

LEGEA NR. 296/2004

CODUL CONSUMULUI



Capitolul I - Dispozitii generale

Art. 1

Prezenta lege, denumita in continuare Codul, are ca obiect reglementarea raporturilor juridice create intre agentii economici si consumatori, cu privire la achizitionarea de produse si servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurand cadrul necesar accesului la produse si servicii, informarii lor complete si corecte despre caracteristicile esentiale ale acestora, apararii si asigurarii drepturilor si intereselor legitime ale consumatorilor impotriva unor practici abuzive, participarii acestora la fundamentarea si luarea deciziilor ce ii intereseaza in calitate de consumatori.

Art. 2

Prevederile prezentului Cod se aplica comercializarii produselor noi, folosite sau reconditionate, si a serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare, destinate consumatorilor, contractelor incheiate cu consumatorii, regulilor privind publicitatea produselor si serviciilor, cu exceptia produselor si serviciilor care sunt reglementate prin legi speciale, a produselor care se comercializeaza ca antichitati si a produselor necesar a fi reparate sau reconditionate pentru a fi utilizate, cu conditia ca agentul economic sa informeze consumatorul despre aceasta.

Art. 3

Actele normative privind protectia consumatorilor nu trebuie sa includa bariere in calea liberei circulatii a marfurilor si serviciilor.

Art. 4

Principiile de baza ale protectiei consumatorilor sunt:

- a) contradictorialitatea - presupune asigurarea posibilitatii persoanelor aflate pe pozitii divergente de a se exprima cu privire la orice act sau fapt care are legatura cu posibila incalcare a dispozitiilor privind protectia consumatorilor;
- b) celeritatea procedurii de cercetare – presupune obligatia autoritatii competente in domeniul protectiei consumatorilor de a proceda, fara intarziere, la cercetarea sesizarii consumatorilor, cu respectarea drepturilor persoanelor implicate si a regulilor prevazute de lege;
- c) proportionalitatea - conform careia trebuie respectat un raport corect intre gravitatea sau consecintele faptei constatate, circumstantele savarsirii acesteia si masura sanctionatorie aplicata;
- d) legalitatea masurilor propuse/dispuse - presupune ca autoritatile competente nu pot propune/dispune decat masurile prevazute de lege;
- e) confidentialitatea - obligatia personalului din cadrul autoritatilor competente de a pastra confidentialitatea datelor, actelor, informatiilor de orice natura, prin a caror divulgare se pot aduce prejudicii persoanelor fizice sau juridice, care sunt sau pot fi mentionate in aceste informatii;
- f) recunoasterea reciproca - orice produs legal fabricat sau comercializat intr-un stat membru al Uniunii Europene sau in Turcia ori fabricat in mod legal intr-un alt stat apartinand Spatiului Economic European este admis pe teritoriul Romaniei, daca ofera un grad echivalent de protectie cu cel impus de normele romane.

Art. 5

Statul, prin autoritatea centrala cu atributii in domeniul protectiei consumatorilor, are drept obiective:

- a) protectia consumatorilor impotriva riscului de a achizitiona un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea sa le prejudicieze viata, sanatatea sau securitatea ori sa le afecteze drepturile si interesele legitime;
- b) promovarea si protectia intereselor economice ale consumatorilor;
- c) accesul consumatorilor la informatii complete, corecte si precise asupra caracteristicilor esentiale ale

produselor si serviciilor, astfel incat decizia pe care o adopta in legatura cu acestea sa corespunda cat mai bine nevoilor lor;

d) educarea consumatorilor;

e) despagubirea efectiva a consumatorilor;

f) sprijinirea consumatorilor sau a altor grupuri sau organizatii reprezentative de a se organiza, pentru a-si expune opiniile in procesele de luare a unei decizii care ii priveste;

g) promovarea cooperarii internationale in domeniul protectiei consumatorilor si participarea la schimburile rapide de informatii;

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

Art. 6

Prevederile cuprinse in prezentul Cod sunt obligatorii pentru toti consumatorii si agentii economici care efectueaza acte si fapte de comert, in conditiile legii.

Art. 7

Termenii utilizati in legislatia privind protectia consumatorilor sunt enumerati cu titlu exemplificativ in anexa care face parte integranta din prezentul Cod.

Capitolul II - Obligatiile agentilor economici

Art. 8

Agentii economici sunt obligati sa puna pe piata numai produse sau servicii sigure, care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, sa se comporte in mod corect in relatiile cu consumatorii si sa nu foloseasca practici comerciale abuzive.

Art. 9

Sunt interzise importul, fabricatia, distributia, precum si comercializarea produselor falsificate ori contrafacute, periculoase sau care au parametri de securitate neconformi care pot afecta viata, sanatatea sau securitatea consumatorilor.

Art. 10

Este interzisa conditionarea vanzarii catre consumator a unui produs, de cumpararea unei cantitati impuse sau de cumpararea concomitenta a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisa prestarea unui serviciu catre consumator, conditionata de prestarea altui serviciu sau de cumpararea unui produs.

Art. 11

Orice vanzare fortata este interzisa. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu catre o persoana se face numai in baza unei comenzi prelabile din partea acesteia.

Art. 12

Cheltuielile legate de inlocuirea produselor defecte, de remedierea sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vanzator si recuperate de acesta de la producator sau, dupa caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lantul de distributie, daca prin contractul incheiat intre acestia nu s-a stabilit altfel.

Art. 13

Orice persoana care are calitatea de producator, distribuitor sau vanzator de produse alimentare va

comercializa numai alimente care prezinta siguranta pentru consumator, sunt salubre si apte pentru consum uman.

