

GUVERNUL ROMÂNIEI

ORDONANȚĂ PRIVIND COMERCIALIZAREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR DE PIAȚĂ

În temeiul art.107, alin (1) și (3) din Constituția României și al art.1, lit..C, pct. 2 din Legea nr. 125/13.07.2000 privind abilitarea Guvernului de a emite ordonanțe,

Guvernul României adoptă prezenta ordonanță:

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Scopul **Art.1** Prezenta ordonanță stabilește principiile generale privind ordonanței desfășurarea activității comerciale și urmărește dezvoltarea echilibrată a rețelei de distribuție a produselor și serviciilor de piață, cu respectarea principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului.

Obiectivele **Art.2** Prevederile ordonanței au în vedere realizarea următoarelor ordonanței obiective:

- a) stimularea dezvoltării activității de comercializare a produselor și serviciilor de piață;
- b) încurajarea liberei inițiative, asigurarea concurenței loiale și a liberei circulații a produselor și serviciilor de piață;
- c) informarea corectă și protejarea intereselor economice ale consumatorilor, precum și posibilitatea aprovizionării acestora din zonele de vecinătate;
- d) modernizarea și dezvoltarea formelor de distribuție;
- e) promovarea echilibrului între diversele tipuri de rețele de distribuție și diferite forme de vânzare;
- f) stimularea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii;
- g) susținerea și ocrotirea activității comerciale în zonele defavorizate.



**Domeniul de
reglementare
al ordonanței**

Art.3 (1) Prezenta ordonanță reglementează activitățile din sectorul comercial și al serviciilor de piață privind cerințele necesare desfășurării acestor activități, structurile de vânzare, practicile și regulile comerciale, precum și sancțiunile în caz de nerespectare a ordonanței.

(2) Activitatea comercială, în sensul prezentei ordonanțe, se exercită cu referire la produsele alimentare, nealimentare și la serviciile de piață prevăzute în anexa nr.3 la prezenta ordonanță.

(3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei ordonanțe activitățile de comercializare având ca obiect:

- a) produsele medicamentoase, tehnico-medicale și protezelor medico-chirurgicale;
- b) produsele agricole și agroalimentare vândute de către producătorii agricoli individuali în baza certificatului de producător;
- c) combustibilii pentru uzul mijloacelor de transport, inclusiv cei comercializați prin stații de distribuție;
- d) bunurile din producția proprie a meșteșugarilor vândute la locurile de producție;
- e) produsele apicole, peștele și vânatul, provenite în exclusivitate din exercitarea activității legale a apicultorilor, pescarilor și vânătorilor;
- f) lucrările, brevetele și invențiile precum și publicațiile de natură științifică sau informativă realizate de către titularii acestora;
- g) tipăriturile, pliantele, broșurile și albumele realizate în scopul prezentării patrimoniului cultural deținut de muzee, centre de cultură, teatre sau alte instituții similare acestora, ori bunurile culturale sau cu caracter promoțional specifice activității instituțiilor culturale, și comercializate prin fondul propriu al fiecărei instituții culturale sau cu prilejul unor manifestări cultural-artistice organizate de acestea;
- h) mărfurile vândute către vizitatori, în cadrul târgurilor, saloanelor și altor manifestări expoziționale, cu condiția ca acestea să facă obiectul manifestărilor respective;
- i) produsele confiscate și valorificate de Ministerul Finanțelor conform dispozițiilor legale în vigoare;
- j) unele produse și servicii de piață reglementate prin acte normative speciale.

(4) Dispozițiile prezentei ordonanțe se aplică activităților comerciale desfășurate și serviciilor prestate pe teritoriul României.

**Definirea
unor
termeni**

Art.4 În înțelesul prezentei ordonanțe, următorii termeni se definesc, astfel:

CONSUMATOR – Orice persoană fizică care cumpără, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii, în afara activității sale profesionale.

COMERCIANT – Persoana care în nume și cont propriu efectuează



activitate de comerț ca o profesiune obișnuită.

Dispozițiile referitoare la comercianți se aplică și societăților comerciale.

COMERȚ CU RIDICATA / DE GROS - Activitatea desfășurată de comercianții care cumpără produse în cantități mari în scopul revânzării acestora în cantități mai mici altor comercianți sau utilizatori profesionali și colectivi, inclusiv activitatea de intermediere.

COMERȚ CU AMĂNUNTUL / DE DETAIL – Activitatea desfășurată de comercianții care vând produse direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora.

COMERȚ AMBULANT - Activitatea de comercializare realizată în rulote, standuri, chioșcuri, de obicei mobile, în zone publice special amenajate și/sau la domiciliul/locul de muncă al consumatorului.

SERVICIU DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ - Activitatea de pregătire, preparare, prezentare și servire a produselor culinare, de cofetărie-patiserie și a băuturilor pentru consumul acestora în unități specializate sau la domiciliul/locul de muncă al consumatorilor.

EXERCİȚIU COMERCIAL - Una sau mai multe activități de comercializare cu ridicata, cu amănuntul, de alimentație publică, precum și a serviciilor desfășurate de către un comerciant. Obiectul comercializării îl constituie produsele și serviciile cuprinse în anexa nr.3 la prezenta ordonanță.

SERVICIU DE PIAȚĂ - Orice acțiune sau prestație intangibilă, care face obiectul vânzării și cumpărării pe piață și care nu are drept consecință transferul proprietății asupra unui bun corporal, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor.

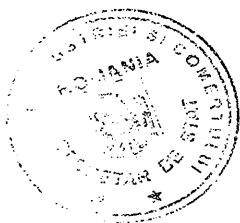
STRUCTURA DE VÂNZARE - Spațiul de desfășurare a unuia sau mai multor exerciții comerciale.

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, producției, birourilor și anexelor.

STRUCTURĂ DE VÂNZARE CU SUPRAFAȚĂ MICĂ – Spațiul în care se desfășoară o activitate comercială având o suprafață de vânzare de până la 400 mp.

STRUCTURĂ DE VÂNZARE CU SUPRAFAȚĂ MEDIE – Spațiul în care se desfășoară o activitate comercială având o suprafață de vânzare cuprinsă între



401-1000 mp.

STRUCTURĂ DE VÂNZARE CU SUPRAFAȚĂ MARE – Spațiul în care se desfășoară o activitate comercială având o suprafață de vânzare mai mare de 1000 mp.

CENTRU COMERCIAL - O structură de vânzare cu suprafață medie sau mare în care se desfășoară activități de comercializare cu amănuntul, de produse, servicii și de alimentație publică, ce utilizează în mod unitar o infrastructură comună și utilități adecvate.

Suprafața de vânzare a unui centru comercial este rezultată din suma suprafețelor de vânzare cu amănuntul și de alimentație publică cuprinse în acesta.

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.

Definițiile termenilor din alte acte normative în vigoare care privesc activitatea comercială se aplică și în cazul prezentei ordonanțe.

CAPITOLUL II

Cerințe și criterii necesare desfășurării activității comerciale

Deschiderea **Art.5 (1)** Orice exercițiu comercial se desfășoară numai pe baza unui exercițiu autorizării prealabile de către autoritățile administrației publice, în condițiile comerciale legii.

