

PARTICULARITĂȚILE IMPLEMENTĂRII MEDIERII ÎN SOLUȚIONAREA LITIGIILOR PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORILOR

PARTICULARITIES OF MEDIATION IMPLEMENTATION IN THE RESOLUTION OF DISPUTES CONCERNING CONSUMER PROTECTION

CZU: 366.5:341.176:347.918

Corneliu TUNI

Universitatea de Studii Politice și Economice Europene „Constantin Stere”

ORCID: 0000-0002-7193-2871

E-mail: cornell_tuni@yahoo.com

The final consumer, in this case the natural or legal person who purchases a product or service as the final beneficiary, plays a vital role in the economy of any state. He is the one who generates the real need for products and services on any global or local market, all the other players on the upstream market correlating in order to be able to make available to him the good or service necessary to satisfy his needs.

A consumer can influence the economic development of the state by motivating competition and innovation in the business environment. The decision-making capacity of consumers is not only an aspect related to their rights, but is also related to the creation of a global environment that allows consumers to exercise their respective rights and benefit from them. Currently, there are over 2.9 million active consumers in the Republic of Moldova, and consumer spending represents over 63% of GDP. The valorization of consumer power can only be carried out by establishing and maintaining a regulatory and institutional framework that will make the entrepreneur and the consumer aware of their rights and obligations. The regulatory and institutional framework will ensure consumer protection from unfair and abusive commercial practices, and will guarantee the consumer the opportunity to make well-informed decisions [168]. The valorization of consumer power can only be carried out by establishing and maintaining a regulatory and institutional framework that will make the entrepreneur and the consumer aware of their rights and obligations. The regulatory and institutional framework will ensure consumer protection from unfair and abusive commercial practices, and will guarantee the consumer the opportunity to make well-informed decisions [168]. Thus, the main regulatory act is the Law of the Republic of Moldova on Consumer Protection, No. 105-XV of 13.03.2003, Official Gazette No. 126-131/507 of 27.06.2003, which establishes the legal basis for the protection of individuals by the state in their capacity as consumers [169], the law

on unfair terms the purpose of which is to create an appropriate legal framework to ensure the protection of consumers' economic interests by prohibiting and preventing the use of unfair terms in contracts concluded between traders and consumers [170].

For the period up to 2020, at European level, a new European Union consumer protection programme for the period 2014-2020 is being outlined, which revalues the role of the consumer as a decisive factor for the economic development of the Member States and the Union as a whole. Compared to the previous policy document, through the strategy in question, the Union aims to change the approach to consumer issues from the diffuse objective of "giving more power to consumers" in order to increase their well-being, to more specific objectives of guaranteeing the safety of products and services, of information and education as well as of guaranteeing rights and redress.

Persoană juridică reprezintă organizația cu un patrimoniu propriu și o administrare de sine stătătoare, care are capacitatea de a dobândi drepturi și a-și asuma obligații în nume propriu. Ea poate fi subiect de drepturi și obligații, poate deține un patrimoniu distinct pentru a răspunde de obligațiile sale și poate fi parte în procese judiciare.

A media - a mijloci o înțelegere între două sau mai multe părți adverse, a face demersuri oficiale pentru a preveni sau pentru a pune capăt ostilităților dintre două sau mai multe state.

A legal person is an organization with its own assets and independent administration, which has the capacity to acquire rights and assume obligations in its own name. It can be the subject of rights and obligations, can own a distinct asset to meet its obligations and can be a party to legal proceedings. â

To mediate - to mediate an agreement between two or more opposing parties, to take official steps to prevent or end hostilities between two or more states.

Consumatorul final, în caz concret fiind persoana fizică sau juridică care achiziționează în calitate de beneficiar final un produs sau un serviciu, joacă un rol vital în economia oricărui stat. El este cel care generează nevoia reală de produse și de servicii pe orice piață globală sau locală, toți ceilalți jucători de pe piața din amonte corelandu-se pentru a putea să îi pună la dispoziție bunul sau serviciul necesar satisfacerii necesităților sale.