Art. 14

Consumatorii trebuie sa primeasca toate informatiile necesare pentru o utilizare corespunzatoare, potrivit destinatiei initiale a bunurilor.

Art. 15

In cazul in care agentii economici iau cunostinta, la o data ulterioara punerii pe piata a produselor comercializate, despre existenta unor pericole care, la momentul punerii pe piata nu puteau fi cunoscute, trebuie sa anunte, fara intarziere, autoritatile competente si sa faca aceste informatii publice.

Art. 16

In cazul produselor identificate sau identificabile cu defecte, producatorii si/sau distribuitorii au obligatia de a le retrage de pe piata, de a le inlocui sau de a le repara, iar in situatia in care aceste masuri nu pot fi facute intr-o perioada rezonabila de timp, stabilita de comun acord intre vanzator si consumator si fara nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, consumatorul trebuie sa fie compensat in mod corespunzator.

Art. 17

In cazul lipsei conformitatii, astfel cum este prevazut in actele normative in domeniul conformitatii produselor, constatate de consumator, acesta are dreptul de a solicita vanzatorului, ca masura reparatorie, repararea sau inlocuirea produselor, in fiecare caz fara plata, cu exceptia cazului in care aceasta solicitare este imposibila sau disproportionata.

Art. 18

Orice reparare sau inlocuire a produselor va fi facuta in cadrul unei perioade rezonabile de timp, stabilita de comun acord intre vanzator si consumator si fara nici un inconvenient semnificativ pentru consumator, luand in considerare natura produselor si scopul pentru care acesta a solicitat produsele, in conditiile legii.

Art. 19

Guvernul elaboreaza prevederi privind regulile de securitate, standardele nationale sau de aderare la standardele europene, standardele voluntare cat si cele privind intocmirea documentelor de conformitate care asigura ca produsele comercializate pe piata sunt sigure.

Art. 20

Ambalajele produselor trebuie sa asigure integritatea si protectia calitatii acestora, fiind, totodata, conforme prevederilor legale referitoare la protectia muncii, mediului si a securitatii consumatorilor.

Art. 21

Agentii economici sunt obligati sa comercializeze alimente care:

- a) sunt insotite de documente care le atesta originea, provenienta si securitatea, dupa caz;
- b) sunt manipulate si comercializate in conditii corespunzatoare de igiena, care nu pun in pericol viata si sanatatea consumatorilor si care respecta normele sanitare in vigoare;
- c) nu afecteaza viata si sanatatea consumatorilor.

Art. 22

Se interzice comercializarea produselor ce imita produsele alimentare, fara a fi astfel de produse si care prezinta riscul de a pune in pericol sanatatea sau securitatea consumatorilor, conform reglementarilor legale in vigoare.

Art. 23

Obligatiile producatorului:

- a) sa raspunda pentru prejudiciul actual si cel viitor cauzat de produsul cu defect, precum si pentru cel cauzat ca rezultat cumulativ al produsului cu defect cu o actiune sau o omisiune a unei terte persoane;
- b) sa puna pe piata numai produse sigure si, daca actele normative in vigoare prevad, acestea sa fie testate si/sau certificate;
- c) sa puna pe piata numai produse care respecta conditiile prescrise sau declarate;
- d) sa opreasca livrarile, respectiv sa retraga de pe piata sau de la consumatori produsele la care organele abilitate sau specialistii proprii au constatat neindeplinirea caracteristicilor prescrise, declarate sau care ar putea afecta viata, sanatatea ori securitatea consumatorilor, daca aceasta masura constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitatile respective;
- e) sa asigure, in cursul procesului de productie, conditii igienico-sanitare conform normelor sanitare in vigoare.

Art. 24

Obligatiile distribuitorilor:

- a) sa se asigure ca produsele oferite spre comercializare sunt sigure si respecta conditiile prescrise sau declarate;
- b) sa nu comercializeze produse despre care detin informatii sau considera ca pot fi periculoase;
- c) sa anunte, imediat, autoritatile publice competente, precum si producatorul, despre existenta pe piata a oricarui produs de care au cunostinta ca este periculos;
- d) sa retraga de la comercializare produsele la care organele abilitate de lege au constatat ca nu indeplinesc caracteristicile prescrise sau declarate, daca acesta constituie singurul mijloc prin care se pot elimina neconformitatile respective;
- e) sa asigure conditiile tehnice stabilite de producator, precum si conditiile igienico-sanitare pe timpul transportului, manipularii, depozitarii si desfacerii, conform normelor in vigoare.

Art. 25

Obligatiile prestatorilor de servicii:

- a) sa foloseasca, in cadrul serviciilor prestate, numai produse si proceduri sigure si, dupa caz, daca actele normative in vigoare prevad, acestea sa fie testate si/sau certificate si sa anunte imediat existenta pe piata a oricarui produs despre care au cunostinta ca este periculos;
- b) sa presteze numai servicii care nu afecteaza viata, sanatatea sau securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;
- c) sa respecte conditiile prescrise sau declarate, precum si clauzele prevazute in contracte;
- d) sa asigure, la prestarea serviciilor, conditiile tehnice stabilite de producator, precum si conditiile igienico-sanitare, conform normelor in vigoare;
- e) sa raspunda pentru prejudiciul actual si cel viitor cauzat de serviciul defectuos prestat.