(2) Activitatea comercială poate fi exercitată de persoane fizice care au împlinit vârsta de 18 ani și au capacitate deplină de exercițiu și folosință și de persoane juridice care au ca obiect de activitate comercializarea de produse și/sau servicii de piață.

(3) Exercițarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și alimentație publică, necesită cunoștințe de specialitate și se efectuează cu personal care îndeplinește una din următoarele cerințe profesionale:

- a) a absolvit un curs profesional cu specialitatea produse alimentare și/sau alimentație publică, organizat conform legislației în vigoare;
- b) a desfășurat cel puțin 2 ani, activitate profesională de comercializare de produse alimentare și/sau de alimentație publică și a absolvit un



curs de noțiuni fundamentale de igienă organizat în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare.

Aceleași cerințe trebuie îndeplinite și de administratorul sau directorul executiv al societății comerciale.

(4) Respingerea autorizării poate fi contestată potrivit Legii contenciosului administrativ.

Comerțul în structuri de vânzare cu suprafață mică Art.6 (1) Deschiderea unui exercițiu comercial într-o structură de vânzare cu suprafață mică până la limitele specificate în art.4, se efectuează în baza unei documentații depuse de către comerciant la primăria în a cărei rază teritorială urmează să-și desfășoare activitatea.

(2) Documentația trebuie să cuprindă:

a) cererea de autorizare în care vor fi menționate codurile din tabelul cu produsele și serviciile asociate activității de comercializare, structura de vânzare și amplasarea acesteia; fișa de caracterizare a structurii de vânzare.

Formularele tip pentru cererea de autorizare și pentru fișa de caracterizare a structurii de vânzare, precum și tabelul cu produsele și serviciile asociate activității de comercializare sunt cele prevăzute în anexele nr.1, nr.2 și nr.3 din prezenta ordonanță;

b) autorizațiile și documentele prevăzute în cererea tip;

c) acordul administratorilor, în conformitate cu reglementările legale în vigoare, pentru desfășurarea comerțului în zona aeroporturilor, porturilor, gărilor, autogărilor, stațiilor și pasajelor de metrou.

(3) Prevederile alin.(1) și (2) din prezentul articol se aplică și în cazul transferului, mutării sau extinderii unui exercițiu comercial.

(4) Cererile de autorizare se consideră aprobate dacă, în termen de 15 zile de la data confirmării primirii acestora, autoritățile administrației publice locale nu au comunicat în scris comercianților respingerea lor motivată, data autorizării fiind considerată cea de a 16-a zi calendaristică de la data confirmării primirii acestora.

(5) Cererile de autorizare pot fi respinse în următoarele cazuri:

a) contravin planului general de dezvoltare urbană și criteriilor generale privind determinarea zonelor și locurilor de vânzare din localități;

b) aduc prejudicii spațiilor aflate în incinta sau în apropierea unor clădiri de valoare arhitectonică deosebită ori cu valoare de



patrimoniu;

- c) exercițiul comercial se face în spații improvizate sau care nu se armonizează cu arhitectura zonală;
- d) se încalcă dispozițiile prezentei ordonanțe.

(6) După aprobare, administrația publică locală va transmite, în termen de 30 zile, o copie a cererii de autorizare și a fișei de caracterizare a structurii de vânzare la Camera de Comerț și Industrie – Oficiul Registrului Comerțului din județul unde se află sediul unității comerciale.

(7) În scopul realizării unui sistem eficient de baze de date privind rețeaua de distribuție și prestări servicii de piață, Camera de Comerț și Industrie - Oficiul Județean al Registrului Comerțului va transmite la Camera de Comerț și Industrie a României – Oficiul Național al Registrului Comerțului, în sistem computerizat, conținutul cererii de autorizare și a fișei de caracterizare a structurii de vânzare, în termen de 3 zile de la primirea acestora.

(8) La solicitarea autorităților administrației publice interesate, Camera de Comerț și Industrie a României - Oficiul Național al Registrului Comerțului, sau după caz, Camera de Comerț și Industrie - Oficiul Județean al Registrului Comerțului va pune gratuit la dispoziția acestora informațiile cu privire la datele preluate. Comercianții sunt obligați să transmită unităților teritoriale de statistică datele solicitate referitoare la activitatea comercială.

**Comerțul în
structuri de
vânzare cu
suprafață
medie**

Art.7 (1) Exercițarea activității comerciale într-o structură de vânzare cu suprafață medie între limitele specificate în art.4, se efectuează în baza documentației întocmite și înaintate conform prevederilor art.6 alin.(1), (2) și (3).

(2) Cererile de autorizare se consideră aprobate dacă, în termen de 30 de zile de la data confirmării primirii acestora, autoritățile administrației publice locale nu au comunicat în scris comerciantului respingerea lor motivată, data autorizării fiind considerată cea de a 31-a zi calendaristică de la data confirmării primirii acestora.

(3) Cererile de autorizare pot fi respinse în cazurile menționate la art.6 alin (5).

(4) În scopul realizării unei evidențe pe țară, se aplică prevederile art. 6 alin.(6), (7) și (8).

**Comerțul în
structuri de
vânzare cu
suprafață
mare**

Art.8 (1) Exercițarea activității comerciale într-o structură de vânzare cu suprafață mare, se efectuează în baza documentației întocmite și înaintate conform prevederilor art.6 alin.(1), (2) și (3).

(2) Cererile de autorizare se consideră aprobate dacă, în termen de 45 de zile de la data confirmării primirii acestora, autoritățile administrației publice locale nu au comunicat în scris comerciantului respingerea lor



motivată, data autorizării fiind considerată cea de a 46-a zi calendaristică de la data confirmării primirii acestora.

(3) Cererile de autorizare pot fi respinse în cazurile menționate la art.6 alin. (5).

(4) În scopul realizării unei evidențe pe țară, se aplică prevederile art.6 alin.(6), (7) și (8).

**Comerțul în
zone publice
și în afara
structurilor
de vânzare**

Art.9 (1) Comerțul în zone publice se desfășoară în structuri de vânzare cu sediu fix sau ambulant.

(2) Exercițarea activității în zone publice este supusă autorizării administrațiilor publice locale și va respecta regulamentele proprii elaborate de administratorii zonelor publice respective.

(3) În spațiul din fața structurilor de vânzare cu sediu fix este interzisă comercializarea de produse similare de către alți comercianți, cu excepția administratorilor structurilor respective.

(4) Activitatea de comercializare în afara structurilor de vânzare, precum și vânzarea la distanță, sunt supuse autorizării administrației publice locale în a cărei rază teritorială se află depozitul, sau în lipsa acestuia, sediul social al comerciantului, în condițiile art. 6 din prezenta ordonanță.

CAPITOLUL III

Orarele de funcționare

**Orarul de
funcționare
pentru public**

Art.10 Unitățile de vânzare cu amănuntul și cele prestatoare de servicii de piață pot fi deschise publicului în toate zilele săptămânii. Fiecare patron își stabilește în mod liber orarul de funcționare, cu respectarea prevederilor înscrise în legislația muncii și cu condiția respectării reglementărilor în vigoare privind liniștea și ordinea publică.

