**Cu privire la aprobarea proiectului de lege**

**pentru modificarea şi completarea unor**

**acte legislative**

**-----------------------------------------------------**

Guvernul HOTĂRĂŞTE:

Se aprobă şi se prezintă Parlamentului spre examinare proiectul de lege pentru modificarea şi completarea unor acte legislative.

**Prim-ministru VLADIMIR FILAT**

Contrasemnează:

Viceprim-ministru,

ministrul economiei Valeriu LAZAR

Ministrul finanţelor Veaceslav Negruţa

Ministrul justiţiei Alexandru Tănase

 Vizează:

Secretarul general al Guvernului Victor BODIU

Aprobată în şedinţa Guvernului

din

Proiect

**PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA**

**LEGE**

**pentru modificarea şi completarea unor acte legislative**

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Art. I. – Articolul 4 alineatul (1) din Legea taxei de stat nr. 1216-XII din 3 decembrie 1992 (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.53-55, art.302), cu modificările şi completările ulterioare, se completează cu un nou subalineat, 71), cu următorul cuprins:

„71) reclamanţii în acţiunile privind protecţia drepturilor consumatorilor;”.

**Art. II**. – Legea nr.1227-XIII din 27 iunie 1997 cu privire la publicitate (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr.67-68, art. 555), cu modificările şi completările ulterioare, se modifică şi se completează după cum urmează:

**1**. Articolul 3 se completează cu un nou alineat, (3), cu următorul cuprins:

„(3) Prevederile legii stipulate la art. 8 alin. (3) şi (9), şi art. 10 nu se aplică consumatorilor care se încadrează în noţiunea „consumator – orice persoană fizică ce intenţionează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau foloseşte produse, servicii pentru necesităţi nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională.”.

**Art. III**. –Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecţia consumatorilor (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr. 126-131, art. 507), cu modificările şi completările ulterioare, se modifică şi se completează după cum urmează:

1. Preambulul după cuvîntul „consumatorii” se completează cu următorul text:

„şi transpune Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European şi a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piaţa internă faţă de consumatori şi de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a directivelor 97/7/CE, 98/27/CE şi 2002/65/CE ale Parlamentului European şi ale Consiliului şi a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European şi al Consiliului publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JO) nr. L 149/22 din 11.06.2005.”.

2. Articolul 1:

noţiunea „*clauză abuzivă*” va avea următorul cuprins:

„*clauză abuzivă* – clauză contractuală care nu s-a negociat individual se consideră ca fiind abuzivă în cazul în care, în contradicţie cu cerinţa de bună- credinţă, provoacă un dezechilibru semnificativ între drepturile şi obligaţiile părţilor care decurg din contract, în detrimentul consumatorului;”;

noţiunea „*practici comerciale abuzive*” se exclude;

noţiunea „*viciu*” se completează cu cuvintele „ce se manifestă şi poate fi constatat numai în timpul utilizării acelui produs/serviciu”;

 se completează cu următoarele noţiuni:

„*asociaţia obştească de consumatori* – este considerată asociaţia obştească care are ca scop unic apărarea drepturilor şi intereselor legitime ale consumatorilor, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii săi;

*cod de conduită* – un acord sau un ansamblu de reguli care sînt impuse prin legislaţie sau dispoziţii administrative şi care definesc comportamentul comercianţilor care se angajează să se respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale ori în unul sau mai multe sectoare de activitate;

*contract de adeziune* – contractul în care toate clauzele formulate anticipat pentru o multitudine de contracte, pe care o parte contractantă (utilizator) le prezintă celeilalte părţi la încheierea contractului;

*decizie de tranzacţionare* – orice decizie luată de un consumator privind oportunitatea, modalităţile şi condiţiile de achiziţionare a produsului, modalitatea de plată integrală sau parţială pentru un produs, păstrarea ori renunţarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul, aceasta putînd conduce ori la acţiunea consumatorului ori la abţinerea de a acţiona;

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

*diligenţă profesională* – nivelul de competenţa specializată şi de considerare pe care comerciantul poate să îl exercite în mod rezonabil faţă de consumatori, în conformitate cu practica comercială corectă şi/sau principiul general al bunei-credinţe în domeniul de activitate al comerciantului;

*distribuitor* – agentul economic din lanţul de distribuţie, altul decît producătorul sau importatorul, care plasează produse pe piaţă şi asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la consumator;

*invitaţie de a cumpăra* – comunicarea comercială prin care se menţionează caracteristicile şi preţul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor de comunicare comercială utilizate pentru aceasta şi care, îl determină pe consumator să cumpere un produs;

*influenţă nejustificată* – folosirea unei poziţii de forţă faţă de consumator, de manieră să exercite presiune asupra acestuia, chiar fără a recurge la forţă fizică sau a ameninţa cu acesta, într-un mod care limitează semnificativ capacitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoştinţă de cauză;

*practici comerciale* (*practici ale comercianţilor în relaţia cu consumatorii*) – orice acţiune, omisiune, comportament, declaraţie sau comunicare comercială, inclusiv publicitate şi comercializare, efectuate de un comerciant, în strînsă legătură cu promovarea, vînzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor;

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

*executant* – orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care efectuează lucrări în relaţiile cu consumatorii.