Un consumator poate influența dezvoltarea economică a statului prin motivarea concurenței și a inovației în cadrul mediului de afaceri. Capacitatea decizională a consumatorilor nu este doar un aspect legat de drepturile acestora, ci este legată și de crearea unui mediu global care să permită consumatorilor să-și exercite drepturile respective și să beneficieze de pe urma lor. În prezent în Republica Moldova sunt peste 2,9 milioane de consumatori activi, iar cheltuielile de consum reprezintă peste 63% din PIB. Valorificarea puterii consumatorului poate fi efectuată numai prin stabilirea și menținerea unui cadru normativ și instituțional care va face ca an-

trepreneurul și consumatorul să fie conștienți de drepturile și obligațiile sale. Cadrul normativ și instituțional va asigura protecția consumatorului de practici comerciale incorecte și abuzive, și îi va garanta consumatorului posibilitatea de a lua decizii fiind bine informat¹[168]. Astfel, principalul act normativ este Legea Republicii Moldova privind protecția consumatorilor, nr.105-XV din 13.03.2003, Monitorul Oficial nr. 126-131/507 din 27.06.2003, care stabilește bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitate lor de consumatori²[169], legea cu privire la clauzele abuzive scopul căreia constă în crearea unui cadru legal corespunzător în vederea asigurării protecției intereselor economice ale consumatorilor prin interzicerea și prevenirea utilizării de clauze abuzive în contractele încheiate între comercianți și consumatori³[170].

Pentru perioada de până la 2020, în plan european, se conturează un nou program al Uniunii Europene privind protecția consumatorilor pentru perioada 2014-2020 prin care se revalorifică rolul consumatorului ca factor decisiv pentru dezvoltarea economică a statelor membre și Uniunii în întregime. Comparativ cu documentul de politici anterior, prin strategia în cauză Uniunea își propune schimbarea abordării problematicei consumatorului de la obiectivul difuz de a „da mai multă putere consumatorilor” cu scopul de a crește bunăstarea acestora, la obiective mai specifice de garantare a siguranței produselor și serviciilor, de informare și educare precum și de garantarea drepturilor și măsurilor reparatorii.

În ceea ce ține de planificarea strategică în domeniul dezvoltării economice Moldova și-a trasat obiectivele și abordările pentru perioada de până în anul 2020 prin Strategia Națională de Dezvoltare „Moldova 2020”. Prin intermediul acestui document de politici se propune un nou model de dezvoltare economică construit în baza schimbării paradigmei de dezvoltare actuală, punându-se accent pe dezvoltarea productivității capitalului și muncii, ca factor a funcției de producție. Totodată, pentru dezvoltarea productivității capitalului, nivelul de competitivitate și inovație pe piață este decisiv. În acest sens prin reevaluarea consumului și valorificarea forței consumatorului pot fi create bazele pentru schimbarea paradigmei de dezvoltare economică pentru Moldova spre care se tinde inclusiv și prin intermediul Strategiei de Dezvoltare Națională „Moldova 2020”⁴[171].

În ultimii cinci ani acțiunile Guvernului și altor autorități publice în ceea ce ține de protecția consumatorului au fost ghidate în mare parte de Strategia Națională în domeniul protecției consumatorilor pentru perioada 2008-2012 și planul de acțiuni

¹ Hotărârea Guvernului Nr.560 din 24.07.2013. **Strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020**, în: Monitorul Oficial Nr. 161-166, art Nr : 654

² Legea Republicii Moldova privind protecția consumatorilor, nr.105-XV din 13.03.2003, în: Monitorul Oficial nr. 126-131/507 din 27.06.2003.

³ Legea Republicii Moldova Nr. 256 din 09.12.2011 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii 4.02.2012 în Monitorul Oficial Nr. 38-41 art Nr : 115. Data intrării în vigoare : 24.05.2012

⁴ Strategia de Dezvoltare Națională „Moldova 2020, legea nr. 30.11.2012 în Monitorul Oficial Nr. 245-247 art. Nr : 791.

pentru implementarea acesteia, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr.5 din 14 ianuarie 2008⁵[172]. La elaborarea strategiei menționate s-a luat în considerare Strategia corespunzătoare a Uniunii Europene pentru perioada 2007-2013. Obiectivele trasate de Strategia 2008-2012 au fost: asigurarea unui nivel adecvat de protecție a consumatorilor și asigurarea aplicării eficiente a legislației prin cooperare cu societatea civilă, informarea și educarea consumatorilor. Dezvoltarea și perfecționarea cadrului legal și normativ din domeniul protecției consumatorilor a fost una din importanțele realizări a Strategiei 2008-2012. Astfel în perioada aceasta au fost adoptate o serie de legi importante și acte normative ce consolidează bazele juridice a protejării de către stat a consumatorilor.

