



Republica Moldova

PARLAMENTUL

LEGE Nr. 105
din 13.03.2003

privind protecția consumatorilor*

Publicat : 21.10.2011 în Monitorul Oficial Nr. 176-181 art Nr : 513 Data intrării în vigoare : 28.10.2003

MODIFICAT

[LP318 din 27.12.12, MO49-55/08.03.13 art.152](#)

[LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12](#)

Prezenta lege stabilește bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitatea lor de consumatori și transpune Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JO) nr. L 149/22 din 11 iunie 2005.

[\[Preambulul în vigoare din 1 ianuarie 2012\]](#)

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Capitolul I

DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1. Noțiuni utilizate

În sensul prezentei legi, noțiunile utilizate au următoarele semnificații:

consumator - orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională;

agent economic - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care fabrică, transportă, comercializează produse ori părți din produse, prestează servicii (execută lucrări);
producător:

- agent economic care fabrică un produs finit, o parte componentă a unui produs sau materie primă;

- agent economic care aplică pe produs numele său, marca comercială sau un alt semn distinctiv;
- agent economic care recondiționează produsul;
- agent economic care modifică caracteristicile produsului;
- reprezentant, înregistrat în Republica Moldova, al unui agent economic al cărui sediu se află în afara Republicii Moldova;
- agent economic care importă produse;
- distribuitor sau vânzător al produsului importat în cazul în care importatorul nu este cunoscut;
- distribuitor sau vânzător al produsului, în cazul în care importatorul nu poate fi identificat, dacă acesta, în termen de 30 de zile de la depunerea cererii, nu a informat persoana prejudiciată asupra identității importatorului;

vânzător - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care desfășoară activitate comercială în relațiile cu consumatorii;

prestator - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care prestează servicii;

produs - bun destinat consumului sau utilizării individuale; sînt, de asemenea, considerate produse energia electrică, energia termică, gazele și apa livrate pentru consum individual. În cadrul practicilor comerciale se consideră produs orice bun sau serviciu, inclusiv bunurile imobile, drepturile și obligațiile aferente;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

serviciu - activitate, alta decît cea din care rezultă produse, desfășurată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

lucrare - ansamblu de acțiuni prin care se obține un produs sau se modifică caracteristicile acestuia;

produs, serviciu inofensiv (sigur) - produs, serviciu care nu prezintă risc pentru viața, sănătatea, ereditatea și bunurile consumatorilor sau mediul înconjurător;

produs, serviciu periculos - produs, serviciu care nu poate fi definit ca inofensiv;

produs de folosință îndelungată - produs tehnic complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata de funcționare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere;

cerințe prescrise - cerințe stabilite în acte normative, inclusiv în documente normative de standardizare;

durată de funcționare - perioadă de timp, stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs) în documentele normative pentru produsele de folosință îndelungată, în cadrul căreia produsele, altele decît cele pentru care a fost stabilit termen de valabilitate, trebuie să-și mențină caracteristicile specifice cu condiția respectării regulilor de transport, manipulare, depozitare, păstrare, exploatare și consum;

termen de valabilitate - perioadă de timp, stabilită de către agentul economic care fabrică un produs perisabil sau un produs care, în scurt timp, poate deveni periculos pentru sănătatea consumatorilor, în cadrul căreia produsul trebuie să-și păstreze caracteristicile specifice, cu condiția respectării regulilor de transport, manipulare, depozitare, păstrare, utilizare și consum. Pentru produsele alimentare și medicamente, termenul de valabilitate este data-limită de consum;

termen de garanție - perioadă de timp, prescrisă sau declarată, care curge de la data achiziționării produsului, serviciului și în cadrul căreia produsul, serviciul trebuie să-și păstreze caracteristicile prescrise sau declarate, iar producătorul, vânzătorul, prestatorul își asumă responsabilitatea remedierii sau înlocuirii pe cheltuiala sa a produsului, serviciului necorespunzător dacă deficiențele nu sînt imputabile consumatorului. Pentru producția alcoolică, termen de garanție constituie perioada de timp, stabilită de producător în documentele normative, care curge de la data îmbutelierii și în cadrul căreia produsul achiziționat trebuie să-și păstreze caracteristicile prescrise sau declarate;

calitate - ansamblu de caracteristici ale unui produs, serviciu, care îi conferă aptitudinea de a satisface, conform destinației, necesitățile explicite sau implicite;

declarație de conformitate - declarație scrisă, făcută de producător, prestator sau reprezentantul oficial al acestora, prin care aceștia declară, pe propria răspundere, că produsul, serviciul este conform condițiilor prescrise;

clauză abuzivă - clauză contractuală care, nefiind negociată în mod individual cu consumatorul, creează, contrar cerințelor bune-credințe, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, în detrimentul consumatorului, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților ce apar din contract;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

plasare pe piață - acțiune de a face disponibile produsele pe piața Republicii Moldova, inclusiv păstrarea lor în scopul distribuirii, oferirii prin vânzare sau prin oricare altă formă de transmitere contra plată ori cu titlu gratuit;

produs falsificat (contrafăcut) - produs, fabricat din alți componenți, în alte proporții sau în alte condiții decât cele stabilite în documentele normative, care este prezentat drept veritabil;

produs, serviciu necorespunzător (defectuos) - produs, serviciu care nu corespunde cerințelor prescrise sau declarate;

viciu (deficiență) - defect al unui produs, serviciu, care le face necorespunzătoare cerințelor prescrise sau declarate și care se manifestă și poate fi constatat numai în timpul utilizării și/sau păstrării acelui produs, serviciu;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

viciu (deficiență) ascuns - defect al calității unui produs, serviciu, care, existînd la momentul livrării produsului, prestării serviciului, nu a fost cunoscut de către consumator și nici nu a putut fi depistat prin mijloace obișnuite de control;

prejudiciu - daună materială și/sau morală adusă consumatorului prin distrugerea, deteriorarea sau diminuarea averii, precum și daună cauzată vieții, sănătății și eredității lui în urma consumului și/sau utilizării produselor, serviciilor necorespunzătoare ori în urma refuzului sau tergiversării neîntemeiate a încheierii contractului de prestare a serviciului;

interes economic - totalitatea cerințelor înaintate de consumator față de vânzător, prestator privind remedierea sau înlocuirea gratuită ori obținerea contravalorii produsului, serviciului necorespunzător și privind repararea prejudiciului cauzat, precum și alte cerințe ce țin de interesul material al consumatorului;

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

cod de conduită – acord sau totalitate de reguli, neimpuse prin legislație sau prin dispoziții administrative, ce definesc comportamentul comercianților care se angajează să le respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale ori în unul sau mai multe sectoare de activitate;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

[Art.1 noțiunea "contract de adeziune" se exclude prin LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12]

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

decizie de tranzacționare – orice decizie pe care o ia un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, privind modalitatea de plată (integrală sau parțială) pentru un produs, privind păstrarea ori renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul, decizie ce poate conduce la acțiunea ori la inacțiunea consumatorului;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

responsabil de codul de conduită – orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă de întocmirea și revizuirea unui cod de conduită și/sau de supravegherea respectării acestui cod de către cei care s-au angajat să îl respecte;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

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

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

comerciant – orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale, de producție sau artizanale, precum și orice persoană care acționează în scop comercial, în numele sau în beneficiul unui comerciant.

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 2(1¹). Domeniul de aplicare

(1) Prezenta lege stabilește cerințele generale de protecție a consumatorilor, de asigurare a cadrului necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării complete asupra caracteristicilor esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor în cazul unor practici comerciale incorecte, participării acestora la fundamentarea și luarea de decizii ce îi interesează în calitate de consumatori.

(2) Prezenta lege se aplică practicilor comerciale incorecte ale comercianților față de consumatori, specificate la art. 13(101), înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs, cu un serviciu.

