



# PARLAMENTUL ROMÂNIEI

## SENATUL

### LEGE

#### privind Codul consumului

**Senatul adoptă prezentul proiect de lege**

#### CAPITOLUL I DISPOZIȚII GENERALE

**Art.1.-** Prezenta lege, denumită în continuare *Codul*, are ca obiect reglementarea raporturilor juridice create între agenții economici și consumatori, cu privire la achiziționarea de produse și servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii, informării lor complete și corecte despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

**Art.2.-** Prevederile prezentului Cod se aplică comercializării produselor noi, folosite sau recondiționate, și a serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare destinate consumatorilor, contractelor încheiate cu consumatorii, regulilor privind publicitatea produselor și serviciilor, cu excepția produselor care sunt reglementate prin legi speciale, a produselor care se comercializează ca antichități și a produselor necesar

a fi reparate sau recondiționate pentru a fi utilizate, cu condiția ca agentul economic să informeze consumatorul despre aceasta.

**Art.3.-** Actele normative privind protecția consumatorilor trebuie să fie adoptate, astfel încât să nu includă bariere în calea liberei circulații a mărfurilor și serviciilor.

**Art.4.-**Principiile de bază ale protecției consumatorilor sunt:

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

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

c) *proporționalitatea* - respectarea unui raport corect între gravitatea faptei constatate, circumstanțele săvârșirii acesteia și măsura sancționatorie aplicată;

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

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

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

**Art.5.-**Statul, prin autoritatea centrală cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, are drept obiective:

a) protecția consumatorilor împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze

viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;

b) promovarea și protecția intereselor economice ale consumatorilor;

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

d) educarea consumatorilor;

e) despăgubirea efectivă a consumatorilor;

f) sprijinirea consumatorilor sau a altor grupuri sau organizații reprezentative de a se organiza, pentru a-și expune opiniile în procesele de luare a unei decizii care îi privește;

g) promovarea cooperării internaționale în domeniul protecției consumatorilor și participarea la schimburile rapide de informații;

h) prevenirea și combaterea, prin toate mijloacele, a practicilor comerciale abuzive și a prestării serviciilor, inclusiv a celor financiare care pot afecta interesele economice ale consumatorilor.

**Art.6.-** Prevederile cuprinse în prezentul Cod sunt obligatorii pentru toți consumatorii și agenții economici care efectuează acte și fapte de comerț, în condițiile legii.

**Art.7.-** Termenii utilizați în legislația privind protecția consumatorilor sunt enumerați cu titlu exemplificativ în anexa care face parte integrantă din prezentul Cod.

## **CAPITOLUL II**

### **OBLIGAȚIILE AGENȚILOR ECONOMICI**

**Art.8.-** Agenții economici sunt obligați să pună pe piață numai produse sau servicii sigure, care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, să se comporte în mod corect în relațiile cu consumatorii și să nu folosească practici comerciale abuzive.

**Art.9.-** Sunt interzise importul, fabricația, distribuția, precum și comercializarea produselor falsificate ori contrafăcute, periculoase sau care au parametri de securitate neconformi care pot afecta viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor.

**Art.10.-** 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.11.-** Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia.

**Art.12.-** Cheltuielile legate de înlocuirea produselor defecte, de remedierea sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vânzător și recuperate de acesta de la producător sau, după caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lanțul de distribuție, dacă prin contractul încheiat între aceștia nu s-a stabilit altfel.

**Art.13.-** Orice persoană care are calitatea de producător, distribuitor sau vânzător de produse alimentare va comercializa numai alimente care prezintă siguranță pentru consumator, sunt salubre și apte pentru consum uman.

**Art.14.-** Consumatorii trebuie să primească toate informațiile necesare pentru o utilizare corespunzătoare, potrivit destinației inițiale a bunurilor.

**Art.15.-** În cazul în care agenții economici iau cunoștință, la o dată ulterioară punerii pe piață a produselor comercializate, despre existența unor pericole care, la momentul punerii pe piață, nu puteau fi cunoscute, trebuie să anunțe, fără întârziere, autoritățile competente și să facă aceste informații publice.