Totodată au fost adoptate și legi noi care în mod tangențial țin de protecția consumatorilor și stabilesc norme de bază pe unele segmente cum ar fi domeniile sănătății, energeticii, eficienței energetice. În același timp, în scopul armonizării legislației naționale cu legislația comunitară ce ține de domeniul protecției consumatorilor, un șir de acte normative comunitare necesită a fi incluse pentru transpunere în planul de acțiuni de implementare în perioada următoare.

În ceea ce ține de cadrul legislativ de bază care consfințește drepturile și garanțiile de bază pentru consumatori, pe lângă dezvoltarea și perfecționarea care a avut loc în perioada 2008-2012, transpare necesitatea creării mai multor acte normative subordonate legii care ar veni să stabilească cadrul normativ necesar în suportul implementării și aplicării legilor actuale. În același timp se impune și dezvoltarea continuă a legilor sectoreale vizavi de implementarea și consfințirea celor mai importante drepturi și garanții pentru consumatori pe segmente distincte ale pieței și economiei în genere.

Cu toate că în ultimii ani efectiv a apărut un număr mare de acte normative ce impun cerințe minime pentru calitatea produselor și serviciilor, totuși rămâne conștientă necesitatea accentuată în dezvoltarea și perfecționarea cadrului normativ în ceea ce ține reglementarea calității și inofensivității a produselor și serviciilor în parte, deoarece apar litigiile între producători și consumatori soluționarea cărora este problematică.

În practică consumatorul are puține alternative eficiente de a-și recupera dauna cauzată de prejudiciul depistat. Sistemul judecătoresc se dovedește a fi de multe ori costisitor și prea lent, în special în raport cu o valoare mai puțin semnificativă a acțiunii. Astfel costurile financiare de recuperare a prejudiciului și revendicare a dreptului prin instanță de judecată de multe ori prevalează cu zeci de ori valoarea monetară a prejudiciului în sine. În acest sens extrem de semnificativ este faptul că anual doar 0,001% din totalul de cazuri civile țin de domeniul protecției consumatorului. Proceduri alternative de recuperare a prejudiciului, în afara sistemului judecătoresc, deși

⁵ Hotărârea Guvernului nr. Nr. 560 din 24.07.2013, de confirmare a cu privire la aprobarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020, în: Monitorul Oficial, nr. 26.07.2013 Nr. 161-166 art Nr : 654

sunt stabilite prin lege, se constată a fi prea puțin funcționale și neutilizate. În acest mod consumatorul fiind pus să se confrunte la direct cu agentul economic, fiind lăsat în definitiv în cadrul marjei de discreție a agentului economic, ceea ce în prea puține cazuri se soldează cu recuperarea prejudiciului.

Legislația ce ține de soluționare judiciară și extrajudiciară a conflictelor și recuperarea prejudiciilor necesită în primul rând să fie dezvoltată cu scopul susținerii și ameliorării soluționării conflictelor pe cale extrajudiciară, dar totodată în scopul creării și susținerii unui sistem integru de recepționare și prelucrarea eficientă a petițiilor și consultării din partea organelor abilitate cu protecția consumatorilor. Concomitent cu dezvoltarea cadrului normativ în domeniul protecției consumatorilor s-au depus eforturi pentru a consolida cadrul instituțional care ar asigura implementarea prevederilor legale astfel ca consumatorii să beneficieze de o protecție reală resimțită în general și de fiecare în parte. Ultimele modificări operate în Legea nr.105-XV din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor, redefinesc cadrul instituțional în domeniul protecției consumatorilor, în special sunt revăzute atribuțiile organului central de specialitate al administrației publice responsabil de domeniu sub aspectul delimitării funcțiilor de elaborare a politicii care revin Ministerului Economiei, iar atribuțiile de realizare a politicii sunt specificate pentru Agenția pentru Protecția Consumatorilor. Scopul creării Agenției pentru Protecția Consumatorilor a fost eficientizarea activității statului în materie de protecție directă și indirectă a consumatorilor prin supravegherea pieței, informarea și educarea consumatorilor, întărirea capacității decizionale și stimularea capacității de autoprotecție individuală și asociativă a consumatorilor.