(3) Prezenta lege nu aduce atingere:

- a) dispozițiilor legale privind aspectele de sănătate a consumatorilor și de siguranță a produselor;
- b) dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor judecătorești;
- c) dispozițiilor legale ce reglementează probarea și marcarea articolelor din metale prețioase;
- d) prevederilor specifice în anumite domenii privind practicile comerciale incorecte. În cazul în care

astfel de prevederi există în legile speciale, acestea se aplică ca cerințe suplimentare celor prevăzute de prezenta lege, iar în cazul în care legile speciale conțin cerințe mai restrictive privind practicile comerciale incorecte, se aplică cerințele legilor speciale.

[Art.2 în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 3(2). Reglementarea juridică a raporturilor în domeniul protecției consumatorilor

Raporturile în domeniul protecției consumatorilor se reglementează prin prezenta lege, Codul civil, alte legi și acte normative în domeniul respectiv.

Articolul 4(3). Acorduri internaționale

Dacă acordurile internaționale la care Republica Moldova este parte prevăd alte norme decât cele care se conțin în legislația națională cu privire la protecția consumatorilor, se aplică normele acordurilor internaționale.

Articolul 5(4). Clauze abuzive

În conformitate cu prevederile Legii privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii, se interzice comercianților a include clauze abuzive în astfel de contracte.

[Art.5 în redacția LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12]

[Art.5(4) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 6(5). Drepturile fundamentale ale consumatorilor

Orice consumator are dreptul la:

- a) protecția drepturilor sale de către stat;
- b) protecție împotriva riscului de a achiziționa un produs, un serviciu care ar putea să-i afecteze viața, sănătatea, ereditatea sau securitatea ori să-i prejudicieze drepturile și interesele legitime;
- c) remedierea sau înlocuirea gratuită, restituirea contravalorii produsului, serviciului ori reducerea corespunzătoare a prețului, repararea prejudiciului, inclusiv moral, cauzat de produsul, serviciul necorespunzător;
- d) informații complete, corecte și precise privind produsele, serviciile achiziționate;
- e) instruire în domeniul drepturilor sale;
- f) organizare în asociații obștești pentru protecția consumatorilor;
- g) adresare în autoritățile publice și reprezentarea în ele a intereselor sale;
- h) sesizarea asociațiilor pentru protecția consumatorilor și autorităților publice asupra încălcării drepturilor și intereselor sale legitime, în calitate de consumator, și la înaintarea de propuneri referitoare la îmbunătățirea calității produselor, serviciilor.

Capitolul II

PROTECȚIA VIEȚII, SĂNĂTĂȚII, EREDITĂȚII ȘI SECURITĂȚII CONSUMATORULUI

Articolul 7(6). Prevederi specifice privind protecția vieții, sănătății, eredității și securității consumatorului

(1) Guvernul, prin organele administrației publice centrale, stabilește norme și reglementări specifice pentru protecția vieții, sănătății, eredității și securității consumatorilor în următoarele cazuri:

- a) producerea, importul, conservarea, ambalarea, etichetarea, manipularea, transportul, depozitarea, pregătirea pentru vânzare și vânzarea produselor;
- b) furnizarea și utilizarea produselor, precum și prestarea serviciilor.

(2) Produsele plasate pe piață trebuie să fie însoțite de certificate de conformitate sau de declarații de conformitate, de alte documente conform legii.

(3) Se interzice producerea, depozitarea, plasarea pe piață și comercializarea produselor, prestarea serviciilor care nu corespund cerințelor obligatorii stabilite în documentele normative sau care, utilizate în condiții normale, pot pune în pericol viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor.

(4) Se interzice producerea, importul, plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor falsificate (contrafăcute).

(5) Se interzice producerea, plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor, prestarea serviciilor cu încălcarea cerințelor de calitate stabilite de documentele normative.

(6) Se interzice plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor, prestarea serviciilor în lipsa certificatului de conformitate sau declarației de conformitate, precum și în lipsa documentelor de proveniență, dacă legislația prevede aceasta, sau cu utilizarea ilegală a mărcii de conformitate.

[Art.7(6) alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(7) Se interzice importul, plasarea pe piață și comercializarea produselor cu termenul de valabilitate expirat.

(8) Se interzice modificarea termenului de valabilitate indicat pe produs, pe etichetă, pe ambalaj sau în documentația de însoțire.

(9) Producătorul este obligat să indice în documentația de însoțire a produsului, serviciului, pe etichetă, sau prin alte modalități, regulile de utilizare, depozitare și transport în siguranță a produsului, serviciului, iar vânzătorul, prestatorul trebuie să le aducă la cunoștința consumatorului.

Articolul 8(7). Obligațiile producătorului

Producătorul este obligat:

a) să plaseze pe piață numai produse inofensive care trebuie să fie însoțite de certificate de conformitate, de alte documente, conform legislației, și produse care corespund cerințelor prescrise sau declarate;

b) să oprească livrările, respectiv să retragă de pe piață sau de la consumatori produsele la care organele de control sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea cerințelor prescrise sau declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care pot fi eliminate neconformitățile respective;

c) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;

d) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de produsul necorespunzător pe toată durata de funcționare sau a termenului de valabilitate stabilite, cu condiția respectării de către consumator a regulilor de transport, depozitare, păstrare, utilizare și consum.

Articolul 9(8). Obligațiile vânzătorului

Vânzătorul este obligat:

a) să se asigure că produsele oferite spre comercializare sînt inofensive și corespund cerințelor prescrise sau declarate;

b) să nu comercializeze produse despre care deține informații că sînt periculoase sau care se consideră periculoase;

c) să anunțe, imediat, autoritățile competente, precum și producătorul respectiv, despre existența pe piață a oricărui produs de care are cunoștință că este periculos și/sau falsificat (contrafăcut);

d) să retragă din comercializare produsele la care organele de control sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea cerințelor prescrise sau declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care pot fi eliminate neconformitățile respective;

e) să asigure respectarea condițiilor tehnice stabilite de producător pentru produs;

f) să înmîneze bon de casă sau un alt document, care confirmă faptul cumpărării produsului, conform unui regulament aprobat de Guvern;

g) să dețină registrul de reclamații la un loc vizibil și să înregistreze reclamațiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern;

[Art.9(8) lit.(g) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

h) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;

i) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de produsul necorespunzător, pe toată durata de funcționare sau a termenului de valabilitate stabilite, cu condiția respectării de către consumator a regulilor de

transport, depozitare, păstrare, utilizare și consum.

Articolul 10(9). Obligațiile prestatorului

Prestatorul este obligat:

a) să folosească, la prestarea serviciilor, numai produse și proceduri inofensive care, dacă legislația prevede aceasta, trebuie să fie certificate;

b) să anunțe imediat autoritățile competente, precum și producătorul respectiv, despre existența oricărui produs folosit la prestarea serviciului de care are cunoștință că este periculos și/sau falsificat (contrafăcut);

c) să presteze numai servicii care nu afectează viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;

d) să respecte cerințele prescrise sau declarate, precum și clauzele contractuale;

e) să asigure, la prestarea serviciilor, respectarea condițiilor tehnice stabilite de producător pentru produs;

f) să înmâneze bon de casă sau un alt document, care confirmă faptul prestării serviciului, conform unui regulament aprobat de Guvern;

g) să asigure prestarea serviciului (în cazul în care serviciul conține elemente vorbite sau textuale scrise) în limba moldovenească conform unui regulament aprobat de Guvern;

h) să dețină registrul de reclamații la un loc vizibil și să înregistreze pretențiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern;

[Art.10(9) lit.(h) modificată din 1 ianuarie 2012]

i) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;

j) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de serviciul prestat necorespunzător.

Articolul 11(9¹). Obligațiile agenților economici în cazul produselor de folosință îndelungată

Agenții economici care importă și/sau comercializează produse de folosință îndelungată și piese de schimb aferente sînt obligați să încheie cu întreprinderile specializate în deservirea tehnică și reparația produselor respective contracte pentru deservirea tehnică a produselor comercializate pe teritoriul țării în perioada de garanție și postgaranție. Întreprinderile producătoare pot efectua de sine stătător reparația și deservirea produselor de folosință îndelungată.