În sensul art. 101 al legii se utilizează următoarele noţiuni care au următoarea semnificaţie:

*comerciant* – orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acţionează în cadrul activităţii sale comerciale, industriale sau de producţie, artizanale ori liberale, precum şi orice persoană care acţionează în acelaşi scop, în numele sau în beneficiul unui comerciant;

*produs –* orice bun sau serviciu, inclusiv bunuri imobile, drepturi, şi obligaţii aferente;

*preţ forfetar* – poate fi considerat ca un preţ fix, global, definitiv şi care, de regulă, nu poate fi modificat.”

3. Se completează cu un nou articol, 11, cu următorul cuprins:

„Articolul 11**.** Domeniul de aplicare

Prezenta lege stabileşte cerinţele generale de protejare a consumatorilor, de asigurare a cadrului necesar accesului neîngrădit la produse şi servicii, informării complete despre caracteristicile esenţiale ale acestora, apărării şi asigurării drepturilor şi intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici comerciale incorecte, participării acestora la fundamentarea şi luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Cerinţele prezentei legi:

1) se aplică practicilor comerciale incorecte ale comercianţilor faţă de consumatori definite la art. 101 al prezentei legi, înainte, în timpul şi după o tranzacţie comercială în legătură cu un produs, serviciu;

2) nu aduc atingere:

a)dispoziţiilor legale ce reglementează contractele şi, în special, prevederilor referitoare la validitatea, încheierea sau efectele contractelor;

b)dispoziţiilor privind aspectele de sănătate şi securitate a produselor;

c)dispoziţiilor legale ce stabilesc competenţa instanţelor de judecată;

d) dispoziţiilor ce reglementează certificarea şi indicarea mărcilor titlurilor în cazul metalelor preţioase.

Prezenta lege nu aduce atingere prevederilor specifice în anumite domenii privind practicile comerciale incorecte. În cazul în care astfel de prevederi există în legile specifice, acestea se aplică ca cerinţe suplimentare celor prevăzute de prezenta lege.

În cazul în care legile speciale conţin cerinţe mai restrictive privind practicile comerciale incorecte, acestea din urmă se aplică.”

4. Articolul 4 va avea următorul cuprins:

„**Articolul 4.** Clauze abuzive

(1) Se interzice agenţilor economici de a include clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

(2) Clauzele contractuale abuzive se consideră nule cu excepţia celor negociate individual.

(3) O clauză contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul va fi considerată abuzivă dacă, prin ea însăşi sau împreună cu alte prevederi din contract, creează, în detrimentul consumatorului şi contrar cerinţelor bunei-credinţe, un dezechilibru semnificativ între drepturile şi obligaţiile părţilor.

(4) O clauză contractuală se consideră că nu a fost negociată individual, atunci cînd a fost redactată în prealabil, iar din acest motiv consumatorul nu a avut posibilitatea de a influenţa conţinutul clauzei, în special în cazul unui contract de adeziune.

(5) Faptul că anumite aspecte ale unei clauze sau o anumită clauză au fost negociate individual nu exclude aplicarea prezentului articol pentru restul contractului, în cazul în care o evaluare globală a acestuia indică faptul că este, cu toate acestea, un contract de adeziune.

 (6) Dacă un agent economic pretinde că o clauză standard preformulată a fost negociată direct cu consumatorul, este de datoria lui să prezinte probe în acest sens.

(7) Orice contract încheiat între agentul economic şi consumator pentru vînzare de produse, prestare de servicii va cuprinde clauze clare, fără echivoc, pentru înţelegerea cărora nu sînt necesare cunoştinţe speciale.

 (8) În caz de dubii asupra interpretării unor clauze contractuale, acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.

(9) Raporturile juridice generate de clauzele contractuale abuzive se reglementează de legislaţia respectivă, inclusiv de legislaţia privind protecţia concurenţei.”

 5. Articolul 6:

alineatele (3), (4), (5) şi (6) se completează în final cu cuvintele „ , după caz”;

alineatul (6) se completează după cuvintele „declaraţiei de conformitate,” cu cuvintele „cît şi în lipsa documentelor de provenienţă”.

6. Articolul 7:

 litera b), după cuvintele „oprească livrările” se completează cu cuvîntul „importul”;

se completează cu o nouă litera, e), cu următorul cuprins:

„e) să înregistreze reclamaţiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern.”.

7. Articolul 8:

litera d) se completează la început cu cuvintele „să oprească importul şi”;

litera g) se completează la început cu cuvintele „să deţină registru de reclamaţii la un loc vizibil şi”.

