UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

FACULTATEA DE DREPT

DEPARTAMENTUL DREPT PRIVAT

Olesea PLOTNIC

PROTECȚIA INTERESELOR ECONOMICE ALE CONSUMATORILOR

Note de curs (în scheme)

Aprobat de
Consiliul Calităţii al USM

CHIŞINĂU, 2020

CZU 347.451:366.5(075.8)
P 72

Autor: ***Olesea PLOTNIC****, doctor habilitat în drept, conferenţiar universitar*

Lucrarea a fost aprobată şi recomandată spre publicare de:
Departamentul Drept Privat, Facultatea de Drept, Universitatea de Stat din Moldova, în şedinţa din 30.05. 2020 (Proces-verbal nr.07);
Consiliul profesoral al Facultăţii de Drept a Universităţii de Stat din Moldova, în şedinţa din 16.09. 2020 (Proces-verbal nr.13).

Această lucrare este elaborată în cadrul proiectului EUROPEAN HUMAN RIGHTS LAW FOR UNIVERSITIES OF UKRAINE AND MOLDOVA / HRLAW, ref. nr. project 573861-EPP-1-2016-1-EE-EPPKA2-CBHE-JP.

With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

Sprijinul acordat de Comisia Europeană pentru elaborarea acestei publicaţii nu constituie o aprobare a conţinutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare a informaţiilor conţinute în aceasta.

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAŢIONALE A CĂRŢII

Plotnic, Olesea.

Protecţia intereselor economice ale consumatorilor: Note de curs (în scheme) / Olesea Plotnic; Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Drept, Departamentul Drept Privat. – Chişinău: CEP USM, 2020. – 81 p.: scheme.

Referinţe bibliogr.: p. 76-80. – Apare cu sprijinul al Comisiei Europene. – 50 ex.

ISBN 978-9975-152-46-4.

347.451:366.5(075.8)

P 72

Se interzice fotocopierea lucrării date prin punctele de multiplicare.
Abaterea de la această normă atrage după sine răspundere contravenţională pentru încălcarea dreptului de autor.

Extras din Codul contravenţional:
Articolul 96. Încălcarea dreptului de autor şi a drepturilor conexe
„(1) Încălcarea dreptului de autor şi a drepturilor conexe prin:
a) reproducerea operelor sau a obiectelor drepturilor conexe în cadrul desfăşurării activităţii de întreprinzător tangenţiale activităţii intelectuale în domeniul dreptului de autor şi al drepturilor conexe, în special în domeniul literaturii, artei şi ştiinţei, în scopul comercializării sau oferirii spre comercializare, importului, exportului, precum şi stocarea, transportul exemplarelor de opere sau de fonograme în scopurile menţionate, sau orice altă formă de valorificare a obiectelor dreptului de autor sau ale drepturilor conexe în scopul obţinerii profitului, fără acordul titularului de drepturi;
se sancţionează cu amendă de la 48 la 60 de unităţi convenţionale, aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 120 la 150 de unităţi convenţionale, aplicată persoanei cu funcţie de răspundere”.

ISBN 978-9975-152-46-4

© Olesea Plotnic, 2020
© USM, 2020

CUPRINS

Preliminarii 5

Tema 1. Elemente introductive privind Protecţia intereselor economice ale consumatorilor 7

Tema 2. Protecţia vieţii, sănătăţii, eredităţii şi securităţii consumatorului 14

Tema 3. Interesele economice ale consumatorilor 23

Tema 4. Contractul de consum 32

Tema 5. Clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii 46

Tema 6. Practicile comerciale incorecte 56

Tema 7. Contractul de credit de consum 64

Tema 8. Vânzarea la distanţă de produse pentru consumatori 70

Bibliografie 77

PRELIMINARII

Protecţia intereselor economce ale consumatorilor constituie o disciplină la nivel de master, având ca obiect de studiu raporturile de drept privat cu caracter economic în domeniul protecţiei consumatorilor. Protecţia intereselor economice ale consumatorilor constituie una dintre modalităţile de asigurare a dreptului consumatorului la produse şi servicii calitative şi inofensive în urma acţiunilor de plasare pe piaţă din partea comercianţilor şi reprezintă una dintre cele mai importante instituţii ale dreptului protecţiei consumatorului. Globalizarea comerţului şi adoptarea a trei legi importante în ultimii ani impune schimbarea abordărilor privind supravegherea pieţei şi protecţia consumatorilor.