Capitolul III
PROTECȚIA INTERESELOR ECONOMICE
ALE CONSUMATORILOR

Articolul 12(10). Prevederi specifice privind protecția intereselor economice ale consumatorilor

(1) Guvernul aprobă reglementări în scopul prevenirii și combaterii practicilor ce dăunează intereselor economice ale consumatorilor.

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

[Art.12(10) alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(3) Vânzătorul este obligat, la cererea consumatorului, să prezinte dovezi de efectuare a controlului calității produsului, serviciului, dacă acestea sînt prevăzute de actele normative.

(4) Consumatorul este în drept să pretindă vânzătorului, prestatorului remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, precum și despăgubiri pentru pierderile suferite ca urmare a deficiențelor constatate în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, cu condiția respectării de către consumator a instrucțiunilor de instalare, utilizare și a regulilor de păstrare, prevăzute în documentația de însoțire.

(5) Consumatorul, după expirarea termenului de garanție, poate pretinde vânzătorului, prestatorului

remediarea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului care nu pot fi folosite potrivit scopului pentru care au fost vândute, ca urmare a unor vicii ascunse apărute pe durata de funcționare a acestora.

(6) Prestatorul este obligat, la prestarea serviciilor, inclusiv a serviciilor comunale, să utilizeze mijloace de măsurare proprii, adecvate, legalizate, verificate metrologic, în modul stabilit, conform cerințelor prescise.

[Art.12(10) alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(7) Vânzătorul este obligat să măsoare produsele oferite consumatorilor cu mijloace de măsurare proprii, adecvate, legalizate, verificate metrologic, în modul stabilit. Indicațiile mijloacelor de măsurare trebuie să fie explicite și la vederea consumatorului.

(8) Se interzice producerea sau vânzarea materialelor de referință și producerea, repararea, vânzarea, închirierea mijloacelor de măsurare fără aviz legal de activitate metrologică.

Articolul 13(10¹). Practici comerciale incorecte

(1) Se interzic practicile comerciale incorecte.

(2) O practică comercială este incorectă dacă:

a) este contrară cerințelor diligenței profesionale; și

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

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

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

a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin. (5)–(12);

b) agresive, în sensul prevederilor alin. (13)–(15).

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

(6) O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare în cazul în care conține informații false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu și, în orice situație, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care nu ar fi luat-o în altă situație, chiar dacă informația este corectă de fapt cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente:

a) existența sau natura produsului;

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

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

d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;

e) necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii;

f) natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate intelectuală sau comercială ori recompensele și distincțiile primite;

g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de remediere, de înlocuire sau de restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, reducerea prețului ca urmare a rezilierii contractului în condițiile art. 18 (13).

(7) O practică comercială este considerată, de asemenea, ca fiind acțiune înșelătoare dacă, în contextul situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, această practică determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o și dacă această practică implică:

a) orice activitate comercială privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creînd o confuzie cu un alt produs, cu o altă marcă, cu numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;

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

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

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

(8) O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele de spațiu și de timp impuse mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, această practică omite o informație esențială necesară consumatorului mediu, ținând cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacționare în cunoștință de cauză și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(9) O practică comercială este considerată, de asemenea, ca fiind omisiune înșelătoare în cazul când, ținând cont de aspectele prevăzute la alin. (8), un comerciant ascunde o informație esențială sau o oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu sau în contratimp ori nu își declară intenția comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în orice situație, consumatorul mediu este determinat sau poate fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

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

(11) În cazul unei invitații de a cumpăra, pentru determinarea practicilor comerciale incorecte, se consideră esențiale următoarele informații, dacă acestea nu rezultă deja din context:

a) caracteristicile principale ale produsului, ținând cont de mijlocul de comunicare utilizat și de produs;

b) sediul și celelalte date de identificare ale comerciantului și, în cazul în care el acționează în numele altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare ale acestuia;

c) prețul cu toate taxele incluse sau modalitatea de calcul al acestuia – în cazul când prețul, în mod rezonabil, nu poate fi calculat în avans, ținând cont de natura produsului. De asemenea, după caz, se consideră esențiale toate costurile adiționale pentru transport, livrare sau taxele poștale ori, în cazul în care aceste costuri, în mod rezonabil, nu pot fi calculate în avans – precizarea că pot exista costuri adiționale ce trebuie suportate de consumator;

d) modalitățile de plată, de livrare, de executare și de examinare a reclamațiilor, în cazul în care acestea diferă de cerințele diligenței profesionale;

e) menționarea dreptului de renunțare sau de reziliere, în cazul produselor și tranzacțiilor ce implică acest drept.

(12) Sînt considerate ca fiind înșelătoare, în orice situație, următoarele practici comerciale:

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

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

c) afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unei entități publice sau a unei alte entități în cazul în care aprobarea nu a fost primită;

d) afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau un produs al său a fost agreat, aprobat ori autorizat de o entitate publică sau privată fără un temei real sau fără a îndeplini condițiile necesare pentru agrearea, aprobarea sau autorizarea obținută;

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

f) lansarea de către comerciant a unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în scopul promovării unui produs similar, pentru a recurge ulterior la una din următoarele acțiuni: să refuze prezentarea produsului ce a făcut obiectul publicității; să refuze preluarea comenzii privind respectivul produs sau livrarea lui într-un termen rezonabil; să prezinte un eșantion cu defecte;

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

h) angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori fără a-i informa în mod clar pe aceștia, înainte de angajarea lor în tranzacție, referitor la limba în care furnizează serviciul în situația în care, înaintea încheierii tranzacției, comerciantul a comunicat cu consumatorul în altă limbă decât limba oficială a statului în care se prestează serviciul;

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

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

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

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

m) promovarea de către comerciant, cu intenția de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un produs similar fabricat de un producător anume, astfel încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător;

n) crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilității de a primi remunerația doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem și nu ca urmare a vânzării sau a consumului produselor;

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

p) afirmarea că un produs poate spori șansele de câștig la jocurile de noroc;

q) afirmarea neîntemeiată că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații;

r) transmiterea de informații inexacte cu privire la condițiile oferite de piață sau cu privire la posibilitatea achiziționării produsului cu intenția de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiții mai puțin favorabile decât în condițiile normale ale pieței;

s) afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoționale fără a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil;

t) descrierea unui produs ca fiind “gratuit”, “fără costuri” sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să suporte și alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din practica comercială, inclusiv plata pentru livrarea sau ridicarea produsului;

u) includerea în materialele publicitare a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care consumatorului i se creează impresia că deja a comandat produsul promovat, când, de fapt, el nu l-a comandat;

v) afirmarea falsă sau crearea impresiei false că acțiunile comerciantului nu sînt legate de activitățile sale comerciale, industriale, de producție sau artisanale ori falsă prezentare a sa în calitate de consumator;

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

(13) O practică comercială este considerată ca fiind agresivă dacă, în contextul situației de fapt și ținînd cont de toate caracteristicile și circumstanțele, această practică limitează sau este susceptibilă să limiteze considerabil libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu în privința produsului prin hărțuire, constrîngere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influență nejustificată, și, prin urmare, practica dată îl determină sau este susceptibilă să îl determine pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(14) Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrîngere, inclusiv la forță fizică sau la influență nejustificată, se ia în considerare:

a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata practicii comerciale;

b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau la un comportament abuziv;

c) exploatarea de către comerciant, în cunoștință de cauză, a oricărui eveniment nefast sau a oricărei situații deosebit de grave care afectează modul de a judeca al consumatorului mediu pentru a influența decizia consumatorului cu privire la produs;

d) orice obstacol oneros sau disproporționat, neprevăzut în contract, impus de comerciant, atunci cînd consumatorul dorește să își exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia contractul, de a schimba produsul ori de a se adresa unui alt comerciant;

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

(15) Sînt considerate ca fiind agresive, în orice situație, următoarele practici comerciale:

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

b) efectuarea de vizite personale la domiciliul consumatorului, ignorînd solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu reveni, cu excepția cazului în care legea permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei obligații contractuale și în măsura în care o permite;

c) solicitarea insistentă și nedorită prin telefon, fax, email sau prin alt mijloc de comunicare la distanță, cu excepția cazului în care legea permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei obligații contractuale și în măsura în care o permite;

d) solicitarea de la un consumator care dorește să execute o poliță de asigurare de a prezenta documente care, în mod rezonabil, nu pot fi considerate relevante pentru a stabili dacă pretenția este validă sau ignorarea sistematică a corespondenței pertinente cu scopul de a-l determina pe consumator să renunțe la exercitarea drepturilor sale contractuale;

e) includerea într-o publicitate a unui îndemn direct adresat minorilor de a cumpăra produsele promovate ori de a convinge părinții sau alți adulți să cumpere produsele promovate;

f) solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiții sigure a produsului care a fost furnizat de comerciant, dar pe care consumatorul nu l-a solicitat;

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

h) crearea falsei impresii consumatorului că a câștigat sau va câștiga un premiu sau un alt beneficiu echivalent ori că va câștiga dacă va întreprinde o anumită acțiune, când, în realitate, nu există nici un premiu sau un alt beneficiu echivalent, când intrarea în posesia premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.