**Art.16.-** În cazul produselor identificate sau identificabile cu defecte, producătorii și/sau distribuitorii au obligația de a le retrage de pe piață, de a le înlocui sau de a le repara, iar în situația în care aceste măsuri nu pot fi făcute într-o perioadă rezonabilă de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, consumatorul trebuie să fie compensat în mod corespunzător .

**Art.17.-** În cazul lipsei conformității, astfel cum este prevăzut în actele normative în domeniul conformității produselor, constatate de consumator, acesta are dreptul de a solicita vânzătorului, ca măsură reparatorie, repararea sau înlocuirea produselor, în fiecare caz fără plată, cu excepția cazului în care această solicitare este imposibilă sau disproporționată.

**Art.18.-** Orice reparare sau înlocuire a produselor va fi făcută în cadrul unei perioade rezonabile de timp, stabilită de comun acord între vânzător și consumator și fără nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, luând în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele, în condițiile legii.

**Art.19.-** Statul adoptă prevederi legale în domeniul protecției consumatorilor.

**Art.20.-** Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, fiind, totodată, conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.

**Art.21.-** Agenții economici sunt obligați să comercializeze alimente care:

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

**Art.22.-** Se interzice comercializarea produselor ce imită produsele alimentare, fără a fi astfel de produse, și care prezintă riscul de a pune în pericol sănătatea sau securitatea consumatorilor, conform reglementărilor legale în vigoare.

**Art.23.-** Obligațiile producătorului:

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

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

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

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

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

#### **Art.24.- Obligațiile distribuitorilor:**

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

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

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

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

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

#### **Art.25.- Obligațiile prestatorilor de servicii:**

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

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

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

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

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

**Art.26.-** (1) Alte obligații ale agenților economici sunt:

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

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

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

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

(2) Dispozițiile alin.(1) se aplică și persoanelor fizice sau juridice care pot avea calitatea de agent economic.

### **CAPITOLUL III DREPTURILE CONSUMATORILOR**

**Art.27.-** Consumatorii beneficiază de următoarele drepturi:

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

b) de a fi informați complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori;

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

d) de a fi despăgubiți în mod real și corespunzător pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;

e) de a se organiza în asociații ale consumatorilor, în scopul apărării drepturilor și intereselor lor;

f) de a refuza încheierea contractelor care cuprind clauze abuzive, conform prevederile legale în vigoare;

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

**Art.28.-** Se interzice a se refuza consumatorului, fără un motiv justificat, conform prevederilor legale în vigoare, vânzarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

#### **CAPITOLUL IV**

#### **CADRUL ORGANIZATORIC AL ORGANIZAȚIILOR**

#### **NEGUVERNAMENTALE**

**Art.29.-** Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele constituite la nivel central sau local, cu rol în domeniul protecției consumatorilor, în care organele administrației publice sunt reprezentate.

**Art.30.-** Personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor sau ale altor autorități, cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, nu au dreptul de a deține funcții în organele de conducere ale organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

**Art.31.-** Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi consultate de către autoritățile administrației publice cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, la elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția consumatorilor, cu privire la:

a) cunoașterea cerințelor consumatorilor privind sortimentele și calitatea produselor și serviciilor;

b) formarea unei atitudini corecte a agenților economici, angajați în producerea și comercializarea produselor și prestarea serviciilor, față de calitatea acestora;

c) prevenirea practicilor comerciale abuzive și a publicității, de natură a afecta drepturile și interesele legitime ale consumatorilor.

**Art.32.-** Organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor au următoarele drepturi și obligații:

a) de a fi sprijinite logistic de către organismele administrației publice centrale și locale, în vederea atingerii obiectivelor lor;

b) de a primi sume de la bugetul de stat și de la bugetele locale;

c) de a fi consultate, cu ocazia elaborării actelor normative, standardelor sau specificațiilor care definesc caracteristicile tehnice și calitative ale produselor și serviciilor destinate consumatorilor;

d) de a solicita, autorităților competente, luarea de măsuri în vederea opririi producției sau retragerii de pe piață a produselor ori serviciilor care nu asigură nivelul calitativ prevăzut în documentele stabilite de lege sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor;

e) de a propune, agenților economici, realizarea de produse și servicii în condiții speciale, în vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de vârstă a treia;

f) de a solicita și de a obține informații asupra prețului și caracteristicilor calitative ale produselor sau serviciilor, de natură să ajute consumatorul la luarea unei decizii asupra achiziționării acestora;

g) de a informa opinia publică, prin mass-media, asupra neconformității produselor și serviciilor existente pe piață, precum și asupra posibilelor consecințe vătămătoare dovedite, ale acestora, pentru consumatori;

h) de a introduce acțiuni în justiție pentru apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor.

