.), „Consumatorismul contractual. Repere pentru o teorie generală a contractelor de consum”, Ed. Sfera Juridică, București, 2008
5. L. Bercu, „Contractul de credit bancar”, Ed. Universul Juridic, București, 2014
6. Sorana Popa, „Drept comercial. Teorie și practică judiciară”, Editura Universul Juridic, București, 2023
7. Codul civil / Legea nr.287/2009; legislația specială actualizată (Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori, Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii etc.).

CAPITOLUL I

CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORILOR

Respectarea drepturilor consumatorilor este o obligație ce incumbă comercianților în temeiul unor legi speciale, precum Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor¹, care reprezintă prima reglementare de acest gen din momentul trecerii României la economia de piață după anul 1989. Această reglementare cuprinde măsuri de protecție a drepturilor consumatorilor – aceste drepturi fiind strict determinate prin ordonanță –, precum și atribuțiile care revin autorităților care asigură respectarea acestor drepturi.

Potrivit ordonanței, „consumatorul” este definit ca fiind persoana fizică sau un grup de persoane fizice constituite în asociații care cumpără, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii, în afara activității sale profesionale.

„Agentul economic” este persoana fizică sau juridică autorizată, care, în cadrul activității sale profesionale, fabrică, importă, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii:

Principalele drepturi ale consumatorului sunt:

a) de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea ori securitatea sau să le afecteze drepturile și interesele legitime;

b) de a fi informați complet și corect asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori;

c) de a avea acces la piețe care le asigură gamă variată de produse și servicii de calitate;

d) de a fi despăgubiți pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor;

e) de a se organiza în asociații pentru protecția consumatorilor, în scopul apărării intereselor lor.

Astfel, în temeiul art. 1 din ordonanță, a fost înființată Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, organ de specialitate al administrației publice centrale, în subordinea Guvernului (art. 28 din ordonanță).

Potrivit art. 42 din ordonanță, agenții economici răspund pentru orice pagubă datorată unor deficiențe privind calitatea produselor și a serviciilor, apărută în cadrul termenului de garanție sau de valabilitate a acestora și care nu este imputabilă consumatorului, precum și unor eventuale vicii ascunse constatate pe durata medie de utilizare, care nu permit folosirea de către consumator a produsului sau a serviciului potrivit scopului pentru care acesta a fost realizat sau achiziționat sau care pot afecta

¹ Publicată în M. Of. Partea I, nr. 212 din 28 august 1992, a fost modificată prin Legea nr. 11/1994 și republicată în M. Of., Partea I, nr. 75 din 23 martie 1994 și din nou modificată prin Legea nr. 178/1998 (M. Of., Partea I, nr. 388 din 13 octombrie 1998). Ordonanța a fost din nou republicată și completată prin O.G. nr.58/2000 (M. Of., Partea I, nr. 43 din 31 ianuarie 2000), aprobată prin Legea nr. 37/2002 (M. Of. Partea I, nr. 91 din 2 februarie 2002). O nouă modificare a O.G. nr. 21/1992 a fost realizată prin O.U.G. nr. 146/2001 (M. Of., Partea I, nr. 738 din 19 noiembrie 2001) și prin O.U.G. nr. 84/2002 (M. Of., Partea I, nr. 450 din 26 iunie 2002).

viața ori sănătatea și securitatea consumatorilor.

Astfel, consumatorii au dreptul să ceară vânzătorilor remedierea sau înlocuirea gratuită a produselor și serviciilor, precum și despăgubiri pentru pierderile suferite ca urmare a deficiențelor constatate în termenul de garanție sau de valabilitate. După expirarea acestui termen, consumatorul poate cere remedierea sau înlocuirea numai dacă deficiențele se datorează unor vicii ascunse apărute pe durata medie de utilizare a produselor. Aceste prevederi trebuie corelate cu dispozițiile cuprinse în Codul civil actual cu privire la obligația de garanție a vânzătorului pentru buna funcționare a bunului vândut (art. 1716 și urm. C.civ.).

Potrivit ordonanței, orice clauză abuzivă de limitare sau de exonerare de răspundere a agentului economic, încheiată între comerciant și consumator, este lovită de nulitate.

Consumatorii au dreptul să intenteze o acțiune civilă în repararea pagubei care se prescrie în termen de 3 ani de la data la care reclamantul a avut sau ar fi trebuit să aibă cunoștință de existența pagubei, a defectului și a identității agentului economic, însă nu mai târziu de 10 ani de la data punerii produsului în circulație, cu condiția ca paguba să se fi produs înăuntrul termenului de 10 ani.

Ministerul Public poate interveni în acțiunile civile introduse în care sunt implicate interesele consumatorilor.

În afara răspunderii civile-patrimoniale, încălcarea prevederilor ordonanței poate atrage răspunderea contravențională ori penală a agentului economic (art. 45 din ordonanță).

Prin Legea nr. 296/2004 a fost adoptat Codul consumului² care prevede faptul că reglementările legale în vigoare privind protecția consumatorului care nu sunt cuprinse în Legea nr. 296/2004 se vor prelua ca anexe ale acesteia. Așadar, O.G. nr. 21/1992 a fost preluată ca anexă a Codului consumului.

Protecția consumatorilor este asigurată și prin aplicarea prevederilor Legii nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor.³

Scopul legii este asigurarea consumatorilor că produsele de pe piață sunt sigure. Sunt exceptate de la prevederile Legii nr. 245/2004 produsele de ocazie, precum și cele furnizate în antichități.

În realizarea acestui scop, producătorii sunt obligați să pună pe piață numai produse sigure, adică acele produse care sunt conforme cu reglementările naționale ale României, în absența unor prevederi comunitare specifice. De asemenea, produsul va fi sigur dacă este conform din punct de vedere al riscurilor reglementate de standardele naționale neobligatorii care transpun standarde europene, a căror referință este publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. Referințele standardelor naționale armonizate sunt publicate de către Asociația de Standardizare din România (ASRO).

De asemenea, conform legii, în limitele activității lor, producătorii trebuie să asigure consumatorului informațiile utile care îi permit să evalueze riscurile inerente ale unui produs pe durata medie de utilizare sau pe o durată rezonabil previzibilă (art. 4 din lege).

La rândul lor, distribuitorii sunt obligați să acționeze cu atenția cuvenită pentru a contribui la respectarea cerințelor de securitate aplicabile și să participe, în limitele activității lor, la monitorizarea securității produselor puse pe piață.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor este autoritatea competentă și

² Publicată în M. Of., Partea I, nr. 593 din 1 iulie 2004, a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2007 și a fost republicată în M. Of., Partea I, nr. 224 din 24 martie 2008.

³ Publicată în M. Of., Partea I, nr. 565 din 25 iunie 2004 și republicată în M. Of., Partea I, nr. 360 din 9 mai 2008.

în supravegherea pieței privind conformitatea produselor cu cerințele generale de securitate.

Legea nr. 245/2004 transpune în legislația românească prevederile Directivei 2001/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului referitoare la securitatea generală a produselor.⁴

Același scop de a proteja interesele consumatorilor îl are și Legea nr. 608/2001 privind evaluarea conformității produselor.⁵

Încălcarea regulilor unei concurențe licite în dauna drepturilor consumatorilor este sancționată și prin Legea nr. 12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite.⁶

Legea nr. 12/1990 sancționează următoarele fapte:

- efectuarea de acte de comerț fără îndeplinirea condițiilor legale (fără autorizație);
- vânzarea ambulantă de mărfuri în alte locuri decât cele autorizate;
- condiționarea vânzării unor mărfuri de cumpărarea altor mărfuri
- efectuarea de acte de comerț cu bunuri a căror proveniență nu poate fi dovedită;
- omisiunea afișării de către agenții economici a prețurilor și a tarifelor etc.

Aceste fapte constituie contravenții dacă nu au fost săvârșite în asemenea condiții încât să fie considerate infracțiuni și se constată de către organele consiliilor locale, ale Gărzii Financiare, ale controlului financiar ori ale poliției.

Mărfurile și sumele de bani folosite ori obținute din săvârșirea contravenției vor fi confiscate.

Răspunderea penală va fi angajată în cazul săvârșirii unor fapte precum:

- acumularea de mărfuri pentru crearea unui deficit pe piața internă;
- depășirea nivelului prețurilor de vânzare cu ridicata sau a tarifelor stabilite prin hotărâre de Guvern de către agenții economici cu capital majoritar de stat;
- falsificarea ori substituirea de mărfuri sau alte produse;
- vânzarea cu lipsă la cântar sau la măsurătoare.

Hotărârile de condamnare penală a comerciantului vor fi comunicate registrului comerțului spre a fi înregistrate.

Acestor acte normative li se adaugă prevederile Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor.⁷

În virtutea obligației de a respecta drepturile consumatorilor, comercianților le este interzisă formularea în contractele încheiate cu consumatorii a unor clauze ce pot fi calificate drept abuzive, în temeiul Legii nr. 193/2000⁸ sau al altei legi speciale. Astfel, orice contract încheiat între comercianți și consumatori pentru vânzarea de bunuri sau prestarea de servicii trebuie să cuprindă clauze clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sunt necesare cunoștințe de specialitate (art. 1 alin. 1 din lege). În caz de dubiu, clauzele vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

Sunt considerate abuzive clauzele care, fie nu au fost negociate direct cu consumatorul, fie:

⁴ Publicată în J.O.C.E. nr. L11 din 15 ianuarie 2002.

⁵ Publicată în M. Of., Partea I, nr. 313 din 6 aprilie 2006, după ce a fost modificată și completată.

⁶ Publicată în M. Of., Partea I, nr. 97 din 8 august 1990, a fost modificată prin Legea nr. 42/1991 (M. Of., Partea I, nr. 129 din 17 iunie 1991) și republicată în M. Of., Partea I, nr. 133 din 20 iunie 1991.

⁷ Publicată în M. Of., Partea I, nr. 899 din 28 decembrie 2007.

⁸ Legea privind clauzele abuzive în contractele încheiate între comercianți și consumatori a fost republicată în M. Of., Partea I, nr. 1014 din 10 decembrie 2006 și este în concordanță cu prevederile Directivei nr. 13 din 5 aprilie 1993 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii (M. Of., Partea I, nr. 95 din 21 aprilie 1993).

- dau dreptul comerciantului de a modifica unilateral clauzele contractuale, fără un motiv specificat în contract;
- obligă consumatorul să se supună unor condiții contractuale despre care nu a avut posibilitatea să ia cunoștință la data semnării contractului;
- dau dreptul exclusiv comerciantului să interpreteze clauzele contractuale;
- dau dreptul comerciantului să anuleze contractul în mod unilateral, fără să prevadă același drept pentru consumator;
- permit comerciantului să majoreze prețul de livrare, dar nu permit rezilierea contractului din inițiativa consumatorului dacă acest preț ar fi prea mare etc.

Controlul respectării dispozițiilor Legii nr. 193/2000 revine Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, precum și altor specialiști ai altor organe ale administrației publice.

Procesele-verbale încheiate cu ocazia controalelor efectuate de către aceste organe se transmit judecătorei în a cărei rază teritorială s-a săvârșit fapta sau în a cărei rază teritorială își are domiciliul/sediul contravenientul.

În cazul în care instanța de judecată constată existența clauzelor abuzive în contract va aplica sancțiunea amenzii între 200 și 1000 lei și va dispune, sub sancțiunea daunelor, modificarea clauzelor contractuale sau desființarea contractului, cu daune-interese, după caz (art. 13 din lege).

CAPITOLUL II

NOȚIUNI GENERALE PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORILOR

În sensul legislației privind protecția consumatorilor, termenii și expresiile specifice se definesc, potrivit Codului consumului, astfel:

- 1. operator economic** - persoana fizică sau juridică, autorizată, care în cadrul activității sale profesionale fabrică, importă, depozitează, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii;
- 2. aliment nepreambalat** - aliment vrac care nu este supus operațiunii de preambalare și care, pentru vânzare, este măsurat sau cântărit în prezența consumatorului;
- 3. autoritate cu atribuții de protecția consumatorilor** - autoritatea administrației publice centrale și serviciile sale deconcentrate abilitate să constate și să aplice sancțiuni pentru nerespectarea dispozițiilor privind protecția consumatorilor;
- 4. calitate** - ansamblul de proprietăți și caracteristici ale unui produs sau serviciu, care îi conferă aptitudinea de a satisface, conform destinației acestuia, necesitățile explicite sau implicite;
- 5. centru comercial** - structura de vânzare cu suprafața medie sau mare în care se desfășoară activități de comercializare cu amănuntul de produse, servicii de piață și de alimentație publică, ce utilizează o infrastructură comună și utilități adecvate;
- 6. clauză abuzivă** - clauza contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul și care prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract

creează, în detrimentul consumatorilor și contrar cerințelor bunei-credințe, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților;

7. comerciant - persoana fizică sau juridică autorizată să desfășoare activitatea de comercializare a produselor și serviciilor de piață;

8. comerț ambulant - activitatea de comercializare cu amănuntul realizată prin trecere dintr-un loc în altul, în rulote mobile, standuri mobile, chioșcuri mobile sau în vehicule special amenajate;

9. comerț cu amănuntul/de detail - activitatea desfășurată de operatorii economici care vând produse, de regulă, direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora;

10. comerț cu ridicata/de gros - activitatea desfășurată de operatorii economici care cumpără produse în cantități mari, în scopul revânzării acestora în cantități mai mici altor comercianți sau utilizatori profesionali și colectivi;

11. comerț de gros cash and carry/formă de comerț cu autoservire, pe bază de legitimație de acces - activitatea desfășurată de operatorii economici care vând mărfuri prin sistemul de autoservire către persoane juridice sau persoane fizice autorizate și asociații familiale autorizate conform legii, înregistrate în baza de date a vânzătorului, în scopul revânzării și/sau prelucrării, precum și al utilizării acestora ca produse consumabile;

12. comerț în zone publice - activitatea de comercializare a produselor și serviciilor, desfășurată permanent sau sezonier în piețe, târguri, oboare, pasaje publice, porturi, aeroporturi, gări, autogări, drumuri publice și străzi sau orice zonă de altă natură destinată folosinței publice;

13. consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

14. contract încheiat cu consumatorii - contractele încheiate între comercianți și consumatori, inclusiv certificatele de garanție, bonurile de comandă, facturile, borderourile sau bonurile de livrare, biletele, tichetele care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite;

15. data durabilității minimale - data stabilită de producător, până la care un produs alimentar își păstrează caracteristicile specifice în condiții de depozitare corespunzătoare; produsele pentru care se stabilește data durabilității minimale nu trebuie să fie periculoase nici după această dată;

16. declarație de conformitate - declarația făcută de către un producător sau un prestator, prin care acesta informează, pe propria răspundere, despre faptul că un produs sau un serviciu este conform cu un document tehnic normativ;

17. distribuitor - operatorul economic din lanțul de distribuție, a cărui activitate profesională nu afectează caracteristicile produsului;

18. durata medie de utilizare - intervalul de timp, stabilit în documentele tehnice normative sau declarat de către producător ori convenit între părți, în cadrul căruia produsele de folosință îndelungată trebuie să își mențină caracteristicile funcționale, dacă au fost respectate condițiile de transport, manipulare, depozitare și exploatare;

19. etichetă - orice material scris, imprimat, litografiat, gravat sau ilustrat, care conține elemente de identificare a produsului și care însoțește produsul sau este aderent la ambalajul acestuia;

20. exercițiu comercial - una sau mai multe activități de comercializare cu ridicata, cu amănuntul, de tip cash and carry, de alimentație publică, precum și a serviciilor desfășurate de un comerciant;

21. garanție - orice angajament asumat de vânzător sau producător față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de restituire a prețului plătit de consumator, de reparare sau de înlocuire a produsului cumpărat, în cazul în care acesta nu corespunde condițiilor enunțate în declarațiile referitoare la garanție sau în publicitatea aferentă;

22. ingredient alimentar - orice substanță, inclusiv aditivii, utilizată la producerea sau la prepararea unui aliment și care va fi conținută și de produsul finit ca atare sau într-o formă modificată;

23. lot - un ansamblu de unități de vânzare dintr-un aliment fabricat, prelucrat sau ambalat în condiții practic identice;

24. pachet de servicii turistice - combinația prestabilă a cel puțin două dintre următoarele trei grupe de servicii, cu condiția ca durata neîntreruptă a acestora să depășească 24 de ore sau să cuprindă o înnoptare, și anume, transport, cazare și alte servicii, fără legătură cu transportul sau cazarea sau care nu sunt accesorii ale acestora și care reprezintă o parte semnificativă a pachetului de servicii turistice, cum ar fi: alimentație, tratament balnear, agrement și altele asemenea;

25. pagubă - prejudiciul creat consumatorilor prin utilizarea unui produs periculos sau a unui produs cu defecte, precum și cel creat de servicii necorespunzătoare furnizate de prestator. Prejudiciul poate fi material, vătămarea integrității corporale sau a sănătății, precum și pierderea vieții;

26. practici comerciale abuzive - metode de vânzare restrictive sau condiționate care afectează interesele consumatorilor;

27. prestator - operatorul economic care furnizează servicii;

28. producător:

a) operatorul economic care fabrică un produs finit sau o componentă a unui produs;

b) operatorul economic care fabrică materie primă;

c) operatorul economic care își aplică denumirea, marca sau un alt semn distinctiv pe produs;

d) operatorul economic care recondiționează produsul;

e) operatorul economic sau distribuitorul care prin activitatea sa modifică caracteristicile produsului;

f) reprezentantul înregistrat în România al unui operator economic care nu are sediul în România sau, în cazul inexistenței acestuia, importatorul produsului;

g) operatorul economic care importă produse în vederea realizării ulterioare a unei operațiuni de vânzare, închiriere, leasing sau orice altă formă de distribuție specifică derulării afacerilor sale;

h) distribuitorul produsului importat, în cazul în care nu se cunoaște importatorul, chiar dacă producătorul este menționat;

i) distribuitorul produsului, în cazul în care importatorul nu poate fi identificat, dacă nu informează persoana prejudiciată în termen de 30 de zile de la cererea acesteia asupra identității importatorului;