[Art.13(10¹) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 14(10²). Competențe și drept de sesizare referitor
la practicile comerciale incorecte

(1) În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau autoritățile care, potrivit legii, au un interes legitim pot:

a) să inițieze o acțiune în instanță;

b) să sesizeze Agenția pentru Protecția Consumatorilor pentru ca aceasta fie să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze acțiuni în instanță împotriva comercianților care au săvârșit ori sînt susceptibili să săvârșească practici comerciale incorecte.

(2) Comercianții, în cazul în care nu sînt de acord cu sesizarea, trebuie să prezinte dovezi privind incorectitudinea afirmațiilor expuse în sesizare în legătură cu practica comercială întreprinsă și sînt obligați, la solicitarea instanțelor judecătorești sau a Agenției pentru Protecția Consumatorilor, să le pună acestora la dispoziție documente probatoare.

(3) În cazul în care documentele specificate la alin. (2) nu sînt prezentate într-un termen rezonabil, dar nu mai mare de 15 zile calendaristice, și/sau dacă sînt recunoscute insuficiente, afirmațiile expuse în sesizare se consideră fondate.

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

[Art.14(10²) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 15(10³). Răspunderi și sancțiuni pentru
utilizarea practicilor comerciale
incorecte

(1) Ținînd cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Agenția pentru Protecția Consumatorilor:

a) dispun încetarea sau inițierea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul contravențional;

b) dispun interzicerea sau inițierea procedurilor legale corespunzătoare pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost încă aplicate, dar acest lucru este iminent, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul contravențional;

c) solicită prezentarea de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare, a datelor de identificare a persoanelor fizice sau juridice implicate în realizarea publicității audiovizuale, considerată a fi o practică comercială incorectă, precum și a unei copii a materialului publicitar difuzat.

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

a) publicarea hotărîrii/deciziei, integral sau parțial, în forma pe care o consideră adecvată;

b) publicarea unui comunicat suplimentar privind măsurile de redresare.

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

(4) Prezenta lege nu exclude controlul pe care responsabilii de codurile de conduită îl pot efectua conform prevederilor din codurile de conduită pe care comercianții s-au angajat să le respecte.

(5) Efectuarea controlului specificat la alin. (4) nu exclude și nu limitează dreptul consumatorilor, al asociațiilor obștești de consumatori sau al concurenților de a sesiza responsabilul de codul de conduită și nici dreptul consumatorilor sau al asociațiilor de a se adresa Agenției pentru Protecția Consumatorilor ori instanței judecătorești competente.

[Art.15(10³) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 16(11). Încheierea contractelor

Consumatorul, la încheierea contractelor, are următoarele drepturi:

a) de a lua liber decizii la achiziționarea produsului, serviciului, fără a i se impune în contracte clauze abuzive sau care pot favoriza folosirea unor practici comerciale incorecte, de natură a influența opțiunea acestuia;

[Art.16(11) lit.a) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

b) de a beneficia de o redactare clară și precisă a clauzelor contractuale, inclusiv a celor privind caracteristicile calitative și condițiile de garanție, indicarea exactă a prețului sau tarifului, precum și stabilirea cu exactitate a condițiilor de credit și a dobânzilor;

c)(b¹)) de a lua cunoștință, în prealabil, de textul contractului pe care intenționează să îl încheie;

[Art.16(11) lit.c)(b¹)) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

d)(c)) de a fi exonerat de plata pentru produsele, serviciile care nu au fost solicitate;

e)(d)) de a fi despăgubit pentru daunele cauzate de produsele, serviciile care nu corespund cerințelor prescrise sau declarate ori clauzelor contractuale;

f)(e)) de a i se asigura deservirea tehnică necesară și piese de schimb pe toată durata de funcționare a produsului, stabilită în documentele normative sau declarată de către producător ori convenită de părți;

g)(f)) de a plăti pentru produsele, serviciile de care beneficiază sume stabilite cu exactitate, în prealabil; majorarea prețului inițial este posibilă numai cu acordul consumatorului.

Articolul 17(12). Stabilirea duratei de funcționare, termenului de valabilitate, termenului de garanție

(1) Producătorul, prestatorul sînt obligați să stabilească o durată de funcționare pentru produsele de folosință îndelungată, inclusiv pentru componentele și accesoriile acestora care, după expirarea unei anumite perioade de timp, pot prezenta pericol pentru viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorului sau pot provoca prejudicii bunurilor acestuia sau mediului înconjurător.

(2) Producătorul este obligat să stabilească în documentul normativ respectiv termenul de valabilitate pentru produsele alimentare, articolele de parfumerie, cosmetice, medicamente, articolele chimice de uz casnic și alte produse perisabile.

(3) Producătorul, prestatorul sînt obligați să stabilească pentru produsul, serviciul oferit un termen de garanție. Dacă termenul de garanție este stabilit de producător, vânzătorul nu poate stabili un termen mai mic. Lista produselor, serviciilor pentru care este obligatorie stabilirea termenului de garanție se aprobă de Guvern.

(4) În cazul în care producătorul nu a stabilit un termen de garanție pentru produsele de folosință îndelungată, consumatorul beneficiază de drepturile prevăzute la art. 18 (13) alin.(1) dacă deficiențele produsului au apărut pe parcursul a 2 ani de la data procurării lui.

(5) Vânzătorul, producătorul sînt obligați să asigure posibilitatea utilizării produselor de folosință îndelungată pe toată durata de funcționare, stabilită în documentul normativ. În acest scop, ei au obligația să asigure reparația și deservirea tehnică a lor, precum și să asigure piese de schimb și componente în volumul și sortimentul necesar, pe toată durata de funcționare, iar în cazul în care durata de funcționare nu este prevăzută - în decurs de 10 ani de la data vânzării. Dacă data vânzării nu poate fi determinată, durata de funcționare se calculează de la data fabricării.

(6) Vânzătorul produselor de folosință îndelungată, în cazul încetării activității sale în domeniul respectiv, este obligat să transmită persoanei fizice sau juridice care devine succesor obligațiile sale de

asigurare a posibilității de utilizare a produselor de folosință îndelungată pe toată durata de funcționare în perioada termenului de garanție.

[Art.17(12) alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 18(13). Remedierea, înlocuirea, restituirea
contravalorii produsului, serviciului
necorespunzător, reducerea prețului

(1) Remedierea gratuită a deficiențelor apărute la produs, serviciu, înlocuirea gratuită sau restituirea contravalorii produsului, serviciului necorespunzător în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, deficiențe care nu sînt imputabile consumatorului, se face necondiționat de către vânzător, prestator într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării reclamației de către consumator sau în termenul stabilit prin contract.

(2) Dacă vânzătorul, prestatorul refuză să satisfacă reclamația consumatorului conform prevederilor alin. (1), ei sînt obligați să dovedească vina consumatorului în ceea ce privește deficiențele apărute la produsul vîndut, serviciul prestat prin expertiza tehnică efectuată de o terță parte competentă în domeniu, abilitată în conformitate cu legislația, într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării pretenției de către consumator. În caz contrar, ei sînt obligați să îndeplinească cerințele prevăzute la alin.(1).