Cu referire la practica Uniunii Europene, se constată că, în prezent, libera circulaţie a mărfurilor este calea de realizare a unei pieţe deschise pentru afaceri în Europa. Noul cadru legislativ privind comerţul în Uniunea Europeană a fost transpus treptat în sistemul Republicii Moldova prin armonizarea legislaţiei consumeriste, fiind un răspuns la tendinţa de integrare europeană. Acesta constă dintr-un pachet larg de măsuri menite să elimine obstacolele rămase în calea liberei circulaţii a produselor şi oferă un impuls major pentru comerţul cu bunuri între statele membre ale Uniunii Europene.

În ultimii şapte ani acţiunile Guvernului au înregistrat o serie de progrese importante în ceea ce ţine de protecţia consumatorilor, în special în privinţa dezvoltării cadrului normativ şi determinării celor mai importante instrumente juridice pentru protecţia consumatorului, la fel au fost înregistrate îmbunătăţiri semnificative în privinţa reglementării calităţii şi inofensivităţii multor produse şi servicii.

În acelaşi rând, au fost efectuate reforme instituţionale cu scopul de a consolida şi eficientiza cadrul instituţional destinat protecţiei consumatorului şi, ca rezultat, a fost creată Agenţia pentru Protecţia Consumatorilor şi Supravegherea Pieţei în calitate de autoritate publică centrală responsabilă de implementarea întregului spectru de politici în domeniul protecţiei consumatorilor. Totodată, s-a înregistrat o activitate destul de fructuoasă pentru protecţia şi informarea consumatorului din partea multor autorităţi împuternicite prin lege cu protecţia consumatorului pe domeniul lor de reglementare.

Elementele noi constau în faptul că prin *Notele de curs în scheme* la disciplina *Protecţia intereselor economice ale consumatorilor* se urmăreşte o abordare nouă, şi anume – ca consumatorul să devină un factor important în dezvoltarea economică, prin

mărirea capacităţii decizionale a acestuia, în special prin recuperarea prejudiciilor morale şi materiale şi prin solicitarea încetării sau anulării practicilor comerciale incorecte sau, respectiv, a clauzelor abuzive în contractele încheiate cu consumatori etc.

Scopul principal urmărit la elaborarea *Notelor de curs în scheme* este concretizat prin formarea şi dezoltarea următoarelor competenţe profesionale: cunoaşterea conceptelor, teoriilor, paradigmelor şi a metodologiei din domeniul juridic; utilizarea cunoştinţelor în culegerea datelor şi informaţiilor referitoare la probleme concrete de drept; aplicarea legislaţiei Republicii Moldova, a altor instrumente juridice europene şi internaţionale; aplicarea tehnicilor şi instrumentelor specifice din domeniul juridic în soluţionarea problemelor de ordin practic; exprimarea viziunilor proprii faţă de reglementări sau coliziuni de drept; utilizarea de tehnici, metode şi procedee în vederea formulării soluţiilor interpretative ale normelor juridice; formularea propunerilor în vederea perfecţionării cadrului legal existent; îndeplinirea la termen, riguroasă şi responsabilă, în condiţii de eficienţă şi eficacitate, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor eticii juridice; utilizarea eficientă a resurselor de comunicare, a surselor de formare profesională asistată, atât în limba română, cât şi într-o limbă de circulaţie internaţională.

Insistând asupra caracterului complementar al *Notelor de curs în scheme* la disciplina *Protecţia intereselor economice ale consumatorilor,* atenţionăm că lucrul cu prezenta culegere de scheme nu poate substitui cercetarea surselor normative şi a literaturii ştiinţifice. Respectiv, studenţii în primul rând vor începe cu studierea temei propuse, după care, pentru a consolida cunoştinţele obţinute, vor recuge la cercetarea surselor normative şi a literaturii. Suplimentar, aceasta va contribui la o abordare vizuală şi logică a materialului prezentat de către titularii de curs.

Notele de curs în scheme constituie rezultatul unor observări şi experienţe constante realizate pe parcursul anilor în cadrul activităţii didactice a autorului la Facultatea de Drept. Preconizată pentru stimularea reflecţiei independente, a capacităţii de analiză şi înţelegere a realităţilor raporturilor juridice cu elemente străine, lucrarea îi va ajuta pe studenţi să însuşească materia predată la cursurile şi orele practice realizate atât în cadrul studiilor de licenţă, cât şi al celor de masterat.

Lucrarea este elaborată în baza legislaţiei în vigoare, a literaturii juridice de specialitate, a practicii judiciare, fiind destinată pentru a fi utilizată în instituţiile de învăţământ superior cu profil juridic, precum şi de către practicieni: avocaţi, notari, judecători etc.