Una din componentele de protecție a consumatorilor este supravegherea pieței, scopul căreia este de a împiedica plasarea pe piață a produselor și serviciilor care nu corespund cerințelor prescrise și/sau declarate. Încă în anul 2004 în Republica Moldova a fost adoptată Legea nr. 78 din 18.03.2004 privind produsele alimentare care avea drept scop, stabilirea cadrului juridic privind producerea, prelucrarea și distribuirea produselor alimentare, precum și reglementează condițiile de bază privind circuitul acestor produse, inclusiv asigurarea inofensivității lui, în scopul ocrotirii sănătății omului, protecției intereselor consumatorilor în ceea ce privește produsele alimentare, promovării unor practici echitabile în comerțul cu produse alimentare. Această lege se aplică tuturor produselor alimentare, inclusiv celor fortificate, cu destinație nutrițională specială, suplimentelor alimentare și altor feluri de produse alimentare destinate plasării pe piața internă⁶[173].

În perioada respectivă atât la nivel normativ, cât și legislativ a fost efectuată o delimitare clară a atribuțiilor autorităților de supraveghere a pieței în scopul excluderii dublărilor și excesului de control la agenții economice. Totodată în scopul ajustării cadrului legal privind supravegherea pieței la cerințele UE a fost necesară elaborarea și adoptarea Legii privind supravegherea pieței în baza și crearea mecanismului de colaborare și coordonare a activității de supraveghere a pieței la nivel național dintre

⁶ Legea nr. 78 din 18.03.2004 privind produsele alimentare, în Monitorul Oficial, 2004, Nr. 83-83

organele de supraveghere, organele vamale și alte organe interesate. Astfel, în anul 2016 a fost adoptată Legea RM, Nr. 7 din 26.02.2016 privind supravegherea pieței în ceea ce privește comercializarea produselor nealimentare. Această lege stabilește cadrul legal pentru supravegherea pieței în ceea ce privește produsele nealimentare pentru a asigura că respectivele produse îndeplinesc cerințele esențiale care oferă un nivel înalt de protecție a intereselor publice, precum sănătatea și siguranța în general, sănătatea și siguranța la locul de muncă, protecția consumatorilor, protecția mediului și securitatea⁷. Deși au fost înregistrate unele rezultate în consolidarea capacităților de supraveghere a pieței prin dotarea laboratoarelor (în special al laboratoarelor de produse alimentare), rămâne actuală consolidarea capacităților laboratoarelor pentru produse nealimentare.

Pe parcursul perioade poate fi remarcată importanța și contribuția asociațiilor obștești de consumatori în cadrul comisiilor, grupurilor de lucru, consiliilor organelor centrale de specialitate ale administrației publice și autoritățile administrației publice locale, precum și reprezentarea intereselor acestora în cadrul elaborării și implementării politicilor în domeniu.

În cadrul Legii nr.105-XV din 13 martie 2003 privind protecția consumatorilor au fost stabilite criteriile pe care trebuie să le întrunească asociațiile obștești de consumatori cu statut de utilitate publică pentru obținerea finanțării pentru anumite programe, proiecte și activități de informare a consumatorilor. Totodată nu au fost efectuate finanțări din lipsa de resurse prognozate din bugetul de stat.

În conceptul noii Strategii a Uniunii Europene se stabilește drept scop primordial capacitatea decizională a consumatorului, care poate fi realizată în primul rând prin informarea și educarea acestuia. În ultimii ani au fost efectuate un șir de acțiuni în special ce țin de informarea consumatorilor dar și de educare. Spre exemplu, Agenția pentru Protecția Consumatorilor a organizat și a desfășurat, anual, cu suportul organelor administrării publice locale întâlniri (vizite) consultative, de informare a consumatorilor și agenților economici privind protejarea drepturilor și intereselor economice ale consumatorilor. La fel și majoritatea autorităților care sunt împuternicite prin lege cu protecția consumatorului în domeniul lor de activitate (în special autoritățile de supraveghere a pieței) au efectuat seminare și consultări legate de problemele respectării drepturilor consumatorului în domeniul acestora de reglementare și control. Însă în acest sens trebuie de remarcat că totuși autoritățile în cauză nu sistematizează și nu aspiră spre eficientizare și maximizare a impactului prin lipsa de planuri clare în acest sens, prin lipsa de stabilire și urmărire a indicatorilor de performanță.