**Art.33.-** Reprezentanții organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor nu au drept de control al agenților economici.

## **CAPITOLUL V**

### **CADRUL GENERAL AL SECURITĂȚII PRODUSELOR**

**Art.34.-** Riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, evaluarea riscului făcându-se în funcție de următoarele aspecte:

- a) caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;
- b) efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;
- c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;
- d) categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului;

**Art.35.-** (1) Orice agent economic este obligat să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

(2) Orice comerciant trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure, și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea și/sau consumul acestora.

**Art.35.-** Este interzisă comercializarea produselor care nu sunt sigure, cât și a produselor neînsoțite de documentația obligatorie prevăzută de lege, prin care să se ateste că ele au fost testate și/sau certificate, după caz.

## **CAPITOLUL VI**

### **CADRUL GENERAL PRIVIND OBLIGATIVITATEA INFORMĂRII ȘI EDUCĂRII CONSUMATORILOR**

**Art.37.-** Statul trebuie să realizeze și să încurajeze folosirea de programe menite să asigure o informare și o educare corespunzătoare consumatorilor, pentru a permite acestora să acționeze în mod distinct, în vederea unei alegeri corecte bazată pe o informare corespunzătoare asupra bunurilor și a serviciilor, și să fie cunoscători ai drepturilor și responsabilităților ce le revin.

**Art.38.-** Statul, prin mijloacele sale, are ca scop protejarea consumatorilor la achiziționarea de produse și servicii, precum și protejarea interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității, și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.

**Art.39.-** Educarea consumatorilor poate deveni o parte din programul de învățământ sau o componentă a obiectelor de studii, concretizată prin colaborarea instituțiilor de învățământ cu autoritățile administrației publice, cu atribuții în acest sens.

**Art.40.-** Programele de educare și informare a consumatorilor pot să cuprindă, ca aspecte importante ale protecției acestora:

- a) legislația referitoare la protecția consumatorilor, agenții și organizații ale consumatorilor;
- b) sănătatea, alimentația, prevenirea îmbolnăvirilor și prevenirea achiziționării de produse alimentare falsificate;
- c) riscurile produselor;
- d) interesele economice ale consumatorilor la achiziționarea de servicii, inclusiv a celor financiare;
- e) etichetarea produselor, cu precizarea informațiilor necesare consumatorilor;
- f) informații despre dificultăți și măsuri de rezolvare a acestora, prețuri, calitate, condiții de creditare;
- g) protecția mediului, după caz.

**Art.41.-** Programele ce privesc educarea și informarea consumatorilor pot fi implementate și prin intermediul organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

**Art.42.-** Agenții economici pot contribui și colabora cu terțe părți la realizarea unor programe reale și eficiente de educare și informare a consumatorilor.

**Art.43.-** Având în vedere necesitatea asigurării unei informări complete, concrete și inteligibile a consumatorilor, pot fi inițiate programe privind informarea consumatorilor prin mass-media.

**Art.44.-** Consumatorii au dreptul de a fi informați, în mod complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare oferite de către agenții economici, astfel încât să aibă posibilitatea de a face o alegere rațională între produsele și serviciile oferite, în conformitate cu interesele lor economice și de altă natură, și să fie în măsură să le utilizeze, potrivit destinației acestora, în deplină siguranță și securitate

**Art.45.-** Informațiile privind protejarea vieții, sănătății și securității consumatorilor trebuie să fie comunicate acestora, pe cât este posibil și prin simboluri grafice internaționale, ușor de înțeles.