Tema 1. ELEMENTE INTRODUCTIVE PRIVIND PROTECŢIA INTERESELOR ECONOMCIE ALE CONSUMATORILOR

Planul temei:

Schema 1. Linii de evoluţie privind protecţia consumatorilor
Schema 2. Noţiunea şi obiectul de reglementare a Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor
Schema 3. Subiecţii Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor
Schema 4. Izvoarele internaţionale ale Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor
Schema 5. Izvoarele naţionale ale Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor
Schema 6. Principiile Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor

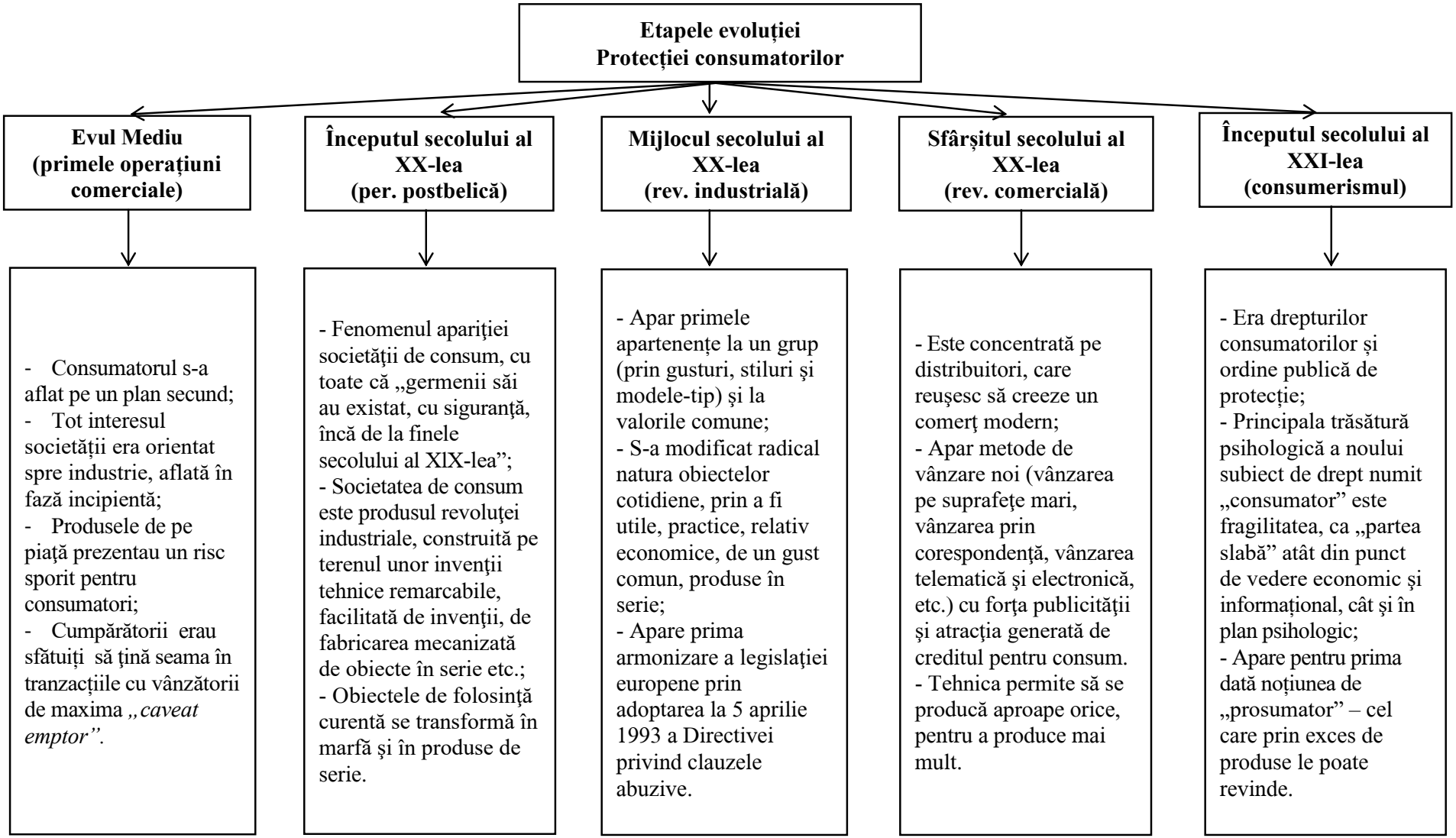
Obiective operaţionale:

– să expună istoricul protecţiei consumatorilor;
– să identifice obiectul de reglementare a disciplinei;
– să clasifice subiecţii raporturilor juridice privind protecţia consumatorilor;
– să recunoască legislaţia naţională privind protecţia consumatorilor;
– să aplice şi să transpună legislaţia internaţională privind protecţia consumatorilor;
– să relateze principiile Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor.