(3) În cazul unor vicii ascunse, apărute după expirarea termenului de garanție, termenul stabilit la alin.(1) curge de la data finalizării expertizei tehnice efectuate de o terță parte competentă în domeniu, abilitată în conformitate cu legislația.

(4) În cazul produselor alimentare, farmaceutice sau cosmetice necorespunzătoare cerințelor prescrise sau declarate, vânzătorul este obligat, la cererea și opțiunea consumatorului, să le înlocuiască sau să restituie contravaloarea acestora.

(5) Vânzătorul, prestatorul restituie contravaloarea produsului vîndut, serviciului prestat imediat după constatarea imposibilității folosirii acestora dacă deficiența nu este imputabilă consumatorului și dacă consumatorul a refuzat remedierea sau înlocuirea produsului, serviciului.

(6) La restituirea contravalorii se va lua în calcul prețul produsului la data examinării reclamației - în cazul în care prețul lui s-a majorat, și prețul la data procurării - în cazul în care prețul lui s-a micșorat.

(7) Reducerea prețului la produsul, serviciul necorespunzător se face la înțelegerea părților.

(8) Timpul în decursul căruia produsul nu a fost utilizat din cauza remedierii deficiențelor prelungește, în mod corespunzător, termenul de garanție. El curge din momentul sesizării vânzătorului pînă la aducerea produsului în stare de funcționare corespunzătoare.

(9) În cazul produselor electrice de uz casnic, vânzătorul este obligat, la înaintarea de către consumator a cerinței întemeiate privind remedierea, să pună la dispoziția acestuia gratuit, în termen de 3 zile, pe perioada remedierii, un produs similar, suportînd cheltuielile de transport.

(10) Agentul economic are aceleași obligații pentru produsul, serviciul înlocuit ca și pentru produsul vîndut, serviciul prestat inițial.

(11) Vânzătorul, prestatorul asigură toate operațiunile și suportă toate cheltuielile necesare repunerii în funcțiune, remedierii, înlocuirii sau restituirii contravalorii produselor, serviciilor necorespunzătoare în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, iar pentru vicii ascunse - în cadrul duratei de funcționare, precum și cheltuielile ocazionate de transportul, manipularea, diagnosticarea, expertizarea, demontarea, ceea ce nu îl exonerează pe producător de răspundere în relația sa cu vânzătorul, prestatorul.

[Art.18(13) alin.(11) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(12) În cazul serviciilor, prevederile stabilite la alin. (1) se aplică la constatarea deficiențelor în timpul prestării sau recepționării serviciului ori în cadrul termenului de garanție.

(13) Consumatorul este în drept să rezilieze contractul de prestare a serviciului de calitate corespunzătoare în orice moment, cu condiția că achită prestatorului o parte din preț, proporțională cu partea din serviciul prestat pînă la primirea de către prestator a avizului de reziliere a contractului, dacă

contractul nu prevede altfel.

[Art.18(13) alin.(14) în vigoare pînă la 1 ianuarie 2012]

[Art.18(13) alin.(14) abrogat din 1 ianuarie 2012]

(15) În cazul refuzului de a satisface reclamația consumatorului prin remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, vânzătorul, prestatorul prezintă acestuia refuzul în scris.

[Art.18(13) alin.(15) în vigoare pînă la 1 ianuarie 2012]

(15) În cazul refuzului de a satisface reclamația consumatorului prin remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, vânzătorul, prestatorul prezintă acestuia refuzul în scris. Neprezentarea refuzului în termenul stabilit de lege se consideră refuz tacit.

[Art.18(13) alin.(15) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(16) Regulele de înlocuire a produselor nealimentare, precum și lista produselor care nu pot fi înlocuite, se aprobă de Guvern.

Articolul 19(14). Înlocuirea produsului de calitate
corespunzătoare

(1) Consumatorul este în drept să ceară vânzătorului, în termen de 14 zile, înlocuirea unui produs nealimentar de calitate corespunzătoare cu un produs similar celui procurat dacă acest produs nu-i convine ca formă, gabarite, model, mărime, culoare sau dacă nu-l poate utiliza conform destinației din alte cauze.

(2) Dacă produsul necesar pentru înlocuire lipsește, consumatorul are dreptul să rezilieze contractul, iar vânzătorul este obligat să-i restituie contravaloarea produsului.

(3) Cererea consumatorului de a i se înlocui produsul sau de a i se restitui contravaloarea lui urmează să fie executată dacă produsul nu este utilizat, nu și-a pierdut calitățile de consum și dacă există probe că a fost cumpărat de la vânzătorul respectiv.

Articolul 20(15). Repararea prejudiciului

(1) Consumatorul este în drept să pretindă repararea prejudiciului cauzat de produsele, serviciile necorespunzătoare indiferent de faptul dacă s-a aflat sau nu în relații contractuale cu vânzătorul, prestatorul.

(2) Prejudiciul se repară de către vânzător, prestator și în cazul în care livrarea produsului, prestarea serviciului se fac în mod gratuit sau la preț redus ori dacă produsul a fost comercializat ca piese de schimb sau distribuit sub altă formă.

(3) Prejudiciul (inclusiv moral) se repară de către vânzător, prestator dacă a fost cauzat pe parcursul:

a) termenului de valabilitate - la produsele pentru care se stabilește acest termen;

b) duratei de funcționare - la produsele de folosință îndelungată;

c) a 2 ani - la produsele pentru care nu este prevăzută stabilirea termenului de valabilitate sau duratei de funcționare.

(4) Prejudiciul moral cauzat consumatorului de către producător, vânzător, prestator prin încălcarea drepturilor lui prevăzute de prezenta lege, precum și de alte acte normative, se repară în mărimea stabilită de instanța judecătorească.

(5) Prejudiciul moral se repară indiferent de repararea prejudiciului material cauzat consumatorului.

(6) Pentru repararea prejudiciului cauzat consumatorului, acesta trebuie să facă dovada prejudiciului.

Capitolul IV

PREVEDERI SPECIFICE PRIVIND PRESTAREA SERVICIILOR (EXECUTAREA LUCRĂRIILOR)

Articolul 21(16). Obligațiile prestatorului (executantului) la
prestarea serviciului (executarea lucrării)

(1) Prestatorul (executantul) este obligat să asigure prestarea serviciului (executarea lucrării) în termenele și condițiile stabilite în reglementările specifice în domeniu sau stipulate în contractul de

prestare a serviciului (executare a lucrării).

(2) Dacă prestatorul (executantul) nu a început la timp prestarea serviciului (executarea lucrării) sau dacă, în timpul prestării serviciului (executării lucrării), a devenit clar că serviciul (lucrarea) nu va fi îndeplinit în termenul stabilit, sau dacă termenul de prestare a serviciului (executare a lucrării) a expirat, consumatorul este în drept, opțional:

a) să fixeze prestatorului (executantului) un nou termen, în cadrul căruia el trebuie să înceapă și să finalizeze prestarea serviciului (executarea lucrării), și să ceară reducerea prețului pentru serviciu (lucrare);

b) să rezilieze contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) și să revendice repararea prejudiciului cauzat prin încălcarea termenelor de începere și/sau finalizare a prestării serviciului (executării lucrării).

(3) Termenele noi de prestare a serviciului (executare a lucrării) stabilite de consumator se stipulează în contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării).

(4) Reclamațiile consumatorului privind nerespectarea termenelor de prestare a serviciului (executare a lucrării) nu vor fi satisfăcute dacă prestatorul (executantul) va face dovada că tergiversarea s-a produs din motive de forță majoră.

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

[Art.21(16) alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(6) Prestarea serviciilor de întreținere și reparație a elementelor constructive ale blocurilor locative constituie obligația gestionarilor blocurilor respective și se efectuează conform tarifelor stabilite în modul corespunzător.

[Art.21(16) alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 22(17). Prestarea serviciului (executarea lucrării)
din materialul prestatorului (executantului)

(1) Prestatorul (executantul) este obligat să presteze serviciul (să execute lucrarea), conform contractului, din materialele și cu mijloacele proprii dacă consumatorul nu cere prestarea (executarea) lui din materialul său.