Unul din obiectivele specifice și măsurile necesare pentru *consolidarea capacităților decizionale și de protecție a consumatorului este* eficientizarea procesului de revendicare a drepturilor și de recuperare prejudiciilor. Obiectivul în cauză con-

⁷ Legea RM, Nr. 7 din 26.02.2016 privind supravegherea pieței în ceea ce privește comercializarea produselor nealimentare : 01.04.2016 în Monitorul Oficial Nr. 79-89, art Nr: 146, Data intrării în vigoare: 01.04.2016.

stă în tendința de a micșora la maxim posibil timpul și investițiile necesare pentru recuperarea prejudiciilor depistate și revendicate de consumator, odată cu mărirea beneficiului obținut în rezultatul revendicărilor. 1) Indicatori de performanță:

- a) Scăderea duratei de recuperare a prejudiciului cauzat de produse sau servicii defectuoase cu cel puțin 20%;
- b) Mărirea numărului cazurilor în instanțe privind apărarea drepturilor consumatorului și recuperarea prejudiciilor cu 10%;
- c) Mărirea numărului adresărilor la autorități publice cu cel puțin 20%.

2) Măsuri de implementare:

- a) Perfecționarea cadrului legislativ referitor la revendicarea drepturilor și de recuperare prejudiciilor în sistemul judiciar și extrajudiciar;
- b) Consolidarea capacităților instituționale privind revendicare a drepturilor și de recuperare prejudiciilor în sistemul judiciar și extrajudiciar.
- c) Ridicarea nivelului de încredere în sistemul instituțional existent prin promovarea soluțiilor pe care le oferă acesta⁸[175].

În vederea dezvoltării procesului de educare a consumatorilor, Ministerul Educației a elaborat și implementat curriculum-ul în domeniul protecției consumatorilor pentru clasele a VIII-IX-a și a X-XII-a cu statut de curs opțional. În sistemul universitar acest curs lipsește, deși în sistemul universitar ar fi mult mai indicat odată ce studentul reprezintă un consumator destul de activ.

În plan național este important să existe sursă de informare constantă în cadrul mass-mediei în special sub forma unei ediții periodice dedicată exclusiv problematicele protecției consumatorului, pentru care nu s-au depus eforturi destule ca aceasta să apară și să fie menținută la nivelul corespunzător.

Din analiza statisticilor indirecte se constată la fel nivelul minim de încredere a consumatorului în sistemul instituțional existent, deși pe de altă parte nu există un sistem clar conturat de soluționare a disputelor și recuperării prejudiciilor în mod extrajudiciar sau fără oarecare implicare a autorităților publice.

În ceea ce ține consolidarea și planificarea efortului de informare din partea statului trebuie să constatăm că lipsește în mare parte un sistem informațional definit care ar permite monitorizarea nivelului de informare și încredere a consumatorului. În prezent, în legătură cu analiza efectuată pentru elaborare noii strategii, sunt în desfășurarea acțiuni privind determinarea nivelului real de informare, educare și încredere a consumatorului. Dar deja și în cadrul acestor acțiuni s-a constatat lipsa de interes și voință a actorilor implicați în ceea ce ține monitorizarea nivelului de informare și încredere a consumatorului. Ceea ce impune la fel și necesitatea creării și implementării factorilor motivaționali pentru actorii (autorități și asociații) implicați pentru a acorda o atenție mult mai mare aspectelor de informare, educare și comunicare în genere cu consumatorul.

⁸ Hotărârea Guvernului nr. 920 din 07.11.2014 cu privire la aprobarea Strategiei de cercetare-dezvoltare a Republicii Moldova până în 2020. Publicat: 26.12.2014 în Monitorul Oficial Nr. 386-396 art. Nr.: 1099

Legislația ce ține de soluționarea judiciară și extrajudiciară a conflictelor și de recuperare a prejudiciilor necesită în primul rând să fie dezvoltată cu scopul susținerii și ameliorării soluționării conflictelor pe cale extrajudiciară, dar totodată în scopul creării și susținerii unui sistem integru de recepționare și prelucrare eficientă a petițiilor și consultării din partea organelor abilitate cu protecția consumatorilor.