8. La articolul 9, litera h) se completează la început cu cuvintele „să deţină registru de reclamaţii la un loc vizibil şi”.

9. Articolul 10:

alineatul (2) va avea următorul cuprins:

„(2) Agentul economic este obligat să importe, să plaseze pe piaţă numai produse, servicii care corespund cerinţelor prescrise sau declarate, să presteze servicii numai în bază de contract negociat individual cu consumatorii.”;

la alineatul (3), după cuvintele „la cererea consumatorului” se completează cu cuvintele „sau asociaţiilor obşteşti de consumatori”;

la alineatul (6), după cuvintele „prestarea serviciilor” se completează cu cuvintele „inclusiv serviciilor comunale”.

10. Legea se completează cuarticolele 101 ,102 şi 103 cu următorul cuprins:

„Articolul 101.Practici comerciale incorecte

(1) Se interzic practicile comerciale incorecte.

(2) O practică comercială este incorectă dacă:

a)este contrară cerinţelor diligenţei profesionale; şi

b)deformează sau este susceptibilă să deformeze, în mod esenţial, comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia i se adresează, ori al membrului mediu al unui grup, atunci cînd o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori.

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

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

a)înşelătoare, în sensul prevederilor alin. (5) al prezentului articol;

b)agresive, în sensul prevederilor alin. (9) al prezentului articol;

(5) Practicile comerciale înşelătoare pot fi acţiuni înşelătoare sau omisiuni înşelătoare:

a) O practică comercială se consideră înşelătoare în cazul în care conţine informaţii false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informaţia este corectă în fapt, cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente şi, în oricare dintre situaţii, determină sau poate determina consumatorul să ia o decizie de tranzacţionare pe care nu ar fi luat-o în altă situaţie referitoare la:

1)existenţa sau natura produsului;

2)principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, eventualele riscuri previzibile, fabricarea, compoziţia, accesoriile, asistenţa acordată după vînzare şi instrumentarea reclamaţiilor, modul şi data fabricaţiei sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, termenul de valabilitate, specificaţiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obţine din utilizarea sa, rezultatele şi caracteristicile esenţiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;

3)amploarea implicării comerciantului, motivaţia practicii comerciale şi natura procesului de vînzare, precum şi toate declaraţiile sau toate simbolurile care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct sau indirect acordat comerciantului sau produsului;

4**)** preţul sau modul de calcul al preţului ori existenţa unui avantaj specific al preţului;

5**)** necesitatea deservirii, a unei piese separate, a înlocuirii sau a remedierii;

6)natura, competenţele şi drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea şi patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate industrială sau comercială ori recompense şi distincţii primite;

7)drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de remediere, de înlocuire sau de restituire a contravalorii ca urmare a rezilierii contractului, astfel cum sînt prevăzute de art.13 al prezentei legi.

b)O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind acţiune înşelătoare dacă, analizînd faptele şi ţinînd cont de toate caracteristicile şi circumstanţele, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacţionare pe care altfel nu ar fi luat-o, şi în cazul în care implică:

1**)** orice activitate de comercializare privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creînd o confuzie cu alt produs, marca, numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;

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

- angajamentul său nu este o aspiraţie, ci o obligaţie asumată în mod ferm şi care poate fi verificată; şi

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

c) O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înşelătoare dacă, în contextul situaţiei de fapt, ţinînd cont de toate caracteristicile şi circumstanţele acesteia, precum şi de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informaţiei omite o informaţie esenţială necesară consumatorului mediu, ţinînd cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacţionare în cunoştinţă de cauză şi, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine luarea de către consumator a unei decizii de tranzacţionare pe care altfel nu ar fi luat-o.

d)O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind omisiune înşelătoare atunci cînd, ţinînd cont de aspectele prevăzute la litera. c), un comerciant ascunde sau oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu ori în contratimp o informaţie esenţială sau nu îşi declară intenţia comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, şi cînd, în oricare dintre cazuri, consumatorul mediu este determinat sau este susceptibil a fi determinat să ia o decizie de tranzacţionare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(6)În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spaţiu sau în timp, în momentul determinării practicii ca fiind sau nu omisiune înşelătoare, se va ţine cont de aceste limite, precum şi de orice măsuri luate de către comerciant în vederea punerii informaţiei la dispoziţia consumatorului prin alte mijloace.