29. produs - bun material a cărui destinație finală este consumul sau utilizarea individuală ori colectivă; sunt considerate produse energia electrică, energia termică, apa și gazele livrate pentru consumul individual;

30. produs cu defecte - produsul la care modul de prezentare, utilizarea previzibilă și data achiziționării nu oferă siguranță consumatorilor, producând pagube acestora;

31. produs de folosință îndelungată - produsul relativ complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata medie de utilizare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere;

32. produs contrafăcut - orice bun, inclusiv ambalajul acestuia, la care se constată utilizarea fără autorizare a unei mărci care este identică cu o marcă legal înregistrată, sau produsul care nu poate fi diferențiat în aspectele sale esențiale de un produs de marcă, prin care se încalcă drepturile prevăzute de lege ale deținătorului legal al mărcii respective;

33. produs falsificat - produs la care se constată alterarea sub orice formă a elementelor de identificare a unei mărci, denumiri, sigle ori desen industrial legal înregistrate, de natură a induce în eroare asupra provenienței sale, la produse care nu au fost fabricate de deținătorul legal al mărcii ori împuternicit al acestuia, sau la care s-a constatat utilizarea mărcii legal înregistrate fără a exista acordul titularului;

34. produs folosit - produs folosit de un alt consumator, reparat și testat, corespunzător din punct de vedere tehnic și funcțional unui produs similar nou sau recondiționat, și care este un produs sigur;

35. produs periculos - produsul care nu poate fi definit ca produs sigur;

36. produs recondiționat - produs nou cu ambalaj deteriorat, aspect fizic exterior necorespunzător, mici defecte de fabricație, dar care este adus la parametrii tehnici de funcționare inițiali dați de producător prin remediere;

37. produs sigur - produsul care, folosit în condiții normale sau previzibile, nu prezintă riscuri sau care prezintă riscuri minime, ținând seama de întrebuințarea acestuia; riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, în funcție de următoarele aspecte:

a) caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;

b) efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;

c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;

d) categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului;

38. punere pe piață - acțiunea de a face disponibil pentru prima dată, contra cost sau gratuit, un produs sau un serviciu în vederea distribuirii sau utilizării;

39. recondiționare - repararea unui produs nou anterior punerii pe piață, pentru a corespunde condițiilor enunțate în declarațiile de garanție sau în publicitatea aferentă, la specificațiile prevăzute în contractul de vânzare-cumpărare pentru un produs nou și nereparat;

40. reparare - aducerea produsului care nu corespunde condițiilor enunțate în declarațiile de garanție sau în publicitatea aferentă la specificațiile prevăzute în contractul de vânzare-cumpărare, alte documente, ori în alte dispoziții legale;

41. serviciu - activitatea, alta decât cea din care rezultă produse, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

42. serviciu de alimentație publică - activitatea de pregătire, preparare, prezentare și servire a produselor și a băuturilor pentru consumul acestora în unități specializate sau la domiciliul/locul de muncă al consumatorilor;

43. serviciu financiar - unele servicii de natură bancară, credite, asigurări, pensii private, investiții sau plăți;

44. serviciu de piață - orice acțiune sau prestație care face obiectul vânzării-cumpărării pe piață și care nu are drept consecință transferul proprietății asupra unui bun corporal, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

45. structura de vânzare - spațiul de desfășurare a unuia sau mai multor exerciții comerciale;

46. structura de vânzare cu suprafață mare - structura de vânzare având o suprafață de vânzare mai mare de 1.000 m²;

47. structura de vânzare cu suprafață medie - structura de vânzare având o suprafață de vânzare cuprinsă între 400-1.000 m² inclusiv;

48. structura de vânzare cu suprafață mică - structura de vânzare având o suprafață de vânzare de până la 400 m² inclusiv;

49. suprafața de vânzare - suprafața destinată accesului consumatorilor pentru achiziționarea produsului/serviciului, expunerii produselor oferite, plății acestora și circulației personalului angajat pentru derularea activității. Nu constituie suprafețe de vânzare cele destinate depozitării și păstrării mărfurilor;

50. suprafața de vânzare a unui centru comercial - suma suprafețelor de vânzare cu amănuntul de produse și servicii de piață și de alimentație publică cuprinse în aceasta;

51. termen de garanție - limita de timp, care curge de la data dobândirii produsului sau serviciului, până la care producătorul sau prestatorul își asumă responsabilitatea remedierii sau înlocuirii produsului ori serviciului achiziționat, pe cheltuiala sa, dacă deficiențele nu sunt imputabile consumatorilor;

52. termen de valabilitate - limita de timp, stabilită de producător, până la care un produs perisabil sau un produs care în scurt timp poate prezenta un pericol imediat pentru sănătatea consumatorilor își păstrează caracteristicile specifice,

dacă au fost respectate condițiile de transport, manipulare, depozitare și păstrare; pentru produsele alimentare acesta reprezintă data limită de consum;

53. vânzător - distribuitorul care oferă produsul consumatorilor;

54. viciu ascuns - deficiența calitativă a unui produs livrat sau a unui serviciu prestat care nu a fost cunoscută și nici nu putea fi cunoscută de către consumator prin mijloacele obișnuite de verificare.

Principiile de bază ale protecției consumatorilor sunt:

a) contradictorialitatea - presupune asigurarea posibilității persoanelor aflate pe poziții divergente de a se exprima cu privire la orice act sau fapt care are legătură cu posibila încălcare a dispozițiilor privind protecția consumatorilor;

b) celeritatea procedurii de cercetare - presupune obligația autorității competente în domeniul protecției consumatorilor de a proceda, fără întârziere, la cercetarea sesizării consumatorilor, cu respectarea drepturilor persoanelor implicate și a regulilor prevăzute de lege;

c) proporționalitatea - conform căreia trebuie respectat un raport corect între gravitatea sau consecințele faptei constatate, circumstanțele săvârșirii acesteia și măsura sancționatorie aplicată;

d) legalitatea măsurilor propuse/dispuse - presupune că autoritățile competente nu pot propune/dispune decât măsurile prevăzute de lege;

e) confidențialitatea - obligația personalului din cadrul autorităților competente de a păstra confidențialitatea datelor, actelor, informațiilor de orice natură, prin a căror divulgare se pot aduce prejudicii persoanelor fizice sau juridice, care sunt sau pot fi menționate în aceste informații;

f) recunoașterea reciprocă - orice produs legal fabricat sau comercializat într-un stat membru al Uniunii Europene sau în Turcia ori fabricat în mod legal într-un alt stat aparținând Spațiului Economic European este admis pe teritoriul României, dacă oferă un grad echivalent de protecție cu cel impus de normele române.

Statul, prin autoritatea centrală cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, are drept obiective:

a) protecția consumatorilor împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;

b) promovarea și protecția intereselor economice ale consumatorilor;

c) accesul consumatorilor la informații complete, corecte și precise asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor;

d) educarea consumatorilor;

e) despăgubirea efectivă a consumatorilor;

- f)** sprijinirea consumatorilor sau a altor grupuri sau organizații reprezentative de a se organiza, pentru a-și expune opiniile în procesele de luare a unei decizii care îi privește;
- g)** promovarea cooperării internaționale în domeniul protecției consumatorilor și participarea la schimburile rapide de informații;
- h)** prevenirea și combaterea, prin toate mijloacele, a practicilor comerciale abuzive și a prestării serviciilor, inclusiv a celor financiare care pot afecta interesele economice ale consumatorilor.

CAPITOLUL III

DREPTURILE CONSUMATORILOR. CATEGORII DE DREPTURI. CLASIFICAREA DREPTURILOR CONSUMATORILOR; ANALIZA PRINCIPALELOR DREPTURI ALE CONSUMATORILOR

Consumatorii beneficiază de următoarele drepturi:

- a)** de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le aducă atingere drepturilor și intereselor legitime;
- b)** de a fi informați complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori;
- c)** de a avea acces la piețe care le asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;
- d)** de a fi despăgubiți în mod real și corespunzător pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;
- e)** de a se organiza în asociații ale consumatorilor, în scopul apărării drepturilor și intereselor lor;
- f)** de a refuza încheierea contractelor care cuprind clauze abuzive, conform prevederilor legale în vigoare;

g) de a nu li se interzice de către un operator economic să obțină un beneficiu prevăzut în mod expres de lege.

Se interzice prin dispozițiile Codului consumului refuzul vânzării unui produs sau prestării unui serviciu către un consumator fără un motiv justificat conform prevederilor legale în vigoare.

În mod corelativ, există mai multe categorii de obligații ale profesioniștilor.

CAPITOLUL IV

CONTRACTELE ÎNCHEIATE CU CONSUMATORII

- Probleme specifice. Contractele de consumație. Noțiuni și caractere juridice; Informațiile furnizate de profesioniști; Probleme specifice privind consimțământul; Probleme speciale privind restabilirea echilibrului contractual -

Orice contract încheiat între comercianți și consumatori, pentru vânzarea de bunuri sau prestarea de servicii, va cuprinde clauze contractuale clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sunt necesare cunoștințe de specialitate.

Orice informații privind pachetele de servicii turistice, prețurile acestora, contractele de credit pentru consum și toate celelalte condiții aplicabile contractului, comunicate de organizator sau de detailist consumatorului, trebuie să conțină indicații corecte și clare, care să nu permită interpretări echivoce ale acestora.

În caz de dubiu asupra interpretării unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

Se interzice comercianților stipularea de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

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.

O clauză contractuală va fi considerată ca nefiind negociată direct cu consumatorul, dacă aceasta a fost stabilită fără a da posibilitatea consumatorului să influențeze natura ei, cum ar fi contractele preformulate sau condițiile generale de vânzare practicate de comercianți pe piața produsului sau serviciului respectiv.

Faptul că anumite aspecte ale clauzelor contractuale sau numai una dintre clauze a fost negociată direct cu consumatorul nu exclude aplicarea prevederilor legale pentru restul contractului, în cazul în care o evaluare globală a contractului evidențiază că acesta a fost prestabilit unilateral de comerciant. Dacă un comerciant pretinde că o clauză preformată a fost negociată direct cu consumatorul este de datoria lui să prezinte probe în acest sens.

Contractul trebuie să stipuleze, cu caractere mari și în imediata vecinătate a locului rezervat pentru semnătura consumatorului, clauza expresă despre dreptul de denunțare unilaterală a contractului, după caz, precum și numele și adresa comerciantului față de care consumatorul poate să își exercite acest drept, conform dispozițiilor legale.

Comerciantul este obligat să remită consumatorului un exemplar din contractul încheiat și să poată proba acest lucru în fața organelor de control.

Dreptul consumatorului la denunțarea contractului nu poate fi anulat de nicio clauză contractuală sau înțelegere între părți, în cazurile prevăzute de lege, aceasta fiind considerată nulă de drept.

CAPITOLUL V

RAPORTURILE DINTRE PROFESIONIȘTI ȘI CONSUMATORI

- Conținutul raportului juridic de drept al consumului. Obligațiile profesioniștilor în raporturile cu consumatorii -

Operatorii economici sunt obligați să pună pe piață numai produse sau servicii sigure, care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, să se comporte în mod corect în relațiile cu consumatorii și să nu folosească practici comerciale abuzive.

Sunt interzise importul, fabricația, distribuția, precum și comercializarea produselor falsificate ori contrafăcute, periculoase sau care au parametri de securitate neconformi care pot afecta viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor.

Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs, de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs.

Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia.

Cheltuielile legate de înlocuirea produselor defecte, de remedierea sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vânzător și recuperate de acesta de la producător sau, după caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lanțul de distribuție, dacă prin contractul încheiat între aceștia nu s-a stabilit altfel.

Orice persoană care are calitatea de producător, distribuitor sau vânzător de produse alimentare va comercializa numai alimente care prezintă siguranță pentru consumator, sunt salubre și apte pentru consum uman.

Consumatorii trebuie să primească toate informațiile necesare pentru o utilizare corespunzătoare, potrivit destinației inițiale a bunurilor.

În cazul în care operatorii economici iau cunoștință, la o dată ulterioară punerii pe piață a produselor comercializate, despre existența unor pericole care, la momentul punerii pe piață nu puteau fi cunoscute, trebuie să anunțe, fără întârziere, autoritățile competente și să facă aceste informații publice.

În cazul produselor identificate sau identificabile cu defecte, producătorii și/sau distribuitorii au obligația de a le retrage de pe piață, de a le înlocui sau de a le repara, iar în situația în care aceste măsuri nu pot fi făcute într-o perioadă rezonabilă de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără niciun inconvenient semnificativ pentru consumator, consumatorul trebuie să fie compensat în mod corespunzător.

În cazul lipsei conformității, astfel cum este prevăzut în actele normative în domeniul conformității produselor, constatate de consumator, acesta are dreptul de a solicita vânzătorului, ca măsură reparatorie, repararea sau înlocuirea produselor, în fiecare caz fără plată, cu excepția cazului în care această solicitare este imposibilă sau disproporționată.

Orice reparare sau înlocuire a produselor va fi făcută în cadrul unei perioade rezonabile de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără niciun inconvenient semnificativ pentru consumator, luând în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele, în condițiile legii.

Guvernul elaborează prevederi privind reguli de securitate și reguli privind întocmirea documentelor de conformitate, care asigură că produsele comercializate pe piață sunt sigure.

Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, fiind, totodată, conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.

Operatorii economici sunt obligați să comercializeze alimente care:

- a) sunt însoțite de documente care le atestă originea, proveniența și securitatea, după caz;
- b) sunt manipulate și comercializate în condiții corespunzătoare de igienă, care nu pun în pericol viața și sănătatea consumatorilor și care respectă normele sanitare în vigoare;

c) nu afectează viața și sănătatea consumatorilor.

Se interzice comercializarea produselor ce imită produsele alimentare, fără a fi astfel de produse și care prezintă riscul de a pune în pericol sănătatea sau securitatea consumatorilor, conform reglementărilor legale în vigoare.

Obligațiile producătorului:

a) să răspundă pentru prejudiciul actual și cel viitor cauzat de produsul cu defect, precum și pentru cel cauzat ca rezultat cumulat al produsului cu defect cu o acțiune sau o omisiune a unei terțe persoane;

b) să pună pe piață numai produse sigure și, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate și/sau certificate;

c) să pună pe piață numai produse care respectă condițiile prescrise sau declarate;

d) să oprească livrările, respectiv să retragă de pe piață sau de la consumatori produsele la care organele abilitate sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea caracteristicilor prescrise, declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitățile respective;

e) să asigure, în cursul procesului de producție, condiții igienico-sanitare conform normelor sanitare în vigoare.

Obligațiile distribuitorilor:

a) să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și respectă condițiile prescrise sau declarate;

b) să nu comercializeze produse despre care dețin informații sau consideră că pot fi periculoase;

c) să anunțe, imediat, autoritățile publice competente, precum și producătorul, despre existența pe piață a oricărui produs de care au cunoștință că este periculos;

d) să retragă de la comercializare produsele la care organele abilitate de lege au constatat că nu îndeplinesc caracteristicile prescrise sau declarate, dacă acesta constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitățile respective;

e) să asigure condițiile tehnice stabilite de producător, precum și condițiile igienico-sanitare pe timpul transportului, manipulării, depozitării și desfacerii, conform normelor în vigoare.

Obligațiile prestatorilor de servicii:

a) să folosească, în cadrul serviciilor prestate, numai produse și proceduri sigure și, după caz, dacă actele normative în vigoare prevăd, acestea să fie testate și/sau certificate și să anunțe imediat existența pe piață a oricărui produs despre care au cunoștință că este periculos;

b) să presteze numai servicii care nu afectează viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;

c) să respecte condițiile prescrise sau declarate, precum și clauzele prevăzute în contracte;

d) să asigure, la prestarea serviciilor, condițiile tehnice stabilite de producător, precum și condițiile igienico-sanitare, conform normelor în vigoare;

e) să răspundă pentru prejudiciul actual și cel viitor cauzat de serviciul defectuos prestat.

Alte obligații ale operatorilor economici sunt:

a) de a comercializa sau oferi, cu titlu gratuit, numai produse sigure, aflate în cadrul termenului de valabilitate și care nu prezintă riscuri pentru viața, sănătatea și/sau securitatea consumatorilor;

b) de a nu comercializa, în spații în care nu pot fi asigurate condițiile de păstrare cerute de producător pentru a se preveni perisabilitatea accelerată, produse alimentare preambalate sau ambalate;

c) de a nu comercializa, în alte condiții decât cele cerute de legislația în vigoare, produse nealimentare noi, folosite sau recondiționate, fără a putea fi, acolo unde este cazul, probate, verificate sau asigurate condițiile de păstrare cerute de producător, pentru a se asigura menținerea caracteristicilor inițiale ale produselor;

d) de a nu importa, în vederea distribuției cu titlu oneros sau gratuit, produse periculoase, expirate sau care pot afecta viața, sănătatea și/sau securitatea consumatorilor prin utilizarea acestora.

CAPITOLUL VI

COMBATEREA PRACTICILOR INCORECTE ALE PROFESIONIȘTILOR ÎN RAPORTURILE CU CONSUMATORII

Acțiunile de control și supraveghere a pieței sunt efectuate de personalul împuternicit al autorităților publice centrale și teritoriale cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, conform competențelor specifice.

Personalul acestor autorități este autorizat să facă copii de pe materialele și documentele care au legătură cu obiectul controlului și care se află în posesia celor inspecți și să solicite referințe despre acestea, numai dacă s-a constatat o abatere de la lege.

Personalul împuternicit este obligat să păstreze secretul profesional și să nu divulge unei terțe părți secretele comerciale sau alte informații confidențiale ori particulare obținute în timpul sau în legătură cu acțiunile de control, dacă nu li se cere să facă aceasta de către o autoritate judecătorească sau de către partea inspectată. În cazul în care personalul cu atribuții de control identifică sau suspectează neconformarea cu prevederile actelor normative din domeniul protecției consumatorilor în vigoare, acesta poate adopta și/sau dispune măsuri în conformitate cu prevederile acestora.