Art. 26

(1) Alte obligatii ale agentilor economici sunt:

- a) de a comercializa sau oferi, cu titlu gratuit, numai produse sigure, aflate in cadrul termenului de valabilitate si care nu prezinta riscuri pentru viata, sanatatea si/sau securitatea consumatorilor;
- b) de a nu comercializa, in spatii in care nu pot fi asigurate conditiile de pastrare cerute de producator pentru a se preveni perisabilitatea accelerata, produse alimentare preambalate sau ambalate;
- c) de a nu comercializa, in alte conditii decat cele cerute de legislatia in vigoare, produse nealimentare noi, folosite sau reconditionate, fara a putea fi, acolo unde este cazul, probate, verificate sau asigurate conditiile de pastrare cerute de producator, pentru a se asigura mentinerea caracteristicilor initiale ale produselor;
- d) de a nu importa, in vederea distributiei cu titlu oneros sau gratuit, produse periculoase, expirate sau care

pot afecta viata, sanatatea si/sau securitatea consumatorilor prin utilizarea acestora.

(2) Dispozitiile alin. (1) se aplica si persoanelor fizice sau juridice care pot avea calitatea de agent economic.

Capitolul III - Drepturile consumatorilor

Art. 27

Consumatorii beneficiaza de urmatoarele drepturi:

- a) de a fi protejati impotriva riscului de a achizitiona un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea sa le prejudicieze viata, sanatatea sau securitatea ori sa le aduca atingere drepturilor si intereselor legitime;
- b) de a fi informati complet, corect si precis, asupra caracteristicilor esentiale ale produselor si serviciilor, astfel incat decizia pe care o adopta in legatura cu acestea sa corespunda cat mai bine nevoilor lor, precum si de a fi educati in calitatea lor de consumatori;
- c) de a avea acces la piete care le asigura o gama variata de produse si servicii de calitate;
- d) de a fi despagubiti in mod real si corespunzator pentru pagubele generate de calitatea necorespunzatoare a produselor si serviciilor, folosind in acest scop mijloace prevazute de lege;
- e) de a se organiza in asociatii ale consumatorilor, in scopul apararii drepturilor si intereselor lor;
- f) de a refuza incheierea contractelor care cuprind clauze abuzive, conform prevederilor legale in vigoare;
- g) de a nu li se interzice de catre un agent economic sa obtina un beneficiu prevazut in mod expres de lege.

Art. 28

Se interzice refuzul vanzarii unui produs sau prestarii unui serviciu catre un consumator fara un motiv justificat conform prevederilor legale in vigoare.

Capitolul IV - Cadrul organizatoric al organizatiilor neguvernamentale

Art. 29

Organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare in organisme constituite la nivel central sau local, cu rol in domeniul protectiei consumatorilor, in care organele administratiei publice sunt reprezentate.

Art. 30

Personalul de conducere si salariatii organelor de specialitate ale administratiei publice, precum si ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor sau ale altor autoritati, cu atributii in domeniul protectiei consumatorilor, nu au dreptul de a detine functii in organele de conducere ale organizatiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

Art. 31

Organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi consultate de catre autoritatile administratiei publice cu atributii in domeniul protectiei consumatorilor, la elaborarea dispozitiilor si procedurilor cu caracter general si a altor lucrari care au ca scop protectia consumatorilor, cu privire la:

- a) cunoasterea cerintelor consumatorilor privind sortimentele si calitatea produselor si serviciilor
- b) formarea unei atitudini corecte a agentilor economici, angajati in producerea si comercializarea produselor si prestarea serviciilor, fata de calitatea acestora;

c) prevenirea practicilor comerciale abuzive si a publicitatii de natura a afecta drepturile si interesele legitime ale consumatorilor.

Art. 32

Organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor au urmatoarele drepturi si obligatii:

- a) de a fi sprijinite logistic de catre organismele administratiei publice centrale si locale, in vederea atingerii obiectivelor lor;
- b) de a primi sume de la bugetul de stat si de la bugetele locale;
- c) de a fi consultate, cu ocazia elaborarii actelor normative, standardelor sau specificatiilor care definesc caracteristicile tehnice si calitative ale produselor si serviciilor destinate consumatorilor;
- d) de a solicita autoritatilor competente luarea de masuri in vederea opririi productiei sau retragerii de pe piata a produselor ori serviciilor care nu asigura nivelul calitativ prevazut in documentele stabilite de lege sau care pun in pericol viata, sanatatea ori securitatea consumatorilor;
- e) de a propune agentilor economici realizarea de produse si servicii in conditii speciale, in vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de varsta a treia;
- f) de a solicita si de a obtine informatii asupra pretului si caracteristicilor calitative ale produselor sau serviciilor, de natura sa ajute consumatorul la luarea unei decizii asupra achizitionarii acestora;
- g) de a informa opinia publica, prin mass-media, asupra neconformitatii produselor si serviciilor existente pe piata, precum si asupra posibilelor consecinte vatamatoare dovedite ale acestora, pentru consumatori;
- h) de a introduce actiuni in justitie pentru apararea drepturilor si intereselor legitime ale consumatorilor.

Art. 33

Reprezentantii organizatiilor neguvernamentale ale consumatorilor nu au drept de control al agentilor economici.

Capitolul V - Cadrul general al securitatii produselor

Art. 34

Riscul se considera acceptabil si compatibil cu un grad inalt de protectie pentru siguranta si sanatatea consumatorilor, evaluarea riscului facandu-se in functie de urmatoarele aspecte:

- a) caracteristicile produsului, ale ambalarii si ale instructiunilor de montaj si intretinere;
- b) efectul asupra altor produse, impreuna cu care acesta poate fi folosit;
- c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instructiunile de folosire si orice alte indicatii si informatii furnizate de producator;
- d) categoria de consumatori expusa riscului prin folosirea produsului.