Art.11 Orarul de funcționare se afișează la intrarea în unitate, în mod vizibil din exterior, patronul fiind obligat să asigure respectarea acestuia.

Art.12 Unitățile comerciale din sectorul alimentar nu pot fi închise mai mult de 2 zile consecutiv în cazul sărbătorilor legale, cu excepția unor cauze obiective de nefuncționare.



CAPITOLUL IV

**Obligațiile și răspunderile autorităților
administrației publice centrale și locale**

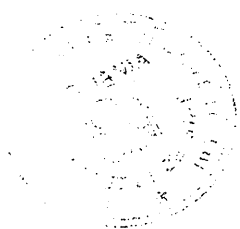
Dispoziții generale **Art.13** Autoritățile administrației publice urmăresc dezvoltarea armonioasă a rețelei de distribuție și promovarea întreprinderilor mici și mijlocii.

Dezvoltarea rețelei comerciale **Art.14 (1)** Autoritățile administrației publice locale stabilesc strategia de dezvoltare a rețelei de distribuție având drept obiective:

- a) sprijinirea creării unei rețele de distribuție care să asigure servicii de calitate consumatorilor și care să răspundă necesităților de consum ale acestora și marcarea acestora în documentațiile de urbanism întocmite, conform prezentei ordonanțe;
- b) dezvoltarea armonioasă a diferitelor tipuri de distribuție cu respectarea principiului liberei concurențe;
- c) armonizarea principiilor urbanismului cu cele de mediu;
- d) protejarea patrimoniului arhitectural, istoric și de mediu prin menținerea caracterului sitului;
- e) dezvoltarea rețelei de distribuție în zonele montane, rurale și defavorizate și susținerea creării de servicii de piață în scopul menținerii și revigorării rețelei comerciale;
- f) stimularea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii cu activitate de comerț în scopul creșterii gradului de ocupare a forței de muncă;
- g) asigurarea și dezvoltarea unui sistem de baze de date privind rețeaua de distribuție;
- h) respectarea legislației în vigoare din domeniul urbanismului pentru unitățile comerciale și de prestări servicii.

(2) Autoritățile administrației publice locale stabilesc criteriile de dezvoltare urbanistică a sectorului comercial pentru determinarea:

- a) suprafețelor destinate activităților comerciale și în special pentru cele cu structuri de vânzare cu suprafață medie și mare;
- b) limitelor în care trebuie să se încadreze suprafețele structurilor de vânzare pentru protejarea lucrărilor de artă, edificiilor cu valoare arhitectonică, istorică sau arheologică, precum și a mediului în centrele istorice și în localitățile de interes turistic;
- c) amplasamentelor spațiilor de parcare aferente diverselor structuri de vânzare, conform reglementărilor legale în vigoare.



(3) Autoritățile administrației publice locale asigură corelarea autorizării desfășurării unui exercițiu comercial într-o structură de vânzare, cu conținutul certificatului de urbanism și al autorizației de construire.

(4) Autoritățile administrației publice locale, în stabilirea strategiei de dezvoltare conform alin.(1), au în vedere următoarele caracteristici teritoriale:

- a) zone urbane omogene, prin realizarea unei corelări integrate între centru și periferie;
- b) zone periferice pentru care trebuie individualizate criterii de dezvoltare omogenă, în scopul integrării acestora într-un cadru urbanistic coerent;
- c) centre istorice, în scopul promovării unor activități comerciale adecvate și protejării zonelor cu valoare istorică și artistică;
- d) zone cu mică concentrare demografică, în scopul dezvoltării și/sau îmbunătățirii infrastructurii;
- e) zone situate pe traseele autostrăzilor și drumurilor naționale, în scopul dezvoltării structurilor de vânzare;
- f) zone defavorizate.

(5) În zonele publice, autoritățile administrației publice locale, în scopul satisfacerii intereselor consumatorilor, stabilesc cu respectarea dispozițiilor legale în vigoare:

- a) criteriile generale ce trebuie respectate în determinarea zonelor și locurilor de vânzare din localități, care vor cuprinde și aspecte privind protejarea copiilor și tineretului, prin neamplasarea în apropierea unităților de învățământ a unor structuri de vânzare care comercializează băuturi alcoolice, tutun sau publicații, discuri, casete și alte produse cu caracter obscen, care contravin bunelor moravuri;
- b) modalitățile de organizare a piețelor și târgurilor;
- c) periodicitatea și tipologia piețelor și târgurilor;
- d) criteriile de atribuire a locurilor de vânzare.

(6) În scopul promovării și protejării activității comerciale în zonele orășenești periferice, precum și în zonele rurale, montane sau defavorizate, autoritățile administrației publice locale pot stabili înlesniri speciale, până la anularea taxelor datorate bugetelor locale.

(7) Pentru elaborarea strategiilor și criteriilor, conform prezentului articol, autoritățile administrației publice locale consultă asociațiile profesionale, asociațiile consumatorilor, organizațiile patronale, reprezentanți



ai societăților comerciale și ai Camerelor de Comerț și Industrie teritoriale.

Art.15 Pentru zone sau edificii cu valoare arhitectonică, istorică sau arheologică și pentru zone turistice, autoritățile administrației publice locale pot acorda facilități financiare investitorilor care contribuie prin efort propriu la reabilitarea sau restaurarea acestora.

**Pregătirea
profesională**

Art.16 (1) Autoritățile administrației publice, camerele de comerț și industrie și societățile comerciale, precum și alte persoane juridice interesate pot fi autorizate să organizeze cursuri de pregătire și perfecționare profesională, conform legislației în vigoare.

(2) Cursul profesional va conține ca obiect de studiu materii adecvate pentru a garanta însușirea normelor și reglementărilor cu privire la sănătatea, securitatea și informarea consumatorului, precum și cu privire la comercializarea produselor și serviciilor.

Autorizarea

Art.17 (1) Autoritățile administrației publice locale exercită activitatea de autorizare respectând obiectivele, scopul și criteriile prezentei ordonanțe.

(2) Nivelul taxelor pentru autorizare se stabilește de autoritățile administrației publice locale, astfel încât acesta să nu reprezinte o barieră în calea comerțului și se constituie ca venit la bugetul local.

(3) Reprezentanții Ministerului Industriei și Comerțului participă la examinarea cererilor de autorizare pentru structurile de vânzare cu suprafață mare.

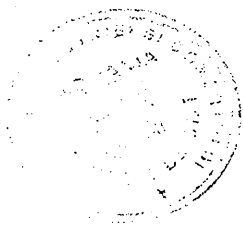
CAPITOLUL V

Practici comerciale

**Vânzările cu
preț redus**

Art. 18. Prin vânzări cu preț redus, în sensul prezentei ordonanțe se înțeleg:

- a) vânzări de lichidare;
- b) vânzări de soldare;
- c) vânzări directe prin magazin sau depozit de fabrică;
- d) vânzări promoționale;
- e) vânzarea 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;
- f) vânzarea produselor nealimentare care într-o perioadă de 12 luni de la aprovizionare nu au fost vândute;



- g) vânzarea accelerată a produselor susceptibile de o deteriorare rapidă și a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate.