Inspectorii pot solicita, pe timpul controlului, pentru aducerea la îndeplinire în bune condiții a atribuțiilor de serviciu, după caz, protecția personală și sprijinul organelor responsabile cu ordinea și liniștea publică care au obligația de a le sprijini în acest sens.

Documentele care conțin date cu caracter personal, sesizările și reclamațiile petenților, precum și documentele de constatare și sancționare contravențională nu pot avea caracter public, cu excepția cazurilor expres prevăzute de lege sau a cazurilor în care părțile ale căror date sunt identificate sau identificabile consimt, în scris, acest fapt.

Autoritatea cu atribuții de protecție a consumatorilor, în toate cazurile în care constată nerespectarea actelor normative în domeniul protecției consumatorilor, este împuternicită să aplice sancțiuni contravenționale principale, complementare, să dispună măsuri complementare și să sesizeze organele de cercetare penală în cazul în care faptele constatate pot constitui infracțiuni.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor are următoarele atribuții principale:

a) participă, împreună cu alte organe ale administrației publice centrale și locale de specialitate cu atribuții în domeniu și cu organismele neguvernamentale ale consumatorilor, la elaborarea strategiei în domeniul protecției consumatorilor, asigurând corelarea acesteia cu cea existentă în Uniunea Europeană;

b) asigură armonizarea cadrului legislativ național cu reglementările din Uniunea Europeană în domeniul protecției consumatorilor;

c) propune Guvernului spre adoptare și avizează proiecte de acte normative în domeniul protecției consumatorilor cu privire la fabricarea, ambalarea, etichetarea, conservarea, depozitarea, transportul, importul, comercializarea produselor, prestarea serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare, precum și interzicerea penalităților asimetrice dintre client și prestatorul de servicii publice și alte servicii de interes general pentru abaterile contractuale, astfel încât acestea să nu pună în pericol viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor ori să afecteze drepturile și interesele lor legitime;

d) elaborează, împreună cu alte organe de specialitate ale administrației publice, proceduri privind obiectivele, condițiile și modul de colaborare în desfășurarea activității de protecție a consumatorilor;

e) inițiază, negociază și participă, în condițiile legii, la încheierea de convenții, acorduri, protocoale și alte înțelegeri interne și internaționale în domeniul protecției consumatorilor cu organe de specialitate ale administrației publice centrale și locale cu atribuții în domeniu, precum și cu organisme neguvernamentale;

f) participă la realizarea programelor interne și internaționale în domeniul protecției consumatorilor, colaborând cu organizații și instituții din țară și din străinătate, conform competențelor ce îi revin potrivit dispozițiilor legale în vigoare;

g) prezintă informări periodice Guvernului și organelor administrației publice centrale interesate, la solicitarea acestora, referitoare la activitatea proprie privind respectarea drepturilor și intereselor consumatorilor;

h) desfășoară activități de supraveghere a pieței produselor și serviciilor destinate consumatorilor;

i) controlează respectarea dispozițiilor legale privind protecția consumatorilor, referitoare la securitatea produselor și serviciilor, precum și la apărarea drepturilor legitime ale consumatorilor, prin efectuarea de controale pe piață la producători, importatori, distribuitori, vânzători, prestatori de servicii, inclusiv servicii financiare, și în unitățile vamale, având acces la locurile în care se produc, se depozitează ori se comercializează produsele sau în care se prestează serviciile, precum și la documentele referitoare la acestea, excepție făcând controalele igienicosanitare și sanitar-veterinare la producători, în cazul produselor alimentare;

j) constată contravenții și dispune măsuri de limitare a consecințelor producerii, prestării, importului, comercializării sau oferirii gratuite a unor produse alimentare ori nealimentare și servicii, inclusiv servicii financiare, care nu sunt în concordanță cu dispozițiile legale din domeniile de activitate ale Autorității, prin aplicarea sancțiunilor contravenționale prevăzute de lege, sesizează organele de urmărire penală ori de câte ori constată încălcări ale legii penale;

k) controlează dacă mijloacele de măsurare folosite pe piață sunt însoțite de documentele prevăzute de lege care atestă verificarea acestora din punct de vedere metrologic;

l) solicită organelor emitente suspendarea sau retragerea autorizației de funcționare, a licenței de fabricație ori a certificatului de clasificare, în condițiile legii;

m) coordonează schimbul rapid de informații cu instituțiile și organele competente, naționale și internaționale, privind produsele și serviciile care reprezintă risc pentru sănătatea și securitatea consumatorilor;

n) sesizează factorii de decizie și operatorii implicați în sistemul de certificare a calității produselor și serviciilor, în baza constatărilor proprii și a informațiilor primite de la organismele neguvernamentale și de la consumatori, cu privire la neconformitățile produselor și serviciilor destinate consumului populației în raport cu documentele de certificare și propune îmbunătățirea sau elaborarea de reglementări în domeniu;

o) efectuează, prin prelevări de probe din produsele alimentare și nealimentare, analize și încercări în laboratoare acreditate conform legii sau în laboratoare proprii ori agreate;

p) efectuează sau finanțează studii, teste comparative și cercetări în domeniu cu privire la calitatea produselor și serviciilor destinate consumatorilor, pe care le aduce la cunoștința publicului;

q) stabilește relații de colaborare cu institute de cercetare, laboratoare de expertizare și certificare, inclusiv din străinătate, pentru realizarea de studii, cercetări și teste comparative;

r) desfășoară activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor persoane

fizice cu privire la produsele și serviciile destinate acestora; editează publicații de specialitate în domeniul protecției consumatorilor;

s) sprijină asociațiile de consumatori în vederea atingerii obiectivelor prevăzute de lege;

ș) sprijină asociațiile de consumatori în acțiunea de înființare și funcționare a centrelor de consultanță, informare și educare a consumatorilor;

t) susține înființarea unor organisme de mediere în domeniul protecției consumatorilor;

ț) informează permanent consumatorii asupra produselor și serviciilor care prezintă riscuri pentru sănătatea și securitatea lor sau care le pot afecta interesele economice;

u) primește și rezolvă sau, după caz, transmite spre soluționare celor în drept, potrivit competențelor, sesizările asociațiilor pentru protecția consumatorilor, precum și sesizările persoanelor fizice cu privire la încălcarea drepturilor consumatorilor, în condițiile legii;

v) desfășoară activități de pregătire a specialiștilor în domeniul protecției consumatorilor;

w) acordă consultanță de specialitate în domeniul protecției consumatorilor pentru operatorii economici;

x) stabilește și percepe taxe și tarife pentru efectuarea de analize, încercări, expertizări, certificări de laborator, autorizări, consultanță, cursuri de pregătire, specializare sau perfecționare, alte servicii prestate în condițiile legii;

y) stabilește și percepe taxe și tarife pentru autorizarea persoanelor fizice și juridice pentru efectuarea de operațiuni cu metale prețioase și pietre prețioase, pentru activități de analiză, marcare și expertizare a metalelor prețioase și a pietrelor prețioase;

z) fundamentează și propune în proiectul de buget resursele financiare în vederea realizării politicilor în domeniul său de competență;

aa) urmărește, potrivit legii, legalitatea publicității pentru produsele și serviciile destinate consumatorilor;

bb) asigură aplicarea sistemului de certificare pentru Procesul Kimberley, ca autoritate desemnată;

cc) autorizează operațiunile cu metale prețioase și pietre prețioase, potrivit prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 190/2000 privind regimul metalelor prețioase și pietrelor prețioase în România, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

dd) stabilește și aprobă mărcile de certificare, de garanție proprie și de trasabilitate, pe bază de tarife proprii, potrivit prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 190/2000, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

ee) efectuează expertize ale metalelor prețioase și pietrelor prețioase, potrivit prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 190/2000, republicată, cu

modificările și completările ulterioare;
ff) efectuează operațiuni de marcarea a bijuteriilor și obiectelor din metale prețioase, la cererea persoanelor fizice și juridice interesate;

gg) acordă consultanță de specialitate și sprijin în vederea realizării de coduri de conduită, la solicitarea operatorilor economici;

hh) instituie procedurile legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte;

ii) comunică Comisiei Europene măsurile legislative adoptate în domeniile guvernate de directivele, regulamentele și deciziile comunitare transpuse, potrivit domeniilor sale de responsabilitate.

Autoritatea controlează respectarea prevederilor regulamentelor emise de Comisia Europeană din domeniul său de competență.

Autoritatea este punct național de contact pentru sistemul de schimb rapid de informații privind produsele periculoase - RAPEX între statele membre și Comisie, în baza Directivei 2001/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 3 decembrie 2001 privind siguranța generală a produselor - GPSD.

Autoritatea îndeplinește orice alte atribuții stabilite prin actele normative pentru domeniul său de activitate.

LEGISLAȚIE GENERALĂ:

1. Ordinul nr. 594/2014 privind modificarea Ordinului președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 72/2010 privind unele măsuri de informare a consumatorilor
2. Ordinul nr. 505/2014 privind unele măsuri de informare a consumatorilor de către prestatorii de servicii de plată care desfasoara operațiuni de plată prin intermediul ATM-urilor.
3. Ordonanța de urgență nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative
4. Ordinul nr. 211/2014 pentru modificarea anexelor nr. 1 și 3 la Ordinul președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 103/2010 privind aprobarea modelului și conținutului formularelor tipizate cu regim special ale procesului-verbal de constatare a contravenției și ale anexei acestuia, destinate utilizării în activitatea de control, și a modelului și conținutului formularului tipizat cu regim special al autorizației emise de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor persoanelor fizice și juridice ce efectuează operațiuni cu metale prețioase și pietre prețioase

5. Ordinul nr. 414/2014 privind modificarea și completarea Ordinului președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 392/2013 privind stabilirea condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească operatorii economici care comercializează produse de panificație pe teritoriul României
6. Ordinul nr. 8/2014 pentru modificarea Ordinului președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 392/2013 privind stabilirea condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească operatorii economici care comercializează produse de panificație pe teritoriul României
7. Ordinul nr. 392/2013 privind stabilirea condițiilor pe care trebuie să le îndeplinească operatorii economici care comercializează produse de panificație pe teritoriul României
8. Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între profesioniști și consumatori
9. Legea nr. 202/2013 pentru modificarea și completarea Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă
10. Ordinul nr. 473/2012 pentru modificarea Ordinului președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 72/2010 privind unele măsuri de informare a consumatorilor
11. Ordinul 72/2010 privind unele masuri de informare ale consumatorilor
12. Ordonanța nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor
13. Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora
14. Ordinul nr. 164/2011 privind unele măsuri de informare a consumatorilor de către societățile financiare bancare și nebancare
15. Legea nr. 252/2003 privind registrul unic de control
16. Ordonanța nr. 38/2015 privind soluționarea alternativă a litigiilor dintre consumatori și comercianți
17. Ordonanța nr. 37/2015 pentru modificarea unor acte normative din domeniul protecției consumatorilor
18. Ordonanța de urgență nr. 52/2016 privind contractele de credit oferite consumatorilor pentru bunuri imobile, precum și pentru modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 50/2010 privind contractele de credit pentru consumatori
19. HG nr. 677 din 19 septembrie 2016 privind stabilirea unor măsuri pentru aplicarea Regulamentului (UE) 2015/751 al Parlamentului European și al

Consiliului din 29 aprilie 2015 privind comisioanele interbancare pentru tranzacțiile de plată cu cardul

20. Legea nr. 151/2015 privind procedura insolvenței persoanelor fizice
21. Legea nr. 258/2017 privind comparabilitatea comisioanelor aferente conturilor de plăți, schimbarea conturilor de plăți și accesul la conturile de plăți cu servicii de bază
22. Legea prevenirii nr. 270/2017
23. Hotărârea nr. 33/2018 privind stabilirea contravențiilor care intră sub incidența Legii prevenirii nr. 270/2017, precum și a modelului planului de remediere
24. Ordin 1/2017 privind documentația și informațiile necesare înregistrării precum și modalitatea și termenele de raportare, pentru entitățile de recuperare creanțe
25. Ordin 4/2017 privind documentația și informațiile necesare înregistrării precum și modalitatea și termenele de raportare pentru dezvoltatorii imobiliari
26. Ordin 115/2017 privind stabilirea detaliilor tehnice pentru efectuarea bonității de către creditorii nonfinanciari
27. Hotărârea Guvernului nr. 419/2017 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 151/2015 privind procedura insolvenței persoanelor fizice - Hotărârea nr. 419/2017 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 151/2015 privind procedura insolvenței persoanelor fizice
28. Ordin 768/2017 privind aprobarea Listei cuprinzând indicativele de referință ale standardelor române care adoptă standarde europene armonizate privind securitatea generală a produselor sub incidența Directivei 2001/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 3 decembrie 2001 privind siguranța generală a produselor

CAPITOLUL VII

RĂSPUNDEREA PROFESIONIȘTILOR PENTRU PRODUSELE DEFECTUOASE

În doctrina de specialitate se arată că „problema acestei răspunderi se pune în contextul adoptării și promovării legislației europene și naționale privind protecția consumatorilor. Astfel, astăzi se vorbește despre existența unui adevărat drept al consumatorilor sau consumului, instituție juridică hibridă, deosebit de complexă,

alcătuită din norme de drept civil, drept comercial, drept administrativ, drept penal etc.”⁹

ARTICOL DIN DOCTRINĂ ÎN VEDEREA STUDIULUI LA SEMINAR. Prezентăm în continuare, în extras, un articol deosebit de interesant cu referire la răspunderea profesioniștilor pentru produse defectuoase: „În această ambianță legislativă este reglementată obligația de securitate în favoarea consumatorilor, care incumbă tuturor persoanelor care în calitate de profesioniști pun în circulație produse, precum și prestatorilor de servicii. Obligația de securitate este îndatorirea agenților economici de a comercializa numai produse și de a presta servicii care nu pun în pericol viața, sănătatea și integritatea corporală a consumatorilor precum și bunurile acestora. Ea a fost consacrată mai întâi în dreptul comunitar și apoi transpusă în legislația națională a statelor membre și a celor asociate la Uniunea Europeană. Avem în vedere Directiva 92/59 CEE din 29 iunie 1992 relativă la securitatea generală a produselor, care a fost ulterior abrogată și înlocuită cu Directiva 2001/95 CE din 3 decembrie 2001 a Parlamentului European și a Consiliului, având același obiect de reglementare, care a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2004.

Directiva europeană nr. 95/2001 este transpusă în legislația noastră internă prin Legea nr. 245 din 9 iunie 2004 privind securitatea generală a produselor, intrată în vigoare la 1 ianuarie 2005. De asemenea, a fost adoptată și Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, care este pusă de acord cu reglementările europene privind protecția consumatorilor, inclusiv cu directiva relativă la securitatea generală a produselor; Codul consumului a intrat în vigoare la 1 ianuarie 2007.

Din economia acestor reglementări rezultă că încălcarea obligației de securitate a produselor și serviciilor, văzută ca o obligație legală de rezultat, constă în punerea pe piață de produse și prestarea de servicii care nu sunt sigure și care pot pune în pericol integritatea fizică, sănătatea și viața consumatorilor, precum și bunurile lor. În cazul nerespectării acestei obligații se va angaja răspunderea persoanelor prevăzute de lege pentru prejudiciile cauzate consumatorilor de produsele cu defecte, nesigure și de serviciile necorespunzătoare.

Reglementarea europeană și națională a acestei răspunderi.

Răspunderea civilă pentru prejudiciile cauzate de produsele cu defecte este reglementată în Uniunea Europeană prin Directiva nr. 85/374/CEE din 25 iulie 19851, în cuprinsul căreia a fost, de asemenea, consacrată obligația de securitate în favoarea consumatorilor. După o tentativă eșuată, directiva a fost transpusă în dreptul român prin Legea nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte.

Răspunderea civilă a producătorilor pentru prejudiciile cauzate consumatorilor de defectele produselor așa cum este reglementată în textele Legii nr. 240/2004 prezintă câteva trăsături proprii, dintre care reținem următoarele:

- a) răspunderea producătorilor este obiectivă, adică fără vinovăția persoanei răspunzătoare; ea nu se confundă cu garanția pentru viciile lucrului din materia vânzării și nici cu răspunderea civilă delictuală pentru fapta proprie;
- b) dispozițiile aplicabile acestei răspunderi, în opinia unor autori, transcend distincția dintre răspunderea civilă delictuală și răspunderea contractuală, fiind circumscrisă așa-numitei răspunderi civile a profesioniștilor;

⁹ <https://legeaz.net/dictionar-juridic/raspunderea-civila-pentru-prejudiciile-cauzate-de-defectele-produselor>

c) reglementările în materie nu se substituie dreptului comun; dimpotrivă, îi alătură un regim juridic suplimentar, oferind posibilitatea persoanei prejudiciate de a opta, atunci când este cazul, între acțiunea în răspundere delictuală, acțiunea în răspundere contractuală sau pe temeiul unui alt regim special de răspundere aflat în vigoare (art. 9 Legea nr. 240/2004);

d) regimul juridic al acestei răspunderi este stabilit prin norme imperative de ordine publică de la care nu se poate deroga; astfel, art. 10 al Legii nr. 240/2004 prevede explicit că orice clauze contractuale de limitare sau exonerare de răspundere a producătorului sunt lovite de nulitate absolută. În schimb, legea nu interzice clauzele de agravare a răspunderii producătorului.

În analiza noastră urmează să avem în vedere următoarele aspecte sau probleme: domeniul de aplicare a răspunderii; condițiile acestei răspunderi; fundamentul său; efectele răspunderii și cauzele exoneratoare de răspundere.

Domeniul de aplicare a răspunderii.

Pentru stabilirea acestui domeniu este necesar să determinăm sfera persoanelor între care operează răspunderea și să circumscriem produsele la care se referă.

