



## REGLEMENTAREA JURIDICĂ A PRACTICII COMERCIALE INCORECTE

*Olesea PLOTNIC,  
doctor în drept, lector superior (USM)*

### REZUMAT

Conform legislației de consum, practicile comerciale neloiale sunt interzise. În general, o practică a unui profesionist este incorectă, dacă aceasta este contrar diligenței profesionale, și anume, dacă această practică nu este în concordanță cu practicile loiale în materie comercială, industrială, artizanală sau liberală, și dacă această practică poate duce consumatorul mediu să ia o decizie care, în condiții normale, nu ar fi luat-o fără această practică. Comportamentele care induc în eroare consumatorul cu privire la produs sunt o excelentă clasă de practici neloiale. Așadar, este ceea ce noi numim „practici comerciale înșelătoare”. De exemplu: publicitatea care induce în eroare consumatorii cu privire la prețul unui produs.

Practicile insistente, violente sau care amenință consumatorul sunt, de asemenea, neloiale (practici comerciale agresive). De exemplu: a suna un consumator pentru a vinde un produs fără cerere din partea consumatorului.

**Cuvinte-cheie:** practică comercială, diligență profesională, consumator mediu, practică neloială sau agresivă.

### RÉSUMÉ

Conformément à la législation consumériste, les pratiques commerciales déloyales sont interdites. En général: une pratique d'un professionnel est déloyale si elle est contraire à la diligence professionnelle, c'est-à-dire si la pratique ne correspond pas aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, et si la pratique peut avoir pour conséquence que le consommateur moyen prend une décision qu'il n'aurait pas prise sans cette pratique.

Les comportements qui trompent le consommateur sur le produit sont une catégorie par excellence des pratiques déloyales. C'est ce que l'on appelle «Pratiques commerciales trompeuses». Exemple: publicité qui trompe le consommateur sur le prix d'un produit.

Les pratiques insistantes, menaçantes ou violentes vis-à-vis du consommateur sont également déloyales («Pratiques commerciales agressives»). Exemple: appeler un consommateur pour vendre un produit sans demande de la part du consommateur.

**Mots-clés:** pratiques commerciales, diligence professionnelle, consommateur moyen, pratiques déloyales et agressives.

**Generalități.** Pentru determinarea elementelor de apreciere a caracterului incorect al unei practici comerciale, este foarte important ca, pentru fiecare sistem de drept, legiuitorul să dea o definiție legală a „practicii comerciale incorecte”.

Astfel, odată cu abrogarea Legii privind protecția consumatorilor din 1993 și cu adoptarea Legii nr.105-XV din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor, în redacție nouă, legiuitorul moldav a reușit să reglementeze, minimal, acest fapt juridic prin definirea noțiunii de „practică comercială abuzivă” (art.1 al Legii).

Până nu demult, legislația R.Moldova în domeniul practicilor comerciale incorecte se afla la o etapă de formare și elaborare și unii doctrinari autohtoni afirmă că principalul izvor în materia practicilor comerciale incorecte era Codul civil, din care, pe cale de interpretare, judecătorii urmau să deducă toate soluțiile la examinarea litigiilor de consum. La momentul actual, și anume din 2011, acest fapt a fost reclamat, prin reglementarea specifică a practicilor comerciale incorecte în trei articole a Legii privind protecția consumatorilor nr.105-XV din 13.03.2003. Astfel, conform art.1, se dă noțiunea de „practică comercială” ca fiind „orice acțiune, omisiune, comportament, declarație sau comunicare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor”, iar în contextul art.13,14,15

cele incorecte fiind interzise în baza unei evaluări și unei liste neexhaustive.

Totuși, actualmente, în legislația R.Moldova, pe lângă Legea nr.105-XV din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor, ce reglementează în mod special practicile comerciale incorecte, predomină izvoarele atipice ale dreptului de consum și alte complementare ale dreptului de consum. Din categoria acestora, pot fi menționate următoarele acte normative:

1. Constituția Republicii Moldova din 29 iulie 1994;
2. Codul civil al Republicii Moldova din 06 iunie 2002 (Cartea III – Obligațiile);
3. Codul contravențional al Republicii Moldova din 24 octombrie 2008;
4. Alte acte normative speciale care reglementează raporturile de consum:
  - a. Legea nr.231 din 23.09.2010 privind comerțul interior;
  - b. Legea nr. 284-XV din 22.07.2004 privind comerțul electronic;
  - c. Legea nr. 134-XIII din 03.06.94 vânzării de mărfuri;
  - d. Legea nr.1227-XIII din 27.06.1997 cu privire la publicitate.