**Art.46.-** Informarea consumatorilor despre produsele și serviciile oferite se realizează, în mod obligatoriu, prin elemente de identificare și caracterizare ale acestora, înscrise la vedere, în mod vizibil, lizibil și ușor de înțeles, după caz, pe produs, etichetă, ambalaj de vânzare sau în cartea tehnică, instrucțiunile de folosire ori altele asemenea, ce însoțesc produsul sau serviciul, în funcție de natura acestuia.

**Art.47.-** Consumatorii trebuie să fie informați despre riscurile la care sunt implicați, prin folosirea normală sau previzibilă a bunurilor.

**Art.48.-** Scopul etichetării este de a oferi consumatorilor informațiile necesare, suficiente, verificabile și ușor de comparat, astfel încât să permită acestora să aleagă acel produs care corespunde exigențelor lor din punct de vedere al nevoilor și posibilităților lor financiare, precum și de a cunoaște eventualele riscuri la care ar putea fi supuși.

**Art.49.-** Informațiile de pe etichetele produselor trebuie să fie înscrise în limba română, indiferent de țara producătoare, fără a se exclude prezentarea lor și în alte limbi, să fie vizibile, lizibile și inscripționate, într-un mod care să nu permită ștergerea lor.

**Art.50.-** Etichetarea și metodele prin care aceasta se realizează nu trebuie să atribuie alimentelor proprietăți de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor sau să facă referiri la astfel de proprietăți; sunt exceptate de la această interdicție apele minerale naturale, precum și

orice alimente cu destinații nutriționale speciale, expres prevăzute prin acte normative.

**Art.51.-** Pentru produsele alimentare, producătorul, astfel cum este definit în anexă, are obligația de a informa despre denumirea produsului, denumirea și/sau marca producătorului, adresa producătorului, cantitatea și, după caz, termenul de valabilitate sau data durabilității minime, lista ingredientelor, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare, manipulare, depozitare sau păstrare, despre contraindicații, mențiuni suplimentare pe grupe de produse, precum și alte mențiuni prevăzute de lege.

**Art.52.-** Pentru produsele de folosință îndelungată, acestea trebuie să fie însoțite de certificatul de garanție și, dacă reglementările în vigoare prevăd, de declarația de conformitate, precum și de cartea tehnică ori de instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, eliberate de către producător, conform prevederilor legale.

**Art.53.-** Vânzătorul trebuie să informeze consumatorii despre prețul final al produsului și să ofere acestora toate informațiile și documentele tehnice care trebuie să însoțească produsul.

**Art.54.-** Toate informațiile privitoare la produsele și serviciile oferite consumatorilor, documentele însoțitoare, precum și contractele preformulate, trebuie să fie scrise în limba română, indiferent de țara de origine a acestora, fără a exclude prezentarea acestora și în alte limbi.

**Art.55.-** Denumirea sub care este vândut alimentul, consumatorului sau agenților economici care prepară ori furnizează hrana pentru populație, este cea prevăzută de reglementările specifice alimentului respectiv.

**Art.56.-** În cazul prestărilor de servicii, informațiile trebuie să cuprindă categoria calitativă a serviciului, după caz, timpul de realizare, termenul de garanție și postgaranție, prețurile și tarifele, riscurile previzibile și, după caz, alte documente prevăzute expres de lege. În cazul serviciilor financiare, agenții economici sunt obligați să ofere consumatorilor informații complete, corecte și precise asupra drepturilor și obligațiilor ce le revin.

**Art.57.-** La punerea pe piață a produselor de folosință îndelungată, agenții economici pot efectua demonstrații de utilizare, în public sau prin intermediul mass-media, în scopul promovării produsului respectiv.

**Art.58.-** Agenții economici sunt obligați să demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, cu ocazia cumpărării, modul de utilizare și funcționare a produselor ce urmează a fi vândute, după caz.

**Art.59.-** Obligația informării consumatorului privind elementele esențiale referitoare la produsul achiziționat nu poate fi înlăturată, de către agentul economic care l-a comercializat, prin invocarea secretului comercial sau profesional, cu excepția cazurilor prevăzute de lege.

**Art.60.-** Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a afirmațiilor și indicațiilor care nu sunt conforme cu parametrii ce caracterizează produsele și serviciile și care nu pot fi probate.

**Art.61.-** Comercializarea produselor și prestarea serviciilor se fac numai în locuri și în spații autorizate, conform reglementărilor legale în vigoare.