Art. 35

(1) Orice agent economic este obligat sa introduca pe piata numai produse sigure pentru viata, sanatatea si securitatea consumatorilor.

(2) Orice comerciant trebuie sa se asigure ca produsele oferite spre comercializare sunt sigure si sa informeze consumatorii asupra factorilor de risc in utilizarea si/sau consumul acestora.

Art. 36

Este interzisa comercializarea produselor care nu sunt sigure, cat si a produselor neinsotite de documentatia obligatorie prevazuta de lege, prin care sa se ateste ca ele au fost testate si/sau certificate, dupa caz.

Capitolul VI - Cadrul general privind obligativitatea informarii si educarii consumatorilor

Art. 37

Statul trebuie sa realizeze si sa incurajeze folosirea de programe menite sa asigure consumatorilor o informare si o educare corespunzatoare, pentru a permite acestora sa actioneze in mod distinct, in vederea unei alegeri corecte bazate pe o informare corespunzatoare asupra bunurilor si a serviciilor si sa fie cunoscatori ai drepturilor si responsabilitatilor ce le revin.

Art. 38

Statul, prin mijloacele sale, are ca scop protejarea consumatorilor la achizitionarea de produse si servicii, precum si protejarea interesului public general impotriva publicitatii inselatoare, a consecintelor negative ale publicitatii si stabileste conditiile in care este permisa publicitatea comparativa.

Art. 39

Educarea consumatorilor poate deveni o parte din programul de invatamant sau o componenta a obiectelor de studii, concretizata prin colaborarea institutiilor de invatamant cu autoritatile administratiei publice, cu atributii in acest sens.

Art. 40

Programele de educare si informare a consumatorilor pot sa cuprinda, ca aspecte importante ale protectiei acestora:

- a) legislatia referitoare la protectia consumatorilor, agentii si organizatii ale consumatorilor;
- b) sanatatea, alimentatia, prevenirea imbolnavirilor si prevenirea achizitionarii de produse alimentare falsificate;
- c) riscurile produselor;
- d) interesele economice ale consumatorilor la achizitionarea de servicii, inclusiv a celor financiare;
- e) etichetarea produselor, cu precizarea informatiilor necesare consumatorilor;
- f) informatii despre dificultati si masuri de rezolvare a acestora, preturi, calitate, conditii de creditare;
- g) protectia mediului, dupa caz.

Art. 41

Programele ce privesc educarea si informarea consumatorilor pot fi implementate si prin intermediul organizatiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

Art. 42

Agentii economici pot contribui si colabora cu terte parti la realizarea unor programe reale si eficiente de educare si informare a consumatorilor.

Art. 43

Avand in vedere necesitatea asigurarii unei informari complete, concrete si inteligibile a consumatorilor pot fi initiate programe privind informarea consumatorilor prin mass-media.

Art. 44

Consumatorii au dreptul de a fi informati, in mod complet, corect si precis, asupra caracteristicilor esentiale ale produselor si serviciilor, inclusiv a serviciilor financiare oferite de catre agentii economici, astfel incat sa aiba posibilitatea de a face o alegere rationala intre produsele si serviciile oferite, in conformitate cu interesele lor economice si de alta natura si sa fie in masura sa le utilizeze, potrivit destinatiei acestora, in deplina siguranta si securitate.

Art. 45

Informatiile privind protejarea vietii, sanatatii si securitatii consumatorilor trebuie sa fie comunicate acestora, pe cat este posibil si prin simboluri grafice internationale, usor de inteles.

Art. 46

Informarea consumatorilor despre produsele si serviciile oferite se realizeaza, in mod obligatoriu, prin elemente de identificare si caracterizare ale acestora, inscise la vedere, in mod vizibil, lizibil si usor de inteles, dupa caz, pe produs, eticheta, ambalaj de vanzare sau in cartea tehnica, instructiunile de folosire ori altele asemenea, ce insotesc produsul sau serviciul, in functie de natura acestuia.

Art. 47

Consumatorii trebuie sa fie informati despre riscurile la care sunt supusi prin folosirea normala sau previzibila a bunurilor.

Art. 48

Scopul etichetarii este de a oferi consumatorilor informatiile necesare, suficiente, verificabile si usor de comparat, astfel incat sa permita acestora sa aleaga acel produs care corespunde exigentelor lor din punct de vedere al nevoilor si posibilitatilor lor financiare, precum si de a cunoaste eventualele riscuri la care ar putea fi supusi.

Art. 49

Informatiile de pe etichetele produselor trebuie sa fie inscise in limba romana, indiferent de tara producatoare, fara a se exclude prezentarea lor si in alte limbi, sa fie vizibile, lizibile si inscriptionate intr-un mod care sa nu permita stergerea lor.

Art. 50

Etichetarea si metodele prin care aceasta se realizeaza nu trebuie sa atribuie alimentelor proprietati de prevenire, tratare sau vindecare a bolilor sau sa faca referiri la astfel de proprietati; sunt exceptate de la aceasta interdictie apele minerale naturale, precum si orice alimente cu destinatii nutritionale speciale, expres prevazute prin acte normative.

Art. 51

Pentru produsele alimentare, producatorul, astfel cum este definit in anexa, are obligatia de a informa despre denumirea produsului, denumirea si/sau marca producatorului, adresa producatorului, cantitatea si, dupa caz, termenul de valabilitate sau data durabilitatii minimele, lista ingredientelor, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare, manipulare, depozitare sau pastrare, despre contraindicatii, mentiuni suplimentare pe grupe de produse, precum si alte mentiuni prevazute de lege.