Trebuie să precizăm că legea cu privire la modificarea Legii nr.105-XV din 13.03.2003, prin introducerea instituției practicilor comerciale incorecte, a fost abor-



dată pentru dezvoltarea cadrului legislativ în domeniul protecției consumatorilor, ajustarea cerințelor privind interzicerea practicilor comerciale neloiale și altor cerințe în domeniul protecției consumatorilor cu *acquis-ul* comunitar. Astfel, până la adoptarea prezentei reglementări, problema consta în insuficiența cadrului complex care ar fi prevăzut cerințe generale privind:

a) Interzicerea practicilor comerciale incorecte ale întreprinderilor față de consumatori.

b) Protecția consumatorilor prin indicarea corectă a prețurilor produselor oferite consumatorilor.

c) Stabilirea criteriilor pentru suportul și dezvoltarea organizațiilor obștești de protecție a consumatorilor.

d) Incluziunea tematicii protecției consumatorilor în programul educațional, inclusiv, prin programul de învățământ.

e) Inițierea procedurii de mediere în scopul protecției consumatorilor.

Lipsa unor astfel de cerințe nu oferea consumatorilor protecția prin lege împotriva unor practici comerciale incorecte, înșelătoare și agresive care sunt aplicate de către comercianți față de consumatori. Modificările au adus la dezvoltarea cadrului legal în domeniul protecției intereselor economice ale consumatorilor prin stabilirea cerințelor legale privind interzicerea practicilor comerciale incorecte, care ar putea denatura comportamentul economic al consumatorului.

De menționat că problema constă în existența raporturilor sociale care aparent necesită a fi reglementate din cauza că ele creează lipsă de echitate sau ineficiență în ceea ce ține de protecția dreptului economic al consumatorilor prin aducerea de pagube materiale acestuia ca rezultat al aplicării practicilor comerciale incorecte. Problema reală este că cazurile de practici comerciale înșelătoare și agresive care sunt întâlnite în domeniul comerțului de bunuri și prestări servicii consumatorilor pune în pericol transferul corect și just al dreptului de proprietate în cadrul raporturilor comerciale. Practici care conform părerilor experților în domeniu, deși conform legislației europene sunt interzise, în Republica Moldova comercianții le consideră normale, iar consumatorii din lipsă de informație le tolerează.

Având în vedere că la moment, în Uniunea Europeană, cerințele privind interzicerea practicilor comerciale incorecte sunt stabilite prin Directiva Parlamentului European și a Consiliului 2005/29/EC, respectiv reglementarea practicilor comerciale incorecte prin lege este una oportună prin stabilirea normelor similare pentru protecția consumatorilor în Republica Moldova, ajustate la cerințele Uniunii Europene.

Până în prezent, unele cerințe generale privind interzicerea practicilor comerciale incorecte (abuzive, neloiale) le conținea foarte succint varianta veche a Legii privind protecția consumatorilor nr.105-XV din

13.03.2003 (*Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2003, nr. 126-131, art. 507), cu modificările și completările ulterioare, la art.10, alin.(2). Agentul economic este obligat să plaseze pe piață numai produse, servicii care corespund cerințelor prescrise sau declarate, să nu folosească practici comerciale abuzive și să presteze servicii numai în bază de contract negociat individual cu consumatorul.

Art.19 prevede „Consumatorii au dreptul de a fi informați, în mod complet, corect și precis, asupra caracteristicilor produselor și serviciilor oferite de către agenții economici, astfel încât să aibă posibilitatea de a face alegerea rațională, în conformitate cu interesele lor, între produsele și serviciile oferite și să fie în măsură să le utilizeze, potrivit destinației acestora, în deplină securitate”. Astfel, se prezumă că informarea consumatorilor despre produse se face cu bună credință, fără a utiliza informarea ca un instrument de a induce în eroare consumatorii.

Pe lângă acesta și multiple alte acte normative reglementează segmentat domeniul practicilor comerciale incorecte, și anume:

a) Hotărârea Guvernului nr.65 din 26.01.2001 „Cu privire la aprobarea Regulilor de comercializare cu amănuntul a unor tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare”, sunt prevăzute unele cerințe generale privind practicile comerciale neloiale.

b) Codul contravențional al Republicii Moldova din 24.10.2008 menționează sancțiunile pentru încălcarea regulilor de comerț. În special art. 273, art. 399 alin.(2).

c) Legea nr.1227 din 27.06.97 „cu privire la publicitate”, în mod special art.7 menționează că principiile de bază ale activității de publicitate sunt:

– loialitatea, onestitatea, autenticitatea și decența publicității;

– utilizarea formelor, metodelor și mijloacelor care nu aduc prejudicii spirituale, morale sau psihice consumatorilor de publicitate;

– concurența onestă;

– responsabilitatea față de consumatori, societate și stat.