Art. 19 Este interzis oricărui comerciant să ofere sau să vândă produse în pierdere, cu excepția situațiilor prevăzute la art. 18 lit. a), b), e), f) și g).

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

Vânzările de lichidare

Art.20 Potrivit prezentei ordonanțe, 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 una din următoarele situații:

- a) încetarea definitivă a activității comerciantului, inclusiv în cazul schimbării proprietarului, chiriașului, locatarului sau mandatarului, după caz, care exploatează structura de vânzare, cu excepția cazurilor în care unitatea este vândută, cedată sau închiriată unei persoane juridice administrate de vechiul proprietar (utilizator) sau în care acesta este acționar;
- b) încetarea activității comerciantului în structura de vânzare respectivă, datorită anulării contractului de închiriere, locație sau mandat, în baza unei hotărâri judecătorești rămasă definitivă sau în baza unei hotărâri judecătorești de evacuare silită;
- c) întreruperea activității comerciale sezoniere pentru o perioadă de cel puțin 5 luni după terminarea operațiunilor de lichidare;
- d) schimbarea profilului structurii de vânzare, suspendarea sau înlocuirea unei activități semnificative desfășurate în unitate, care antrenează schimbări majore în funcționarea sa;
- e) modificarea substanțială a condițiilor de exploatare a suprafeței de vânzare, dacă lucrările de transformare și amenajare depășesc 30 de zile și sunt efectuate în interiorul acesteia, structura de vânzare fiind închisă în toată această perioadă, sau modificarea condițiilor de exercitare a activității în cazul încheierii sau anulării unui contract de distribuție având o clauză de aprovizionare exclusivă;
- f) vânzarea stocului de produse de către moștenitorii legali ai



comerciantului defunct;

- g) deteriorarea gravă din cauza unor calamități sau acte de vandalism, a unei părți importante sau a întregului stoc de produse, exclusiv cele alimentare.

Art.21 (1) Lichidările sunt supuse notificării în baza unui inventar detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant, care este obligat să justifice cu documente 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 operațiunilor de lichidare în situațiile prevăzute la art.20 lit. a), d), e) și f) și cel puțin 3 zile în situațiile prevăzute la lit. b), c) și g). Perioada pentru care se notifică operațiunile de lichidare este de maximum:

- a) 90 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20, lit. a și f;
- b) 60 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20, lit b), d), e) și g);
- c) 15 zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20, lit. c),

cu condiția justificării cu documente legale a realizării evenimentului care a motivat cererea sa, în termen de maximum 6 luni de la data notificării.

(2) Data notificării constituie începutul termenului de 6 luni în care comerciantul va trebui să justifice realizarea efectivă a operațiunii de lichidare.

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

Art. 22 (1) Pe durata operațiunilor de lichidare este interzis să se lichideze sau să se propună spre lichidare alte produse decât cele înscrise în lista de inventar aferentă notificării și aflate în stocul unității comerciale la data depunerii/transmiterii notificării. Stocul este format din produsele expuse în spațiile destinate vânzării și cele aflate în depozitele structurii de vânzare; produsele deținute în antrepozite și / sau depozite situate în afara structurii de vânzare pentru care a fost făcută notificarea, nu intră în componența stocului de lichidat.

(2) Pot fi lichidate numai produsele care fac parte din stocul unității comerciale și a căror contravaloare a fost achitată de către comerciant la data depunerii / transmiterii notificării , sau emiterii hotărârii judecătorești, prevăzute la art. 20, lit. b), sau la data evenimentelor prevăzute la art. 20 lit. g).

Art. 23 În afara cazurilor prevăzute la art. 20, literele b) și g), orice

vânzare de lichidare trebuie să aibă loc în structura de vânzare unde produsele au fost vândute în mod obișnuit.

Vânzările de soldare

Art. 24 Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea de „soldare / soldări / solduri” și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în scopul reînnoirii sezoniere a sortimentului de mărfuri. Produsele care pot fi supuse soldării sunt articolele de îmbrăcăminte - articolele de blănărie-pielărie, confecțiile, tricotajele, inclusiv lenjeria - țesăturile, marochinăria, încălțăminte și articolele sezoniere de sport-turism, precum și alte produse care vor fi stabilite prin norme ca făcând parte din categoria produselor sezoniere.

Art. 25 Vânzările de soldare se pot efectua în cursul a două 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 soldări și oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Art. 26 Stocul de produse propus pentru soldare trebuie să fie constituit în prealabil în structura de vânzare respectivă, în spațiile de vânzare și depozitele structurii de vânzare, ca și, după caz, într-unul sau mai multe depozite ale comerciantului, cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a soldărilor și nu va fi reînnoit după constituire sau în cursul operațiunilor de soldare. De asemenea, un comerciant ambulant poate constitui și desface un asemenea stoc de mărfuri.

Art. 27 Vânzarea trebuie să aibă loc în structurile de vânzare, sau după caz, în locurile unde produsele soldate sau produsele asemănătoare erau vândute în mod obișnuit.

Art. 28 Documentele justificative care atestă că stocul de produse propus pentru soldare a fost constituit cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a operațiunii și achitat cu cel puțin 30 de zile înainte de această dată, vor fi păstrate pentru a putea fi prezentate ori de câte ori este nevoie organelor de control abilitate. Achitarea produselor soldate rezultă din examinarea actelor contabile, cu excepția cazurilor în care vânzătorul acestor produse este însuși producătorul sau mandatarul acestuia.

Art. 29 (1) Perioadele de soldări prevăzute la art. 25 se stabilesc de către comerciant între următoarele limite:

- a) perioada 15 ianuarie - 15 aprilie inclusiv, pentru produsele de toamnă - iarnă;

b) perioada 1 august - 30 septembrie inclusiv, pentru produsele de primăvară – vară.

(2) Comercianții au obligația să notifice la primăria în raza căreia își desfășoară activitatea, perioada în care efectuează vânzările de soldare, cu cel puțin 15 zile înainte de începerea operațiunilor.

Art. 30 (1) Este interzis să se anunțe o vânzare de soldare, în alte cazuri și condiții decât cele prevăzute la art. 25.

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

**Vânzările prin
magazin sau
prin depozit
de fabrică**

Art. 31 „Vânzările prin magazin de fabrică” sau „vânzările prin depozit de fabrică” sunt vânzările din producția proprie, efectuate direct consumatorilor, de către producători, prin propriile magazine/depozite, special amenajate în acest scop și îndeplinind obligațiile ce revin oricărui comerciant care desfășoară comerț cu amănuntul. Vânzările cu preț redus prin magazin/depozit de fabrică nu sunt supuse notificării.

Art. 32 În cadrul vânzărilor definite la art. 31, cu excepția produselor alimentare, producătorii pot practica vânzări cu preț redus pentru acea parte din producția lor, care îndeplinește următoarele condiții:

- a) nu a fost anterior oferită spre vânzare din cauza defectelor de fabricație;
- b) face obiectul retururilor din rețeaua comercială;
- c) reprezintă stocul din producția sezonului anterior rămas nevândut; cu informarea corespunzătoare a consumatorilor.