Art. 52

Pentru produsele de folosinta indelungata, acestea trebuie sa fie insotite de certificatul de garantie si, daca reglementarile in vigoare prevad, de declaratia de conformitate, precum si de cartea tehnica ori de instructiunile de folosire, instalare, exploatare, intretinere, eliberate de catre producator, conform prevederilor legale.

Art. 53

Vanzatorul trebuie sa informeze consumatorii despre pretul final al produsului si sa ofere acestora toate informatiile si documentele tehnice care trebuie sa insoteasca produsul.

Art. 54

Toate informatiile privitoare la produsele si serviciile oferite consumatorilor, documentele insotitoare,

precum si contractele preformulate, trebuie sa fie scrise in limba romana, indiferent de tara de origine a acestora, fara a exclude prezentarea acestora si in alte limbi.

Art. 55

Denumirea sub care este vandut alimentul consumatorului sau agentilor economici care prepara ori furnizeaza hrana pentru populatie este cea prevazuta de reglementarile specifice alimentului respectiv.

Art. 56

In cazul prestarilor de servicii, informatiile trebuie sa cuprinda categoria calitativa a serviciului, dupa caz, timpul de realizare, termenul de garantie si postgarantie, preturile si tarifele, riscurile previzibile si, dupa caz, alte documente prevazute expres de lege. In cazul serviciilor financiare, agentii economici sunt obligati sa ofere consumatorilor informatii complete, corecte si precise asupra drepturilor si obligatiilor ce le revin.

Art. 57

La punerea pe piata a produselor de folosinta indelungata, agentii economici pot efectua demonstratii de utilizare, in public sau prin intermediul mass-media, in scopul promovarii produsului respectiv.

Art. 58

Agentii economici sunt obligati sa demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, cu ocazia cumpararii, modul de utilizare si functionare a produselor ce urmeaza a fi vandute, dupa caz.

Art. 59

Obligatia informarii consumatorului privind elementele esentiale referitoare la produsul achizitionat nu poate fi inlaturata, de catre agentul economic care l-a comercializat, prin invocarea secretului comercial sau profesional, cu exceptia cazurilor prevazute de lege.

Art. 60

Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a afirmatiilor si indicatiilor care nu sunt conforme cu parametrii ce caracterizeaza produsele si serviciile si care nu pot fi probate.

Art. 61

Comercializarea produselor si prestarea serviciilor se fac numai in locuri si in spatii autorizate, conform reglementarilor legale in vigoare.

Art. 62

Este obligatorie afisarea, in mod vizibil, a denumirii unitatii, a autorizatiei de functionare, a avertismentelor obligatorii prevazute de lege, precum si afisarea orarului de functionare.

Capitolul VII - Cadrul general privind preturile si tarifele

Art. 63

Agentul economic care, in reseaua de distributie, ofera spre vanzare produse/servicii trebuie sa indice pretul de vanzare/tarifal practicat si pretul pe unitatea de masura, conform reglementarilor legale in vigoare.

Art. 64

Preturile si tarifele trebuie indicate in mod vizibil si intr-o forma neechivoca, usor de citit, prin marcare, etichetare si/sau afisare.

Art. 65

Informatiile furnizate de aparatele de masura utilizate pentru determinarea cantitatii produselor vandute in vrac trebuie sa fie clare si usor vizibile pentru consumator.

Art. 66

Cand livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior platii unei sume de bani cu titlu de avans, agentul economic este obligat sa elibereze consumatorului, la plata accontului, un document fiscal conform legislatiei in vigoare sau, dupa caz, un contract scris si sa respecte conditiile contractuale.

Art. 67

Agentii economici care, potrivit legislatiei in vigoare, sunt obligati sa utilizeze aparate de marcat electronice fiscale vor elibera bonuri fiscale consumatorilor de produse/servicii, acestia avand obligatia de a pastra aceste documente, cel putin pana la momentul parasirii spatiului comercial respectiv.

Capitolul VIII - Publicitatea produselor si serviciilor**Art. 68**

Publicitatea trebuie sa fie decenta, corecta si sa fie elaborata in spiritul responsabilitatii sociale.

Art. 69

Se interzice publicitatea care:

- a) este inselatoare;
- b) este subliminala;
- c) prejudiciaza respectul pentru demnitatea umana si morala publica;
- d) include discriminari bazate pe rasa, sex, limba, origine, origine sociala, identitate etnica sau nationalitate;
- e) atenteaza la convingerile religioase sau politice;
- f) aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnitatii si vietii particulare a persoanelor;
- g) exploateaza superstitiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- h) prejudiciaza securitatea persoanelor sau incita la violenta;
- i) incurajeaza un comportament care prejudiciaza mediul inconjurator;
- j) favorizeaza comercializarea unor bunuri sau servicii, care sunt produse ori distribuite contrar prevederilor legale.

Art. 70

Autorul, realizatorul de publicitate si reprezentantul legal al mijlocului de difuzare raspund solidar cu persoana care isi face publicitate, in cazul incalcarii prevederilor prezentului Cod, cu exceptia cazurilor expres prevazute prin lege si la care raspunderea este mentionata in sarcina altei persoane.

Art. 71

Daca persoana care isi face publicitate nu are sediul in Romania sau daca nu poate fi identificata, raspunderea revine, dupa caz, reprezentantului sau legal in Romania, autorului, realizatorului de publicitate sau reprezentantului legal al mijlocului de difuzare.