Iar articolul 8 al legii stabilește *cerințele generale* față de publicitate, și anume:

(1) Publicitatea trebuie să fie loială și onestă;

(2) Publicitatea trebuie să fie identificată, fără cunoștințe speciale și fără utilizarea de mijloace tehnice;

(3) Publicitatea nu trebuie să inducă în eroare, nici să prejudicieze interesele consumatorilor;

(4) Legea nr.38 din 29.02.2008 „Privind protecția mărcilor” menționează că scopul înregistrării mărcii nu poate fi altul decât stabilirea situației de deosebire între produsul sau serviciul unei persoane de produsul sau serviciul altei persoane;

(5) Înregistrarea cu rea credință a mărcii produsului (de fabrică) poate duce la:



– confuzia de către consumator a activității industriale a persoanei care pretinde să devină deținătorul mărcii fără a o fabrica;

– confuzia de către consumator a întreprinderii producătoare;

– confuzia de către consumator a originii produsului, a locului fabricării;

– frustrarea consumatorului de dreptul la alegere.

(6) Legea nr.1103 din 30.06.2000 „Cu privire la protecția concurenței”, art. 8 stabilește cerințele privind cazurile care se califică ca concurență neloială și sunt interzise agentului economic.

#### **Problema practicilor comerciale incorecte**

Analizând prevederile stabilite prin cadrul legal existent până în 2011 și în special la prevederile ce țin de practicile comerciale incorecte, inclusiv publicitatea înșelătoare, concluzionăm că reglementarea specifică prin Legea nr.105 din 13.03.2003 este necesară prin:

- identificarea și interzicerea practicilor comerciale incorecte;

- clasificarea acestora în practici comerciale incorecte înșelătoare și agresive, precum stabilirea elementelor de identificare a acestora;

- completarea și dezvoltarea cadrului legal în scopul stabilirii cerințelor primare privind practicile comerciale incorecte.

Motivul apariției problemei consta în faptul că cap. III al Legii privind protecția consumatorilor (în varianta veche) prevedea unele cerințe pentru protecția intereselor economice ale consumatorilor. Printre acestea se numărau și protecția consumatorilor împotriva practicilor comerciale incorecte, neloiale. Specificul activității comerciale în Republica Moldova în prezent avea mai multe aspecte. În special, este de menționat faptul că în perioada de tranziție la relațiile economice de piață persoanele care practicau activitate de comerț, în multe cazuri, nu aveau o pregătire profesională în acest domeniu, nu exista un cod de conduită al comerciantului, astfel consumatorii fiind supuși unor practici comerciale incorecte.

Mai mult ca atât, pornind de la faptul că legislația națională nu prevedea clar care sunt practicile comerciale ce pot fi considerate ca fiind abuzive și, în același timp, consumatorii nu cunoșteau că atât conduita, cât și unele metode aplicate de comercianți prin care denaturau comportamentul consumatorului și influențau în mod abuziv decizia acestuia de a cumpăra produse, erau de fapt incorecte și ar fi trebuit să fie interzise.

Prezentăm unele subiecte ale reclamațiilor care pot fi considerate ca practici comerciale neloiale:

1. Un agent economic care vinde carburanți a dezvoltat o campanie promoțională conform căreia la cumpărarea unei cartele cu o anumită cantitate de benzină (100 litri) consumatorul va beneficia de un preț mai redus. Un cetățean a reclamat însă că a cumpărat cartela sus-numită, dar când casierita a telefonat la oficiul central pentru a o înregistra a fost informată că de

acum această cartelă costă mai mult, motivul invocat de agentul economic a fost lichidarea stocului existent la acel preț, oferindu-i consumatorului aceeași cartelă, dar la un preț mai mare.

2. Agentul economic s-a obligat să acorde servicii turistice, asigurând traiul unei familii compuse din 2 persoane mature și 2 copii minori, în hotel cu camere de tip familial (2 DBL-connect room). La punctul de destinație, consumatorul a fost cazat în camere separate, astfel încât soții au fost nevoiți să stea separați cu câte un copil în cameră.

3. Procurarea de către un consumator a unui produs cosmetic „Breast-Care Toilet Soap” în scopul creșterii în volum a sânilor. În urma folosirii acestui produs, schimbări vizibile nu au avut loc, dar, din contra, starea sănătății consumatorului s-a agravat (au apărut noduli, hemoragie internă) (an.2008). Ca rezultat al controlului efectuat, faptele expuse în petiție nu au putut fi stabilite, deoarece conform documentelor prezentate (facturi fiscale, declarații vamale), agentul economic nu a importat și nici nu a comercializat un astfel de produs.

4. Reclamarea de către un consumator a faptului că un club de noapte solicită o sumă suplimentară pentru rezervarea meselor în local. Astfel, consumatorul a rezervat o masă și a comandat băuturi, după care a fost impus să achite pe lângă produsele consumate o sumă mai mare, și anume, pentru rezervarea mesei. Cazul dat a fost soluționat amiabil, iar consumatorul a primit suma achitată suplimentar (an.2008).