Art. 33 Orice producător care vinde cu preț redus o parte a producției sale, conform prevederilor art. 32, este obligat să pună la dispoziția organelor de control abilitate, toate documentele legale care justifică originea și data de fabricație a produselor care fac obiectul acestor vânzări.

**Vânzările
promoționale**

Art.34 (1) În sensul prezentei ordonanțe, vânzările promoționale sunt acelea care pot avea loc în orice perioadă a anului fără să facă obiectul notificării, cu condiția ca:

- a) să nu se refere la produse și servicii lansate pentru prima dată pe piață;
- b) să nu fie efectuate în pierdere;
- c) să se refere la produsele disponibile și reaprovizionabile, precum și la servicii desfăcute / prestate în mod curent;
- d) să se anunțe perioada de reducere de prețuri ;

- e) produsele și serviciile promovate să existe la vânzare pe toată perioada de reducere de prețuri anunțată.

(2) Comerciantul care dorește să promoveze într-o anumită perioadă o categorie de produse disponibile, este obligat să reînnoiască sau să completeze stocul respectiv pentru a satisface integral cererile pe durata întregii perioade anunțate.

**Reguli
comune
privind
anunțurile
publicitare de
reducere de
prețuri**

Art.35 (1) Vânzările cu preț redus prevăzute la art. 18, așa cum sunt definite de prezenta ordonanță, sunt supuse următoarelor reguli de fixare și publicitate a preturilor, atunci când consumatorii sunt anunțați de o reducere de prețuri, care comportă o comparație exprimată în cifre:

a) Orice comerciant care anunță o reducere de preț trebuie să facă referire la prețul anterior practicat în mod obișnuit în același spațiu de vânzare pentru produse sau servicii identice. Prețul redus trebuie să fie inferior prețului de referință. Prețul de referință reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului redus.

b) Orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de forma, modul de publicitate și de motivația reducerii, trebuie să se adreseze ansamblului consumatorilor și să indice în cifre o reducere în raport cu prețurile de referință, excepție făcând:

- publicitățile comparative de preț;
- anunțurile publicitare exclusiv literare, care nu conțin cifre;
- anunțurile de preț de lansare a unui nou produs pe piață;
- anunțurile publicitare orale efectuate exclusiv în interiorul magazinului pentru reduceri de prețuri la un anumit raion, pentru o foarte scurtă perioadă de timp a unei zile de vânzare.

c) Publicitatea prin catalog și ofertele de reducere de prețuri lansate de comercianții care practică vânzarea prin corespondență pot fi valabile numai până la epuizarea stocurilor, cu condiția ca această mențiune să figureze vizibil și lizibil în catalog.

d) Orice anunț de reducere de preț exprimată în valoare absolută sau în procent, trebuie efectuat vizibil, lizibil și fără echivoc:

- fie prin menționarea noului preț lângă prețul anterior, barat;
- fie prin mențiunile „preț nou“, „preț vechi“ lângă sumele corespunzătoare;
- fie prin menționarea procentului de reducere și a prețului nou care apare lângă prețul anterior barat;
- fie prin menționarea unui procent unic pentru toate produsele

dintr-un magazin / raion sau pentru anumite produse bine individualizate; în ambele cazuri, anunțul trebuie să indice dacă reducerea a fost sau nu efectuată.

e) Se interzice ca o reducere de preț pentru un produs și/sau serviciu să fie prezentată consumatorilor ca o ofertă gratuită a unei părți din produs și/sau serviciu.

f) Toate documentele justificative legale care atestă veridicitatea prețului de referință, trebuie să fie păstrate pentru a putea fi prezentate ori de câte ori este nevoie organelor de control abilitate.

g) Orice anunț de reducere de prețuri ce nu corespunde reducerii practicate efectiv în raport cu prețul de referință, este considerat o formă de publicitate înșelătoare și este sancționat conform reglementărilor legale în vigoare .

(2) Aceste reguli nu se aplică atunci când reducerile de preț pe produs rezultă din creșterea cantității de produs conținută în ambalajul utilizat în mod uzual în comercializarea acestora, sau rezultă din creșterea numărului de produse identice oferite spre vânzare într-un ambalaj colectiv.

Vânzările la distanță

Art. 36 Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului și a comerciantului, în urma unei oferte de vânzare efectuată de acesta din urmă care, în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicare la distanță.

Art. 37 În oferta de vânzare de produse sau servicii efectuate prin intermediul unui tehnici de comunicare la distanță, comerciantul va indica următoarele elemente: datele de identificare ale comerciantului, principalele caracteristici ale produselor și serviciilor și prețul acestora, dreptul de renunțare și perioada aferentă exercitării acestui drept de către consumatori, costul utilizării tehnicilor de comunicare la distanță atunci când acesta se calculează altfel decât tariful de bază, perioada pentru care oferta sau prețul rămân valabile.

Art. 38 Consumatorul trebuie să primească confirmarea scrisă sau printr-un alt suport de informații durabil, disponibil și accesibil acestuia privind elementele prevăzute la art. 37, în timp util, în perioada executării contractului.

Art. 39 În cadrul acestei forme de vânzare, consumatorul beneficiază de o perioadă de 10 zile lucrătoare în care își poate exercita dreptul de renunțare, având posibilitatea să rezilieze contractul și să returneze produsul achiziționat sau să solicite schimbarea produsului, fără penalizări și fără să ofere o motivație.

Art. 40 În cazul în care consumatorul și-a exercitat dreptul de renunțare, produsele vor fi returnate fără modificări ale conținutului și proprietăților acestora. Se va accepta returnarea produselor cu modificări dacă acestea s-au produs în urma unei acțiuni necesare examinării produselor sau datorită unor cauze ce nu pot fi imputate consumatorului.

Art. 41 Atunci când consumatorul și-a exercitat dreptul de renunțare, furnizorul este obligat să ramburseze gratuit sumele plătite de consumator sau să schimbe produsele, într-un termen de maxim 30 zile de la data returnării acestora.

Vânzările directe

Art.42 (1) Vânzarea directă este acea practică comercială prin care produsele sau serviciile sunt desfăcute direct consumatorilor în afara spațiilor de vânzare cu amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare.

(2) 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 și independenți care primesc un comision, atât pentru vânzările proprii cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți și independenți pe care i-au recrutat personal.

Vânzările piramidale / etajate

Art.43 Sunt considerate practici comerciale interzise:

- a) 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, tichete, cupoane ori a altor titluri similare către terți sau de colectarea de adeziuni sau subscrieri;
- b) faptul de a propune unei persoane să colecteze adeziuni sau să se înscrie pe o listă făcând-o să speră câștiguri financiare rezultate din progresia geometrică a numărului de persoane recrutate sau înscrise.

Art.44 (1) În cazul rețelilor de vânzare constituite prin recrutarea aderentilor sau afiliaților, este interzis a se solicita aderentului sau afiliatului rețelei plata unei sume aferente dreptului de intrare în rețea, cu excepția contravalorii materialelor sau serviciilor de natură pedagogică, formativă, demonstrativă ori de vânzare, sau orice alt material sau serviciu similar.