Art. 72

Persoana care isi face publicitate trebuie sa fie in masura sa probeze exactitatea afirmatiilor, indicatiilor sau prezentarilor din anuntul publicitar si este obligata, la solicitarea institutiilor si autoritatilor publice abilitate sa aplice si sa constate contraventii in domeniul publicitatii, sa furnizeze documentele care sa probeze exactitatea acestora. In cazul in care documentele nu sunt furnizate in termen de maximum 7 zile de la

solicitare sau daca sunt considerate insuficiente, afirmatiile din anuntul publicitar in cauza vor fi considerate inexacte.

Art. 73

In scopul protejarii vietii, sanatatii, securitatii si informarii corecte a consumatorilor, statul poate adopta masuri de interzicere totala sau partiala a publicitatii anumitor produse.

Capitolul IX - Drepturile consumatorilor la incheierea contractelor

Art. 74

Orice contract incheiat intre comercianti si consumatori, pentru vanzarea de bunuri sau prestarea de servicii, va cuprinde clauze contractuale clare, fara echivoc, pentru intelegerea carora nu sunt necesare cunostinte de specialitate.

Art. 75

Orice informatii privind pachetele de servicii turistice, preturile acestora, contractele de credit pentru consum si toate celelalte conditii aplicabile contractului, comunicate de organizator sau de detailist consumatorului, trebuie sa contina indicatii corecte si clare, care sa nu permita interpretari echivoce ale acestora.

Art. 76

In caz de dubiu asupra interpretarii unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate in favoarea consumatorului.

Art. 77

Se interzice comerciantilor stipularea de clauze abuzive in contractele incheiate cu consumatorii.

Art. 78

O clauza contractuala care nu a fost negociata direct cu consumatorul va fi considerata abuziva daca, prin ea insasi sau impreuna cu alte prevederi din contract, creeaza, in detrimentul consumatorului si contrar cerintelor bunei-credinte, un dezechilibru semnificativ intre drepturile si obligatiile partilor.

Art. 79

O clauza contractuala va fi considerata ca nefiind negociata direct cu consumatorul, daca aceasta a fost stabilita fara a da posibilitatea consumatorului sa influenteze natura ei, cum ar fi contractele preformulate sau conditiile generale de vanzare practicate de comercianti pe piata produsului sau serviciului respectiv.

Art. 80

Faptul ca anumite aspecte ale clauzelor contractuale sau numai una dintre clauze a fost negociata direct cu consumatorul nu exclude aplicarea prevederilor legale pentru restul contractului, in cazul in care o evaluare globala a contractului evidentiaza ca acesta a fost prestabilit unilateral de comerciant. Daca un comerciant pretinde ca o clauza preformulata a fost negociata direct cu consumatorul este de datoria lui sa prezinte probe in acest sens.

Art. 81

Contractul trebuie sa stipuleze, cu caractere mari si in imediata vecinatate a locului rezervat pentru semnatura consumatorului, clauza expresa despre dreptul de denuntare unilaterala a contractului, dupa caz, precum si numele si adresa comerciantului fata de care consumatorul poate sa isi exercite acest drept,

conform dispozitiilor legale.

Art. 82

Comerciantul este obligat sa remita consumatorului un exemplar din contractul incheiat si sa poata proba acest lucru in fata organelor de control.

Art. 83

Dreptul consumatorului la denuntarea contractului nu poate fi anulat de nici o clauza contractuala sau intelegere intre parti, in cazurile prevazute de lege, aceasta fiind considerata nula de drept.

Capitolul X - Dispozitii finale si tranzitorii

Art. 84

(1) Actiunile de control si supraveghere a pietei sunt efectuate de personalul imputernicit al autoritatilor publice centrale si teritoriale cu atributii in domeniul protectiei consumatorilor, conform competentelor specifice.

(2) Personalul prevazut la alin. (1) este autorizat sa faca copii de pe materialele si documentele care au legatura cu obiectul controlului si care se afla in posesia celor inspectati si sa solicite referinte despre acestea, numai daca s-a constatat o abatere de la lege.

(3) Personalul imputernicit este obligat sa pastreze secretul profesional si sa nu divulge unei terte parti secretele comerciale sau alte informatii confidentiale ori particulare obtinute in timpul sau in legatura cu actiunile de control, daca nu li se cere sa faca aceasta de catre o autoritate judecatoreasca sau de catre partea inspectata. In cazul in care personalul cu atributii de control identifica sau suspecteaza neconformarea cu prevederile actelor normative din domeniul protectiei consumatorilor in vigoare, acesta poate adopta si/sau dispune masuri in conformitate cu prevederile acestora.

(4) Personalul prevazut la alin. (1) poate solicita, pe timpul controlului, pentru aducerea la indeplinire in bune conditii a atributiilor de serviciu, dupa caz, protectia personala si sprijinul organelor responsabile cu ordinea si linistea publica care au obligatia de a le sprijini in acest sens.

(5) Documentele care contin date cu caracter personal, sesizarile si reclamatiiile petentilor, precum si documentele de constatare si sanctionare contraventionala nu pot avea caracter public, cu exceptia cazurilor expres prevazute de lege sau a cazurilor in care partile ale caror date sunt identificate sau identificabile consimt, in scris, acest fapt.

Art. 85

(1) In vederea punerii la dispozitia agentilor economici si a consumatorilor a unui instrument neutru de informare, ca rezultat al studiilor de piata si sondajelor de opinie, al strategiilor de distributie, al practicilor comerciale, se va infiinta Institutul National al Consumului, in coordonarea Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor.