În practică consumatorul are puține alternative eficiente de a-și recupera dauna cauzată de prejudiciul depistat. Sistemul judecătoresc se dovedește a fi de multe ori costisitor și prea lent, în special în raport cu o valoare mai puțin semnificativă a acțiunii. Astfel costurile financiare de recuperare a prejudiciului și revendicare a dreptului prin instanță de judecată de multe ori prevalează cu zeci de ori valoarea monetară a prejudiciului în sine. În acest sens extrem de semnificativ este faptul că anual doar 0,001% din totalul de cazuri civile țin de domeniul protecției consumatorului. Proceduri alternative de recuperare a prejudiciului, în afara sistemului judecătoresc, deși sunt stabilite prin lege, se constată a fi prea puțin funcționale și neutilizate. În acest mod consumatorul fiind pus să se confrunte la direct cu agentul economic, fiind lăsat în definitiv în cadrul marjei de discreție a agentului economic, ceea ce în prea puține cazuri se soldează cu recuperarea prejudiciului.

Legea nr. 137, vine în ajutor, astfel, articolul 28, prevede că:

(1) Pot fi supuse medierii litigiile în domeniul protecției consumatorilor în cazul în care consumatorul invocă existența unui prejudiciu ca urmare a achiziționării unor produse sau servicii defectuoase, nerespectarea clauzelor contractuale ori a garanțiilor acordate, existența unor clauze abuzive cuprinse în contractul încheiat între consumator și agentul economic ori încălcarea altor drepturi stabilite de legislația privind protecția consumatorilor.

Din prevederile acestui abzaț reiese că consumatorii se pot adresa la un mediator, atunci când i s-a cauzat un prejudiciu. Evident că la soluționarea acestui litigiu prin intermediul procesului de mediere, mediatorul trebuie să țină cont de particularitățile prevederilor Codului civil RM cu privire la repararea acestui prejudiciu, legii cu privire la clauzele abuzive etc.

Având în vedere diversificarea continuă a ofertei și faptul că piața devine tot mai sofisticată, propunând produse și tehnici de vânzare din ce în ce mai complexe prin obiectivul scăderea riscului de apariție a tranzacțiilor prejudiciabile pentru consumatorilor fi realizate măsuri de perfecționare și completare a cadrului legislativ, astfel ca să cuprindă cerințe referitoare la contractele de credit la distanță, contractele negociate în afara spațiilor comerciale, serviciile financiare pentru consumatori, precum și alte tipuri de contracte încheiate cu consumatorii la distanță. Va fi eficientizat modul de examinare a petițiilor și consultare a consumatorilor, inclusiv utilizând tehnologii informaționale.

1) Indicatori de performanță:

a) Mărirea cu 20% a numărului de controale în urma cărora nu au fost constatate încălcări raportat la numărul total de controale;

- b) Mărirea numărului cu cel puțin 10% de reclamații referitor la produsele și serviciile neconforme depuse la autoritățile responsabile de domeniul protecției consumatorilor
- 2) Măsuri de implementare:
 - a) Reglementarea practicilor de comerț și a raporturilor contractuale;
 - b) Promovarea, controlul și supravegherea respectării legislației în privința raporturilor precontractuale, contractuale și post-contractuale;
 - c) Facilitarea procesului de recepționare și examinare a petițiilor de către autorități abilitate în domeniu;
 - d) Eficentizarea raporturilor contractuale dar și a comunicării între autoritățile publice și consumatori în baza tehnologiilor informaționale⁹.

(2) Asociațiile obștești pentru protecția consumatorilor pot fi înregistrate în calitate de organizații de mediere și/sau acreditate în calitate de furnizori de formare, în condițiile prezentei legi.

Din conținutul acestui alineat al art. 29, reiese că și aceste organizații au posibilitatea să se implice în procesul de mediere. Formă obștească de apărare (denumită și forma privată): medierea face parte din categoria formelor de apărare a drepturilor și intereselor legitime ale persoanei care este realizată de către anumite persoane, organe sau organizații private (obștești, neguvernamentale).

Standardele de formare continuă a mediatorilor în domeniul protecției consumatorilor se elaborează și se aprobă de către Consiliu, cu consultarea Agenției pentru Protecția Consumatorilor.