(7)În cazul unei invitaţii de a cumpăra, următoarele informaţii sînt considerate esenţiale pentru determinarea practicilor comerciale incorecte, dacă nu rezultă deja din context:

a)caracteristicile principale ale produsului, ţinînd cont de mijlocul de comunicare utilizat şi de produs;

b)sediul şi celelalte date de identificare a comerciantului şi, în cazul în care acţionează pe seama altui comerciant, sediul şi celelalte date de identificare a acestuia;

c)preţul cu toate taxele incluse sau, dacă preţul nu poate fi, în mod rezonabil, calculat în avans, ţinînd cont de natura produsului, modalitatea de calcul al acestuia. De asemenea, unde este cazul, toate costurile adiţionale pentru transport, livrare sau taxele poştale ori, în cazul în care aceste cheltuieli nu pot fi, în mod rezonabil, calculate în avans, precizarea că pot exista costuri adiţionale ce trebuie suportate de consumator;

d**)** modalităţile de plată, livrare, executare şi cercetare a reclamaţiilor, dacă acestea diferă de condiţiile cerute de diligenţa profesională;

e)pentru produsele şi tranzacţiile ce implică un drept de renunţare sau de reziliere, menţionarea acestui drept.

(8) Practicile comerciale care, în orice situaţie, se consideră înşelătoare sînt următoarele:

1. afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care nu este;
2. afişarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obţinută autorizaţia necesară;
3. afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unui organism public sau a unui alt organism, în cazul în care aceasta nu a fost primită;
4. afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau că un produs a fost agreat, aprobat ori autorizat de un organism public sau privat, în cazul în care nu este adevărat, ori afirmarea că a fost agreat, aprobat sau autorizat fără a respecta condiţiile de agreare, aprobare sau autorizare;
5. lansarea unei invitaţii de a cumpăra produse la un anumit preţ, în cazul în care comerciantul nu dezvăluie în invitaţie existenţa unor motive rezonabile în baza cărora ar aprecia că nu va putea să furnizeze, el însuşi sau prin intermediul altui comerciant, acele produse sau produse similare la acelaşi preţ, pentru o perioadă şi într-o cantitate rezonabilă, avîndu-se în vedere produsul, amploarea reclamei şi preţul oferit;
6. lansarea unei invitaţii de a cumpăra produse la un anumit preţ, în scopul promovării unui produs diferit, pentru ca apoi comerciantul să recurgă la una dintre următoarele fapte: refuzarea prezentării articolului ce a făcut obiectul publicităţii;refuzarea luării comenzii privind respectivul articol sau a livrării în cadrul unui termen rezonabil;prezentarea unui eşantion cu defecte;
7. afirmarea falsă că un produs nu va fi disponibil decît pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că nu va fi disponibil decît în anumite condiţii, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obţinerii unei decizii imediate şi a lipsirii consumatorilor de alte posibilităţi sau de un termen suficient, pentru a putea face o alegere în cunoştinţă de cauză;
8. angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvînzare către consumatori, fără însă a-i informa în mod clar, înainte de angajarea acestora în tranzacţie, cu privire la limba în care furnizează serviciul, în situaţia în care comerciantul a comunicat cu consumatorul, înaintea încheierii tranzacţiei, într-o limbă ce nu este limba oficială a statului în care el este stabilit;
9. afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vîndut, în situaţia în care acest lucru nu este posibil;
10. prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului;
11. utilizarea unui context editorial în mass-media, în vederea promovării unui produs pentru a cărui reclamă comerciantul a plătit, fără însă ca acesta să se precizeze clar fie în cuprins, fie prin imagini sau sunete uşor de identificat de către consumator (publicitate mascată);
12. lansarea de afirmaţii nefondate cu privire la natura şi amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia, în situaţia în care consumatorul nu achiziţionează produsul;
13. promovarea, cu intenţia de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un alt produs fabricat de un anumit producător, astfel încît consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător;
14. crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoţional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilităţii de a primi remuneraţia, ce provine doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem şi nu ca urmare a vînzării sau consumului produselor;
15. afirmarea de către un comerciant că îşi încetează activitatea sau se stabileşte în altă parte, atunci cînd acest lucru nu este adevărat;
16. afirmarea că un produs poate creşte şansele de cîştiguri la jocurile de noroc;
17. falsa afirmaţie că produsul poate vindeca boli, disfuncţii sau malformaţii;
18. transmiterea de informaţii inexacte cu privire la condiţiile oferite de piaţă sau la posibilitatea achiziţionării produsului, cu intenţia de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiţii mai puţin favorabile decît în condiţiile normale ale pieţei;
19. afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoţionale, fără însă a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil;
20. descrierea unui produs ca fiind "gratis", "fără costuri" sau într-un mod similar, în cazul în care consumatorul trebuie să suporte alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din răspunsul la practica comercială şi din plata pentru livrarea sau ridicarea produsului;
21. includerea în materialele publicitare a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care se dă consumatorului impresia că acesta a comandat deja produsul promovat, cînd, de fapt, acesta nu l-a comandat;
22. afirmarea falsă sau crearea impresiei că acţiunile comerciantului nu sînt legate de activităţile sale comerciale, industriale sau de producţie, artizanale ori liberale, sau falsa prezentare a calităţii sale de consumator;
23. crearea impresiei false că serviciul post-vînzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decît cel în care produsul este vîndut.