A. Persoanele răspunzătoare. Art. 3 din Legea nr. 240/2004 prevede că, în condițiile prezentei legi, persoana care răspunde pentru prejudiciul cauzat de defectul produsului său este producătorul. Conform art. 3 alin. (1), lit. a), prin producător se înțelege: a) fabricantul produsului finit al unei materii prime sau părți componente ale produsului; 2) orice persoană care se prezintă ca producător, prin faptul că își înscrie pe produs numele, marca sau alt semn distinctiv; 3) orice altă persoană, care importă un produs în România în vederea vânzării, închirierii, cumpărării sau altei forme de înstrăinare în cadrul activității proprii de comercializare în cadrul societății, este considerată producător al acestuia și răspunde în aceeași măsură ca și producătorul; 4) orice altă persoană, care importă un produs din Comunitatea Europeană în vederea vânzării, închirierii, cumpărării sau altei forme de înstrăinare în cadrul activității proprii de comercializare în cadrul societății, este considerat producător al acestuia și răspunde în aceeași măsură ca și producătorul; 5) dacă producătorul unui produs nu poate fi identificat, fiecare furnizor al produsului respectiv va fi tratat ca producător, dacă nu comunică consumatorului prejudiciat, într-un interval de timp rezonabil, datele de identificare a producătorului sau a persoanei care i-a furnizat produsul; această dispoziție este valabilă și pentru un produs importat în cazul în care produsul nu indică identitatea importatorului, chiar dacă este precizat numele producătorului.

Din această enumerare rezultă că răspunderea distribuitorilor și importatorilor este subsidiară, în sensul că va fi angajată doar dacă producătorul nu poate fi identificat; pe cale de consecință, cel care răspunde în primul rând este producătorul care a pus bunul în circulație; răspunderea verigilor intermediare care comercializează produsele intervine numai în subsidiar, atunci când producătorul nu poate fi identificat.

În ipoteza în care două sau mai multe persoane care fac parte din aceeași categorie sunt ținute să răspundă simultan pentru același prejudiciu, răspunderea lor este solidară (art. 5 Legea nr. 240/2004).

B. Persoanele prejudiciate care au dreptul la reparație în condițiile acestei răspunderi. Beneficiază de dreptul la reparație consumatorii. Prin consumatori se înțeleg persoanele care au dobândit produsul cu defecte printr-un contract - de cumpărare, închiriere sau alte cale legală de dobândire - încheiat cu producătorul, precum și orice altă persoană care a suferit un prejudiciu cauzat de produsul cu defecte, nefiind parte în acel contract.

În cazul prejudiciilor corporale răspunderea se angajează în beneficiul oricărei victime, fără vreo altă condiționare. În schimb, când prejudiciul constă în deteriorarea sau distrugerea unui bun al victimei, altul decât produsul cu defecte, răspunderea se va angaja numai dacă bunul respectiv este în mod normal destinat folosinței ori consumului privat și să fi fost folosit de persoana prejudiciată pentru uz sau consum personal [art. 2 lit. c), pct. 2 și 3 din Legea nr. 240/2004].

C. Produsele pentru care se angajează răspunderea. Potrivit art. 2 alin. (1) lit. b) din Legea nr. 240/2004, prin produs se înțelege „orice bun mobil, chiar dacă acesta este încorporat într-un alt bun mobil sau imobil; prin produs se înțelege și energia electrică”.

Urmează că reglementarea legală are în vedere numai categoria bunurilor mobile, indiferent că este vorba de o materie primă netransformată sau transformată ori de un bun mobil încorporat în altul.

Bunurile imobile nu constituie, potrivit acestei legi, produse; în schimb, sunt considerate produse bunurile mobile utilizate la construirea imobilelor.

În interesul legii, sunt produse chiar și elementele corpului uman, cum sunt: organele, țesuturile, sângele, sperma, ovulele etc.

Produsele trebuie să fie pus în circulație, adică producătorul să se fi desesizat voluntar de bunul în cauză; prin desesizare voluntară se înțelege remiterea voită în favoarea altuia a deținerii materiale a bunului, cum sunt: transferul proprietății, cedarea folosinței prin închiriere etc. Așadar, răspunderea în discuție nu se angajează în situația în care produsul a fost sustras sau pierdut”.

Condițiile răspunderii. „Conform art. 6 din Legea nr. 240/2004, pentru angajarea răspunderii, persoana prejudiciată, parte contractantă sau terț, trebuie să facă dovada existenței a trei condiții obiective sau materiale: prejudiciul, defectul produsului și raportul de cauzalitate dintre defectul produsului și prejudiciul suferit. Vinovăția sau culpa producătorului nu este o condiție a acestei răspunderi, fiind vorba de o răspundere obiectivă, fără vinovăția persoanei răspunzătoare.

A. Prejudiciul. Art. 2, alin. (1) lit. c) prevede că potrivit acestei legi prin prejudiciu sau pagubă se înțeleg:

a) prejudiciul cauzat prin moartea, vătămarea integrității corporale sau a sănătății unei persoane;

b) deteriorarea sau distrugerea unui bun, altul decât cel cu defecte, cu condiția ca bunul respectiv să fie în mod normal destinat folosinței ori consumului privat și să fi fost folosit de persoana prejudiciată pentru uz sau consum personal; de asemenea, valoarea bunului deteriorat sau distrus să fie mai mare decât echivalentul în lei a 500 Euro.

Art. 2 alin. (3) al Legii nr. 240/2004 prevede că se pot aplica în acest domeniu și dispozițiile legale referitoare la repararea daunelor morale, cum ar fi: prejudiciul estetic, prejudiciul de agrement, prejudiciul afectiv, prejudiciul juvenil etc.⁴

Prevederile acestei legi nu se aplică prejudiciilor generate de produsele puse în circulație anterior datei intrării ei în vigoare și prejudiciilor rezultate din accidente nucleare (art. 15 Legea nr. 240/2004).

B. Defectul produsului pus în circulație. Defectul produsului este condiția centrală a angajării răspunderii în cazul de față.

Art. 2 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 240/2004 prevede că produsul cu defecte este acel produs care nu oferă siguranța la care persoana este îndreptățită să se aștepte, ținându-se seama de toate împrejurările, inclusiv de modul de prezentare a produsului de toate utilizările sale previzibile și de data punerii în circulație. Defectul produsului înseamnă orice deficiență a acestuia, indiferent că este vorba de un viciu de fabricație, o greșeală de concepție ori pur și simplu de faptul că „produsul nu oferă siguranța la care

persoana este îndreptăţită să se aştepte". În schimb, aşa cum prevede art. 2 alin. (2) din Legea nr. 240/2004 „un produs nu poate fi considerat cu defecte numai pentru că, ulterior, un produs similar perfecţionat a fost pus în circulaţie”.

C. Raportul de cauzalitate între defectul produsului şi prejudiciul suferit de consumatorul victimă. Dovada raportului de cauzalitate dintre defectul produsului şi prejudiciu se face potrivit normelor dreptului comun şi pe baza criteriilor de stabilire a acestuia care sunt agreate în jurisprudenţa europeană şi cea naţională. Desigur că de un real folos sunt expertizele de specialitate. În orice caz, proba în discuţie trebuie să aibă ca rezultat stabilirea unei legături certe şi neîndoielnice între defectul produsului şi prejudiciul a cărui reparare este cerută de victimă. Dacă probele sunt echivoce ori contradictorii, proba raportului de cauzalitate nu este deplină şi va antrena respingerea acţiunii victimei ca nedovedită.

Fundamentul obiectiv al răspunderii.

Aşa cum am afirmat, vinovăţia dovedită sau prezumată a persoanei răspunzătoare este o condiţie prevăzută de lege pentru angajarea acestei răspunderi. Urmează că răspunderea pe care o analizăm este o răspundere obiectivă, fără vinovăţie. Fundamentul său obiectiv este ideea de garanţie care are ca suport obligaţia de securitate generală a produselor puse în circulaţie. Obligaţia de securitate este o obligaţie de rezultat prevăzută de lege prin norme imperative care generează pentru toţi consumatorii garanţia că produsele pe care de dobândesc prin punerea în circulaţie de către diferiţii producători sunt sigure pentru viaţa, integritatea corporală, sănătatea şi inclusiv bunurile lor”.

Obligaţia de securitate se constituie ca punctul nodal al unui adevărat drept al consumatorilor la securitate. Pentru stabilirea conţinutului său, elementele esenţiale şi necesare pe care trebuie să le observăm sunt: inferioritatea defectului produsului, previzibilitatea riscului şi rezistenţa la producerea consecinţelor prejudiciabile. De aici rezultă că adeseori răspunderea în discuţie este o răspundere pentru caz fortuit. Aşa se face că la obligaţia de securitate în sarcina producătorilor, atunci când vorbim despre fundamentul răspunderii de faţă, se impune să asociem şi principiul precauţiunii care, în cazul nostru, presupune obligaţia producătorului de a lua toate măsurile necesare ca produsele pe care realizează şi pune în circulaţie să nu prezinte riscuri necunoscute care ar comporta un pericol grav pentru consumatori. Acest principiu este de natură a evidenţia importanţa prevenţiei şi precauţiunii în materia răspunderii pentru prejudiciile cauzate de defectele produselor puse în circulaţie.

Efectele răspunderii.

În cazul în care sunt îndeplinite condiţiile prevăzute de lege se va angaja răspunderea civilă, adică se va naşte un raport juridic de obligaţii, victima având dreptul la repararea prejudiciului cauzat.

Răspunderea producătorului este integrală şi reparaţia va trebui să acopere prejudiciile actuale şi viitoare certe cauzate de defectul produsului pe care l-a pus în circulaţie. De asemenea, răspunderea producătorului este pentru întregul prejudiciu, chiar şi atunci când acesta a fost cauzat de defectul produsului cumulativ cu acţiunea sau omisiunea unei terţe persoane (art. 4, prima frază din Legea nr. 240/2004). Totuşi, răspunderea lui este limitată sau înlăturată în cazul în care prejudiciul este cauzat atât de defectul produsului, cât şi de fapta culpabilă a victimei sau a altei persoane pentru care aceasta este chemată de lege să răspundă cum ar fi copilul minor sau interzisul judecătoresc aflat sub supravegherea sa (art. 8 din Legea nr. 240/2004).

Angajarea acestei răspunderi nu exclude dreptul persoanei prejudiciate de a pretinde reparația în temeiul răspunderii contractuale sau extracontractuale sau al altui regim special de răspundere, aflat în vigoare [art. 9 alin. (1) Legea nr. 240/2004].

Dreptul la promovarea acțiunii în răspundere aparține victimei prejudiciate. Fiind un drept la acțiune în realizarea unei creanțe, se prescrie în termen de 3 ani. Termenul de prescripție începe să curgă de la data în care reclamantul a avut sau ar fi trebuit să aibă cunoștință de existența prejudiciului, a defectului și a identității persoanei răspunzătoare. De asemenea, legea prevede și un termen de decădere care este de 10 ani și se calculează de la data la care produsul în cauză a fost pus în circulație de către producătorul său (art. 11 din Legea nr. 240/2004).

Aceeași lege cuprinde reglementări exprese și cu privire la dreptul de regres al producătorului. Astfel, în cazul în care răspunderea producătorului este solidară cu alte persoane și victima l-a urmărit numai pe el pentru întreaga reparație, producătorul are acțiune în regres împotriva celorlalți debitori, potrivit regulilor aplicabile solidarității pasive (art. 1456-1460 C. civ.); el poate alege între acțiunea subrogatorie [art. 1596 lit. c) C. civ.] și acțiunea proprie întemeiată pe mandat, gestiune de afaceri sau îmbogățirea fără justă cauză.

De asemenea, dacă victima era asigurată pentru un astfel de risc, societatea de asigurări are drept de regres împotriva producătorului pentru sumele plătite în calitate de asigurător, atunci când este vorba de acoperirea prejudiciilor cauzate prin distrugerea sau deteriorarea bunurilor victimei care au fost asigurate. În schimb, atunci când victima asigurată a suferit un prejudiciu corporal și avea contractată o asigurare de persoane pentru un asemenea risc, societatea de asigurări nu are drept de regres împotriva producătorului; victima, persoană asigurată, are dreptul de a cumula în acest din urmă caz întreaga sumă asigurată primită de la asigurător cu reparația în întregime pe care i-o datorează producătorul în temeiul răspunderii reglementată de Legea nr. 240/2004.

Cauzele exoneratoare de răspundere.

Conform art. 7 din Legea nr. 240/2004, producătorul este exonerat de răspundere dacă dovedește una dintre următoarele împrejurări:

- a) nu el este cel care a pus produsul în circulație; de pildă, produsul a fost pus în circulație de persoana care l-a furat;
- b) defectul care a generat prejudiciul nu a existat la data la care produsul a fost pus în circulație sau a apărut ulterior punerii în circulație a produsului, din cauze neimputabile lui;
- c) produsul nu a fost fabricat pentru a fi comercializat sau pentru altă formă de distribuție în scop economic al producătorului și nu a fost fabricat sau distribuit în cadrul activității sale profesionale; de pildă, produsul a fost realizat în scopul efectuării de probe, experiențe, testări sau pentru a fi distrus cum sunt rebuturile și deșeurile;
- d) defectul se datorează respectării unor condiții obligatorii, impuse de reglementările emise de autoritățile publice competente, care restrâng libertatea de decizie a producătorului în privința fabricării produsului;
- e) nivelul cunoștințelor științifice și tehnice existent la momentul punerii în circulație a produsului nu i-a permis depistarea defectului în cauză. Această împrejurare sau cauză de exonerare de răspundere specială este cunoscută în doctrina de specialitate sub denumirea de „risc de dezvoltare”.

Așadar, constituie „risc de dezvoltare” orice risc necunoscut în momentul conceperii, proiectării, fabricării și comercializării unui produs și care era imprevizibil în raport cu cunoștințele științifice și tehnice existente la momentul când a fost pus în

circulație. În acest sens. Curtea de Justiție a Comunităților Europene a precizat că această cauză de exonerare de răspundere se stabilește în funcție de „stadiul cunoștințelor științifice și tehnice la nivelul cel mai avansat la momentul punerii în circulație a produsului, cu condiția ca acestea să fi fost accesibile”, adică publicate, indiferent de locul unde s-a făcut acest lucru, și care se prezumă că puteau fi accesate; nu se pot lua în considerare cunoștințele de acest fel pe care producătorul le avea sau le putea avea în mod subiectiv, ținând cont doar de însușirile și calitățile sale personale.

Așadar, producătorul are obligația de a-și însuși la nivelul cel mai înalt posibil cunoștințele științifice și tehnice existente pentru a putea depista defectele produselor sale la momentul punerii lor în circulație, adică pe piață. Mai mult decât atât, în virtutea principiului precauției, el are și așa numita „obligație de urmărire”, ceea ce înseamnă că producătorul trebuie să depună eforturi continue pentru a fi la zi cu evoluția cunoștințelor științifice și tehnice și după punerea în circulație a unui anumit produs, în scopul de a descoperi eventualele defecte ale acestuia și a lua măsuri pentru evitarea unor consecințe prejudiciabile viitoare (retragerea produselor de pe piață, rechemarea lor pentru remediere, avertizarea consumatorilor etc.); angajarea răspunderii pentru neîndeplinirea obligației de urmărire va putea avea loc în condițiile răspunderii civile delictuale de drept comun, reglementată în art. 1357-1371 C. civ.;

f) defectul se datorează nerespectării de către consumator a instrucțiunilor de utilizare furnizate în documentele tehnice care însoțesc produsul, demonstrate în baza expertizei tehnice de specialitate.

În sfârșit, conform art. 8 alin. (2), producătorul de componente este exonerat de răspundere dacă dovedește că defectul este imputabil proiectării greșite a ansamblului în care acesta a fost montat sau instrucțiunilor date de producătorul produsului destinat consumatorului.

Este necesar să reținem că răspunderea este exclusă și atunci când producătorul dovedește că la originea defectului produsului care a cauzat prejudiciul se află forța majoră, fapta victimei sau fapta unei terțe persoane, dacă îndeplinesc condițiile forței majore. Fiind vorba de o răspundere civilă obiectivă, ipoteză specială de răspundere pentru lucruri, cazul fortuit în principiu nu exonerează pe producător de răspundere.¹⁰

*Acest articol a fost citat, spre exemplificare și lămurirea unor aspecte ce țin de răspunderea specifică în cadrul acestei ramuri de drept și va fi discutat la seminarul cu studenții/masteranzii.

CAPITOLUL VIII

CONTRACTELE ÎNCHEIATE LA DISTANȚĂ

Transpunerea în legislația națională a prevederilor Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind drepturile consumatorilor¹¹, în vederea creării unui cadru unitar de aplicare a conceptelor juridice în raporturile dintre

¹⁰ A se vedea, pentru detalii: <https://legeaz.net/dictionar-juridic/raspunderea-civila-pentru-prejudiciile-cauzate-de-defectele-produselor>

¹¹ Publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, L304 din 22 noiembrie 2011, p. 64.

profesioniști și consumatori, astfel încât aceștia din urmă să poată beneficia de drepturile ce le sunt recunoscute în statele membre ale Uniunii Europene, deși efectuată cu întârziere, s-a concretizat în adoptarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative¹². La data intrării în vigoare a acestui act normativ, pe care îl vom denumi în cele ce succed "ordonanța", au fost abrogate Ordonanța Guvernului nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale¹³ și Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță¹⁴.

În deplină concordanță cu prevederile art. 3 al Directivei 2011/83/UE, obiectul de reglementare al Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 34/2014 îl reprezintă drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, drepturi care sunt recunoscute în vederea asigurării unui nivel înalt de protecție a consumatorilor și pentru o bună funcționare a pieței.

Ordonanța definește consumatorul ca fiind "orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații" și face trimitere, în completare, la prevederile Ordonanței Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor¹⁵, potrivit căreia, pentru a fi considerată "consumator", persoana fizică trebuie să cumpere, să dobândească, să utilizeze ori să consume diferite produse sau servicii, în afara activității sale profesionale.