(2) Organizarea si functionarea Institutului National al Consumului se stabilesc prin hotarare a Guvernului.

(3) Institutul National al Consumului este organizat ca institutie publica de interes national, cu personalitate juridica, sub forma unui centru de cercetare, informare si studii in domeniul consumului, ale carui venituri sunt acordate din surse bugetare si extrabugetare, in conditiile legii.

(4) Activitatile Institutului National al Consumului se realizeaza cu sprijinul reprezentantilor administratiei publice centrale, ai societatii civile, ai personalitatilor in domeniu, ai organizatiilor patronale si ai organizatiilor neguvernamentale ale consumatorilor.

(5) Institutul National al Consumului sprijina organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor in activitatea de informare si educare a consumatorilor.

Art. 86

Autoritatea cu atributii de protectie a consumatorilor, in toate cazurile in care constata nerespectarea actelor normative in domeniul protectiei consumatorilor, este imputernicita sa aplice sanctiuni contraventionale principale, complementare, sa dispuna masuri complementare si sa sesizeze organele de cercetare penala in cazul in care faptele constatate pot constitui infractiuni.

Art. 87

(1) Reglementarile legale in vigoare privind protectia consumatorului care nu sunt cuprinse in prezenta lege se vor prelua ca anexe ale acesteia.

(2) In termen de 18 luni de la data publicarii prezentei legi in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I, Guvernul va prezenta Parlamentului, spre adoptare, proiectul de lege cu privire la anexele prevazute la alin. (1).

Art. 88

Prezenta lege intra in vigoare la data de 1 ianuarie 2007.

Anexa - Definitii

In sensul legislatiei privind protectia consumatorilor, termenii si expresiile de mai jos se definesc astfel:

1. agent economic - persoana fizica sau juridica, autorizata, care in cadrul activitatii sale profesionale fabrica, importa, depoziteaza, transporta sau comercializeaza produse ori parti din acestea sau presteaza servicii;
2. aliment nepreambalat - aliment vrac care nu este supus operatiunii de preambalare si care, pentru vanzare, este masurat sau cantarit in prezenta consumatorului;
3. autoritate cu atributii de protectia consumatorilor - autoritatea administratiei publice centrale si serviciile sale deconcentrate abilitate sa constate si sa aplice sanctiuni pentru nerespectarea dispozitiilor privind protectia consumatorilor;
4. calitate - ansamblul de proprietati si caracteristici ale unui produs sau serviciu, care ii confera aptitudinea de a satisface, conform destinatiei acestuia, necesitatile explicite sau implicite;
5. centru comercial - structura de vanzare cu suprafata medie sau mare in care se desfasoara activitati de comercializare cu amanuntul de produse, servicii de piata si de alimentatie publica, ce utilizeaza o infrastructura comuna si utilitati adecvate;
6. clauza abuziva - clauza contractuala care nu a fost negociata direct cu consumatorul si care prin ea insasi sau impreuna cu alte prevederi din contract creeaza, in detrimentul consumatorilor si contrar cerintelor bunei-credinte, un dezechilibru semnificativ intre drepturile si obligatiile partilor;
7. comerciant - persoana fizica sau juridica autorizata sa desfasoare activitatea de comercializare a produselor si serviciilor de piata;
8. comert ambulant - activitatea de comercializare cu amanuntul realizata prin trecere dintr-un loc in altul, in rulote mobile, standuri mobile, chioscuri mobile sau in vehicule special amenajate;
9. comert cu amanuntul/de detail - activitatea desfasurata de agentii economici care vand produse, de regula, direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora;
10. comert cu ridicata/de gros - activitatea desfasurata de agentii economici care cumpara produse in cantitati mari, in scopul revanzarii acestora in cantitati mai mici altor comercianti sau utilizatori profesionali si colectivi;
11. comert de gros cash and carry/forma de comert cu autoservire pe baza de legitimatie de acces - activitatea desfasurata de agentii economici care vand marfuri prin sistemul de autoservire catre persoane juridice sau persoane fizice autorizate si asociatii familiale autorizate conform legii, inregistrate in baza de date a vanzatorului, in scopul revanzarii si/sau prelucrarii, precum si al utilizarii acestora ca produse

consumabile;

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

13. consumator/consumator final - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care cumpără, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii în afara activității profesionale;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

27. prestator - agentul economic care furnizează servicii;

28. producător:

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

b) agentul economic care fabrică materie primă;

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

d) agentul economic care recondiționează produsul;

