DREPT INTERNAȚIONAL

PRACTICI COMERCIALE NELOIALE ALE ÎNTREPRINDERILOR DE PE PIAŢA INTERNĂ FAŢĂ DE CONSUMATORI

Lilia GRIBINCEA

Reglementarea-cadru în domeniu o constituie Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European şi a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului [1], precum şi Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European şi a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului [2].

Directiva 2005/29/CE defineşte în art.2 lit. d) *practici ale întreprinderilor față de consumatori* ca fiind orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori, iar prin produs se înţelege orice bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații. Sunt considerate neloiale acele practici care contravin cerinţelor diligenţei profesionale şi denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu al unui grup în cazul în care o practică comercială este orientată către un grup particular de consumatori. Practicile comerciale neloiale sunt interzise. Practicile comerciale neloiale sunt clasificate în *înşelătoare* şi *agresive*.

Practicile comerciale înșelătoare conțin informații false care induc sau pot induce în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informația este corectă în fapt, cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele

elemente şi, în oricare dintre situaţii, determină sau poate determina o decizie comercială pe care consumatorul nu ar fi luat-o în altă situaţie [3]:

- existența sau natura produsului;
- principalele caracteristici ale produsului;
- amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, orice afirmație sau simbol care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct sau indirect acordat comerciantului sau produsului;
- prețul sau modalitatea de calcul a prețului sau existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;
- necesitatea unui serviciu, a unei piese, înlocuiri sau reparații;
- natura, calitățile și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său;
- drepturile consumatorilor, inclusiv dreptul de înlocuire sau de rambursare;
- orice activitate de comercializare a unui produs, inclusiv publicitatea comparativă, care creează confuzie cu produse, mărci comerciale, denumiri comerciale sau alte semne distinctive ale unui concurent.

O practică comercială se consideră înşelătoare în cazul în care, analizând faptele şi ţinând seama de toate caracteristicile şi circumstanţele, precum şi de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informaţie semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoştinţă de cauză şi care, în consecinţă, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

Directiva 2005/29/CE consideră [4] că o practică comercială este agresivă în cazul în care, analizând faptele şi ţinând seama de toate caracteristicile şi circumstanţele, modifică sau poate modifica în mod semnificativ, prin hărţuire, constrângere, inclusiv prin forţă fizică sau printr-o influenţă nejustificată, libertatea de alegere sau conduită a consumatorului mediu şi, prin aceasta, îl determină sau îl poate determina să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situaţie.

Pentru determinarea faptului dacă o practică comercială folosește hărțuirea, constrângerea, inclusiv forța fizică sau influența nejustificată, se va ține seama de următoarele aspecte:

- momentul, locul, natura și persistența ei;
- folosirea de limbaj și comportament amenințător sau nejustificat;
- exploatarea de către comerciant, în cunoștință de cauză, a oricărui eveniment nefast sau a oricărei situații deosebit de grave care afectează modul de a judeca al consumatorilor, pentru a influența decizia consumatorului cu privire la produs;
- orice bariere necontractuale, oneroase sau disproporționate, impuse de comerciant în cazul în care un consumator dorește să-și exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia un contract sau de a se îndrepta spre un alt produs sau comerciant;
- orice amenințare de intentare a unei acțiuni care nu este posibilă din punct de vedere legal.

Directiva 2005/29/CE stabileşte o listă a practicilor comerciale considerate neloiale în orice situaţie. *Inter alia* menţionăm cu titlu de exemplu:

- Afirmaţia comerciantului privind semnarea unui cod de conduită pe care în fapt nu l-a semnat.
- Afirmaţia comerciantului fără temei real că un cod de conduită este autorizat de un organism public sau de alt tip.
- Propunerea de cumpărare a produselor la un preț declarat, fără a se menționa că există motive rezonabile pentru care comerciantul poate considera că nu va putea furniza, el însuși sau prin intermediul unui alt comerciant, produsele respective sau produse echivalente la prețul declarat pentru o anumită perioadă și în cantități rezonabile ținând seama de produsul respectiv, de amploarea publicității și de prețul declarat (publicitate-capcană).
- Declarația falsă că un produs va fi disponibil doar pentru un interval de timp foarte scurt sau doar în condiții speciale pentru un interval de timp foarte scurt, pentru a determina decizia imediată a consumatorilor și pentru a-i priva de timpul de gândire necesar și de posibilitatea de a face o alegere în cunoștință de cauză.

- Afirmaţia în cadrul unei practici comerciale privind organizarea unui concurs sau posibilitatea câștigării unui premiu, fără a acorda premiile specificate sau echivalentul acestora.
- Prezentarea drepturilor de care consumatorii beneficiază prin lege ca şi caracteristică distinctivă a ofertei comerciantului.
- Includerea în materialul promoțional a unei facturi sau a unui document similar de plată, astfel încât consumatorul are impresia greșită că a comandat deja produsul comercializat.
- Promovarea deliberată a unui produs similar cu produsul unui alt producător, astfel încât consumatorul să creadă că produsul promovat provine de la acelaşi producător.

Referințe:

1. Publicată în JO L 149, 11.6.2005, pp. 22-39. [Accesat 12.09.2019]. Disponibil: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?qid=15682-82069542&uri=CELEX:32005L0029
2. Publicată în JO L 304, 22.11.2011, p.64. [Accesat 12.09.2019]. Disponibil: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=-CELEX:02011L0083-20180701&qid=1568281374279&from=RO
3. Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European şi a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului, art.6
4. Art.8; art.9.