(9) O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul situaţiei de fapt şi ţinînd cont de toate caracteristicile şi circumstanţele, limitează sau este susceptibilă să limiteze în mod semnificativ libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu cu privire la produs, prin hărţuire, constrîngere, inclusiv prin utilizarea forţei fizice sau prin influenţa nejustificată şi, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacţionare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(10) Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărţuire, constrîngere, inclusiv la forţa fizică sau la influenţa nejustificată, se iau în considerare următoarele elemente:

a) momentul, locul desfăşurării, natura şi/sau durata acesteia;

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

c) exploatarea de către comerciant a unei situaţii nefericite sau a unei circumstanţe speciale, de o asemenea gravitate încît afectează raţionamentul consumatorului mediu şi de care comerciantul este conştient, în scopul influenţării deciziei consumatorului cu privire la produs;

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

e) orice ameninţare cu măsuri, în situaţia în care acestea nu pot fi luate în mod legal.”.

(11) Practicile comerciale care, în orice situaţie, se consideră agresive sînt următoarele:

1. crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului pînă cînd nu se întocmeşte un contract;
2. efectuarea personală de vizite la locuinţa consumatorului, ignorînd solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu se întoarce, cu excepţia situaţiilor legitime şi în măsură justificată, conform legislaţiei naţionale, pentru punerea în aplicare a unei obligaţii contractuale;
3. solicitarea persistentă şi nedorită, prin intermediul telefonului, faxului, e-maiului sau prin alte mijloace de comunicare la distanţă, cu excepţia situaţiilor legitime şi în măsură justificată, conform legislaţiei naţionale, pentru punerea în aplicare a unei obligaţii contractuale;
4. solicitarea de la un consumator care doreşte să execute o poliţă de asigurare de a aduce documente care nu pot fi considerate în mod rezonabil relevante, pentru a stabili dacă pretenţia este validă, sau lipsa sistematică a răspunsului la corespondenţa pertinentă, cu scopul de a determina un consumator să renunţe la exercitarea drepturilor sale contractuale;
5. includerea într-o reclamă a unui îndemn direct adresat minorilor să cumpere produsele promovate sau să îşi convingă părinţii ori alţi adulţi să cumpere produsele promovate;
6. solicitarea unei plăţi imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiţii sigure a produsului furnizat de comerciant, dar nesolicitat de consumator;
7. informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul sau serviciul, comerciantul riscă să îşi piardă serviciul ori mijloacele de trai;
8. crearea falsei impresii consumatorului că a cîştigat deja, va cîştiga sau că, dacă va face un anumit lucru, va cîştiga un premiu sau un alt beneficiu echivalent, cînd, în realitate, este valabilă una dintre următoarele situaţii:nu există nici-un premiu sau un alt beneficiu echivalent;intrarea în posesia premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiţionată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.

Articolul 102. Competenţe şi drept de sesizare referitor la interzicerea practicilor comerciale incorecte

 (1)În vederea stopării şi combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizaţiile care, potrivit legii, au un interes legitim pot să sesizeze Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieţei, Metrologie şi Protecţie a Consumatorilor (în continuare - Inspectoratul) în legătură cu practicile comerciale incorecte pentru ca acesta să decidă asupra reclamaţiilor, sau să iniţieze acţiuni în justiţie împotriva comercianţilor care au săvîrşit sau sînt susceptibili să săvîrşească practici comerciale incorecte.

(2)Comercianţii trebuie să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmaţiilor în legătură cu practica comercială întreprinsă şi sînt obligaţi, la solicitarea Inspectoratului sau a instanţelor judecătoreşti, să le pună acestora la dispoziţie documente care să probeze cele afirmate.

(3)În cazul în care documentele nu sunt furnizate într-un termen rezonabil dar numai mai mare de 15 zile calendaristice şi/sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmaţiile în cauză se consideră nefondate.

(4)Comercianţii concurenţi pot informa Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei în legătură cu practicile comerciale incorecte sau să iniţieze acţiuni în justiţie împotriva comercianţilor care au săvîrşit sau sînt susceptibili să săvîrşească practici comerciale incorecte.

Articolul 103. Răspunderi şi sancţiuni referitor la interzicerea practicilor comerciale incorecte

(1) Ţinînd cont de toate interesele implicate şi, în special, de interesul public, instanţele judecătoreşti competente sau Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieţei, Metrologie şi Protecţie a Consumatorilor vor dispune următoarele măsuri privind:

a)încetarea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte, conform procedurilor şi atribuţiilor stabilite de Codul Contravenţional.;

b)interzicerea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost încă puse în practică, dar acest lucru este iminent, conform procedurilor şi atribuţiilor stabilite de Codul Contravenţional.;

c)solicitareade la Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare de la primirea solicitării, a datelor de identificare a persoanelor fizice sau juridice implicate în realizarea publicităţii audiovizuale, considerată a fi o practică comercială incorectă, precum şi o copie a materialului publicitar difuzat.