(2) Prestatorul (executantul) răspunde pentru calitatea materialului său.

(3) Materialul prestatorului (executantului), uneltele, mijloacele tehnice și altele asemenea, necesare pentru prestarea serviciului (executarea lucrării), sînt transportate la locul de prestare a serviciului (executare a lucrării) de către prestator (executant).

Articolul 23(18). Prestarea serviciului (executarea lucrării)
din materialul (cu obiectul) consumatorului

(1) Dacă serviciul se prestează (lucrarea se execută) integral sau parțial din materialul (cu obiectul) consumatorului, prestatorul (executantul) răspunde pentru integritatea acestui material (obiect) și pentru utilizarea lui corectă.

(2) Prestatorul (executantul) este obligat să prevină consumatorul că materialul (obiectul) transmis de acesta conține defecte sau este necalitativ, fapt ce se consemnează în contract, precum și să prezinte un raport asupra utilizării materialului (obiectului) și să-i restituie partea rămasă.

(3) În cazul pierderii (deteriorării) totale sau parțiale a materialului (obiectului) preluat de la consumator, prestatorul (executantul) este obligat, cu acordul consumatorului, să-l înlocuiască, în termen de 10 zile, cu un material (obiect) similar de aceeași calitate, iar dacă acesta lipsește - să restituie consumatorului costul dublu al materialului (obiectului), precum și cheltuielile suportate.

(4) Necunoașterea de către prestator (executant) a proprietăților specifice ale materialului (obiectului) nu îl exonerează de răspundere.

(5) Costul materialului (obiectului) predat prestatorului (executantului) se stabilește de către consumator și se consemnează în contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) sau într-un alt document (chitanță, comandă).

(6) Prestatorul (executantul) nu răspunde de pierderea (deteriorarea) totală sau parțială a materialului (obiectului) preluat de la consumator dacă acesta a fost prevenit în scris referitor la proprietățile specifice ale materialului (obiectului), care pot determina pierderea (deteriorarea) lui totală sau parțială.

(7) Prestatorul (executantul) este obligat să informeze la timp consumatorul asupra circumstanțelor care pot influența calitatea serviciului prestat (lucrării executate).

(8) Prestatorul (executantul) este în drept să rezilieze contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) și să ceară compensarea integrală a cheltuielilor suportate dacă consumatorul, deși a fost informat la timp și în modul corespunzător, nu va înlocui într-un termen rezonabil materialul cu defecte sau necalitativ, nu va modifica indicațiile privind modul de prestare a serviciului (executare a lucrării) sau nu va înlătura alte circumstanțe care pot reduce calitatea serviciului prestat (lucrării executate).

Capitolul V

INFORMAREA CONSUMATORILOR

Articolul 24(19). Dreptul consumatorilor la informare

Consumatorii au dreptul de a fi informați, în mod complet, corect și precis, asupra caracteristicilor produselor și serviciilor oferite de către agenții economici astfel încât să aibă posibilitatea de a face o alegere rațională, în conformitate cu interesele lor, între produsele și serviciile oferite și să fie în măsură să le utilizeze, potrivit destinației acestora, în deplină securitate.

Articolul 25(20). Obligațiile agenților economici privind informarea consumatorilor

(1) Informarea consumatorilor despre produsele, serviciile oferite se realizează, în mod obligatoriu, prin elemente de identificare și prin indicarea caracteristicilor acestora, care se înscriu la vedere și explicit pe produs, etichetă, ambalaj sau în cartea tehnică, în instrucțiunile de exploatare ori în altă documentație de însoțire a produsului, serviciului, după caz, în funcție de destinația acestora. Textul informației va fi lizibil, imprimat cu litere și caractere distincte pentru consumator.

[Art.25(20) alin.(1) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(2) Se interzice importul și plasarea pe piață a produselor, prestarea serviciilor în lipsa informației complete, veridice și corecte în limba moldovenească sau în limbile moldovenească și rusă.

(3) Producătorul (ambalatorul) trebuie să prezinte informații despre denumirea produsului, denumirea și marca producătorului (sau denumirea importatorului), să indice adresa acestuia (numărul de telefon, după caz), masa/volumul, principalele caracteristici calitative, compoziția, aditivii folosiți, eventualele riscuri, modul de utilizare, de manipulare, de depozitare, de conservare sau de păstrare, contraindicațiile, precum și valoarea energetică la produsele alimentare preambalate, țara producătoare, termenul de garanție, durata de funcționare, termenul de valabilitate și data fabricării, în conformitate cu reglementările tehnice și standardele naționale în vigoare.

(4) Produsele de folosință îndelungată trebuie să fie însoțite de certificatul de garanție, precum și de cartea tehnică ori de instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, elaborate de către producătorul nemijlocit.

(5) Vânzătorii și prestatorii de servicii trebuie să informeze consumatorii despre prețul de vânzare al produsului și prețul pe unitatea de măsură a produsului (când este aplicabil) sau despre tariful serviciului prestat, să ofere toate informațiile specificate la alin. (3), să ofere date despre evaluarea conformității și, după caz, documentele tehnice care trebuie să însoțească produsul ori serviciul.

[Art.25(20) alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(6) Toate informațiile, inclusiv cele verbale, referitoare la produsele, serviciile oferite consumatorilor, documentația de însoțire, precum și contractele încheiate, trebuie să fie prezentate în limba moldovenească sau în limba moldovenească și în una din limbile de circulație internațională.

(7) Informațiile referitoare la serviciile prestate trebuie să cuprindă, conform reglementărilor în vigoare, categoria calitativă respectivă a serviciului, termenul de prestare, termenul de garanție, tarifele, eventualele riscuri și declarația de conformitate sau certificatul de conformitate.

(8) Agenții economici sînt obligați să demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, modul de utilizare și funcționalitatea produselor de folosință îndelungată ce urmează a fi vîndute.

(9) Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a unor afirmații și caracteristici care nu sînt conforme parametrilor reali ce caracterizează produsele, serviciile.

(10) Prețurile și tarifele trebuie indicate la vedere într-o formă clară și explicită. Regulamentul privind modul de indicare a prețurilor oferite consumatorilor se aprobă de Guvern.

[Art.25(20) alin.(10) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(11) Vînzătorul, prestatorul sînt obligați să comercializeze produse și să presteze servicii numai în locuri și în spații autorizate, conform reglementărilor legale.

(12) Vînzătorul, prestatorul sînt obligați să afișeze la vedere adresa și numărul de telefon al autorității abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor, informația privind termenul de garanție la produsele, serviciile oferite, precum și informația despre obligativitatea prezenței bonului de casă sau a unui alt document, care confirmă faptul cumpărării produsului, prestării serviciului, la examinarea reclamației. Formatul și structura unificate ale panoului informativ al consumatorului se stabilesc de Agenția pentru Protecția Consumatorilor și se plasează pe pagina web a acesteia.

[Art.25(20) alin.(12) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(13) Vînzătorul, prestatorul, inclusiv în cazul în care desfășoară activitate comercială în afara localului autorizat, sînt obligați să afișeze la vedere denumirea lor, autorizația de funcționare, licența dacă obligativitatea acesteia este prevăzută de legislație, precum și să afișeze programul de lucru și să îl respecte.

Articolul 26 (21). Instruirea în domeniul protecției consumatorilor

(1) Instruirea în domeniul protecției consumatorilor se asigură prin instituirea unor sisteme de informare a consumatorilor privind drepturile lor, prin realizarea măsurilor necesare pentru protecția acestor drepturi, prin organizarea de seminare, editarea de publicații cu tematică respectivă și prin alte acțiuni întreprinse de organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor și de structurile neguvernamentale, precum și prin mass-media și alte organe interesate.

(2) Instruirea (educarea) consumatorilor face parte din programa de învățămînt.