5. Telefonic s-au adresat consumatori care reclamă anumite magazine ce comercializează încălțăminte, a căror marcă se aseamănă cu o marcă deja consacrată sau în denumire diferă doar o literă (prin această acțiune atrăgând cumpărătorii) sau oferind reduceri considerabile (an. 2008).

6. Sloganul Campionatului Mondial de Fotbal 2010 – „privește fotbalul împreună cu prietenii” – a fost inscripționat sub capacul unui produs. Această inscripție de pe capac a indus în eroare consumatorul, care a solicitat de la producător să i se achite toate cheltuielile ce țin de călătoria sa și a prietenilor săi la campionat. Această inscripție nu era câștigătoare, însă agentul economic nu a menționat informația vizată în timpul publicității (an. 2010).

7. Calitatea și proprietățile adaosurilor biologice active au fost reclamate de consumatori, precum și ineficacitatea aparatului „Insunorm” – aparat pentru tratarea diabetului zaharat. Consumatorii au fost convinși prin diferite metode psihologice, inclusiv prin intermediul publicității, că acestea tratează mai multe boli și sunt benefice organismului, dar care în realitate nu au avut nici un efect pozitiv (an. 2009-2010).

8. O companie ce prestează servicii de telefonie mobilă a lansat un proiect. Esența acestui proiect consta în faptul că consumatorii la fiecare încărcare a contului primeau cadou un anumit număr de bonu-



suri, care puteau fi preschimbate pe bunuri (obiecte materializate). Consumatorul s-a adresat la companie pentru a schimba bonusurile acumulate pe cadourile din ofertă, însă agentul economic a refuzat, motivând prin aceea că proiectul s-a finisat la sfârșitul anului, iar bonusurile acumulate pe parcursul anului precedent nu se păstrează, însă despre acest fapt consumatorii nu au fost informați (an. 2009-2010).

9. Afirmatii și caracteristici imprimate pe etichetă ce nu sunt conforme parametrilor reali ce caracterizează produsele au fost reclamate de consumatori, și anume, perne antialergice și țesătură de bumbac. Ca rezultat s-a stabilit că lotul de perne prelevat dispune de certificat de conformitate, însă marcarea acestora este necorespunzătoare (înscrierea „pernă antialergică” de pe eticheta de marcarea a produselor nu a fost confirmată prin documentele respective), ceea ce constituie încălcarea prevederilor art. 20 alin. (5) și al Legii privind protecția consumatorilor.

10. O companie ce prestează servicii în domeniul informaticii electronice la conectare la internet oferea consumatorilor prima lună gratuită de internet. În conformitate cu art. 263 Codul civil prin termenul de o lună se înțelege 30 de zile calendaristice, iar agentul economic oferea o lună din momentul conectării până la sfârșitul lunii, astfel încât consumatorii care se conectau pe data de 15 a lunii beneficiau de servicii gratuite doar până la sfârșitul lunii, adică 15 zile, și nu 30 de zile (an. 2010).

11. În cadrul unor campanii publicitare la radio și televiziune, erau promovate unele produse, atribuindu-le caracter de medicamente, care pot vindeca unele boli și disfuncții, și îndemnând consumatorii să sune la telefon și să le comande în următoarele minute, deoarece vor profita de ele la jumătate de preț. Dacă consumatorul suna la telefonul anunțat și după consultări nu procura acest produs, ulterior era contactat la telefon permanent chiar în fiecare zi pentru a-l convinge să procure produsele respective. În caz că consumatorul își procura produsul respectiv, și după consumarea căruia nu se observau anumite efecte pozitive, el era convins că produsul respectiv nu corespunde acestuia și deci el trebuie să cumpere un produs nou, mai performant. În cazul unui consumator în vârstă, care a căzut în plasele acestei practici comerciale, a fost nevoie ca el să achite în total 32 mii lei.

12. În unele sate ale Republicii Moldova deja sunt agenți comercianți care promovează din ușă în ușă produse (aparate) afirmând că cu ajutorul acestora se pot vindeca boli. Totodată, menționând că prețul acestora este de 2.400 lei, dar în cazul procurării imediate de către consumator prețul acestuia este de 1.200 lei. Și de menționat că cel mai des la sate sunt influențați și procură aceste aparate pensionarii.