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

a) publicarea acesteia, integral sau parţial, în forma pe care o consideră adecvată;

b)publicarea unui comunicat suplimentar privind măsurile de redresare.

(3)Publicarea, în condiţiile prevăzute la alin. (2) al prezentului articol, se va face, în toate cazurile, într-un ziar de largă circulaţie, pe cheltuiala comerciantului.

(4)Prezenta lege nu exclude controlul pe care responsabilii codurilor de conduită îl pot efectua, în conformitate cu prevederile din codurile de conduită pe care comercianţii s-au angajat să le respecte.

(5)Efectuarea controlului prevăzut la alin. (4) al prezentului articol nu exclude şi nu limitează dreptul consumatorilor, al asociaţiilor sau al concurenţilor de a sesiza responsabilul de cod şi nici dreptul consumatorilor sau al asociaţiilor de a se adresa Inspectoratului ori instanţei judecătoreşti competente.”

11. Articolul 11:

la litera a), cuvintele „comerciale abuzive” se substitue cu cuvintele „comerciale incorecte”;

la litera f), cuvîntul „iniţial” se substituie cu cuvîntul „forfetar”;

se completează cu o nouă literă, g), cu următorul cuprins:

„g) de a face cunoştinţă, anticipat, cu textul contractului pe care intenţionează să îl încheie.”

12. Articolul 12 se completează cu un nou alineat, (6), cu următorul cuprins:

„(6) Vînzătorul produselor de folosinţă îndelungată în cazul încetării activităţii antreprenoriale în domeniul respectiv, este obligat să transmită şi obligaţiile sale de asigurare a posibilităţii utilizării produselor de folosinţă îndelungată pentru toată durata de funcţionare în perioada termenului de garanţie altei persoane juridice sau fizice care devine succesor.”.

13. Articolul 13:

 la aliniatul (11), după cuvîntul „înlocuirii” se completează cu cuvintele „sau restituirii contravalorii”;

alineatul (14) se exclude;

alineatul (15) se completează cu o propoziţie cu următorul cuprins: „Neprezentarea refuzului în termenul stabilit de lege se consideră refuz tacit.”

14. Articolul 16, se completează cu alineatele (5) şi (6) cu următorul cuprins:

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

(6) Prestarea serviciilor în partea ce ţine de lucrările de întreţinere şi reparaţie a elementelor constructive a blocurilor locative constituie obligaţia gestionarilor blocurilor respective, în baza tarifelor stabilite în modul corespunzător.”

15. Articolul 20:

alineatul (1) se completează cu o propoziţie cu următorul cuprins: „Textul informaţiei şi mărimea literelor trebuie să fie uşor citibil şi distinctiv pentru un consumator.”;

alineatul (5) va avea următorul cuprins:

„(5) Vînzătorii şi prestatorii trebuie să informeze consumatorii despre preţul de vînzare al produsului şi preţul pe unitatea de măsură (cînd este aplicabil) sau despre tariful serviciului prestat pe care îl suportă consumatorul, să ofere acestora toate informaţiile stipulate la alineatul (3), date despre evaluarea conformităţii şi documentele tehnice, după caz, care trebuie să însoţească produsul sau serviciul.”;

alineatul (10) se completează cu o propoziţie cu următorul cuprins: „Regulamentul privind indicarea preţurilor oferite consumatorilor se aprobă de Guvern.”;

alineatul (12) se completează cu o propoziţie cu următorul cuprins: „Formatul şi structura unificată a panoului informativ al consumatorului se stabileşte de autoritatea publică centrală abilitat cu funcţia de protecţie a consumatorilor şi se plasează pe pagina web a acesteia.”.

16. Articolul 21:

alineatul unic devine alineatul (1);

se completează cu un nou alineat, (2) cu următorul cuprins:

„(2) Instruirea (educarea) consumatorilor face parte din programul de învăţămînt.”.

17. Articolul 22:

 alineatele (2) şi (3) vor avea următorul cuprins:

„(2) Ministerul Economiei:

1. coordonează şi promovează politica statului în domeniul protecţiei consumatorilor;
2. coordonează activitatea organelor centrale de specialitate ale administraţiei publice şi colaborează cu autorităţile administrative autonome abilitate cu funcţii de protecţie a consumatorilor, prevăzute în art. 23 al prezentei legi;
3. coordonează activităţile de informare şi educare a cetăţenilor privind drepturile pe care le au în calitate de consumatori;
4. organizează activitatea Consiliului coordonator în domeniul protecţiei consumatorilor, organ consultativ, în care sînt reprezentanţi ai autorităţilor publice centrale şi locale şi ai asociaţiilor obşteşti de consumatori;
5. reprezintă Republica Moldova în organismele internaţionale pentru protecţia consumatorilor.