Spre deosebire de reglementarea europeană privind drepturile consumatorilor cuprinsă în Directiva 2011/83/UE, Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 34/2014 nu folosește noțiunea de "comerciant", ci pe aceea de "profesionist", în spiritul concepției moniste asupra dreptului privat adoptate odată cu intrarea în vigoare a Codului civil actual. Mai mult, reglementarea din dreptul intern extinde sfera de aplicabilitate a prevederilor ordonanței în discuție la toate categoriile de profesioniști, inclusiv la cei care desfășoară activități artisanale ori liberale. Astfel, profesionist poate fi "orice persoană fizică sau juridică, publică sau privată, care acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale în legătură cu contractele care intră sub incidența prezentei ordonanțe de urgență, precum și orice persoană care acționează în același scop, în numele sau pe seama acesteia". În sfera noțiunii de "profesionist" intră, așadar, inclusiv reprezentanții legali sau convenționali ai profesionistului.

În concluzie, intră în domeniul de aplicare a Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 34/2014 contractele încheiate între profesioniști și consumatori, astfel cum sunt reglementate aceste noțiuni în ordonanță, inclusiv contractele de furnizare a unor servicii de comunicații electronice destinate publicului sau a unor servicii de acces și conectare la rețele publice de comunicații electronice destinate publicului sau a unor

¹² Publicată în M.Of., Partea I, nr. 427 din 11 iunie 2014.

¹³ Republicată în M.Of., Partea I, nr. 168 din 5 martie 2008.

¹⁴ Republicată în M.Of., Partea I, nr. 177 din 7 martie 2008.

¹⁵ Republicată în M.Of., Partea I, nr. 208 din 28 martie 2007, ulterior modificată și completată.

servicii de acces și conectare la rețele publice de comunicații electronice, precum și de livrare a unor echipamente terminale care au legătură cu furnizarea serviciului, contractele de furnizare a apei, gazelor naturale, energiei electrice sau energiei termice, inclusiv de către furnizorii publici (art. 3 din ordonanță). Așadar, prevederile ordonanței sunt aplicabile tuturor contractelor dintre profesioniști și consumatori, indiferent de locul sau modalitatea de încheiere și mijloacele de probă (deci și contractelor electronice) și independent de modalitatea de executare (succesivă sau *uno actu*). Mai mult, prevederile ordonanței sunt aplicabile inclusiv furnizorilor publici de bunuri și servicii destinate populației, mai puțin servicii sociale, financiare, de sănătate ori alte servicii publice supuse unor reglementări speciale.

Nu fac parte din domeniul de aplicare a prevederilor ordonanței nici contractele având ca obiect jocurile de noroc ce implică o miză pecuniară; contractele care au ca obiect crearea, dobândirea și transferul dreptului de proprietate asupra unui bun imobil ori construirea unor clădiri noi; transformarea și închirierea unor imobile în scop rezidențial; contractele de comercializare a unor pachete de servicii turistice, contractele ce au ca obiect dobândirea dreptului de folosință pe o perioadă determinată a spațiului de cazare; contractele ce au ca obiect furnizarea de alimente sau băuturi ori bunuri de uz casnic la domiciliul, reședința sau locul de muncă al consumatorului (de exemplu, contractele de catering); contractele de transport pasageri, cu excepția celor încheiate la distanță prin mijloace electronice, care includ o obligație de plată în sarcina consumatorului, cărora le sunt aplicabile prevederile art. 19 și 22 din ordonanță referitoare la plata serviciului; contractele încheiate prin intermediul automatelor și contractele încheiate cu furnizorii de servicii de comunicații electronice prin telefoane publice cu plată și care presupun executarea unei singure prestații, realizată simultan încheierii contractului prin telefon, internet sau fax. De asemenea, ordonanța nu se aplică nici contractelor cu valoare mică, sub 10 euro, echivalent în lei, încheiate în afara spațiilor comerciale, cu excepția dreptului de retragere și a prevederilor referitoare la termenul și modalitățile de plată.

Intră în domeniul de aplicare a ordonanței, cu excepțiile prezentate anterior, orice contract încheiat între un profesionist și un consumator, atât contractele ce au ca obiect vânzarea de bunuri, cât și cele de prestări servicii, inclusiv contractele la distanță și contractele în afara spațiilor comerciale.

Prin sintagma "contract la distanță", prevederile ordonanței desemnează "orice contract încheiat între un profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și inclusiv în momentul în care este încheiat contractul". Așadar, sunt avute în vedere contractele negociate și încheiate fără prezența fizică simultană a părților, în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări servicii la distanță organizat, prin utilizarea unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, cum sunt, spre exemplu, comenzile electronice prin internet direct de la profesionist sau de la cei care organizează un sistem de vânzări sau prestări servicii prin internet, prin telefon, prin poștă sau prin alte mijloace. Menționăm că, în temeiul

prevederilor legale, atât anterior încheierii contractului, cât și în momentul realizării acordului de voință, părțile nu trebuie să se afle simultan în același loc. Astfel, nu intră în noțiunea de "contract la distanță", contractele negociate în spațiul comercial al profesionistului și încheiate ulterior prin mijloace de comunicare la distanță și nici contractele a căror negociere s-a purtat de la distanță ori contractele a căror negociere s-a purtat de la distanță, iar încheierea s-a produs în spațiile comerciale ale profesionistului, după cum nu este suficient ca oferta de a contracta să fie transmisă printr-un mijloc de comunicare la distanță, urmând ca acceptarea acesteia, predarea bunului, respectiv executarea lucrării, plata și celelalte obligații derivând din contract să fie executate în spațiul comercial al profesionistului (de exemplu, rezervarea online de bilete la un concert, efectuarea telefonic a unor programări la un salon de cosmetică etc.).

Spre deosebire de contractul la distanță, contractul încheiat în afara spațiilor comerciale presupune prezența simultană a profesionistului și a consumatorului cel puțin în momentul negocierii și încheierea contractului în afara spațiului comercial al profesionistului. Tot un contract în afara spațiilor comerciale va fi și în cazul încheierii contractului în spațiul comercial al profesionistului după ce, în prealabil, prezentarea ofertei de a contracta și, eventual, negocierile s-au petrecut în alt loc, în prezența ambelor părți (art. 2 pct. 8 din ordonanță).

Protecția specială de care se bucură consumatorii în situația încheierii unor contracte în afara spațiilor comerciale este întemeiată pe considerente de ordin subiectiv, în sensul existenței unei eventuale presiuni psihologice venind din partea profesionistului sau, cel puțin, a posibilității de a-l surprinde pe consumator cu o ofertă prezentată în alt spațiu decât cel convențional cum este spațiul comercial, ofertă asupra căreia se poate presupune că acesta nu are timpul necesar să reflecteze.

Principalele drepturi ale consumatorilor reglementate în ordonanța anterior menționată fie sunt prevăzute ca atare în textul legal, cum este cazul dreptului de retragere, fie decurg din obligațiile pe care legiuitorul le-a stabilit în sarcina profesioniștilor. Ne referim în acest context la obligația de informare, la obligația de a respecta anumite condiții de formă ale contractelor încheiate cu consumatorii, precum și la obligațiile profesionistului în ceea ce privește termenul, modalitățile de livrare și plata mărfurilor în contractele încheiate cu consumatorii.

Așa cum arătam anterior, *dreptul consumatorilor de a fi informați cu privire la contractele pe care urmează să le încheie cu profesioniștii* rezidă în obligația corelativă a acestora din urmă de a-i informa pe consumatori în mod clar și inteligibil cu privire la elementele esențiale necesare în vederea încheierii contractelor. Este vorba, în esență, de aspecte legate de principalele caracteristici ale produselor și serviciilor, identitatea profesionistului – date care să îi permită consumatorului să ia rapid legătura cu acesta (denumire, adresă, telefon, fax, e-mail etc.), prețul total al produselor și serviciilor, cu toate taxele incluse, modalitățile de plată, livrare și executare, mențiuni cu privire la

garanțiile legale, durata pentru care se încheie contractul, condițiile de încetare, precum și eventualele proceduri de prelungire automată a acestuia (art. 4 din ordonanță).

În cazul contractelor la distanță și al celor în afara spațiilor comerciale, art. 6 din ordonanță reglementează obligația de informare a consumatorului cu privire la elemente similare, la care se adaugă mențiunile cu privire la costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, inclusiv perioada de valabilitate a ofertei sau a prețului, informații cu privire la exercitarea dreptului de retragere de către consumatori, existența și aplicabilitatea unor coduri de conduită relevante etc.

Sarcina probei în ceea ce privește îndeplinirea cerințelor în materie de informare stabilite de O.U.G. nr. 34/2014 revine profesionistului. Întrucât informațiile prevăzute în art. 4 alin. (1) și art. 6 alin. (1) din ordonanță sunt parte integrantă și, în același timp, condiții de fond ale contractului, suntem de părere că omisiunea lor este sancționată cu inopozabilitatea contractului față de consumator, cu excepția cazului în care mențiunile obligatorii constituie condiții esențiale de validitate a contractelor, a căror încălcare este sancționată cu nulitatea.

Cu toate că în textul ordonanței se prevede obligativitatea informării consumatorului "înainte ca un contract (...) sau orice altă ofertă să producă efecte obligatorii asupra consumatorului" (art. 4 alin. 1 și art. 6 alin. 1 din ordonanță), în virtutea scopului pentru care a fost reglementată o astfel de obligație, profesionistul trebuie să îi transmită consumatorului informații clare și inteligibile înainte ca acesta din urmă să își asume obligații prin contract, așadar, chiar din faza negocierilor. În cazul contractelor la distanță, cerințele cu privire la informare se consideră a fi fost îndeplinite dacă au fost adaptate la mijlocul de comunicare folosit (de exemplu, comunicarea trebuie adaptată la restricțiile tehnice ale ecranului telefonului mobil, ATM-urilor etc.). De asemenea, modalitatea de comunicare a informațiilor trebuie să fie clară și eficientă, în sensul de a asigura vizibilitatea, lizibilitatea, respectiv inteligibilitatea acestora. Suntem de părere că nu este îndeplinită această cerință dacă este folosit un limbaj mult prea tehnic, ce nu poate fi ușor înțeles de consumatorul mediu, sau care conține cuvinte ori expresii exclusiv într-o altă limbă decât cea română.

Dreptul consumatorului de a fi informat, precum și obligația corelativă ce revine profesionistului sunt, de fapt, aplicații ale principiului bunei-credințe în materie contractuală. Actuala reglementare a Codului civil relevă necesitatea respectării principiului bunei-credințe încă din timpul negocierii contractului și pe toată durata existenței acestuia (art. 1183 C.civ.).

În legătură cu obligația de informare a consumatorului de către profesionist, în temeiul art. 6 alin. (8) și (9) din ordonanță, în contractele la distanță și în cele în afara spațiilor comerciale rămân aplicabile prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 49/2009 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii în România¹⁶, ale Legii nr. 365/2002 privind comerțul electronic¹⁷,

¹⁶ Publicată în M.Of., Partea I, nr. 366 din 1 iunie 2009, cu modificările și completările ulterioare.

¹⁷ Republicată în M.Of., Partea I, nr. 959 din 29 noiembrie 2006, cu modificările și completările ulterioare.

completate, în măsura compatibilității acestora, cu prevederile O.U.G. nr. 34/2014. Fiind o reglementare specială, prevederile derogatorii ale acesteia din urmă prevalează asupra celor anterior enumerate.

De asemenea, potrivit art. 26 din ordonanță, consumatorii au dreptul de a fi informați cu privire la drepturile ce le sunt recunoscute în temeiul ordonanței în discuție, iar această obligație revine statului, care o execută prin Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

Condițiile de formă în care trebuie transmise informațiile către consumatori diferă de la contractele în afara spațiilor comerciale la contractele la distanță, în timp ce, în cazul celorlalte contracte încheiate între profesioniști și consumatori rămâne pe deplin aplicabil principiul consensualismului, potrivit dreptului comun.

În temeiul art. 7 alin. (1) teza I din ordonanță, "în cazul contractelor în afara spațiilor comerciale, profesionistul transmite informațiile prevăzute la art. 6 alin. (1) consumatorului pe suport de hârtie sau, în cazul în care consumatorul este de acord, pe un alt suport durabil", iar în cazul contractelor la distanță profesionistul are obligația de a transmite sau de a pune la dispoziția consumatorului aceste informații "într-un mod adecvat mijlocului de comunicare la distanță utilizat" (telefon, fax, poștă electronică etc.). Aceste informații constituie parte integrantă din contract și trebuie prezentate pe suport de hârtie sau pe un alt suport durabil, gen unitate de stocare USB, CD-ROM, DVD, carduri de memorie, e-mail etc., iar în cazul contractelor la distanță, inclusiv prin afișarea pe site-ul profesionistului, sub condiția de a fi lizibile și redactate într-un limbaj simplu și inteligibil, în limba română, fără a exclude prezentarea acestora și într-o limbă străină. Deoarece consumatorul trebuie informat cu privire la eventualele costuri suplimentare sau cu privire la costurile aferente returnării produselor, neîndeplinirea acestei obligații de către profesionist dă dreptul consumatorului de a nu plăti aceste sume.

În contractele la distanță care prevăd în sarcina consumatorului o obligație de plată și care urmează a fi încheiate prin mijloace electronice, în afara obligației de informare prevăzută în art. 6 alin. (1) din ordonanță, profesionistul trebuie să se asigure că, la efectuarea comenzii, consumatorul a luat cunoștință despre obligațiile sale pecuniare (de exemplu, prin activarea pe site-ul unde efectuează comanda a unei funcții din care să reiasă obligația de plată). În caz contrar, consumatorul nu are nicio obligație de plată. Totuși, în situația în care consumatorul plătește, chiar și în lipsa acestei mențiuni obligatorii, întrucât este vorba despre o plată nedatorată, în sarcina profesionistului se naște o obligație de restituire. Orice interpretare contrară credem că ar fi de natură să favorizeze îmbogățirea fără just temei a profesionistului și să lipsească de efecte reglementarea asupra căreia reflectăm.

Deoarece în legătură cu aceste contracte ordonanța prevede condiții stricte cu privire la formă, suntem de părere că, în acest fel, este afectat principiul consensualismului, aplicabil în materie contractuală, chiar dacă forma scrisă pe hârtie sau pe un alt suport durabil este cerută numai ca mijloc de probă. Ne întemeiem această opinie inclusiv pe dispozițiile art. 5 și ale art. 6 alin. (10) din ordonanță, potrivit cărora,

"sarcina probei în ceea ce privește îndeplinirea cerințelor în materie de informare stabilite în prezentul capitol revine profesionistului". Totuși, în cazul contractelor la distanță încheiate prin telefon, ordonanța stabilește modalitatea de formare a acordului de voințe, în sensul că profesionistul are obligația de a confirma oferta, iar consumatorul, la rândul său, trebuie fie să semneze pe exemplarul de ofertă, fie să trimită profesionistului un înscris care să conțină consimțământul său de a încheia contractul.

Așadar, în temeiul art. 8 alin. (9) din reglementarea în discuție, "momentul încheierii contractului la distanță îl constituie momentul confirmării, pe un suport durabil, de către profesionist a acceptării comenzii transmise de consumator". Confirmarea încheierii contractului trebuie transmisă, de exemplu, prin e-mail, într-un termen rezonabil de la momentul realizării acordului de voință, dar nu mai târziu de data livrării produselor sau de momentul începerii prestării serviciilor solicitate. Întrucât folosirea mijloacelor electronice are ca efect transmiterea instantanee a informațiilor, suntem de părere că acest fapt determină aplicarea în materie a teoriei recepțiunii cu privire la determinarea momentului încheierii contractului.

Dreptul de retragere din contractele la distanță și din contractele în afara spațiilor comerciale, denumit în doctrină și "clauză de dezicere"¹⁸ ori de denunțare unilaterală a convenției, exprimă voința legiuitorului de a proteja partea mai slabă din contract care, datorită specificului acestor contracte, nu are posibilitatea de a vedea bunurile, chiar de a le proba, de a se informa în detaliu cu privire la serviciul prestat de către profesionist sau de a-și construi consimțământul cu privire la încheierea contractului în funcție de dorințele și de posibilitățile sale materiale întrucât se află sub imperiul elementului surpriză și, eventual, sub o presiune psihologică potențială din partea profesionistului. Așadar, în cazul acestor contracte, formarea voinței, departe de a fi spontană, este rezultatul unui proces de evaluare și decizie, situat între confirmarea consimțământului și neexercitarea dreptului de a se retrage din contract. Considerat ca fiind un "factor de moralizare a raporturilor contractuale"¹⁹, acest proces de structurare a formării voinței de a încheia un contract are drept scop evitarea "strategiilor persuasive ale profesionistului", care apelează la tot mai variate tactici de atragere a clientelei, unele dintre acestea fiind mai mult sau mai puțin oneste ori chiar agresive.

Necesitatea protejării consimțământului consumatorilor pornește, așadar, de la premisa inegalității economice, psihologice sau din punctul de vedere al asistenței juridice a părților în contractele dintre profesioniști și consumatori. Protejând consumatorul, care este întotdeauna partea cea mai vulnerabilă din contract, reglementările legale în materie stabilesc dreptul de retragere al acestuia din raportul juridic de obligație, drept de a cărui exercitare depinde existența raportului juridic. Contractul va lua naștere doar în condițiile în care acceptarea ofertei este confirmată de către consumator prin neexercitarea dreptului de retragere în termenul prevăzut de lege

¹⁸ J. Goicovici, *Formarea progresivă a contractului*, Ed. Wolters Kluwer, București, 2008, p. 17 și urm.

¹⁹ Ibidem.