După cum vedem din exemplele prezentate și comparând cu clasificarea practicilor comerciale incorecte în orice situație prezentată de Directiva Parlamentului

European și a Consiliului 2005/29/EC, putem constata că în Republica Moldova, de asemenea, se utilizează de către comercianți practici comerciale incorecte, și anume:

- exemplele 1, 2 și 8 corespund practicii comerciale înșelătoare prevăzută la alin.(8) lit. e);
- exemplele 3, 7 corespund practicii comerciale înșelătoare prevăzută la alin.(8) lit. q);
- exemplul 6 corespunde practicii comerciale înșelătoare prevăzută la alin.(8) lit. s);
- exemplele 11, 12 corespund practicii comerciale agresive prevăzută la alin.(11) lit. c);
- exemplul 12 corespunde practicii comerciale agresive prevăzută la alin.(11) lit. c).

Deși comparativ cu numărul petițiilor, numărul sesizărilor despre o practică comercială neloială este mult mai mic vorbește despre un singur lucru, în legislație nu sunt clar stabilite criteriile unei practici comerciale incorecte, lista practicilor comerciale care în orice situație se consideră incorecte, lipsa sau insuficiența de informare a consumatorilor despre existența unor astfel de practici comerciale care le pot afecta interesele economice.

Trebuie să recunoaștem că prin modificarea respectivă a Legii privind protecția consumatorilor au fost stabilite cerințele legale privind interzicerea practicilor comerciale incorecte, astfel statul având ca scop crearea cadrului legal pentru protecția intereselor economice ale consumatorilor. Legea a stabilit clar că practicile comerciale incorecte sunt interzise și, totodată, modul de identificare a acestora.

La momentul actual, Legea privind protecția consumatorilor prevede lista practicilor comerciale considerate incorecte în orice situație. Totodată, este de menționat că conform preambulului la directiva UE pe care se bazează modificarea respectivă a Legii (2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori), practicile comerciale care sunt considerate incorecte ca atare constituie o listă de circa 30 la număr.

*Codul de conduită al comercianților* sau reglementarea nivelului de *diligență profesională*, fiind introduse în lege ca noțiuni, constituie un punct de referință pentru constatarea practicilor ca fiind incorecte ce încurajează mediul de afaceri din comerț să elaboreze astfel de coduri și cu bună credință să le urmeze.

Datorită reglementării juridice a practicilor comerciale incorecte, în urma intervenției statului, avem asemenea impacturi pozitive:

- Consumatorii sunt protejați de practicile comerciale incorecte aplicate de comercianți, astfel nu vor face procurări nejustificate ca urmare a publicității înșelătoare sau a acțiunilor agresive ale vânzătorilor.
- Stabilitatea și siguranța conferite atât consumatorilor, cât și comercianților, în urma creării unui cadru unic de reglementare. Astfel este consolidată încrede-



rea consumatorilor la efectuarea tranzacțiilor pe piață.

• În cazul în care anumite caracteristici, cum sunt vârsta, infirmitatea fizică sau mintală sau credibilitatea, fac consumatorii deosebit de vulnerabili în fața unei practici comerciale sau a produsului aferent în cazul în care comportamentul economic al acestui grup de consumatori poate fi denaturat de această practică într-o modalitate pe care comerciantul o poate prevedea în mod rezonabil. Acest grup va fi protejat în mod corespunzător prin evaluarea practicii din perspectiva membrului grupului respectiv.

Astfel, prezenta Lege nr.105 din 13.03.2003 și Directiva din 11 mai 2005 definesc clar practicile comerciale neloiale interzise în Uniunea Europeană (UE). De asemenea, acestea protejează interesele economice ale consumatorilor care încheie tranzacții comerciale direct cu comercianții. Prin urmare, practicile comerciale neloiale sunt practici care întrunesc cumulativ elementele ce:

- nu respectă principiile diligenței profesionale;
- pot influența deciziile comerciale ale consumatorilor.

Anumite segmente de populație trebuie să fie protejate în mod special, dată fiind vulnerabilitatea sau credulitatea lor, vârsta lor (copii sau persoane în vârstă) sau o infirmitate mintală sau fizică. Directiva integrează dispozițiile directivelor privind publicitatea înșelătoare, contractele la distanță și comercializarea la distanță a serviciilor financiare. Conform cadrului legal existent, o practică comercială este înșelătoare în cazul în care conține informații false, mincinoase sau dacă aceste informații, chiar dacă sunt corecte în fapt, pot induce consumatorul în eroare. Aceste informații sunt cele care privesc în special:

- existența sau natura produsului;
- principalele caracteristici ale produsului (cum ar fi disponibilitatea, compoziția, data fabricației, originea geografică, rezultatele așteptate în urma utilizării etc.);
- prețul, angajamentele comerciantului, procesul de vânzare;
- necesitatea unui serviciu sau a unei reparații;
- comerciantul (identitatea, calificările, statutul, codul de conduită ale acestuia etc.);
- drepturile consumatorului în domeniul vânzării de bunuri de consum.