[Art.26 (21) alin.(2) noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012, alineatul unic devine alineatul (1)]

Capitolul VI

ORGANELE ABILITATE CU FUNCȚII DE PROTECȚIE

A CONSUMATORILOR

Articolul 27 (22). Autoritățile administrației publice centrale
cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor

[Titlul art.27 (22) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(1) Protecția drepturilor consumatorilor de către stat se realizează prin elaborarea și promovarea la nivel de stat a politicii în domeniul protecției drepturilor consumatorilor, elaborarea și aprobarea legilor și altor acte normative în domeniu, prin organizarea și exercitarea controlului și supravegherii de stat asupra respectării legislației în domeniu, precum și a cerințelor prescrise sau declarate referitoare la produse, servicii.

(2) Organul central de specialitate al administrației publice responsabil de elaborarea politicii de stat în domeniul protecției consumatorilor este Ministerul Economiei, care are următoarele atribuții principale în domeniul protecției consumatorilor:

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

b) asigură dezvoltarea cadrului legislativ în domeniul protecției consumatorilor, inclusiv prin transpunerea directivelor europene relevante în legislația națională;

c) coordonează activitatea organelor administrației publice abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor specificate la art. 28(23);

d) coordonează activitățile de informare și de educare a cetățenilor în ceea ce privește drepturile pe

care le au în calitate de consumatori;

e) organizează activitatea Consiliului Coordonator în domeniul Protecției Consumatorilor, organ consultativ care întrunește reprezentanți ai autorităților administrației publice centrale și locale, ai asociațiilor obștești de consumatori;

f) reprezintă Republica Moldova în organismele internaționale de protecție a consumatorilor.

[Art.27(22) alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(3) Agenția pentru Protecția Consumatorilor are următoarele atribuții principale:

a) implementează politica în domeniul protecției consumatorilor în comun cu organele centrale de specialitate ale administrației publice, cu autoritățile administrației publice locale cu atribuții în domeniu și cu asociațiile obștești de consumatori;

b) examinează și înaintează propuneri la proiecte de acte legislative sau de alte acte normative în domeniul protecției consumatorilor referitor la fabricarea, ambalarea, etichetarea, conservarea, depozitarea, transportarea, importul și comercializarea produselor, referitor la prestarea serviciilor, astfel încât acestea să nu pună în pericol viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor, să nu afecteze drepturile și interesele lor legitime, precum și referitor la regulile de desfășurare a activităților de comerț;

c) participă, în colaborare cu organizații și instituții din țară și din străinătate, la realizarea programelor interne și internaționale în domeniul protecției consumatorilor în limita competențelor ce îi revin conform legii;

d) organizează activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor în ceea ce privește drepturile lor legitime;

e) colaborează cu asociațiile obștești de consumatori în vederea informării consumatorilor asupra drepturilor lor legitime și a modalității de apărare a acestora;

f) informează consumatorii asupra produselor și serviciilor ce prezintă riscuri pentru sănătatea și securitatea lor, precum și asupra practicilor comerciale incorecte care le pot afecta interesele economice;

g) efectuează controlul respectării prevederilor legislației în domeniul protecției consumatorilor, reglementărilor tehnice și altor acte normative ce stabilesc cerințe obligatorii privind securitatea produselor și a serviciilor, controlul corespunderii produselor și serviciilor plasate pe piață cerințelor prescrise și/sau declarate, cu excepția controalelor privind respectarea regulilor sanitaro-igienice și sanitar-veterinare de către producătorii de produse alimentare;

h) efectuează prelevări de probe la produsele plasate pe piață pentru analize și încercări de laborator în laboratoare acreditate;

i) efectuează controlul metrologic legal, inclusiv supravegherea metrologică a respectării de către persoanele juridice și/sau fizice a prevederilor actelor legislative și altor acte normative în domeniul metrologiei legale;

j) prezintă periodic rapoarte și sinteze Ministerului Economiei și autorităților administrației publice centrale interesate referitor la activitatea proprie în domeniul protecției consumatorilor și referitor la rezultatele supravegherii pieței;

k) constată contravenții, examinează cauze contravenționale și aplică sancțiuni în conformitate cu prevederile Codului contravențional;

l) emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, de reducere a prețului acestora, conform art. 18(13), ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data recepționării de către agentul economic;

m) emite decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte;

n) emite decizii de interdicere a practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost aplicate, dar acest lucru este iminent;

o) solicită informații privind măsurile întreprinse de către agenții economici în vederea remedierii neajunsurilor depistate;

p) sesizează autoritatea de licențiere și/sau autoritățile administrației publice locale în cazul constatării cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase ori în cazul altor încălcări, în scopul suspendării sau retragerii licenței, autorizației de amplasare și funcționare ori a certificatului de clasificare;

q) sesizează organismele de evaluare a conformității, în baza constatărilor proprii, sesizărilor consumatorilor sau sesizărilor asociațiilor obștești de consumatori, în ceea ce privește neconformitatea produselor și serviciilor plasate pe piață, însoțite de certificate de conformitate;

r) examinează reclamațiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor legitime ale acestora;

s) realizează protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor prin mijloacele prevăzute de lege;

t) acordă persoanelor fizice și juridice consultanță de specialitate în domeniul protecției consumatorilor;

u) îndeplinește alte sarcini stabilite prin lege în domeniul său de activitate.

[Art.27(22) alin.(3) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(4) Regulamentul Agenției pentru Protecția Consumatorilor, precum și Regulamentul privind modul de efectuare a activităților de supraveghere a pieței se aprobă de Guvern.

[Art.27(22) alin.(4) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(5) Pentru coordonarea activității de protecție a consumatorilor se creează, prin hotărâre de Guvern, Consiliul Coordonator în domeniul Protecției Consumatorilor, care:

a) contribuie la promovarea politicii statului în domeniul protecției consumatorilor;

b) participă la elaborarea programelor naționale de protecție a consumatorilor pe termen scurt și pe termen lung;

c) coordonează activitățile desfășurate în domeniul protecției consumatorilor de către autoritățile administrației publice cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor;

d) participă la procesul de armonizare a legislației naționale cu legislația Uniunii Europene în domeniul protecției consumatorilor;

e) coordonează activitatea de implementare și realizare a prevederilor legislației în domeniul protecției consumatorilor;

f) coordonează activitățile de examinare și soluționare a petițiilor consumatorilor care depășesc competența unui singur organ sau care abordează probleme cu caracter general, ce pot avea un impact negativ asupra societății, cu implicarea specialiștilor din diferite domenii.

[Art.27(22) alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 28 (23). Alte organe ale administrației publice abilitate

cu funcții de protecție a consumatorilor

Organe ale administrației publice abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor, de asemenea, sînt:

a) în domeniul protecției vieții și sănătății consumatorilor - Ministerul Sănătății;

b) în domeniul transportului interurban și internațional - organul de specialitate al administrației publice centrale în domeniul transporturilor;

c) în domeniul construcțiilor - organul administrației publice centrale specializat în domeniul construcțiilor;

d) în domeniul turismului - Agenția Turismului;

e) în domeniul energiei - organul de stat abilitat cu funcții de reglementări în energetică;

f) în domeniul telecomunicațiilor - organul de stat abilitat cu funcții de reglementări în telecomunicații;

g) în domeniul asigurărilor - organul de stat abilitat cu funcții de supraveghere a asigurărilor;

h) în domeniul serviciilor bancare - Banca Națională;

i) în domeniul produselor alimentare, la toate etapele lanțului alimentar – Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor.

[Art.28 lit.i) introdusă prin LP318 din 27.12.12, MO49-55/08.03.13 art.152]

Articolul 29 (24). Atribuțiile autorităților administrației publice

locale privind protecția consumatorilor

În scopul protecției consumatorilor, autoritățile administrației publice locale, în raza unității teritorial-administrative respective, în conformitate cu legislația, au obligația:

a) să informeze consumatorii și să le acorde consultații, să examineze, în limita competenței lor, reclamațiile acestora referitor la:

- transportul local;
- serviciile comunale;
- activitățile pentru care, conform legislației, ele acordă autorizații și licențe;

b) să readreseze reclamațiile către organul abilitat cu funcții de protecție a consumatorilor în domeniul respectiv în cazul în care obiectul reclamației depășește limita competenței lor;

c) să informeze neîntârziat autoritățile competente despre cazurile de constatare a produselor, serviciilor falsificate (contrafăcute) sau periculoase, precum și despre alte cazuri de necorespondere cerințelor prescrise sau declarate;

d) să retragă, în mod obligatoriu, la sesizarea organelor indicate la art.27 (22) și 28 (23), autorizația sau licența, eliberată de către autoritățile administrației publice locale agentului economic, în cazul depistării de produse, servicii falsificate (contrafăcute) sau periculoase;

e) să contribuie prin mijloace posibile la înființarea și funcționarea asociațiilor obștești de consumatori.