(2) În cadrul aceleași rețele este de asemenea interzis să se impună unui aderent sau afiliat achiziționarea unui stoc de produse destinat vânzării ulterioare, fără obligația ca stocul de produse nevândute de

aferent/afiliat să fie reprimat de titularul rețelei.

Vânzările în afara spațiilor comerciale **Art. 45 (1)** Vânzările în afara spațiilor comerciale sunt acele vânzări directe realizate de comercianți în următoarele situații:

- a) în timpul unei deplasări organizate de comerciant în afara spațiilor sale comerciale;
- b) în timpul unei vizite efectuate de comerciant, dacă aceasta nu a avut loc la solicitarea expresă a consumatorului:
 - 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;
- c) în orice alte locuri publice sau destinate publicului, în care comerciantul prezintă o ofertă pentru produsele sau serviciile pe care le furnizează în vederea acceptării acestora de către consumator.

(2) Comercianții care efectuează vânzări în afara spațiilor comerciale sunt obligați să comunice datele de identificare ale personalului angajat organelor de poliție locale și răspund civil față de efectele activității acestora.

Art.46 Beneficiarul autorizării eliberează legitimații persoanelor angajate în acest sistem de vânzare; legitimațiile vor fi retrase imediat ce deținătorii acestora își pierd calitatea de angajat.

Art. 47 Legitimațiile eliberate și vizate trimestrial vor conține numele și fotografia salariatului, numele și adresa firmei, semnătura managerului și vor fi prezentate în cursul desfășurării operațiunilor de vânzare.

Loteriile publicitare

Art. 48 Loteriile publicitare care tind a stimula în rândul participanților speranța unui câștig atribuit prin tragere la sorți sunt admise numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartidă nici o cheltuială.

Art. 49 Participarea la acest gen de loterii nu va fi condiționată de bonul de comandă sau de orice altă dovadă privind achiziționarea produsului sau serviciului care face obiectul operațiunii publicitare respective.

Art. 50 În privința câștigurilor puse în joc în cadrul unei loterii publicitare, anunțurile de prezentare a acestora vor preciza natura, numărul și valoarea comercială a respectivelor câștiguri, precum și următoarea mențiune: „regulamentul de participare/desfășurare este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant“. În acest scop, se va menționa adresa la care solicitarea poate fi trimisă.

Art. 51 Pentru a verifica corecta desfășurare a operațiunii publicitare respective, reprezentanții Oficiului pentru Protecția Consumatorului, Ministerului Finanțelor și ai Ministerului Industriei și Comerțului pot solicita organizatorilor de loterii publicitare regulamentul de desfășurare al acestora, precum și un exemplar al anunțurilor adresate publicului, caz în care organizatorii vor prezenta această documentație în termen de 5 zile de la data solicitării.

Art. 52 Prezenta ordonanță nu exclude controlul acțiunilor de promovare a vânzărilor prin acest gen de operațiuni publicitare de către asociațiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicității, precum și dreptul persoanelor, care se consideră induse în eroare în cursul desfășurării acestor operațiuni, de a se adresa direct acestor asociații.

Art. 53 Se consideră publicitate înșelătoare acele fapte prin care organizatorul unei loterii publicitare sugerează destinatarului, prin anunțul publicitar efectuat că:

- a) a intrat în posesia marelui premiu, deși tragerea la sorți pentru atribuirea câștigurilor se va desfășura ulterior;
- b) a intrat în posesia unui câștig important, în realitate fiind însă vorba de un premiu de o valoare minimă sau de un premiu de consolare.

Art. 54 Nu sunt asimilate loteriei publicitare și deci nu sunt supuse interdicției prevăzute la art. 49, concursurile în cadrul cărora premiile sunt câștigate nu datorită hazardului, ci abilității, cunoștințelor și perspicacității participanților, câștigătorul fiind desemnat în funcție de valoarea prestației sale.

Vânzările cu prime

Art. 55 Vânzarea cu prime este acea practică comercială prin care cu ocazia unei vânzări de produse/servicii sau unei oferte de vânzare de produse/servicii se oferă consumatorului, cu titlu gratuit, prime sub forma unor produse/servicii.

Art. 56 Este interzisă orice vânzare sau ofertă de vânzare de produse sau orice prestare sau ofertă de prestare de servicii făcută către consumator, care le dă dreptul acestora, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, la o primă sub forma unor produse/servicii, în afara cazurilor în care acestea sunt identice cu produsele/serviciile cumpărate.

Art. 57 Nu sunt considerate prime:

- a) ambalajele produselor;
- b) produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat;

- c) eșantioanele oferite de producător sau comerciant, cu condiția ca ele să fie oferite în cantitatea strict necesară pentru aprecierea corectă a calității produsului și să fie inscripționată pe acestea mențiunea "eșantion gratuit - nu poate fi vândut";
- d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se regăsesc ca atare în comerț.
- e) serviciile post-vânzare;
- f) facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.

**Vânzările
condiționate**

Art. 58 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.59 Nu sunt considerate vânzări condiționate:

(1) vânzările la un preț global pentru produse sau servicii diferite, care constituie un ansamblu, precum și produse identice preambalate oferite într-un ambalaj colectiv, cu condiția ca:

- a) fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul său obișnuit, în cadrul aceleiași suprafețe de vânzare;
- b) cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului.

(2) vânzările de produse în loturi sau ambalaje consacrate de uzanțele comerciale și nevoile de consum.

**Vânzările
forțate**

Art.60 Prin vânzare forțată se înțelege:

- a) 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.
- b) Prestarea unui serviciu către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i acceptarea acelui serviciu prin achitarea contravalorii.

Art.61 Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei cereri prealabile din partea acesteia.

Art.62 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 nici o obligație de a plăti sau de a returna produsul”.

**Refuzul de a
vinde**

Art.63 Se interzice a se refuza consumatorului fără un motiv justificat, conform prevederilor legale în vigoare, vânzarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

CAPITOLUL VI

Reguli generale de comercializare a produselor și serviciilor

**Protecția vieții,
sănătății și
securității
consumatorilor**

Art. 64 (1) Producătorii și importatorii sunt obligați să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

(2) Aceeași obligație revine și oricărui comerciant, care pe baza informațiilor obținute de la producător/importator și a cunoștințelor profesionale, trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea/consumul acestora.

(3) Se interzice comercializarea produselor pentru care există cerințe legal reglementate, dacă acestea nu sunt însoțite de documentele de angajare ale producătorului/importatorului referitor la calitatea și securitatea acestora, emise conform reglementărilor respective.

Art.65 Produsul care este conform reglementărilor cu caracter obligatoriu, prin care sunt definite caracteristicile de securitate ale acestuia și modalitățile de control al conformității cu caracteristicile parametrilor definiți, este considerat sigur.

Art.66 Dacă securitatea produselor nu este determinată conform prevederilor art. 65, un produs va fi considerat sigur atunci când, utilizat în condiții normale sau previzibile, nu prezintă riscuri pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

Art.67 Pentru evaluarea securității unui produs, vor fi luate în considerare următoarele elemente:

- a) proprietățile produsului, inclusiv compoziția, instrucțiunile de montare și punere în funcțiune, de utilizare, de întreținere și de depozitare, service-ul necesar pe durata medie de utilizare a produsului;
- b) prezentarea produsului, informațiile furnizate de producător prin

tichetare, marcare și/sau ambalajul acestuia, precum și orice altă informație furnizată de producător;

c) influența produsului asupra altui produs sau produse, când în mod justificat se presupune că acesta va fi utilizat împreună cu alt produs sau produse;

d) categoriile de utilizatori cărora li se adresează, atenție deosebită fiind acordată grupei de consumatori cu grad de risc major.