("voință confirmatorie") sau, dimpotrivă, contractul nu va produce efecte, odată cu prevalarea de acest drept ("voință infirmatorie").²⁰

În temeiul art. 9 al ordonanței, "consumatorul beneficiază de o perioadă de 14 zile pentru a se retrage dintr-un contract la distanță sau dintr-un contract în afara spațiilor comerciale, fără a fi nevoit să justifice decizia de retragere și fără a suporta alte costuri", în afară de costurile suplimentare ocazionate de modul de livrare a bunurilor ales de către consumator, cele determinate de returnarea produselor sau legate de diminuarea valorii acestora ca urmare a manipulării lor de către consumator. În legătură cu obligația consumatorului de a suporta costurile livrării bunului, menționăm că nu poate fi vorba decât despre acele cheltuieli ocazionate de predarea bunului într-o altă modalitate decât cea uzuală, potrivit naturii bunului sau conform serviciilor standard oferite de către profesionist și aduse la cunoștința consumatorului, iar în privința diminuării valorii bunurilor, credem că prevederile ordonanței se referă fie la o manevrare greșită din partea consumatorului, fie la manipularea acestora în alt scop decât cel pentru a le proba sau pentru a le verifica funcționalitatea într-un mod similar celui pe care orice cumpărător îl efectuează în magazine.

Perioada de retragere se calculează în mod diferit, în funcție de obiectul contractului: cu începere din ziua încheierii contractului – în cazul contractelor de prestări servicii; din ziua în care consumatorul sau un terț, altul decât transportatorul, indicat de către consumator, a intrat în posesia fizică a produsului – în cazul contractelor de vânzare; de la data încheierii contractului – în cazul contractelor de furnizare a apei, gazelor naturale, energiei electrice și termice furnizate în volum nelimitat, precum și în cazul livrării de conținuturi digitale pe un alt suport decât cel material (pe suport electronic).

Termenul de 14 zile în care poate fi exercitat dreptul de retragere se prelungește cu 12 luni în cazul în care profesionistul nu l-a informat pe consumator cu privire la existența acestui drept. Dacă informarea s-a efectuat cu întârziere, calculul perioadei de retragere începe de la data la care consumatorul a fost efectiv informat cu privire la acest drept.

În vederea exercitării dreptului de retragere, consumatorul fie va utiliza formularul special pus la dispoziția sa de către profesionist, fie va întocmi o declarație neechivocă în acest sens. Suntem de părere că, în spiritul reglementărilor europene în materie, în afara sus-menționatei declarații-tip, consumatorul poate întocmi o scrisoare către profesionist sau îi poate comunica acestuia decizia unilaterală de retragere printr-un apel telefonic ori, pur și simplu, poate returna bunurile. Întrucât manifestarea unilaterală de voință de a se retrage din contract produce efecte dacă a fost transmisă în interiorul perioadei prevăzute de lege, sarcina probei expedierii declarației revine consumatorului.

Retragerea consumatorului din contractele la distanță și din contractele în afara spațiilor comerciale determină obligații reciproce în sarcina ambelor părți. Astfel, profesionistul are obligația de a-i rambursa consumatorului sumele plătite în temeiul

²⁰ Idem.

contractului, precum și celelalte cheltuieli aferente (de exemplu, costurile legate de livrarea bunurilor, dacă acestea au fost plătite de consumator), iar consumatorul trebuie să restituie produsele, suportând cheltuielile aferente. În cazul diminuării valorii bunurilor ca urmare a manipulării, consumatorul va trebui să-l despăgubească pe profesionist doar dacă acesta din urmă l-a informat cu privire la existența dreptului de retragere din contract. În toate situațiile însă, cheltuielile ce trebuie plătite de către consumator trebuie să fie rezonabile, astfel încât să nu aibă ca efect descurajarea consumatorului în exercitarea dreptului de retragere și nu acoperă eventualele diminuări ale valorii bunurilor rezultate din manipularea acestora necesară în vederea determinării naturii, a caracteristicilor și a funcționării produselor (art. 14 alin. 3 din ordonanță).

În cazul contractelor cu executare succesivă, consumatorul trebuie să îi plătească profesionistului prețul produselor furnizate până în momentul transmiterii declarației de retragere, conform contractului sau în funcție de prețul practicat pe piața produselor respective, dacă prețul convenit inițial este excesiv.

Potrivit prevederilor ordonanței, dacă profesionistul nu își îndeplinește obligația de informare a consumatorului, încălcând astfel dreptul acestuia de a se retrage din contract, sancțiunea constă în exonerarea consumatorului de obligația de plată a produselor sau serviciilor furnizate.

Dreptul de a se retrage din contract se pierde în cazul în care consumatorul și-a exprimat consimțământul, printr-o cerere expresă adresată profesionistului, ca prestarea unor servicii sau furnizarea de apă, gaze naturale, energie electrică sau termică să înceapă în timpul perioadei de retragere de 14 zile. În acest caz, profesionistul are din nou obligația de a-l informa pe consumator cu privire la pierderea dreptului de retragere, iar acesta trebuie să confirme că a luat cunoștință. Așadar, potrivit prevederilor legale, consumatorul trebuie să-și exprime consimțământul cu privire la două aspecte distincte: mai întâi, cu privire la începerea furnizării bunurilor sau a prestării serviciilor în cadrul perioadei legale în care poate fi exercitat dreptul de retragere din contract și, apoi, în mod distinct, cu privire la renunțarea la acest drept. De aici, suntem de părere că se naște în sarcina profesionistului obligația de a-l informa pe consumator cu privire la ambele aspecte asupra cărora consimțământul trebuie exprimat distinct.

Denunțarea unilaterală de către consumator a unui contract la distanță sau a unui contract în afara spațiilor comerciale are drept consecință încetarea de drept a tuturor contractelor auxiliare, fără costuri suplimentare pentru consumator.

Potrivit art. 16 din ordonanță, consumatorul nu are dreptul de a se retrage în cazul contractelor care au ca obiect prestările de servicii, după prestarea completă a serviciilor, dacă executarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere după executarea completă a contractului de către profesionist; furnizarea de produse sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară pe care profesionistul nu le poate controla și care pot avea loc pe parcursul perioadei de retragere; furnizarea de produse confecționate după specificațiile prezentate de

consumator sau personalizate în mod clar; furnizarea de produse care sunt susceptibile a se deteriora sau a expira rapid; furnizarea de produse sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de către consumator; furnizarea de produse care sunt, după livrare, potrivit naturii acestora, inseparabil amestecate cu alte elemente; furnizarea de băuturi alcoolice al căror preț a fost convenit în momentul încheierii contractului de vânzare, a căror livrare nu poate fi efectuată înainte de 30 de zile și a căror valoare reală depinde de fluctuațiile pieței și pe care profesionistul nu o poate controla; contractele în cazul cărora consumatorul a solicitat în mod special profesionistului să se deplaseze la domiciliul său pentru a efectua lucrări urgente de reparație sau de întreținere. Dacă, cu ocazia unei astfel de vizite, profesionistul prestează alte servicii în afara celor solicitate în mod expres de consumator sau furnizează alte produse decât piesele de schimb indispensabile pentru executarea lucrărilor de întreținere sau de reparație, dreptul de retragere se aplică respectivelor servicii sau produse suplimentare. De asemenea, consumatorul nu se poate retrage din contractele ce au ca obiect furnizarea de înregistrări audio-video sigilate sau de programe informatice sigilate care au fost desigilate după livrare; furnizarea de ziare, periodice și reviste, cu excepția contractelor de abonament pentru furnizarea de astfel de publicații; prestarea de servicii de cazare, pentru alt scop decât cel rezidențial, transport de mărfuri, închiriere de mașini, catering sau serviciile privind activitățile de agrement, în cazul în care contractul prevede o dată sau o perioadă de executare specifică; furnizarea de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă prestarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere. Sunt exceptate de la exercitarea aceluiași drept și contractele încheiate în cadrul unei licitații.

Excepțiile de la dreptul de retragere reglementat în ordonanță sunt justificate pe de o parte de natura anumitor bunuri sau servicii, în legătură cu care exercitarea dreptului de retragere ar fi inadecvată (de exemplu, bunurile al căror preț fluctuează în funcție de evoluția de pe piețele financiare sau care se deteriorează rapid, astfel încât riscul ar trebui suportat în întregime de către profesionist cu costuri suplimentare sau inechitabile pentru acesta ori bunuri personalizate, create potrivit specificațiilor consumatorului etc.). Acordarea în asemenea cazuri a unui drept de retragere în favoarea consumatorului este considerată a fi nepotrivită, dar și în situația în care, prin contract, sunt rezervate anumite capacități (de exemplu, rezervarea unor camere de hotel, cabane, spații în vederea organizării unor evenimente etc.), pe care, ulterior exercitării dreptului de retragere, profesionistul este posibil să nu le mai poată exploata, sau dacă prestarea unui serviciu de către profesionist a fost efectuată în întregime. În acest din urmă caz, dreptul de retragere din contract se pierde numai dacă profesionistul l-a informat pe consumator despre acest efect. Sarcina probei cu privire la îndeplinirea obligației de informare referitoare la acest aspect particular revine profesionistului, care trebuie să-i ceară consumatorului o confirmare.

CAPITOLUL IX

PROTECȚIA CONSUMATORILOR ÎN LEGĂTURĂ CU CLAUZELE ABUZIVE DIN CONTRACTE

Abuzul cel mai frecvent întâlnit în materie contractuală este sub forma *clauzelor abuzive*, consacrate de altfel într-un domeniu esențial cum este cel al protecției consumatorului. Apariția acestui nou concept se întemeiază pe evoluția din perioada contemporană a autonomiei de voință și a libertății contractuale. În vederea stabilirii echilibrului contractual, este necesară încheierea contractelor de către forțe egale, întrucât superioritatea intelectuală, economică și juridică a uneia dintre părți înlătură negocierea leală. Astfel, contractanții își limitează angajamentele la condițiile contractuale acceptate, însă legile de protecție a consumatorului intervin pentru a asigura existența unei voințe libere în mod real din partea consumatorului. Fundamentele clauzelor abuzive pot fi desprinse din interpretarea art. 14 C.civ., potrivit căruia „(1) orice persoană fizică sau persoană juridică trebuie să își exercite drepturile și să își execute obligațiile civile cu bună-credință, în acord cu ordinea publică și bunele moravuri. (2) Buna-credință se prezumă până la proba contrară” și a art. 1170 C.civ. care prevede faptul că „părțile trebuie să acționeze cu bună-credință atât la negocierea și încheierea contractului, cât și pe tot timpul executării sale. Ele nu pot înlătura sau limita această obligație”.²¹ De asemenea, temeiul juridic al sancționării clauzelor abuzive îl reprezintă Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori²². Legea specială definește clauza abuzivă ca fiind „o clauză contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul (...) 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”. În acest sens, legea consideră ca fiind abuzive clauzele care:

a) dau dreptul comerciantului de a modifica unilateral clauzele contractului, fără a avea un motiv întemeiat care să fie precizat în contract.

Aceste prevederi nu se opun clauzelor în temeiul cărora, spre exemplu, un furnizor de servicii financiare își rezervă dreptul de a modifica rata dobânzii plătibile de către consumator ori datorată acestuia din urmă sau valoarea altor taxe pentru servicii financiare, fără o notificare prealabilă, dacă există o motivație întemeiată, în condițiile în care comerciantul este obligat să informeze cât mai curând posibil despre aceasta celelalte părți contractante și acestea din urmă au libertatea de a rezilia imediat contractul ;

²¹ Prevederi în acest sens erau și în Codul civil de la 1864, respectiv art. 970 alin. 1 C.civ., potrivit căruia „convențiile trebuie executate cu bună-credință”, și art. 966 C.civ.: „Obligația fără cauză sau fondată pe o cauză falsă ori nelicită nu poate avea nici un efect”. Observăm cum, în temeiul art. 966, precizat, clauza abuzivă este considerată ca fiind lipsită de cauză, aceasta din urmă fiind privită ca un echivalent material ce restabilește echilibrul angajamentului celui care se obligă.

²² Republicată în M.Of., Partea I, nr. 305 din 18 aprilie 2008.

b) obligă consumatorul să se supună unor condiții contractuale despre care nu a avut posibilitatea reală să ia cunoștință la data semnării contractului;

c) obligă consumatorul să își îndeplinească obligațiile contractuale, chiar și în situațiile în care comerciantul nu și le-a îndeplinit pe ale sale;

d) dau dreptul comerciantului să prelungească automat un contract încheiat pentru o perioadă determinată, prin acordul tacit al consumatorului, dacă perioada limită la care acesta putea să își exprime opțiunea a fost insuficientă;

e) dau dreptul comerciantului să modifice unilateral, fără acordul consumatorului, clauzele privind caracteristicile produselor și serviciilor care urmează să fie furnizate sau termenul de livrare a unui produs ori termenul de executare a unui serviciu;

f) dau dreptul comerciantului să constate în mod unilateral conformitatea cu prevederile contractuale a produselor și serviciilor furnizate;

g) dau dreptul exclusiv comerciantului să interpreteze clauzele contractuale;

h) restrâng sau anulează dreptul consumatorului să pretindă despăgubiri în cazurile în care comerciantul nu își îndeplinește obligațiile contractuale;

i) obligă consumatorul la plata unor sume disproporționat de mari în cazul neîndeplinirii obligațiilor contractuale de către acesta, comparativ cu pagubele suferite de comerciant;

j) restrâng sau interzic dreptul consumatorului de a rezilia contractul, în cazurile în care:

- comerciantul a modificat unilateral clauzele menționate la lit. e);
- comerciantul nu și-a îndeplinit obligațiile contractuale;

k) exclud sau limitează răspunderea legală a comerciantului în cazul vătămării sau decesului consumatorului, ca rezultat al unei acțiuni sau omisiuni a comerciantului privind utilizarea produselor și serviciilor;

- în acest sens, în jurisprudență s-a decis că *sunt abuzive clauzele contractului de abonament la un club sportiv prin care se exclude răspunderea acestuia în caz de vătămare corporală suferită de client sau clauza prin care se exonerează de răspundere clubul pentru furt din vestiare*²³;

l) exclud dreptul consumatorului de a întreprinde o acțiune legală sau de a exercita un alt remediu legal, solicitându-i în același timp rezolvarea disputelor în special prin arbitraj;

m) permit în mod nejustificat impunerea unor restricții în administrarea probelor evidente de care dispune consumatorul sau solicitarea unor probe care, potrivit legii, fac obiectul unei alte părți din contract;

n) dau dreptul comerciantului să transfere obligațiile contractuale unei terțe persoane - agent, mandatar etc. -, fără acordul consumatorului, dacă acest transfer servește la reducerea garanțiilor sau a altor răspunderi față de consumator;

o) interzic consumatorului să compenseze o datorie către comerciant cu o creanță pe care el ar avea-o asupra comerciantului;

²³ Curtea de Apel Rennes, Decizia din 6 mai 1997, citată în TURCU, I., *op.cit.*, vol. III, 2009, p. 170.

p) prevăd că prețul produselor este determinat la momentul livrării sau permit vânzătorilor de produse ori furnizorilor de servicii dreptul de a crește prețurile, fără ca, în ambele cazuri, să acorde consumatorului dreptul de a anula contractul în cazul în care prețul final este prea mare în raport cu prețul convenit la momentul încheierii contractului;

r) permit comerciantului obținerea unor sume de bani de la consumator, în cazul neexecutării sau finalizării contractului de către acesta din urmă, fără a prevedea existența compensațiilor în sumă echivalentă și pentru consumator, în cazul neexecutării contractului de către comerciant;

s) dau dreptul comerciantului să anuleze contractul în mod unilateral, fără să prevadă același drept și pentru consumator;

t) dau dreptul comerciantului să înceteze contractul încheiat pentru o durată nedeterminată fără o notificare prealabilă rezonabilă, cu excepția unor motive întemeiate.

Din cele prezentate, putem observa faptul că se folosește în mod tradițional drept criteriu de determinare a caracterului abuziv al clauzelor, ideea de echilibru, dar și solidaritatea contractuală, iar în subsidiar, pot fi calificate drept abuzive clauzele care permit controlul discreționar al uneia dintre părți cu privire la evoluția contractului, cele care oferă un avantaj fără contrapartidă sau repartizează inegal riscurile economice, precum și cele care derogă de la dispozițiile dreptului comun care au drept scop realizarea echilibrului contractual ideal.²⁴ Clauzele abuzive pot fi considerate ca fiind lipsite de cauză, în condițiile în care, prin clauzele contractuale este asigurat echilibrul contractual prin echivalența prestațiilor. Se opinează în sensul că abuzul poate fi descoperit în clauzele contractuale în situația în care clauzele sunt deturnate prin săvârșirea abuzului de la finalitatea lor socială; abuzul decurge din uzul antisocial al clauzei contractuale și al libertății contractuale în general. De asemenea, abuzul a fost calificat drept exercițiu deviator față de drept, constând în lipsa de respect față de o prevedere legislativă.²⁵ Doctrina a mai relevat și alte aspecte ale abuzului în materia dreptului subiectiv de a contracta, și anume, abuzul de prerogativă contractuală, care poate avea drept modalități de exercitare abuzul prin nealealitate, abuzul de libertate contractuală și abuzul prin conflict între litera și spiritul contractului.²⁶ Întrucât

²⁴ FIN-LANGER, L., *L'équilibre contractuel*, LGDJ, Paris, 2002.

²⁵ TURCU, I., *op.cit.*, 2011, p. 98. Analizând jurisprudența din Franța, autorul demonstrează diferența dintre abuzul de putere și abuzul de prerogative, evidențiată, spre exemplu, în activitatea bursieră legată de gestiunea portofoliilor care determină variații ale angajamentelor clienților în funcție de acordurile cu ceilalți operatori. Curtea de Casație din Franța a decis în sensul că fiecare dintre aceste operațiuni poate constitui un abuz de mandat dacă s-a efectuat într-un alt interes decât cel al mandantului. Abuzul de majoritate în cazul societăților comerciale poate fi constatat în cazul exercitării votului prin deturnarea de la finalitatea sa, respectiv realizarea interesului asociatului în conformitate însă cu interesul societății. Abuzul de prerogative prin deturnarea finalității există, în opinia autorului citat, întotdeauna când dreptul este utilizat conform literei sale, dar pentru o finalitate străină de aceea pentru care a fost acordat.