(3) Inspectoratul Principal de Stat pentru Supravegherea Pieţei, Metrologie şi Protecţie a Consumatorilor, organ public de specialitate, care îşi desfăşoară activitatea în subordinea Ministerului Economiei şi care realizează politica statului în domeniul protecţiei consumatorilor prin exercitarea funcţiilor de protecţie a consumatorilor în domeniile stabilite prin lege, cu excepţia domeniilor atribuite cu drept exclusiv altor autorităţi publice şi autorităţilor administraţiei publice locale:

1. efectuează supravegherea pieţei şi controlul de stat asupra respectării:
2. legilor în vigoare în domeniul protecţiei consumatorilor, în limitele competenţelor atribuite Inspectoratului;
	1. reglementărilor tehnice, altor acte normative care stabilesc cerinţe obligatorii privind securitatea produselor şi serviciilor, cu excepţia produselor de origine animală neprelucrate industrial;
	2. corespunderii produselor şi serviciilor plasate pe piaţă cerinţelor prescrise sau declarate, precum şi asupra veridicităţii informaţiilor prezentate;
	3. executării prescripţiilor şi deciziilor emise;
3. examinează reclamaţiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor lor legitime;
4. constată şi examinează cauze contravenţionale şi aplică sancţiuni conform Codului contravenţional;
5. emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului serviciului necorespunzător, reducerii preţului acestora, conform art. 13 al prezentei legi, ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice din momentul recepţionării de către agentul economic;
6. emite decizia pentru încetarea practicilor comerciale incorecte;
7. emite decizia pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost puse în practică, dar acest lucru este iminent;
8. solicită informaţia privind masurile întreprinse de către agentul economic în vederea remedierii neajunsurilor depistate;
9. sesizează autoritatea de licenţiere, determinată prin lege, referitor la depistarea cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) şi/sau periculoase sau altor încălcări, în scopul întreprinderii acţiunilor în conformitate cu legislaţia;
10. organizează activităţi de informare, consiliere şi educare a consumatorilor privind drepturile lor legitime;
11. colaborează cu asociaţiile obşteşti de consumatori;
12. informează consumatorii despre produsele şi serviciile care prezintă riscuri pentru sănătatea şi securitatea lor, precum şi despre practicile comerciale incorecte, care le pot afecta interesele economice.”;

se completează cu alineatele (4) şi (5) cu următorul cuprins:

„(4) Regulamentul Inspectoratului Principal de Stat pentru Supravegherea Pieţei, Metrologie şi Protecţie a Consumatorilor, precum şi modul de efectuare a controlului de stat în cadrul supravegherii pieţei se aprobă de Guvern.

(5) Pentru coordonarea activităţii de protecţie a consumatorilor prin hotărîre de Guvern se creează Consiliul coordonator în domeniul protecţiei consumatorilor.”.

18. Articolul 25:

titlul articolului va avea următorul cuprins:

„Articolul 25. Asociaţiile obşteşti de consumatori”

alineatul (2):

litera a) va avea următorul cuprins:

„a) să înainteze în instanţele judecătoreşti acţiuni pentru protecţia drepturilor şi intereselor legitime ale consumatorilor, fără achitarea taxei de stat în cazul în care deţine statut de utilitate publică;”;

la litera b), cuvintele „persoanelor vinovate de” se substituie cu cuvintele „persoanele responsabile de importul”;

la litera e), cuvintele „şi să înainteze autorităţilor administraţiei publice şi agenţilor economici propuneri respective pentru îmbunătăţirea calităţii produselor, serviciilor” se exclud;

la litera g), cuvintele „în vederea aplicării sancţiunilor prevăzute de legislaţie” se substituie cu cuvintele „sau care pun în pericol viaţa, sănătatea ori securitatea consumatorilor, cu privire la clauze abuzive în contracte şi practicile incorecte ale comercianţilor în relaţia cu consumatorii”;

se completează cu literele m) şi n) cu următorul cuprins:

„m) să efectueze activităţi de informare şi consiliere în domeniul protecţiei consumatorilor;

n) să reprezinte interesele consumatorilor în procedura de mediere şi de soluţionare a litigiilor între consumator şi vînzător (prestator).”.

se completează cu două alineate, (3) şi (4), cu următorul cuprins:

„(3) Programele, proiectele şi activităţile de informare a consumatorilor propuse de asociaţiile obşteşti de consumatori de utilitate publică pot fi finanţate de către stat, în conformitate cu legislaţia, în cazul în care asociaţiile respective:

1) acţionează exclusiv în numele şi interesele consumatorilor;

2) sînt economic independenţi de producători, importatori, distribuitori şi vînzători.

(4) Criteriile pentru determinarea volumului de finanţare sînt următoarele:

1. volumul şi numărul de publicaţii diseminate în scopul protecţiei consumatorilor;
2. campaniile informaţionale desfăşurate pentru consumatori;
3. acţiunile înaintate în instanţele de judecată în scopul protecţiei consumatorilor;
4. deţinerea unui birou de consultanţă sau a unei linii telefonice directe pentru consultarea consumatorilor în cel puţin o treime de unităţile administrative teritoriale.