Art.68 Prevederile art.65-67 sunt aplicabile în egală măsură și serviciilor de piață.

Art.69 Prevederile art.65-67 nu se aplică în cazul produselor care necesită reparații sau recondiționări înaintea utilizării, cu condiția ca despre acest fapt, consumatorii să fie informați de către comercianți în momentul cumpărării.

Art.70 În aplicarea prevederilor art. 65, 67 și 68 se vor avea în vedere reglementările legale în vigoare privind activitatea de standardizare, acreditare și infrastructura pentru evaluarea conformității.

A. Reguli privind etichetarea și ambalarea

**Informarea
consumatorilor
și protecția
intereselor
economice ale
acestora**

Art.71 La vânzarea produsului/prestarea serviciului, comerciantul/prestatorul trebuie să aducă cu bună credință la cunoștința consumatorului, la solicitarea acestuia, pe lângă informațiile furnizate prin etichetare, marcare și ambalare și informații corecte și utile privind caracteristicile produsului/serviciului, condițiile de vânzare și modul de utilizare.

Art.72 (1) Informațiile furnizate prin etichetare, marcare, ambalare vor respecta prevederile legale referitoare la etichetare.

(2) Pentru unele categorii de produse, în scopul asigurării protecției consumatorilor și pentru menținerea unui mediu concurențial normal, Guvernul poate elabora reglementări specifice de etichetare.

(3) Pentru a informa consumatorul despre impactul unor produse asupra mediului înconjurător, precum și pentru a promova producția și utilizarea acelor produse care, pe toată durata lor de viață au efecte nesemnificative asupra calității apei, aerului și solului, se va institui un sistem național de etichetare ecologică.

Art.73 Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, să fie ușor de manipulat, să promoveze vânzarea produselor, fiind totodată conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.

B. Obligația indicării prețurilor

Art.74 (1) Comerciantul, care în rețeaua cu amănuntul oferă produse / servicii spre vânzare, trebuie să indice prețul de vânzare, prețul pe unitatea de măsură / tariful practicat, conform reglementărilor legale în vigoare.

(2) Prețurile de vânzare, prețurile pe unitatea de măsură și tarifele se indică în mod vizibil, lizibil și fără echivoc prin marcare, etichetare și/sau afișare și se exprimă în lei.

(3) Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unui acot, comerciantul este obligat să elibereze consumatorului la plata acotului un document fiscal conform legislației în vigoare sau, după caz, un contract scris și să respecte condițiile contractuale.

(4) Comercianții care, potrivit legislației în vigoare sunt obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale, vor elibera bonuri fiscale cumpărătorilor de produse/servicii.

C. Reguli privind indicarea cantității

Art.75 (1) În funcție de tipul și caracteristicile produsului, pe ambalajul acestuia se vor indica vizibil, lizibil și fără echivoc dimensiunile sau numărul de articole (bucăți) conținute, cantitatea netă conținută exprimată în unități de măsură recunoscute de autoritatea statului român în materie de metrologie.

(2) Obligativitatea indicării acestor date revine producătorului, ambalatorului sau după caz, importatorului.

Art.76 În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, orice comerciant care informează consumatorul asupra ofertei sale de produse prin intermediul cataloagelor, broșurilor sau altor publicații tipărite este obligat ca pentru produsele preambalate, să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură conform dispozițiilor legale în vigoare.

Art.77 (1) Pentru produsele comercializate în vrac, care sunt cântărite sau măsurate în prezența consumatorului, dispozițiile art.75 alin (1) nu se aplică.

(2) Informațiile furnizate de aparatele de măsură utilizate pentru determinarea cantității produselor vândute în vrac, trebuie să fie clare și vizibile pentru consumator.

D. Clauze abuzive

Art.78 În calitate de parte contractantă, consumatorii pot refuza încheierea contractelor care cuprind clauze definite ca abuzive conform

prevederilor legale în vigoare.

Art.79 Pentru unele categorii de produse / servicii în scopul asigurării unui echilibru între obligațiile și drepturile părților contractante și pentru a promova un mediu concurențial normal, Guvernul poate stabili contracte tip cu caracter obligatoriu.

CAPITOLUL VII

Sanctiuni

Art.80 Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât potrivit legii penale să fie considerate infracțiuni, și se sancționează, după cum urmează:

- (1) Nerespectarea prevederilor art.5 (1) cu amendă:
 - a) de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei pentru comerțul desfășurat în structuri de vânzare cu suprafață mică;
 - b) de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei pentru comerțul desfășurat în structuri de vânzare cu suprafață medie și mare.
- (2) Exercițarea activității comerciale prin încălcarea prevederilor art. 5 (2) și (3), cu amendă de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei.
- (3) Comercializarea de produse și servicii de piață, altele decât cele cuprinse în cererea de autorizare și aprobate de autoritățile administrației publice locale, conform prevederilor art.6 (2) lit. a), art.7 (1) și art. 8 (1), cu amendă de la 1.000.000 lei la 10.000.000 lei.
- (4) Nerespectarea prevederilor art. 9 (3) și art. 12, cu amendă de la 3.000.000 lei la 5.000.000 lei.
- (5) Nerespectarea prevederilor art. 11, cu amendă de la 250.000 lei la 2.500.000 lei.
- (6) Oferirea sau vânzarea produselor în pierdere, în alte cazuri decât cele prevăzute la art.19, cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.
- (7) Nerespectarea prevederilor art. 20, cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.
- (8) Realizarea, organizarea și/sau anunțarea unei vânzări de lichidare fără notificarea prevăzută la art.21 (1), cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.
- (9) Neprezentarea la solicitarea organelor de control a documentelor legale care justifică realizarea evenimentului care motivează notificarea

comerciantului, conform dispozițiilor cuprinse în art. 21 (1), cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(10) Nerespectarea prevederilor art. 22, art. 25, art. 26, art. 28 și art. 33, cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(11) Nerespectarea prevederilor art. 24, cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(12) Realizarea operațiunilor de soldare în alte perioade decât cele prevăzute la art. 29 (1), cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(13) Nerespectarea prevederilor art. 21 (3), art. 30 (2), art. 34 și art. 35 (1) cu amendă de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei.

(14) Nerespectarea prevederilor art. 46, cu amendă de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei.

(15) Nerespectarea prevederilor art. 47, cu amendă de la 1.000.000 lei la 3.000.000 lei.

(16) Nerespectarea prevederilor art. 37, 38, 39 și 41, cu amendă de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei.

(17) Nerespectarea prevederilor art. 43 și 44, cu amendă de la 10.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(18) Nerespectarea de către organizatorii de loterii publicitare a prevederilor art. 49 și 50, cu amendă de la 10.000.000 lei la 30.000.000 lei.