²⁶ TURCU, I., *op.cit.*, Vol. III, 2009, pp. 117 -128. A se vedea și TURCU, I., *op.cit.*, 2012, p.180-181. Potrivit autorului citat, în jurisprudența instanțelor din Franța, au fost considerate nescrise clauzele prin care victima trebuia să ceară despăgubiri înăuntrul perioadei de validitate a poliței de asigurare, clauza prin care locatarul se obligă să plătească în avans, conform estimării unilaterale a proprietarului, contribuția la cheltuielile de reparații,

interpretarea contractului care are drept scop respectarea intenției părților contractante are drept obiectiv și finalitatea economică a operațiunii contractuale, se învederează mobilul apariției formularelor tipizate în materie contractuală, cu atât mai mult cu cât fiecare clauză are funcția sa proprie.²⁷ Se exemplifică drept abuz de prerogative contractuale, clauzele de probă în contractele de muncă în condițiile în care angajatorul pune capăt în mod discreționar raporturilor de muncă înainte de expirarea perioadei de probă sau clauzele de agrement în domeniul cesiunii părților sociale. Aceste clauze sunt considerate a fi valabile cu condiția ca utilizarea lor să nu genereze un abuz. Așadar, finalitatea clauzei poate reprezenta un criteriu al abuzului. Sancțiunea abuzului prin deturnarea dreptului de la finalitatea sa constă în ineficacitatea clauzei și a dreptului conferit. O clauză contractuală poate fi considerată ca nefiind negociată în mod direct cu consumatorul dacă acesta nu a avut posibilitatea să influențeze natura clauzei și aceasta fost introdusă în contract (de exemplu, clauzele standard). Așa cum s-a arătat în literatura juridică de specialitate²⁸, legislația protecției consumatorilor instituie prezumția relativă de lipsă a negocierii directe a clauzelor contractuale în cazul contractelor preformulate și a condițiilor generale de vânzare. De asemenea, ambiguitatea formulării clauzelor contractelor de adeziune poate constitui fundamentul unei prezumții a caracterului abuziv.

Clauzele abuzive nu produc efecte față de consumator. Contractul va fi valabil, cu acordul consumatorului, și după eliminarea clauzelor calificate drept abuzive, în situația în care aceste clauze nu sunt esențiale pentru existența contractului. Clauzele abuzive sunt lovite de nulitate și, în măsura în care, contractul nu mai poate produce efecte juridice, consumatorul va putea cere instanței rezilierea acestuia și despăgubiri.²⁹ Așadar, cum s-a mai arătat,³⁰ sancțiunea aplicabilă clauzelor abuzive este nulitatea absolută, constatată de către instanța de judecată, la cererea persoanei interesate. Însă, în temeiul art. 6 din Legea nr. 193/2000, clauzele abuzive cuprinse în contract și constatate fie personal, fie prin intermediul organelor abilitate prin lege nu vor produce efecte asupra consumatorului, iar contractul se va derula în continuare, cu acordul consumatorului, numai dacă după eliminarea acestora mai poate continua. În măsura în care contractul nu își mai poate produce efectele după înlăturarea clauzelor considerate abuzive, consumatorul este îndreptățit să ceară rezilierea contractului, putând solicita, după caz, și daune-interese. Nulitatea clauzei abuzive nu determină în toate cazurile

clauzele care impun chiriașilor să contracteze anumite lucrări în interes propriu numai cu parteneri contractuali desemnați de proprietar; clauze abuzive au fost considerate și următoarele: clauza care exonerează de orice răspundere un laborator foto în cazul pierderii filmelor predate spre developare, clauzele abonamentului la un club sportiv care exclud orice răspundere a clubului în caz de vătămare corporală sau de furt din vestiare, clauza unui atelier de curățătorie care prevede un barem fix stabilit unilateral în cazul deteriorării materialului clientului ș.a.

²⁷ *Idem*.

²⁸ TOADER, C., CIOBANU, A., *Un pas important spre integrarea europeană : Legea nr.193/2000 privind clauzele abuzive, O.G. nr.87/2000 privind răspunderea producătorilor și O.U.G. nr.130/2000 privind contractele la distanță*, în „Revista de drept comercial” nr. 3/2001, p. 76.

²⁹ PIPEREA, Gh., *op.cit.*, 2011, p.123.

³⁰ *Idem*, p. 180.

anularea contractului. Înlăturarea clauzelor calificate drept abuzive și restabilirea în acest fel a echilibrului contractual, nu fac necesară anularea contractului și nici rezilierea.

CAPITOLUL X

PROTECȚIA CONSUMATORILOR ÎN CONTRACTELE DE VÂNZARE. GARANȚII PRIVIND SECURITATEA PRODUSELOR

ARTICOL SUPUS DISCUȚIEI:

„Contractul de vânzare-cumpărare de consumație este, deci, o vânzare ce prezintă unele particularități impuse de dispozițiile speciale ale consumației și care (sub aspectul raportului în care se află cu vânzarea de drept comun) se aseamănă cu vânzarea imobiliară, vânzarea cu pact de răscumpărare, vânzarea unor moșteniri etc.¹

Rezultă că vânzarea de consumație este o varietate a contractului de vânzare-cumpărare².

Calificarea vânzării de consumație ca o varietate a contractului de vânzare-cumpărare prezintă importanță doctrinară și practică pentru identificarea dreptului comun în materie.

Cadrul legal este, în principal, Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora . Alte acte normative cu dispoziții incidente în materie sunt: Legea nr. 296/2004 (Codul consumului); O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață; O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor.

Formarea vânzării de consumație. Interdicții

Părțile contractante în vânzarea de consumație sunt: vânzătorul-profesionist și cumpărătorul-consumator.

Potrivit art. 2 lit. c din Legea nr. 449/2003, vânzătorul este persoana fizică sau juridică autorizată care, în cadrul activității sale, comercializează produse în condițiile unui contract încheiat cu consumatorul.

Cumpărătorul-consumator este o persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul contractelor intră sub incidența prezentei legi, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberele (art. 2 lit. a din lege).

Obiectul material al vânzării de consumație este cunoscut sub denumirea de „produs”.

Produsul este un bun material mobil a cărui destinație finală este consumul sau utilizarea individuală ori colectivă (inclusiv cele executate la comandă).

Sunt asimilate produselor și bunurile care vor fi achiziționate pe baza unui contract de vânzare de produse ce urmează a fi fabricate sau prelucrate (produsele viitoare - art. 4 din lege).

În accepțiunea Legii nr. 449/2003, nu sunt asimilate produselor care fac obiectul reglementării:

- bunurile vândute în urma confiscărilor,
- bunurile vândute în cadrul procedurii de executare silită;
- bunurile vândute pe baza unui alt act emis de autoritățile judecătorești,
- apa și gazele care nu sunt ambalate într-un volum limitat sau într-o cantitate fixă și energia electrică (art. 2 lit. b din lege)¹.

Vânzătorul trebuie să informeze consumatorii despre prețul final al produsului și să ofere acestora toate informațiile și documentele tehnice care trebuie să însoțească produsul (art. 54 C. consum.).

Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs, de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs (art. 10 C. consum.).

Potrivit art. 52 din O.G. nr. 99/2000, nu sunt considerate vânzări condiționate:

- vânzările la un preț global pentru produse care constituie un ansamblu, precum și pentru produse identice preambalate oferite într-un ambalaj colectiv, cu condiția ca fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul practicat și cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului;
- vânzările de produse în loturi sau ambalajele consacrate de uzanțele comerciale și de nevoile de consum.

Orice vânzare forțată este interzisă. Astfel, expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia (art. 11 C. consum.)².

Potrivit art. 53 din O.G. nr. 99/2000, prin vânzare forțată se înțelege:

- expedierea unui produs către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i cumpărarea acelui produs sau returnarea lui către expeditor, chiar și fără taxe, în cazul refuzului de cumpărare;
- prestarea unui serviciu către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i acceptarea acelui serviciu prin achitarea contravalorii.

Nu sunt considerate vânzări forțate ofertele efectuate în scopuri filantropice. În cazul acestor oferte, pe documentele însoțitoare va fi inscripționată, în mod clar și vizibil, următoarea mențiune: „destinatarul nu are nicio obligație de a plăti sau de a returna produsul” (art. 55 din O.G. nr. 99/2000).

De asemenea se interzice refuzul vânzării unui produs sau prestării unui serviciu către un consumator fără un motiv justificat conform prevederilor legale în vigoare.

Conformitatea și garanția pentru conformitatea produselor vândute

Vânzătorul este obligat să livreze consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare (art. 5 alin. 1 din lege).

Produsele sunt „în conformitate” cu contractul de vânzare-cumpărare dacă:

- corespund descrierii făcute de vânzător și au aceleași calități ca și produsele pe care vânzătorul le-a prezentat consumatorului;
- corespund oricărui scop specific solicitat de către consumator, scop făcut cunoscut vânzătorului și acceptat de acesta la încheierea contractului de vânzare-cumpărare;

- corespund scopurilor pentru care sunt utilizate în mod normal produsele de același tip;

- fiind de același tip, prezintă parametri de calitate și performanțe normale, la care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil.

Nu se consideră a fi lipsă de conformitate dacă în momentul încheierii contractului de vânzare-cumpărare consumatorul a cunoscut sau nu putea, în mod rezonabil, să nu cunoască această lipsă de conformitate ori dacă lipsa de conformitate își are originea în materialele furnizate de consumator (art. 6 din lege).

Potrivit art. 8 din lege, orice lipsă a conformității rezultată dintr-o instalare incorectă a produselor va fi considerată echivalentă cu o lipsă a conformității produselor, dacă instalarea face parte din contractul de vânzare a produselor și produsele au fost instalate de vânzător sau pe răspunderea sa.

Vânzătorul este răspunzător față de consumator pentru orice lipsă a conformității existentă la momentul când au fost livrate produsele (art. 9 din lege).

În cazul lipsei conformității, consumatorul are dreptul de a solicita vânzătorului să i se aducă produsul la conformitate, fără plată, prin reparare sau înlocuire sau să beneficieze de reducerea corespunzătoare a prețului ori de rezoluțiunea contractului¹.

Consumatorul are dreptul de a solicita vânzătorului în primul rând repararea sau înlocuirea produsului, în fiecare caz fără plată, cu excepția situației în care măsura este imposibilă sau disproporționată².

Orice reparare sau înlocuire a produselor trebuie făcută în cadrul unei perioade rezonabile de timp, stabilită de comun acord, în scris, între vânzător și consumator, luându-se în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele (care nu poate depăși 15 zile calendaristice de la data la care cumpărătorul a adus la cunoștință vânzătorului lipsa de conformitate - art. 11 alin. 4 din lege).

Potrivit art. 13 din lege, consumatorul poate solicita o reducere corespunzătoare a prețului sau rezoluțiunea contractului în oricare dintre următoarele cazuri:

- dacă nu beneficiază nici de repararea, nici de înlocuirea produsului;
- dacă vânzătorul nu a luat măsura reparatorie într-o perioadă de timp rezonabilă;
- dacă vânzătorul nu a luat măsura reparatorie, fără inconveniente semnificative pentru consumator.

Ca excepție, consumatorul nu este îndreptățit să solicite rezoluțiunea contractului, dacă lipsa conformității este minoră.

Dacă vânzătorul este răspunzător față de consumator pentru lipsa de conformitate rezultată dintr-o acțiune sau dintr-o omisiune a producătorului ori a unui operator economic din același lanț contractual, vânzătorul are dreptul de a se îndrepta împotriva celui responsabil de lipsa de conformitate, în condițiile legii (acțiune în regres - art. 15 din lege).

Răspunderea vânzătorului este angajată dacă lipsa de conformitate apare într-un termen de 2 ani, calculat de la livrarea produsului (art. 16 din lege).

Pentru produsele a căror durată medie de utilizare este mai mică de 2 ani, termenul se reduce la această durată.

Lipsa de conformitate apărută în termen de 6 luni de la livrarea produsului se prezumă că a existat la momentul livrării acestuia, cu excepția cazurilor în care prezumția este incompatibilă cu natura produsului sau a lipsei de conformitate (prezumția de neconformitate - art. 18 din lege).

Cheltuielile legate de înlocuirea produselor defecte, de remedierea sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vânzător și recuperate de acesta de la producător sau, după caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lanțul

de distribuție, dacă prin contractul încheiat între aceștia nu s-a stabilit altfel (art. 12 C. consum.).

Garanția este obligatorie pentru vânzătorul-profesionist³.

Garanția trebuie să cuprindă mențiuni cu privire la drepturile conferite prin lege consumatorului și să precizeze:

- elementele de identificare a produsului,
- termenul de garanție, durata medie de utilizare,
- modalitățile de asigurare a garanției - întreținere, reparare, înlocuire și termenul de realizare a acestora, inclusiv denumirea și adresa vânzătorului și ale unității specializate de service.

Garanția trebuie redactată în termeni simpli și ușor de înțeles (art. 20 din lege).

Orice clauze contractuale sau înțelegerile încheiate între vânzător și consumator înainte ca lipsa de conformitate să fie cunoscută de consumator și comunicată vânzătorului, care limitează sau înlătură drepturile consumatorului sunt nule de drept.

De precizat că drepturile consumatorilor dobândite prin legea specială, nu aduc atingere altor drepturi (ale consumatorului) care reglementează răspunderea contractuală sau necontractuală (art. 25 alin. 1 din Legea nr. 449/2003).

Prețurile și tarifele vânzării de consumație

Potrivit art. 67 din O.G. nr. 99/2000, profesionistul care în rețeaua de distribuție oferă spre vânzare produse trebuie să indice prețul de vânzare (tariful) practicat și prețul pe unitatea de măsură.

Prețurile de vânzare, prețurile pe unitatea de măsură și tarifele practicate se indică în mod vizibil, lizibil și fără echivoc prin marcare, etichetare sau afișare.

Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unui avans, profesionistul este obligat să elibereze consumatorului, la plata avansului, un document fiscal sau un contract scris și să respecte condițiile contractuale¹.

Operatorii economici obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale trebuie să elibereze bonuri fiscale cumpărătorilor-consumatori. Aceștia din urmă au obligația de a păstra bonurile fiscale, cel puțin până la momentul părăsirii spațiului comercial respectiv (art. 68 C. consum.).

Pe ambalajul produsului trebuie indicate vizibil, lizibil și fără echivoc dimensiunile sau numărul de articole, cantitatea netă conținută, exprimată în unități de măsură recunoscute de autoritatea statului român (art. 68 alin. 1 din ordonanță)².

În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, profesionistul este obligat ca pentru produsele preambalate să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură (art. 69 din ordonanță).

Potrivit art. 51¹ din O.G. nr. 99/2000, este interzisă plata restului către consumator sub orice altă formă decât numerar.

Diferite feluri ale vânzării de consumație

O.G. nr. 99/2000 reglementează câteva varietăți ale vânzării de consumație.

Potrivit art. 16 din ordonanță, sunt vânzări cu preț redus: vânzările de lichidare, vânzările de soldare; vânzările efectuate în structuri de vânzare denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică; vânzările promo-ționale; vânzările ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorului, după ce evenimentul a trecut și este evident că produsele respective nu mai pot fi vândute în condiții comerciale normale; vânzările ale produselor care într-o perioadă de 3 luni de la

aprovizionare nu au fost vândute; vânzările accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapidă sau a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate, vânzarea unui produs la un preț aliniat la cel legal practicat de ceilalți comercianți din aceeași zonă comercială, pentru același produs, determinat de mediul concurențial și vânzarea produselor cu caracteristici identice, ale căror prețuri de reprovizionare s-au diminuat.

Prin vânzare în pierdere se înțelege orice vânzare la un preț egal sau inferior costului de achiziție, astfel cum acesta este definit în reglementările legale în vigoare.

Este interzis oricărui profesionist să ofere sau să vândă produse în pierdere (art. 17 din ordonanță).

Prin vânzare de lichidare se înțelege orice vânzare precedată sau însoțită de publicitate și anunțată sub denumirea de „lichidare” și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a totalității sau numai a unei părți din stocul de produse dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în anumite situații (art. 18 din ordonanță).

Vânzările de lichidare sunt supuse notificării în baza unui inventar detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant, care este obligat să justifice cu documente legale proveniența produselor respective. Notificarea se face la primăria localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare sau, după caz, la primăriile sectoarelor municipiului București, cu cel puțin 15 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare (art. 19 alin. 1 din ordonanță).

Orice anunț sau altă formă de publicitate privind vânzarea de lichidare trebuie să specifice în mod obligatoriu data de debut a vânzării și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus vânzării de lichidare (în cazul în care operațiunea nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare).

Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea „soldare/soldări/solduri” și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri sezoniere dintr-o structură de vânzare cu amănuntul (art. 22 din ordonanță).

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a doua perioade pe an, cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie achitate furnizorului de către comerciant cu cel puțin 30 de zile înaintea datei de debut a perioadei de vânzări de soldare (art. 23 din ordonanță)¹.

Vânzarea de soldare trebuie să aibă loc în structurile de vânzare în care produsele respective erau vândute în mod obișnuit.

Orice anunț sau altă formă de publicitate privind soldarea trebuie să specifice obligatoriu data de debut a vânzării de soldare și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus soldării în cazul în care operațiunea de soldare nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare (art. 28 din ordonanță).

Vânzările efectuate în structuri denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică sunt vânzările din producția proprie, efectuate direct consumatorilor de către producători, aceștia îndeplinind obligațiile ce revin oricărui comerciant care desfășoară comerț cu amănuntul. Ca excepție, vânzările cu preț redus prin magazin sau depozit de fabrică nu sunt supuse notificării (art. 29 din ordonanță).

Vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul/vânzările cash and carry/prestările de servicii de piață care pot avea loc în orice perioadă a anului, fără să facă obiectul notificării, cu condiția ca:

- să nu fie efectuate în pierdere;
- să se refere la produse disponibile sau reprovizionabile, precum și la servicii vândute ori, după caz, prestate în mod curent;

- produsele și serviciile promovate trebuie să existe la vânzare pe durata întregii perioade anunțate.