Pe parcursul ultimilor ani, în scopul informării populației cu privire la esența și procedura de mediere a fost creat site-ul Consiliului de Mediere, care a fost lansat la Adunarea Națională a Mediatorilor din 28 decembrie 2013. În anul de referință, în parteneriat cu Institutul de Științe Penale și Criminologie Aplicată a fost organizată masa rotundă cu tematica: „Medierea în Moldova: Provocări și Soluții”. Pe data de 21 noiembrie 2013 și 11 decembrie 2013, cu susținerea Centrului de Promovare a Medierii „PROMEDIERE” la Biblioteca Publică de Drept a avut loc seria de ore publice destinate medierii. Mai mult ca atât, pe data de 11 decembrie 2013 a fost elaborat și lansat un buletin informativ despre „Medierea în Moldova”. Totodată, au fost elaborate și diseminate 2 pliante informative. În anul 2013, a fost lansat concursul cu privire la achiziționarea serviciilor de elaborare a unui filmuleț și spot publicitar privind medierea. Din informația furnizată de Ministerul Justiției a fost identificat învingătorul și urmează a fi semnat contractul. Pe parcursul anului a fost publicat un articol despre mediere în ziarul „Adevărul”, și au fost pregătite încă 2 articole despre mediere care urmează a fi publicate în revista „Moldova în Progres” și revista română „Medierea” în luna ianuarie 2014.

⁹ Hotărârea Guvernului nr. 920 din 07.11.2014 cu privire la aprobarea Strategiei de cercetare-dezvoltare a Republicii Moldova până în 2020. Publicat: 26.12.2014 în Monitorul Oficial Nr. 386-396, art. Nr : 1099

Concluzii. Protecția drepturilor consumatorilor constituie o latură importantă și o componentă de baza 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 la etapa inițială a economiei de piață, protecția drepturilor consumatorilor reprezintă o problemă statală, care poate fi soluționată prin impunerea respectării unui pachet de acte normative care constituie cadrul Constituțional al protecției consumatorilor.

O întrebare fundamentală care se pune este – *este necesară o politică de protecție a consumatorilor!?* Răspunsul este de natură economico-juridică și socială. *Deficitul accesului la justiție și aplicării legilor* bariere financiare, psihologice și culturale contra asistenței legale și accesul la organismele judiciare, lipsa mecanismelor colective de despăgubire, probleme colective privind rezolvarea disputelor interstatale ale consumatorilor etc.;

Protecția consumatorului nu este, cum greșit se consideră, o caracteristică a societăților opulente. Dimpotrivă, crizele economice – care generează serioase probleme de ordin economic, dar și social au drept efect agravarea eșecurilor pieței și dezechilibrelor amintite, accentuând vulnerabilitatea unui număr crescând de consumatori, ceea ce ar impune – tocmai în astfel de situații – o preocupare mai activă și mai diversificată a autorităților pentru protejarea cât mai eficientă a consumatorilor¹⁰[177, p.137].

Referințe bibliografice:

1. Hotărârea Guvernului Nr.560 din 24.07.2013. Strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020, în: Monitorul Oficial Nr. 161-166, art Nr : 654
2. Legea Republicii Moldova privind protecția consumatorilor, nr.105-XV din 13.03.2003, în: Monitorul Oficial nr. 126-131/507 din 27.06.2003.
3. Legea Republicii Moldova Nr. 256 din 09.12.2011 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii 4.02.2012 în Monitorul Oficial Nr. 38-41 art Nr : 115. Data intrării în vigoare : 24.05.2012
4. Strategia de Dezvoltare Națională „Moldova 2020, legea nr. 30.11.2012 în Monitorul Oficial Nr. 245-247 art. Nr : 791.
5. Hotărârea Guvernului nr. Nr. 560 din 24.07.2013, de confirmare a cu privire la aprobarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020, în: Monitorul Oficial, nr. 26.07.2013 Nr. 161-166 art Nr : 654
6. Legea nr. 78 din 18.03.2004 privind produsele alimentare, în Monitorul Oficial, 2004, Nr. 83-83

¹⁰ Dr. Robert Morar, Sisteme de protecția consumatorilor. Lumina lex., București.2005, pag. 137

7. Legea RM, Nr. 7 din 26.02.2016 privind supravegherea pieței în ceea ce privește comercializarea produselor nealimentare : 01.04.2016 în Monitorul Oficial Nr. 79-89, art Nr: 146, Data intrării în vigoare: 01.04.2016.
8. Hotărârea Guvernului nr. 920 din 07.11.2014 cu privire la aprobarea Strategiei de cercetare-dezvoltare a Republicii Moldova până în 2020. Publicat: 26.12.2014 în Monitorul Oficial Nr. 386-396, art. Nr : 1099
9. Dr. Robert Morar, Sisteme de protecția consumatorilor. Lumina lex., București.2005, pag. 137