Procedura privind modul de finanţare se stabileşte şi se aprobă de Ministerul Economiei, autoritatea publică centrală abilitată cu funcţii de protecţie a consumatorilor, care va monitoriza utilizarea mijloacelor financiare pentru scopuri de informare a consumatorilor.”.

19. Articolul 26:

la alineatul (1), cuvintele „lor legali” se substituie cu cuvîntrul „acestora”;

alineatul (2) se completează cu o propoziţie cu următorul cuprins: „Consumatorii sînt scutiţi de taxa de stat în acţiunile privind protecţia drepturilor consumatorilor.”;

se completează cu alineatele (5) şi (6) cu următorul cuprins:

 „(5) Consumatorii şi agenţii economici pentru soluţionarea conflictelor apărute ce ţin de protecţia drepturilor consumatorilor pot iniţia benevol procedura de mediere ca o modalitate alternativă de soluţionare.

 (6) procedura de mediere în cazul soluţionării conflictelor apărute ce ţin de protecţia drepturilor consumatorilor este reglementată de lege.”.

20. Articolul 28.

alineatul unic devine alineatul (1);

se completează cu alineatul (2) cu următorul cuprins:

 „(2) Examinarea şi aplicarea sancţiunilor contravenţionale pentru nerespectarea prezentei legi se efectuează conform procedurilor şi atribuţiilor stabilite de Codul Contravenţional.”

 Art. IV. – Articolul 85 alineatul (1) litera a) din Codul de procedură civilă al Republicii Moldova nr. 225-XV din  30 mai 2003 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.111-115, art.451), cu modificările şi completările ulterioare, se completează cu un subalineat cu următorul cuprins:

„- privind protecţia drepturilor consumatorilor.”.

Art. V. – Articolul 11 alineatul (3) din Legea nr. 284-XV din 22 iulie 2004 privind comerţul electronic (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.138-146, art. 741), cu modificările şi completările ulterioare, se completează la final cu cuvintele „ ,precum şi pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte.”.

Art. VI. – Articolul 11 din Codul de executare al Republicii Moldova nr. 443-XV  din  24 decembrie 2004 (republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010, nr.214-220, art.704), cu modificările şi completările ulterioare, se completează cu o nouă literă, m), cu următorul cuprins:

„m) deciziile emise de organul abilitat pentru protecţia consumatorilor în vederea satisfacerii revendicărilor consumatorilor.”.

 **Art. VII.** - Codul Contravenţional al Republicii Moldova nr. 218-XVI din 24 octombrie 2008 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2009, nr. 3-6, art. 15), cu modificările şi completările ulterioare, se modifică şi se completează după cum urmează:

**1**.La articolul 344, alineatul (3)se completează cu o nouă literă, d**),** cu următorul cuprins:

„d**)** utilizarea de către comerciant a practicii comerciale incorecte (înşelătoare şi/sau agresive) care denaturează sau este susceptibilă să denatureze în mod esenţial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia i se adresează ori al membrului mediu al unui grup, atunci cînd o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori,

se sancţionează cu amendă de la 50 la 100 unităţi convenţionale aplicată persoanei, cu amendă de la 100 la 200 unităţi convenţionale aplicată persoanei juridice cu emiterea deciziei, în ambele cazuri, de încetare sau interzicere a practicii comerciale incorecte.”.

**2**.Articolul 408:

alineatul (1) după cuvintele „se constată” se completează cu cuvintele „*şi se examinează*”;

la alineatul (2), după cuvintele „*Protecţia Consumatorilor*” cuvîntul „*şi*” se exclude, iar după cuvintele „*adjuncţii lui*” se completează cu cuvintele „ , *precum şi inspectorii principali de stat şi inspectorii coordonatori de stat*”;

alineatul (3) va avea următorul cuprins:

„(3) Sînt în drept să examineze şi să aplice sancţiuni şeful Inspectoratului Principal de Stat pentru Supravegherea Pieţei, Metrologie şi Protecţia Consumatorilor şi adjuncţii lui.”.

**Art.VIII:**

1. Prezenta lege intră în vigoare la expirarea a şase luni de la data publicării, cu excepţia completării cu alin.(3) şi (4) art.25 din Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecţia consumatorilor, care vor intra în vigoare la expirarea a 2 ani de la publicarea acesteia.

2. Legea nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecţia consumatorilor, cu modificările ulterioare, inclusiv cu cele operate prin prezenta lege, va fi republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, dîndu-se o nouă numerotare articolelor, alineatelor şi literelor.

**Art.IX.** – Guvernul în termen de 6 luni va aduce actele sale normative în concordanţă cu prezenta lege.

**Preşedintele Parlamentului**