Articolul 30 (25). Asociațiile obștești de consumatori

[Titlul art.30 (25) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(1) Cetățenii sînt în drept de a se organiza benevol în asociații obștești de consumatori, care își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația.

(2) Asociațiile obștești de consumatori au dreptul:

a) să înainteze în instanțe judecătorești acțiuni pentru protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor, fără achitarea taxei de stat;

[Art.30 (25) alin.(2) lit.a) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

b) să adreseze, atît organelor de control, cît și organelor procuraturii, propuneri privind tragerea la răspundere a persoanelor vinovate de producerea și comercializarea produselor, prestarea serviciilor care nu corespund cerințelor prescrise sau declarate, precum și de nerespectarea drepturilor consumatorilor, prevăzute de legislație;

c) să informeze, în baza reclamațiilor primite de la consumatori, organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor despre produsele, serviciile necorespunzătoare;

d) să solicite instanței de contencios administrativ competente anularea în tot sau în parte a actelor, emise de autoritățile publice, care lezează drepturile și interesele legitime ale consumatorilor și care contravin legislației;

e) să organizeze, în modul stabilit de lege, efectuarea expertizei produselor, serviciilor în ceea ce privește conformitatea lor cerințelor prescrise sau declarate;

[Art.30 (25) alin.(2) lit.e) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

f) să înainteze agenților economici și organelor abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor propuneri privind îmbunătățirea calității produselor, serviciilor și interzicerea comercializării produselor necorespunzătoare;

g) să sesizeze organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor referitor la produsele, serviciile necorespunzătoare sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, referitor la clauze abuzive în contracte și practicile incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii;

[Art.30 (25) alin.(2) lit.g) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

h) să primească de la organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor informații și răspunsuri referitor la propunerile și sesizările înaintate;

i) să organizeze chestionarea consumatorilor în scopul elucidării opiniei publice despre calitatea

produselor comercializate și prețurile lor;

j) să informeze consumatorii, prin intermediul mass-media, despre calitatea produselor, serviciilor, încălcarea drepturilor și intereselor lor legitime, despre rezultatele consultării opiniei publice;

k) să întrețină relații de colaborare internațională în domeniul protecției consumatorilor;

l) să înainteze autorităților administrației publice propuneri pentru modificarea legislației în vigoare în domeniul protecției consumatorilor;

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

[Art.30 (25) alin.(2) lit.m) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

n) să reprezinte interesele consumatorilor în procedura de mediere la soluționarea litigiilor dintre consumator și vânzător/prestator.

[Art.30 (25) alin.(2) lit.n) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(3) Programele, proiectele și activitățile de informare a consumatorilor propuse de asociațiile obștești de consumatori de utilitate publică pot fi finanțate de stat, conform legii, în cazul în care asociațiile respective:

a) acționează exclusiv în numele și în interesul consumatorilor;

b) sînt economic independente de producători, importatori, distribuitori și vânzatori.

[Art.30 (25) alin.(3) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(4) Procedura finanțării prevăzută la alin. (3) se stabilește și se aprobă de Ministerul Economiei, care monitorizează utilizarea mijloacelor financiare alocate pentru scopuri de informare a consumatorilor. Criteriile pentru determinarea volumului de finanțare sînt:

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

b) periodicitatea campaniilor informaționale desfășurate pentru consumatori;

c) numărul de acțiuni înaintate în instanțele judecătorești în scopul protecției consumatorilor;

d) deținerea unui birou de consultanță sau a unei linii telefonice directe pentru consultarea consumatorilor din cel puțin o treime de unități administrative teritoriale.

[Art.30 (25) alin.(4) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Capitolul VII

ACȚIUNI PRIVIND PROTECȚIA DREPTURILOR CONSUMATORILOR

Articolul 31 (26). Acțiuni privind protecția drepturilor consumatorilor

(1) Acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor pot fi depuse la instanța judecătorească de către consumatorii înșiși sau reprezentanții acestora, de către autoritățile administrației publice abilitate sau de către asociațiile obștești de consumatori.

[Art.31 (26) alin.(1) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(2) Acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor se depun la instanța judecătorească în conformitate cu termenele prevăzute de legislație. Consumatorii sînt scutiți de taxa de stat în acțiunile privind protecția drepturilor sale.

[Art.31 (26) alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(3) Organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor pot reprezenta interesele consumatorilor în instanța de judecată în scopul protecției drepturilor consumatorilor.

(4) Vânzătorul, prestatorul vor fi exonerati de răspundere pentru neîndeplinirea obligațiilor lor sau pentru îndeplinirea lor neconformă, sau pentru cauzarea prejudiciului dacă vor face dovada că aceste fapte s-au produs din motive de forță majoră.

(5) Pentru soluționarea litigiilor ce țin de protecția drepturilor consumatorilor, consumatorii și agenții economici pot iniția benevol procedura de mediere ca o modalitate alternativă de soluționare.

[Art.31 (26) alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

(6) Procedura de mediere, în cazul soluționării litigiilor ce țin de protecția drepturilor consumatorilor, este reglementată de lege.

[Art.31 (26) alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]

Articolul 32 (27). Responsabilitatea vânzătorului, prestatorului
pentru încălcarea termenelor stabilite

(1) Pentru încălcarea termenelor prevăzute la art.18 (13) alin.(1), vânzătorul, prestatorul achită consumatorului pentru fiecare zi (oră, dacă termenul a fost stabilit în ore) depășită o penalitate în mărime de 5% din prețul produsului, serviciului în vigoare la data examinării reclamației consumatorului.

(2) În cazul încălcării termenelor stabilite, conform art. 21 (16), de începere și finalizare a prestării serviciului (executării lucrării) sau termenelor noi fixate de consumator, prestatorul (executantul) achită consumatorului pentru fiecare zi (oră, dacă termenul a fost stabilit în ore) depășită o penalitate în mărime de 10% din prețul serviciului (lucrării).

(3) Prin contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) se poate stabili o penalitate mai mare.

(4) Plata penalităților și repararea prejudiciului nu exonerează vânzătorul, prestatorul (executantul) de îndeplinirea obligațiilor ce îi revin față de consumator.

(5) Pretențiile consumatorului privind repararea prejudiciului și achitarea penalităților, prevăzute de prezenta lege sau de contract, se soluționează de vânzător, prestator pe cale amiabilă sau pe cale judiciară, conform legislației.

(6) La efectuarea controlului de către organul abilitat, în baza reclamației consumatorului, vânzătorul, prestatorul suportă cheltuielile aferente, inclusiv pentru expertize și încercări (testări), dacă acestea confirmă necorespunderea produsului, serviciului cerințelor prescrise sau declarate.

Articolul 33 (28). Răspunderea pentru încălcarea prevederilor
prezentei legi

(1) Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspundere conform legislației în vigoare.

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

[Art.33 (28) alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012, alineatul unic devine alineatul (1)]

Capitolul VIII
DISPOZIȚII FINALE

Articolul 34 (29)

(1) Prezenta lege intră în vigoare la expirarea a 4 luni de la data publicării.

(2) La data intrării în vigoare a prezentei legi, se abrogă Legea nr.1453-XII din 25 mai 1993 privind protecția consumatorilor.

Articolul 35 (30)

Guvernul, în termen de 2 luni:

a) va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în vigoare în conformitate cu prezenta lege;

b) va aduce actele sale normative în conformitate cu prezenta lege.

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI

Eugenia OSTAPCIUC

Nr.105-XV. Chișinău, 13 martie 2003.