**Art.62.-** Este obligatorie afișarea, în mod vizibil, a denumirii unității, autorizației de funcționare, a avertismentelor obligatorii prevăzute de lege, precum și afișarea orarului de funcționare.

## **CAPITOLUL VII**

### **CADRUL GENERAL PRIVIND PREȚURILE ȘI TARIFELE**

**Art.63.-** Agentul economic care, în rețeaua de distribuție, oferă spre vânzare produse/servicii, trebuie să indice prețul de vânzare/tariful practicat și prețul pe unitatea de măsură, conform reglementărilor legale în vigoare.

**Art.64.-** Prețurile și tarifele trebuie indicate în mod vizibil și într-o formă neechivocă, ușor de citit, prin marcare, etichetare și/sau afișare.

**Art.65.-** Informațiile furnizate de aparatele de măsură utilizate pentru determinarea cantității produselor vândute în vrac trebuie să fie clare și ușor vizibile pentru consumator.

**Art.66.-** Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unei sume de bani cu titlu de avans, agentul economic este obligat să elibereze consumatorului, la plata scontului, un document fiscal conform legislației în vigoare sau, după caz, un contract scris, și să respecte condițiile contractuale.

**Art.67.-** Agenții economici care, potrivit legislației în vigoare, sunt obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale, vor elibera bonuri fiscale consumatorilor de produse/servicii, aceștia având obligația de a păstra aceste documente, cel puțin până la momentul părăsirii spațiului comercial respectiv.

## **CAPITOLUL VIII**

### **PUBLICITATEA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR**

**Art.68.-** Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă și să fie elaborată în spiritul responsabilității sociale.

**Art.69.-** Se interzice publicitatea care:

- a) este înșelătoare;
- b) este subliminală;
- c) prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică;
- d) include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate;
- e) atentează la convingerile religioase sau politice;
- f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor;
- g) exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- h) prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;

i) încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător;

j) favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii, care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

**Art.70.-** Autorul, realizatorul de publicitate și reprezentantul legal al mijlocului de difuzare, răspund solidar cu persoana care își face publicitate, în cazul încălcării prevederilor prezentului Cod, cu excepția cazurilor expres prevăzute prin lege și la care răspunderea este menționată în sarcina altei persoane.

**Art.71.-** Dacă persoana care își face publicitate nu are sediul în România sau dacă nu poate fi identificată, răspunderea revine, după caz, reprezentantului său legal în România, autorului, realizatorului de publicitate sau reprezentantului legal al mijlocului de difuzare.

**Art.72.-** Persoana care își face publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar și este obligată, la solicitarea instituțiilor și autorităților publice abilitate să aplice și să constate contravenții în domeniul publicității, să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora. În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termen de maximum 7 zile de la solicitare sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile din anunțul publicitar în cauză vor fi considerate inexacte.

**Art.73.-** În scopul protejării vieții, sănătății, securității și informării corecte a consumatorilor, statul poate adopta măsuri de interzicere totală sau parțială a publicității anumitor produse.

## **CAPITOLUL IX**

### **DREPTURILE CONSUMATORILOR LA ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR**

**Art.74.-** Orice contract încheiat între comercianți și consumatori, pentru vânzarea de bunuri sau prestarea de servicii, va cuprinde clauze contractuale clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sunt necesare cunoștințe de specialitate.

**Art.75.-** Orice informații privind pachetele de servicii turistice, prețurile acestora, contractele de credit pentru consum și toate celelalte condiții aplicabile contractului, comunicate de organizator sau de detailist consumatorului, trebuie să conțină indicații corecte și clare, care să nu permită interpretări echivoce ale acestora.

**Art.76.-** În caz de dubiu asupra interpretării unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

**Art.77.-** Se interzice comercianților stipularea de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

**Art.78.-** O clauză contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul va fi considerată abuzivă dacă, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, creează, în detrimentul consumatorului și contrar cerințelor bunei-credințe, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților.

**Art.79.-** O clauză contractuală va fi considerată ca nefiind negociată direct cu consumatorul, dacă aceasta a fost stabilită fără a da posibilitate consumatorului să influențeze natura ei, cum ar fi contractele preformulate sau condițiile generale de vânzare practicate de comercianți pe piața produsului sau serviciului respectiv.