În plus, directiva interzice activitățile de marketing și de publicitate a produselor care creează o confuzie cu un alt produs sau cu o marcă a unui concurent. În cele din urmă, toate informațiile necesare consumatorului trebuie să fie furnizate acestuia în mod clar și inteligibil, în momentul corespunzător, pentru a-i permite acestuia să ia o decizie comercială. În caz contrar, este vorba despre o practică înșelătoare prin omisiune.

Directiva reglementează inclusiv practicile comerciale agresive, astfel încât deciziile comerciale ale consumatorilor trebuie să fie libere. Ele nu pot fi luate

drept consecință a utilizării unei hărțuiri, constrângeri sau influențe nejustificate.

Astfel, trebuie atât pe plan național, cât și pe cel comunitar luate în considerare mai multe elemente pentru stabilirea sancțiunilor:

- natura și durata practicii agresive;
- eventuala folosire de limbaj și comportament amenințător;
- exploatarea unei circumstanțe particulare care afectează consumatorul în scopul de a influența decizia acestuia;
- condițiile necontractuale impuse consumatorului când acesta dorește să-și exercite drepturile contractuale.

**Responsabilitatea pentru utilizarea practicii comerciale incorecte.** Orice consumator procură bunuri și beneficiază de servicii pentru satisfacerea necesităților sale personale. Iar bunurile și serviciile trebuie să dispună de așa caracteristici care să-i confere aptitudinea *de a satisface, conform destinației, necesitățile explicite sau implicite, adică să fie calitative*.

Unul din drepturile fundamentale ale omului, stipulat la art. 37 alin.(1) și (2) din Constituția RM, este dreptul la un mediu înconjurător sănătos, care prevede că „Fiecare om are dreptul la un mediu înconjurător nepriemlic din punct de vedere ecologic pentru viață și sănătate, precum și la produse alimentare și obiecte de uz casnic inofensive. Statul garantează fiecărui om dreptul la accesul liber și la răspândirea informațiilor veridice privitoare la starea mediului natural, la condițiile de viață și de muncă, la calitatea produselor alimentare și a obiectelor de uz casnic”<sup>71</sup>. De asemenea, orice om este și un consumator, iar unul din principalele drepturi ale consumatorului este dreptul la „protecție împotriva riscului de a achiziționa un produs, un serviciu care ar putea să-i afecteze viața, sănătatea, ereditatea sau securitatea ori să-i prejudicieze drepturile și interesele legitime”<sup>72</sup>.

Iar orice drept al unei persoane devine automat obligația alteia de a-i respecta acest drept. În acest fel, dacă consumatorii au dreptul la protecție împotriva riscului de utilizare a produselor necalitative, atunci „comercianții sunt obligați să plaseze pe piață numai produse/servicii sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor. Orice comerciant trebuie să se convingă, în baza informațiilor obținute de la producător/importator și a pregătirii profesionale, că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea/consumul acestora”<sup>73</sup>.

Iar pentru nerespectarea acestor prevederi este specificat în Legea cu privire la comerțul interior în art.24 alin.(2): „Comercianții care în exercițiul funcțiilor de serviciu comit încălcări sau împiedică desfășurarea controlului de către persoanele abilitate sunt trași la răspundere contravențională, civilă sau penală, conform legislației în vigoare”<sup>74</sup>.



La fel prevede și Legea privind protecția consumatorilor, adică pentru „încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspundere conform legislației în vigoare”<sup>75</sup>. Adică poate surveni atât răspunderea civilă, contravențională sau penală în dependență de prejudiciile cauzate consumatorilor.

Astfel, conform art. 15 al legii enunțate, se prevede în mod special modalitatea de răspundere și sancționare pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte. Ținând cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Agenția pentru Protecția Consumatorilor:

a) dispun încetarea sau inițierea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul contravențional;

b) dispun interzicerea sau inițierea procedurilor legale corespunzătoare pentru interzicerea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost încă aplicate, dar acest lucru este iminent, conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul contravențional;

c) solicită prezentarea de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare, a datelor de identificare a persoanelor fizice sau juridice implicate în realizarea publicității audiovizuale, considerată a fi o practică comercială incorectă, precum și a unei copii a materialului publicitar difuzat.

În cazul în care, în vederea eliminării efectelor practicilor comerciale incorecte, s-a dispus încetarea, respectiv interzicerea acestora, iar hotărârea/decizia organului respectiv a rămas irevocabilă, instanța care a emis hotărârea judecătorească definitivă, respectiv Agenția pentru Protecția Consumatorilor, poate solicita comerciantului:

a) publicarea hotărârii/deciziei, integral sau parțial, în forma pe care o consideră adecvată;

b) publicarea unui comunicat suplimentar privind măsurile de redresare.

Publicarea, în condițiile alin.(2) art. 15 al legii, se va face, în toate cazurile, într-un ziar de largă circulație, pe cheltuiala comerciantului.