Nu sunt considerate vânzări promoționale: acțiunile de promovare efectuate de producători, precum și acțiunile de lansare de produse noi pe piață (art. 32 din ordonanță).

Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului și a profesionistului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă, care în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță (art. 34 din ordonanță).

Vânzarea directă este acea practică comercială prin care produsele sau serviciile sunt desfăcute de către comerciant direct consumatorilor, în afara spațiilor de vânzare cu amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare.

Vânzarea prin rețele (multilevel marketing) este o formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți care primesc un comision pentru vânzările proprii (art. 35 din ordonanță).

Potrivit art. 36 din ordonanță, sunt considerate practici comerciale interzise:

- vânzarea piramidală, vânzarea practică prin procedeul denumit „bulgăre de zăpadă” sau orice alte procedee similare care constau în special în a oferi produse/servicii consumatorilor făcându-i să speră că le vor obține fie cu titlu gratuit, fie la un preț redus față de valoarea lor reală și condiționând vânzările de plasarea contra plată de bonuri, ti-chete, cupoane ori a altor titluri similare către terți sau de colectarea de adeziuni sau subscrieri;

- faptul de a propune unei persoane să colecteze adeziuni sau să se înscrie pe o listă, făcând-o să speră câștiguri financiare rezultate din creșterea numărului de persoane recrutate sau înscrise.

Vânzările în afara spațiilor comerciale sunt realizate de profesioniști în timpul unei deplasări organizate:

- la locuința unui consumator, unde pot fi încheiate contracte și cu alte persoane prezente;

- la locul de muncă al consumatorului sau în locul în care acesta se găsește, chiar temporar, pentru motive de lucru, studiu sau tratament.

Loteria publicitară este acea practică de promovare a produselor/serviciilor care tinde să stimuleze în rândul participanților speranța unui câștig prin tragere la sorți (art. 41 alin. 1 din ordonanță).

Loteriile publicitare sunt admise numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartida nicio cheltuială directă sau indirectă, suplimentară achiziționării produsului/serviciului¹.

Nu sunt asimilate loteriei publicitare concursurile în cadrul cărora premiile sunt câștigate exclusiv datorită abilității, cunoștințelor și perspicacității participanților, câștigătorul fiind desemnat în funcție de valoarea prestației sale (art. 46 alin. 1 din ordonanță).

Vânzarea cu prime este acea practică comercială prin care la vânzarea sau oferta de vânzare de produse se oferă consumatorului cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, prime sub forma unor produse (art. 48 din ordonanță).

Potrivit art. 50 din ordonanță, nu sunt considerate prime:

- ambalajele produselor;

- produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat;
- produsele a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare;
- articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare;
- serviciile postvânzare;
- facilitățile de staționare oferite consumatorilor.

Condițiile vânzării produselor și serviciilor de piață

Desfășurarea activității de vânzare a produselor este reglementată de O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață.

Potrivit art 6 din ordonanță, comerțul în zone publice se desfășoară în structuri de vânzare cu sediu fix sau ambulant.

Structurile de vânzare cu amănuntul și cele în care se prestează servicii de piață pot fi deschise publicului în toate zilele săptămânii.

Structurile de vânzare cu amănuntul din sectorul alimentar nu pot fi închise mai mult de doua zile consecutive, cu excepția unor cauze obiective de nefuncționare.

Orarul de funcționare se stabilește de vânzătorul profesionist, cu respectarea reglementărilor în vigoare privind liniștea și ordinea publică, și în conformitate cu solicitările autorităților administrației publice (art. 8 din ordonanță).

Orarul de funcționare se afișează la intrarea în unitate, în mod vizibil din exterior, comerciantul fiind obligat să asigure respectarea acestuia.

Particularități ale intermediarii vânzărilor imobiliare

Potrivit art. 9⁴din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorului, în cazul serviciilor de intermediere imobiliară, consumatorul va fi informat în scris, corect; complet și precis, încă din faza precontractuală, cu privire la:

- prețurile practicate în piață pentru tipul de imobil ce urmează a face obiectul intermediarii imobiliare;
- deficiențe și alte inconveniente cunoscute de agenția imobiliară sau pe care în mod rezonabil putea să le cunoască (de exemplu, surse de zgomot, umezeală, poluare, miros, pericol de inundații sau surpări, organizarea în apropiere a unor manifestări populare periodice etc.);
- cuantumul comisionului practicat de agenția imobiliară;
- situația juridică a imobilului;
- nivelul estimativ al costurilor ce urmează să fie suportate de consumator.

Contractul de intermediere imobiliară trebuie să cuprindă cel puțin următoarele elemente:

- datele de identificare a părților contractante;
- obiectul contractului;
- prețul solicitat de proprietar (sau pe care este dispus să îl plătească cumpărătorul);
- termenul contractului;
- condițiile în care contractul poate fi denunțat unilateral sau reziliat;
- nivelul maxim al comisionului datorat agenției;
- precizarea situațiilor în care consumatorul datorează comision agenției imobiliare;
- drepturile și obligațiile părților;
- situațiile de forță majoră;
- data încheierii contractului (și numărul de exemplare).

În plus, contractele de intermediere imobiliară în care consumatorul are calitatea de potențial cumpărător vor conține caracteristicile generale ale imobilului, care pot influența decizia de cumpărare și tarifele pentru serviciile prestate (art. 9⁶ din ordonanță).

Contractul de intermediere imobiliară nu poate conține clauze penale care să oblige consumatorul care nu își îndeplinește angajamentele contractuale la plata unei sume mai mari decât onorariul pe care l-ar fi plătit în cazul încheierii tranzacției (art. 9 din ordonanță).

O tranzacție imobiliară se consideră finalizată în momentul în care vânzătorul și cumpărătorul au semnat actul de vânzare-cumpărare (deci, odată cu încheierea contractului de vânzare a imobilului).

Agenția are obligația să asigure vizionarea imobilelor ce corespund preferințelor consumatorului, înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare (art. 9¹¹ din ordonanță).

Potrivit art. 9⁹ din ordonanță, agenția imobiliară nu poate solicita plata comisionului datorat de consumator, în oricare dintre următoarele situații:

- când între consumator și agenția imobiliară nu este încheiat un contract de intermediere;
- când contractul de vânzare nu s-a încheiat;
- când contractul nu are stipulată clauza de exclusivitate, iar tranzacția s-a realizat fără participarea agenției imobiliare.

În principiu, este interzisă plata în avans a comisionului, parțială sau totală.

Ca excepție, plata în avans poate fi făcută cu acordul scris al consumatorului și cu precizarea situațiilor în care agenția imobiliară este obligată să înapoieze consumatorului sumele primite în avans (art. 9¹⁰ din O.G. nr. 21/1992)."³¹

CAPITOLUL XI

PROTECȚIA CONSUMATORILOR ÎN CONTRACTELE DE VÂNZARE DE PACHETE TURISTICE ȘI ÎN CONTRACTELE BANCARE

Legea nr. 258/2017 privind comparabilitatea comisioanelor aferente conturilor de plăți, schimbarea conturilor de plăți și accesul la conturile de plăți cu servicii de bază

1. Ce înseamnă un cont de plăți cu servicii de bază?

Cont de plăți cu servicii de bază este un cont de plăți prin care se pot:

1. depune fonduri într-un cont de plăți;
2. retrage numerar dintr-un cont de plăți;
3. executa și primi operațiuni de plată, inclusiv transferuri de credit, către și de la terți.

³¹ Acest articol se va citi și discuta la seminar, cu studenții/masternazii, fapt pentru care a fost reprodus integral.
Detalii: <https://legeaz.net/dictionar-juridic/vanzarea-de-consumatie>

2. Ce servicii sunt cuprinse într-un cont de plăți cu servicii de bază?

1. servicii care permit toate operațiunile necesare pentru deschiderea, administrarea și închiderea unui cont de plăți;

2. servicii care permit depunerea de fonduri într-un cont de plăți;

3. servicii care permit retrageri de numerar pe teritoriul Uniunii Europene dintr-un cont de plăți la ghișeu sau la bancomate, în timpul sau în afara programului de lucru al instituției de credit;

4. efectuarea următoarelor operațiuni de plată pe teritoriul Uniunii Europene: debitări directe; operațiuni de plată printr-un card de plată, inclusiv plăți online; transferuri de credit, inclusiv ordine de plată programată, după caz, la terminale bancare, la ghișee și prin intermediul facilităților online ale instituției de credit.

3. Cine oferă un cont de plăți cu servicii de bază?

Toate instituțiile de credit bancare din România.

4. Cine poate accesa un cont de plăți cu servicii de bază?

Orice consumator care nu deține, la momentul solicitării, un alt cont de plăți, inclusiv un cont de plăți de bază la nicio altă bancă din România. De asemenea, rezidenții în mod legal în Uniunea Europeană, inclusiv cei fără adresă stabilă și solicitanții de azil, precum și consumatorii cărora nu li se acordă un permis de ședere, dar a căror expulzare nu este posibilă din motive de fapt sau de drept, au dreptul să deschidă și să folosească un cont de plăți cu servicii de bază oferite de băncile stabilite pe teritoriul României. Potrivit legii, există două categorii de consumatori: vulnerabili din punct de vedere financiar; nevulnerabili.

5. Cine este consumator vulnerabil din punct de vedere financiar?

Consumator vulnerabil din punct de vedere financiar este o persoană al cărei venit lunar nu depășește echivalentul a 60% din câștigul salarial mediu brut pe economie; sau al cărei venit din ultimele 6 luni nu depășește echivalentul a 60% din câștigul salarial mediu brut pe economie.

6. Ce servicii sunt gratuite pentru consumatorii vulnerabili care au un cont de servicii de bază?

Consumatorii vulnerabili din punct de vedere financiar au acces gratuit la: deschiderea, administrarea și închiderea unui cont de plăți; depunerea de fonduri într-un cont de plăți (cu excepția cazului în care consumatorul declară că i-a fost notificată închiderea contului); retrageri de numerar la ghișeele sau bancomatele de pe teritoriul național; la primele 10 operațiuni lunare aferente debitărilor directe, plăți printr-un card de plată, inclusiv plăți online și transferurilor de credit.

7. Ce avantaje oferă contul cu servicii de bază consumatorilor nevulnerabili?

În cazul consumatorilor, alții decât cei vulnerabili, instituțiile de credit: oferă gratuit serviciile care permit toate operațiunile necesare pentru: deschiderea, închiderea unui cont de plată și retragerile de numerar; pot percepe comisioane rezonabile pentru: administrare, depunere, debitar direct; - plata printr-un card de plată, inclusiv plăți online și transferuri de credit.

8. Care este nivelul comisiunelor prevăzute pentru un cont de plăți cu servicii de bază?

Fiecare instituție de credit stabilește nivelul comisionului rezonabil ținând cont de cel puțin următoarele criterii: nivelurile veniturilor naționale; comisioanele medii percepute pentru serviciile furnizate privind conturile de plăți; Comisiunile percepute de instituțiile de credit nu depășesc media comisiunelor din ultimele 12 luni pentru serviciile furnizate privind conturile de plăți care oferă serviciile aferente unui cont de bază nivelurile veniturilor naționale;

9. În cât timp se deschide sau se refuză deschiderea unui cont cu servicii de bază?

În cel mult 10 zile lucrătoare de la formularea cererii de către consumator. În cazul refuzului, instituția este obligată să formuleze motivarea în scris și gratuit, cu excepția cazului în care această informare contravine obiectivelor de securitate națională și de ordine publică

CAPITOLUL XII

AUTORITĂȚI PUBLICE CU ROL ÎN PROTECȚIA DREPTURILOR CONSUMATORILOR. ORGANIZAȚII NEGUVERNAMENTALE DE DREPT AL CONSUMULUI

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor este o instituție publică și funcționează ca organ de specialitate al administrației publice centrale, cu personalitate juridică, în subordinea Guvernului și în coordonarea ministrului economiei, comerțului și mediului de afaceri. Această autoritate coordonează și realizează strategia și politica Guvernului în domeniul protecției consumatorilor, acționează pentru prevenirea și combaterea practicilor care dăunează vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor.

Cadrul general al organizării instituțiilor guvernamentale pentru protecția consumatorilor este asigurat de O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor și Legea nr. 296/2004 (Codul consumului).

Consiliul consultativ pentru protecția consumatorilor. Potrivit art. 44 din O.G. nr. 21/1992, la nivel de județ, oraș, comună se constituie câte un consiliu consultativ pentru protecția consumatorilor. Consiliul local consultativ asigură, la nivelurile respective, cadrul informațional și organizatoric necesar:

- stabilirii și aplicării politicii de protecție a consumatorilor;
- corelării acțiunilor diverselor organisme ale administrației publice cu cele ale organizațiilor neguvernamentale care au rol în realizarea protecției consumatorilor.

Consiliul consultativ pentru protecția consumatorilor este format din:

- reprezentanți ai tuturor serviciilor publice deconcentrate;
- prefect sau primar, după caz, sau reprezentanți ai acestora;
- reprezentanți ai asociațiilor de consumatori;
- reprezentanți ai altor organisme, după caz.

Asociațiile de consumatori. Asociațiile de consumatori sunt considerate organizații neguvernamentale, ca persoane juridice și care, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii lor, au ca unic scop apărarea drepturilor și intereselor legitime ale membrilor lor sau ale consumatorilor, în general (art. 30 din ordonanță).

Asociațiile de consumatori pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare în consiliile consultative cu rol în domeniul protecției consumatorilor, în care organele administrației publice sunt reprezentate, dacă îndeplinesc condițiile prezentei ordonanțe, (art. 31 din ordonanță).

Potrivit art. 32 din ordonanță, asociațiile de consumatori care apără drepturile și interesele legitime ale consumatorilor, în general, sunt, de drept, parteneri sociali în consiliile consultative prevăzute în prezenta ordonanță, dacă:

- la nivel național, au cel puțin 3.000 de membri și filiale în cel puțin 10 județe;
- la nivel județean și local, dacă au desfășurat o activitate în domeniul protecției consumatorilor pe o perioadă de cel puțin 3 ani.

Asociațiile de consumatori, care sunt constituite în scopul apărării intereselor numai ale membrilor lor, pot deveni parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele consultative cu rol în domeniul protecției consumatorilor și în care organele administrației publice sunt reprezentate, numai dacă au cel puțin 800 de membri (art. 33 din ordonanță)

Personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor și ale celorlalte organe de specialitate ale administrației publice centrale, cu atribuții pe linia protecției

consumatorilor nu au dreptul de a deține funcții în organele de conducere ale asociațiilor de consumatori (art. 35 din ordonanță).

Potrivit art. 36 din ordonanță, asociațiile de consumatori sunt consultate de către organismele administrației publice, la elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția consumatorilor, cu privire la:

- cunoașterea cerințelor consumatorilor privind sortimentele, calitatea și cantitatea produselor și serviciilor;
- formarea unei atitudini corecte a operatorilor economici angajați în producerea și comercializarea produselor și prestarea serviciilor, față de calitatea acestora;
- prevenirea practicilor comerciale incorecte și a publicității de natură a afecta drepturile și interesele legitime ale consumatorilor.

Potrivit art. 37 din ordonanță, asociațiile de consumatori au următoarele drepturi și obligații:

- de a fi sprijinite logistic de către organismele administrației publice centrale și locale, în vederea atingerii obiectivelor lor;
- de a primi sume de la bugetul de stat și de la bugetele locale;
- de a informa autoritățile competente cu privire la prezența pe piață a unor produse neconforme 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;
- de a solicita operatorilor economici realizarea de produse și servicii în condiții speciale, în vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de vârstă a treia;
- de a fi consultate cu ocazia elaborării actelor normative, standardelor sau specificațiilor care definesc caracteristicile tehnice și calitative ale produselor și serviciilor destinate consumatorilor;
- de a informa opinia publică, prin mass-media, asupra deficiențelor de calitate ale produselor și serviciilor, precum și asupra consecințelor vătămătoare ale acestora pentru consumatori;
- de a introduce acțiuni în justiție pentru apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor;
- de a solicita serviciilor sau organelor administrației publice, efectuarea de analize și încercări ale produselor destinate consumatorilor și de a publica rezultatele;

Centrele de consultanță și informare ale consumatorilor pot fi organizate la nivel de birouri în structura organizatorică a asociațiilor de consumatori și desfășoară activități gratuite în folosul acestora, constând în informații, recomandări și consultanță privind problemele legate de achiziționarea unui produs sau serviciu (art. 38 din ordonanță). Potrivit art. 39 alin. 1 din ordonanță, sumele primite de la bugetul de stat, prin intermediul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, se utilizează pentru înființarea și funcționarea centrelor de consultanță și informare a consumatorilor, respectiv pentru:

- salarizarea sau, după caz, remunerarea personalului utilizat în centrele de consultanță și informare a consumatorilor, care se va face în funcție de timpul efectiv lucrat;

- cheltuieli materiale efectuate pentru întreținerea sediului și a dotărilor aferente;

- cheltuieli curente și cele ocazionate de tipărirea materialelor informative.

Sumele primite de la bugetele locale prin hotărâri ale consiliilor locale sau, după caz, ale consiliilor județene vor fi utilizate în condițiile stabilite prin convențiile încheiate de acestea cu asociațiile respective, conform legii (art. 40 alin. 1 din ordonanță).

Controlul asupra activităților desfășurate în centrele de consultanță și informare a consumatorilor din cadrul asociațiilor de consumatori, precum și a Centrului European al Consumatorilor, care au primit sume de la bugetul de stat sau de la bugetele locale, se exercita de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (art. 41 din ordonanță).

Centrele de consultanță și informare a consumatorilor și Centrul European al Consumatorilor pot beneficia de asistența de specialitate din partea personalului Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, împuternicit în acest scop (art. 43 din ordonanță).³²

³² Detalii: <https://legeaz.net/dictionar-juridic/organizatiile-neguvernementale-pentru-protectia-consumatorilor>