**Art.80.-** Faptul că anumite aspecte ale clauzelor contractuale sau numai una dintre clauze a fost negociată direct cu consumatorul nu exclude aplicarea prevederilor legale pentru restul contractului, în cazul în care o evaluare globală a contractului evidențiază că acesta a fost prestabilit unilateral de comerciant. Dacă un comerciant pretinde că o clauză preformată a fost negociată direct cu consumatorul, este de datoria lui să prezinte probe în acest sens.

**Art.81.-** Contractul trebuie să stipuleze, cu caractere mari și în imediata vecinătate a locului rezervat pentru semnătura consumatorului, clauza expresă despre dreptul de denunțare unilaterală a contractului, după caz, precum și numele și adresa comerciantului față de care consumatorul poate să își exercite acest drept, conform dispozițiilor legale.

**Art.82.-** Comerciantul este obligat să remită consumatorului un exemplar din contractul încheiat și să poată proba acest lucru în fața organelor de control.

**Art.83.-** Dreptul consumatorului la denunțarea contractului nu poate fi anulat de nici o clauză contractuală sau înțelegere între părți, în cazurile prevăzute de lege, aceasta fiind considerată nulă de drept.

## **CAPITOLUL X DISPOZIȚII FINALE**

**Art.84.-** (1) Acțiunile de control și supraveghere a pieței sunt efectuate de personalul împuternicit al autorităților publice centrale și teritoriale cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, conform competențelor specifice.

(2) Personalul prevăzut la alin.(1) este autorizat să facă copii de pe materialele și documentele care au legătură cu obiectul controlului, și care se află în posesia celor inspectați, și să solicite referințe despre acestea, numai dacă s-a constatat o abatere de la lege.

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

(4) Personalul prevăzut la alin.(1) poate solicita, pe timpul controlului, pentru aducerea la îndeplinire în bune condiții a atribuțiilor de serviciu, după caz, protecția personală și sprijinul organelor

responsabile cu ordinea și liniștea publică, care au obligația de a le sprijini în acest sens.

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

**Art.85.-** (1) În vederea punerii la dispoziția agenților economici și a consumatorilor a unui instrument neutru de informare, ca rezultat al studiilor de piață și sondajelor de opinie, al strategiilor de distribuție, al practicilor comerciale, se va înființa Institutul Național al Consumului, în coordonarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

(2) Organizarea și funcționarea Institutului Național al Consumului se stabilesc prin hotărâre a Guvernului.

(3) Institutul Național al Consumului este organizat ca instituție publică de interes național, cu personalitate juridică, sub forma unui centru de cercetare, informare și studii în domeniul consumului, ale cărui venituri sunt acordate din surse bugetare și extrabugetare, în condițiile legii.

(4) Activitățile Institutului Național al Consumului se realizează cu sprijinul reprezentanților administrației publice centrale, ai societății civile, al personalităților în domeniu, al organizațiilor patronale și al organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

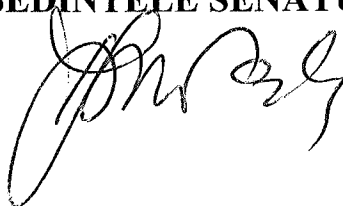
(5) Institutul Național al Consumului sprijină organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor în activitatea de informare și educare a consumatorilor.

**Art.86.-** Autoritatea cu atribuții de protecție a consumatorilor, în toate cazurile în care constată nerespectarea actelor normative în domeniul protecției consumatorilor, este împuternicită să aplice sancțiuni contravenționale principale, complementare, să dispună măsuri complementare și să sesizeze organele de cercetare penală în cazul în care faptele constatate pot constitui infracțiuni.

**Art.87.-** Prezenta lege intră în vigoare la data de 1 ianuarie 2007.

**Acest proiect de lege a fost adoptat de Senat în ședința din 31 mai 2004, cu respectarea prevederilor articolului 76 alineatul (2) din Constituția României, republicată.**

**p.PREȘEDINTELE SENATULUI**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Răz', is written over the printed text of the President of the Senate.