Prezenta lege nu exclude controlul pe care responsabilii de codurile de conduită îl pot efectua conform prevederilor din codurile de conduită pe care comercianții s-au angajat să le respecte.

Efectuarea controlului specificat la alin.(4) nu exclude și nu limitează dreptul consumatorilor, al asociațiilor obștești de consumatori sau al concurenților de a sesiza responsabilul de Codul de conduită și nici dreptul consumatorilor sau al asociațiilor de a se adresa Agenției pentru Protecția Consumatorilor ori instanței judecătorești competente.

Conform teoriei generale a dreptului, răspunderea juridică este considerată „cheia de boltă” a întregii răspunderi sociale, răspundere consacrată legislativ și studiată prin manifestările ei particulare, în cadrul di-

feritelor ramuri de drept. Așadar, răspunderea juridică este acea formă a răspunderii sociale stabilită de stat în urma încălcării normelor de drept printr-un fapt ilicit și care determină suportarea consecințelor corespunzătoare de către cel vinovat, inclusiv prin utilizarea forței de constrângere a statului în scopul restabilirii ordinii de drept astfel lezate<sup>6</sup>.

Așadar, în dependență de fapta comisă, survine și răspunderea corespunzătoare, adică pentru cauzarea unui prejudiciu survine răspunderea civilă contractuală sau delictuală, pentru contravenții – răspunderea contravențională, pentru infracțiuni – răspunderea penală.

**Răspunderea civilă** este reglementată de Codul civil, cap. XXXIV „Obligațiile care nasc din cauzarea de daune”, și în special secțiunea a 2-a „Răspunderea pentru prejudiciul cauzat de produse cu viciu”. În art. 1425 „Temeiurile reparării prejudiciului cauzat de produse cu viciu”: Producătorul răspunde pentru prejudiciul cauzat de un produs cu viciu, chiar și în lipsa vinovăției, cu excepția cazurilor în care:

a) nu a pus produsul respectiv în circulație;

b) se poate considera, în funcție de împrejurări, că produsul nu avea viciul cauzator de pagube în momentul în care producătorul l-a pus în circulație;

c) produsul nu este realizat nici pentru vânzare, nici pentru o altă formă de valorificare economică și nu este vândut în cadrul activității profesionale exercitate de producător;

d) viciul constă în faptul că produsul, în momentul în care producătorul l-a pus în circulație, corespundea unor dispoziții legale obligatorii;

e) viciul nu putea fi identificat din cauza nivelului științei și tehnicii de la momentul în care producătorul l-a pus în circulație.

Obligația de reparare a prejudiciului de către producătorul unei părți componente a produsului este exclusă în cazul în care viciile se datorează modului de asamblare (construcție) a produsului în care este încorporată partea componentă ori adăugirilor și conexiunilor făcute de realizatorul produsului final. Această prevedere se aplică în modul corespunzător și producătorului de materie primă. Obligația producătorului de a repara prejudiciul este diminuată sau înlăturată dacă la producerea prejudiciului a concurat vina celui prejudiciat ori a persoanei pentru care răspunde cel prejudiciat. Răspunderea producătorului nu este diminuată în cazul în care prejudiciul este produs concomitent de un viciu al produsului și de acțiunea unui terț<sup>77</sup>. Iar conform art. 1431: „Răspunderea producătorului pentru produsele cu viciu nu poate fi exclusă ori limitată printr-o clauză contractuală. Convențiile contractare nu produc efect. Aplicarea dispozițiilor prezentei secțiuni nu exclude posibilitatea persoanei prejudiciate de a pretinde despăgubiri în temeiul răspunderii contractuale sau delictuale ori în conformitate cu actele legislative și normative speciale din domeniu”<sup>78</sup>.



**Răspunderea contravențională** este reglementată de Codul contravențional și conform art.408 Agenția pentru Protecția Consumatorilor constată și examinează contravențiile specificate la art.84, 971-972, 278-281, 344-348, art.349 alin.(4).

Conform aceluiași articol, sunt în drept să constate contravenții și să încheie procese-verbale directorul Agenției pentru Protecția Consumatorilor, adjuncții lui, precum și inspectorii principali de stat și inspectorii coordonatori de stat. De asemenea, sunt în drept să examineze contravenții și să aplice sancțiuni directorul Agenției pentru Protecția Consumatorilor și adjuncții lui<sup>9</sup>.

Astfel, conform art.344, alin.(3) lit.d): „d) utilizarea de către comerciant a practicilor comerciale incorecte (înșelătoare și/sau agresive) care denaturează sau sunt susceptibile să denatureze în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajung sau căruia li se adresează ori al membrului mediu al unui grup, în cazul când practicile comerciale sunt adresate unui anumit grup de consumatori, se sancționează cu amendă de la 50 la 100 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere, cu amendă de la 100 la 200 de unități convenționale aplicată persoanei juridice, cu emiterea deciziei, în ambele cazuri, de încetare sau de interzicere a practicii comerciale incorecte.”