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

- f) reprezentantul inregistrat in Romania al unui agent economic care nu are sediul in Romania sau, in cazul inexistentei acestuia, importatorul produsului;
- g) agentul economic care importa produse in vederea realizarii ulterioare a unei operatiuni de vanzare, inchiriere, leasing sau orice alta forma de distributie specifica derularii afacerilor sale;
- h) distribuitorul produsului importat, in cazul in care nu se cunoaste importatorul, chiar daca producatorul este mentionat;
- i) distribuitorul produsului, in cazul in care importatorul nu poate fi identificat, daca nu informeaza persoana prejudiciata in termen de 30 de zile de la cererea acesteia asupra identitatii importatorului;
29. produs - bun material a carui destinatie finala este consumul sau utilizarea individuala ori colectiva; sunt considerate produse energia electrica, energia termica, apa si gazele livrate pentru consumul individual;
30. produs cu defecte - produsul la care modul de prezentare, utilizarea previzibila si data achizitionarii nu ofera siguranta consumatorilor, producand pagube acestora;
31. produs de folosinta indelungata - produsul relativ complex, constituit din piese si subansambluri, proiectat si construit pentru a putea fi utilizat pe durata medie de utilizare si asupra caruia se pot efectua reparatii sau activitati de intretinere;
32. produs contrafacut - orice bun, inclusiv ambalajul acestuia, la care se constata utilizarea fara autorizare a unei marci care este identica cu o marca legal inregistrata, sau produsul care nu poate fi diferentiat in aspectele sale esentiale de un produs de marca, prin care se incalca drepturile prevazute de lege ale detinatorului legal al marcii respective;
33. produs falsificat - produs la care se constata alterarea sub orice forma a elementelor de identificare a unei marci, denumiri, sigle ori desen industrial legal inregistrate, de natura a induce in eroare asupra provenientei sale, la produse care nu au fost fabricate de detinatorul legal al marcii ori imputernicit al acestuia, sau la care s-a constatat utilizarea marcii legal inregistrate fara a exista acordul titularului;
34. produs folosit - produs folosit de un alt consumator, reparat si testat, corespunzator din punct de vedere tehnic si functional unui produs similar nou sau reconditionat, si care este un produs sigur;
35. produs periculos - produsul care nu poate fi definit ca produs sigur;
36. produs reconditionat - produs nou cu ambalaj deteriorat, aspect fizic exterior necorespunzator, mici defecte de fabricatie, dar care este adus la parametrii tehnici de functionare initiali dati de producator prin remediere;
37. produs sigur - produsul care, folosit in conditii normale sau previzibile, nu prezinta riscuri sau care prezinta riscuri minime, tinand seama de intrebuintarea acestuia; riscul se considera acceptabil si compatibil cu un grad inalt de protectie pentru siguranta si sanatatea consumatorilor, in functie de urmatoarele aspecte:
- a) caracteristicile produsului, ale ambalarii si ale instructiunilor de montaj si intretinere;
 - b) efectul asupra altor produse, impreuna cu care acesta poate fi folosit;
 - c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instructiunile de folosire si orice alte indicatii si informatii furnizate de producator;
 - d) categoria de consumatori expusa riscului prin folosirea produsului;
38. punere pe piata - actiunea de a face disponibil pentru prima data, contra cost sau gratuit, un produs sau un serviciu in vederea distribuirii sau utilizarii;
39. reconditionare - repararea unui produs nou anterior punerii pe piata, pentru a corespunde conditiilor enuntate in declaratiile de garantie sau in publicitatea aferenta, la specificatiile prevazute in contractul de vanzare-cumparare pentru un produs nou si nereparat;
40. reparare - aducerea produsului care nu corespunde conditiilor enuntate in declaratiile de garantie sau in publicitatea aferenta la specificatiile prevazute in contractul de vanzare-cumparare, alte documente, ori in alte dispozitii legale;
41. serviciu - activitatea, alta decat cea din care rezulta produse, efectuata in scopul satisfacerii unor necesitati ale consumatorilor;
42. serviciu de alimentatie publica - activitatea de pregatire, preparare, prezentare si servire a produselor si a bauturilor pentru consumul acestora in unitati specializate sau la domiciliul/locul de munca al

consumatorilor;

43. serviciu financiar - unele servicii de natura bancara, credite, asigurari, pensii private, investitii sau plati;

44. serviciu de piata - orice actiune sau prestatie care face obiectul vanzarii-cumpararii pe piata si care nu are drept consecinta transferul proprietatii asupra unui bun corporal, efectuata in scopul satisfacerii unor necesitati ale consumatorilor;

45. structura de vanzare - spatiul de desfasurare a unuia sau mai multor exercitii comerciale;

46. structura de vanzare cu suprafata mare – structura de vanzare avand o suprafata de vanzare mai mare de 1.000 m²;

47. structura de vanzare cu suprafata medie – structura de vanzare avand o suprafata de vanzare cuprinsa intre 400-1.000 m² inclusiv;

48. structura de vanzare cu suprafata mica – structura de vanzare avand o suprafata de vanzare de pana la 400 m² inclusiv;

49. suprafata de vanzare - suprafata destinata accesului consumatorilor pentru achizitionarea produsului/serviciului, expunerii produselor oferite, platii acestora si circulatiei personalului angajat pentru derularea activitatii. Nu constituie suprafete de vanzare cele destinate depozitarii si pastrarii marfurilor;

50. suprafata de vanzare a unui centru comercial - suma suprafetelor de vanzare cu amanuntul de produse si servicii de piata si de alimentatie publica cuprinse in aceasta;

51. termen de garantie - limita de timp, care curge de la data dobandirii produsului sau serviciului, pana la care producatorul sau prestatorul isi asuma responsabilitatea remedierii sau inlocuirii produsului ori serviciului achizitionat, pe cheltuiala sa, daca deficiențele nu sunt imputabile consumatorilor;

52. termen de valabilitate - limita de timp, stabilita de producator, pana la care un produs perisabil sau un produs care in scurt timp poate prezenta un pericol imediat pentru sanatatea consumatorilor isi pastreaza caracteristicile specifice, daca au fost respectate conditiile de transport, manipulare, depozitare si pastrare; pentru produsele alimentare acesta reprezinta data limita de consum;

53. vanzator - distribuitorul care ofera produsul consumatorilor;

54. viciu ascuns - deficiente calitative a unui produs livrat sau a unui serviciu prestat care nu a fost cunoscuta si nici nu putea fi cunoscuta de catre consumator prin mijloacele obisnuite de verificare.