(19) Neprezentarea în termen a documentelor solicitate conform prevederilor art. 51, cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei.

(20) Faptele asimilate unei publicități înșelătoare de la art. 53 cu amendă de la 15.000.000 lei la 40.000.000 lei.

(21) Vânzarea cu prime și vânzarea condiționată, în alte cazuri decât cele prevăzute la art. 56, și respectiv 58, se sancționează cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei.

(22) Nerespectarea prevederilor art. 61 și 63, cu amendă de la 5.000.000 lei la 15.000.000 lei.

(23) Nerespectarea de către comercianți a prevederilor art. 71, art. 77 (2) și art. 90 (3), cu amendă de la 1.000.000 lei la 2.000.000 lei.

(24) Exercițarea activității de comerț cu ridicata și comerț cu amănuntul în aceeași suprafață de vânzare din cadrul unei unități comerciale, cu amendă de la 10.000.000 lei la 30.000.000 lei.

Art.81 Sancțiunile prevăzute la art.80 - se aplică și persoanelor juridice, caz în care limitele minime și maxime se măresc de 2 ori.

Art. 82 Veniturile încasate ilicit de către comercianți, ca urmare a încălcării prevederilor art. 22, art. 25, art. 43 și art. 49, precum și în cazul

contravențiilor prevăzute la art. 80 alin. 1, 7, 11 și 12, se preiau la bugetul de stat de organele abilitate ale Ministerului Finanțelor.

Art.83 Împiedicarea sau obstrucționarea, sub orice formă, de către comerciant sau de către orice altă persoană, a organelor administrației publice, în exercitarea atribuțiilor lor privind controlul respectării prevederilor prezentei ordonanțe, constituie contravenție și se sancționează cu amendă de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei.

Art.84 Contravențiile prevăzute la art. 80 se constată și se sancționează de către:

- a) organele de control abilitate ale administrației publice locale, pentru cele de la alin. 1 la 13, 14, 15, 17, 21, 22, 23 și 24;
- b) Garda Financiară pentru cele de la alin. 1, 6, 7, 10, 11, 12 și 24, precum și pentru nerespectarea prevederilor art. 43 și art. 49;
- c) Organele de control abilitate ale poliției, pentru cele de la alin. 14 și 15;
- d) organele de control abilitate ale Direcțiilor teritoriale ale Ministerului Muncii și Protecției Sociale, pentru cele de la alineatul 2;
- e) Oficiul Concurenței, pentru cele de la alin. 6, 7, 11 și 12, precum și pentru nerespectarea prevederilor art. 34 și art. 35 (1);
- f) Oficiul pentru Protecția Consumatorilor, pentru cele de la punctele 5 și 13, cu excepția încălcării prevederilor art. 34 și art. 35 (1) pct.f), precum și pentru cele de la alin. 16 la 23, cu excepția încălcării prevederilor art. 89 (3).

Art. 85 Prevederile prezentei ordonanțe referitoare la contravenții se completează cu dispozițiile Legii nr. 32/1968 privind stabilirea și sancționarea contravențiilor, cu excepția celor de la art.25 - 27 din aceea lege, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 86 (1) În cazul repetării contravențiilor prevăzute la art. 80, într-un interval de 12 luni, chiar dacă amenda a fost plătită, autoritățile administrației publice locale pot suspenda activitatea comercială pe o perioadă de 30 de zile pentru structura de vânzare respectivă.

(2) Autorizarea funcționării pentru structurile de vânzare cu suprafață medie sau mare se anulează atunci când:

- a) comerciantul nu începe activitatea în termen de 1 an de la autorizarea funcționării pentru o structură de vânzare medie sau 2 ani pentru o structură de vânzare mare, în afara cazurilor de forță majoră;

- b) activitatea a fost întreruptă pe o perioadă mai mare de un an;
- c) este retrasă autorizația sanitară de funcționare.

(3) Autorizarea funcționării pentru structurile de vânzare cu suprafață mică se anulează atunci când:

- a) comerciantul nu începe activitatea în termen de șase luni de la autorizarea funcționării, în afara cazurilor de forță majoră;
- b) activitatea a fost întreruptă pe o perioadă mai mare de șase luni;
- c) este retrasă autorizația sanitară de funcționare.

(4) Sancțiunile aplicate de celelalte organisme de control, conform prevederilor prezentei ordonanțe, vor fi aduse la cunoștința autorităților administrației publice locale în termen de 48 de ore de la aplicarea acestora.

CAPITOLUL VIII

Dispoziții finale

Art. 87 În cazul lichidărilor și soldărilor, atunci când vânzarea se efectuează în pierdere, așa cum este definită la art.19, costul de achiziție este deductibil din punct de vedere fiscal.

Art.88 Ministerul Industriei și Comerțului – în baza consultării cu alte organisme interesate ale administrației publice centrale și locale, cât și cu cele neguvernamentale – elaborează norme și reglementări specifice cu privire la comercializarea produselor și serviciilor pe piața internă, pe care le supune aprobării Guvernului.

Art. 89 (1) Anexele nr.1, nr.2 și nr.3 fac parte din prezenta ordonanță și pot fi actualizate prin hotărâri ale Guvernului.

(2) Prezenta ordonanță intră în vigoare la 1 ianuarie 2001, cu excepția articolelor: 10, 11,12, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76 și 77, care intră în vigoare la 30 de zile de la data publicării în Monitorul Oficial al României.

(3) În termen de un an de la data intrării în vigoare a prezentei ordonanțe, comercianții care desfășoară activități de comercializare a produselor vor solicita actualizarea autorizării în conformitate cu condițiile pentru desfășurarea activității comerciale prevăzute în prezenta ordonanță.

PRIM-MINISTRU

Mugur Isărescu
Mugur Isărescu



București, 29 august 2000
Nr. 99

-Continuare verso

CONTRASEMNEAZA :

- Ministrul industriei și comerțului

Radu Berceanu

L. L. Măruș

CONSTANTIN
ISBĂȘOIU

- Ministrul funcției publice

p. Vlad Roșca

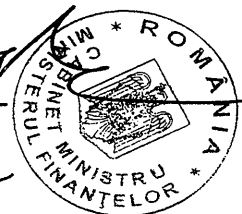
Brisper

IOAN OMISEI

- Ministrul finanțelor

Decebal Traian Remeș

Decebal Traian Remeș



- Ministru de interne

Constantin Dudu Ionescu

Constantin Dudu Ionescu

- Ministru de stat, ministrul sănătății

Hajdu Gabor

Hajdu Gabor

- Ministrul muncii și protecției
sociale

Smaranda Dobrescu

Smaranda Dobrescu

- Ministrul lucrărilor publice și
amenajării teritoriului

Nicolae Noica

Nicolae Noica

- Ministrul agriculturii și alimentației

Ioan Avram Mureșan

Ioan Avram Mureșan

- Secretar de Stat, șeful Oficiului
Concurenței

Dan Ionescu

Dan Ionescu

CONSTANTIN
TRIGOREANU

- Secretar de Stat, Oficiul pentru
Protecția Consumatorilor

Eliade Mihăilescu

Eliade Mihăilescu