**Răspunderea penală.** Importanța respectării drepturilor consumatorilor e subliniată prin prevederile răspunderii penale a agentului comercial pentru încălcarea drepturilor consumatorilor. Răspunderea penală constituie cea mai gravă formă de răspundere juridică și constă din obligația agentului comercial care încalcă cu vinovăție norma de drept penal de a suporta consecințele juridice ale faptei sale<sup>10</sup>. Unele din faptele ilicite sunt prevăzute, spre exemplu, în art. 246<sup>2</sup> CP RM: „Falsificarea produselor, adică fabricarea lor în scop de comercializare fără documente de însoțire, proveniență, calitate și conformitate, precum și îndemnarea terților la efectuarea acestei acțiuni, săvârșite în proporții mari, se pedepsesc cu amendă în mărime de la 1.000 la 2.000 de unități convenționale sau cu închisoare de până la 1 an, cu amendă, aplicată persoanei juridice, de la 3.500 la 5.000 de unități convenționale cu privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 1 la 5 ani”<sup>11</sup> sau art. 255 CP RM – înșelarea clienților „Depășirea prețurilor cu amănuntul stabilite, precum și a prețurilor și tarifelor pentru serviciile sociale și comunale prestate populației, înșelarea la socoteală sau altă inducere în eroare a clienților, săvârșite în proporții mari, se pedepsește cu amendă în mărime de până la 300 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 100 la 240 de ore, în ambele cazuri cu (sau fără) privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 2 la 5 ani”<sup>12</sup>.

## Concluzii și recomandări

Protecția drepturilor consumatorilor împotriva practicilor comerciale incorecte constituie o latură importantă și o componentă de bază a protecției sociale. Asigurarea drepturilor cetățenilor de a avea acces la produse, care nu prezintă pericol și risc pentru sănătatea și securitatea lor, constituie un drept garantat de Constituția Republicii Moldova. În societatea noastră, aflată în etapa de tranziție la economia de piață, protecția intereselor economice ale consumatorilor reprezintă o problemă statală, care poate fi soluționată prin impunerea respectării unui pachet de acte normative care constituie cadrul constituțional al protecției consumatorilor.

Prin urmare, intervenția puterii legislative în procesul de protecție a consumatorilor împotriva practicilor comerciale incorecte urmează a fi conturat în două mari categorii de acțiuni, și anume, de asigurare a unei legislații care să răspundă corespunzător necesităților generate de asigurarea protecției intereselor economice ale consumatorilor și de organizarea unor instituții de specialitate care să vegheze asupra protecției consumatorilor împotriva practicilor comerciale incorecte.

## Note:

<sup>1</sup> Constituția Republicii Moldova din 29.07.1994, publicată: 18.08.1994 în *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.1, art.1. Data intrării în vigoare: 27.08.1994.

<sup>2</sup> Legea nr. 105 din 13.03.03 privind protecția consumatorilor, publicată 21.10.2011 în *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.176-181 art.513. Data intrării în vigoare 28.10.2003.

<sup>3</sup> Legea nr.231 din 23.09.2010 cu privire la comerțul interior, publicată: 22.10.2010 în *Monitorul Oficial al RM*, nr.206-209 art.681.

<sup>4</sup> *Ibidem*.

<sup>5</sup> Legea nr. 105 din 13.03.03 privind protecția consumatorilor, publicată 21.10.2011 în *Monitorul Oficial al RM*, nr.176-181 art.513. Data intrării în vigoare 28.10.2003.

<sup>6</sup> Apostol C., *Delimitarea răspunderii civile față de alte feluri ale răspunderii juridice*, în *Revista Națională de Drept*, 2011, nr.6-7, Ediție specială, p.100-101.

<sup>7</sup> Codul civil al Republicii Moldova nr.1107 din 06.06.2002, publicat 22.06.2002, în *Monitorul Oficial al RM*, nr.82-86 art.661.

<sup>8</sup> *Ibidem*.

<sup>9</sup> Codul contravențional al Republicii Moldova nr.218 din 24.10.2008, publicat 16.01.2009 în *Monitorul Oficial al RM*, nr.3-6 art.15. Data intrării în vigoare: 31.05.2009.

<sup>10</sup> Moscaliciuc I, *Evoluția Codului legislativ penal privind protecția penală a consumatorilor în Republica Moldova*, în *Revista Națională de Drept*, 2007, nr.4, p.73-81.

<sup>11</sup> Codul penal al Republicii Moldova, nr.985 din 18.04.2002, publicat 14.04.2009, în *Monitorul Oficial al RM*, nr.72-74 art.195.

<sup>12</sup> *Ibidem*.