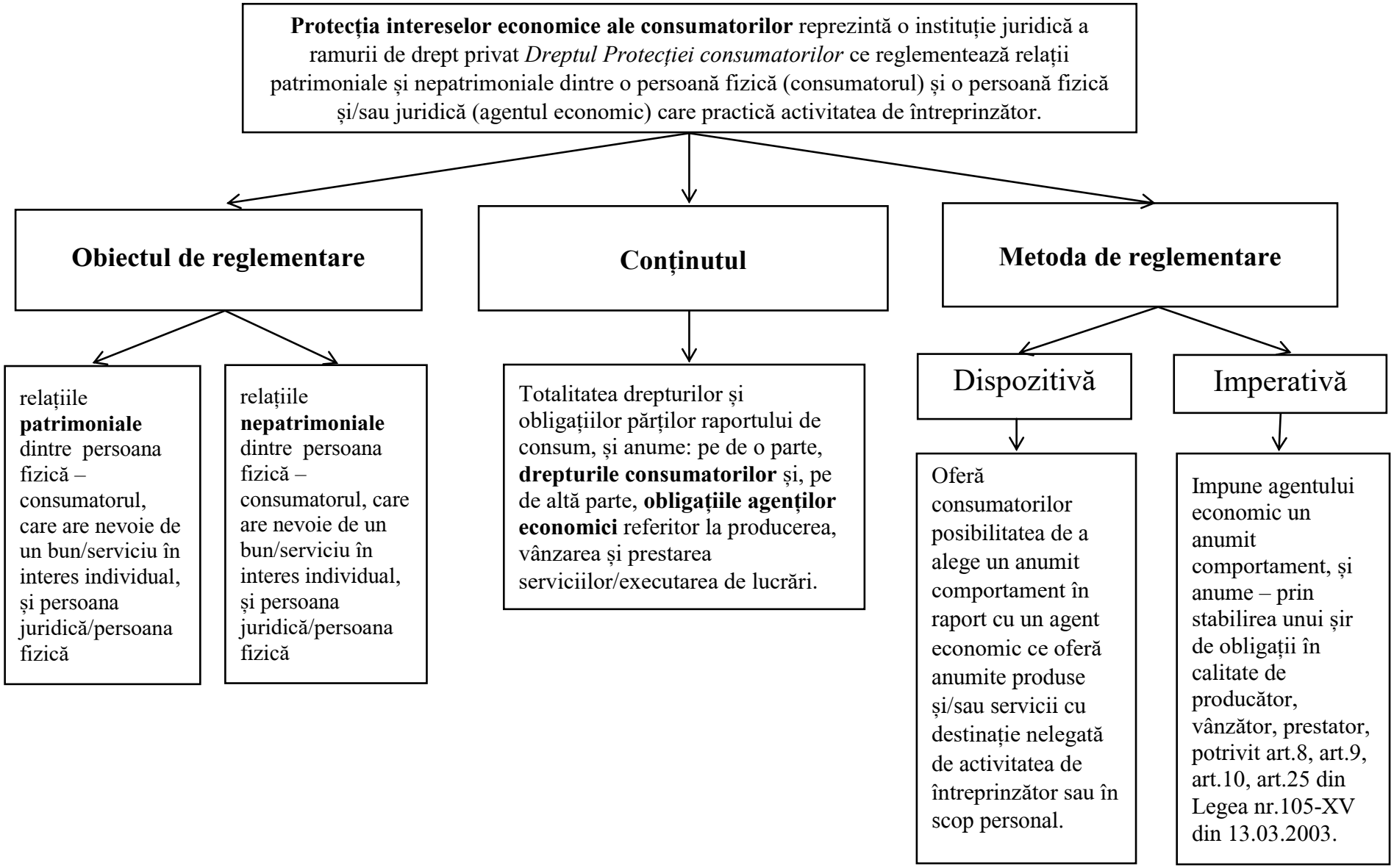
Activităţi practice:

1. Realizaţi o listă de cel puţin cinci ştiinţe juridice şi discipline economice care sunt în corelaţie cu Protecţia intereselor economice ale consumatorilor şi argumentaţi legătura interdisciplinară a acestora.
2. Realizaţi o structură explicativă în care să puneţi în corespondenţă drepturile consumatorilor cu drepturile cetăţenilor expuse în Constituţia Republicii Moldova.
3. Elaboraţi un lanţ al economiei de piaţă format din participanţii raportului de consum, în care poziţia consumatorului este destinatarul final al produsului destinat pentru consum.
4. Exemplificaţi situaţii de încălcare a drepturilor consumatorilor.

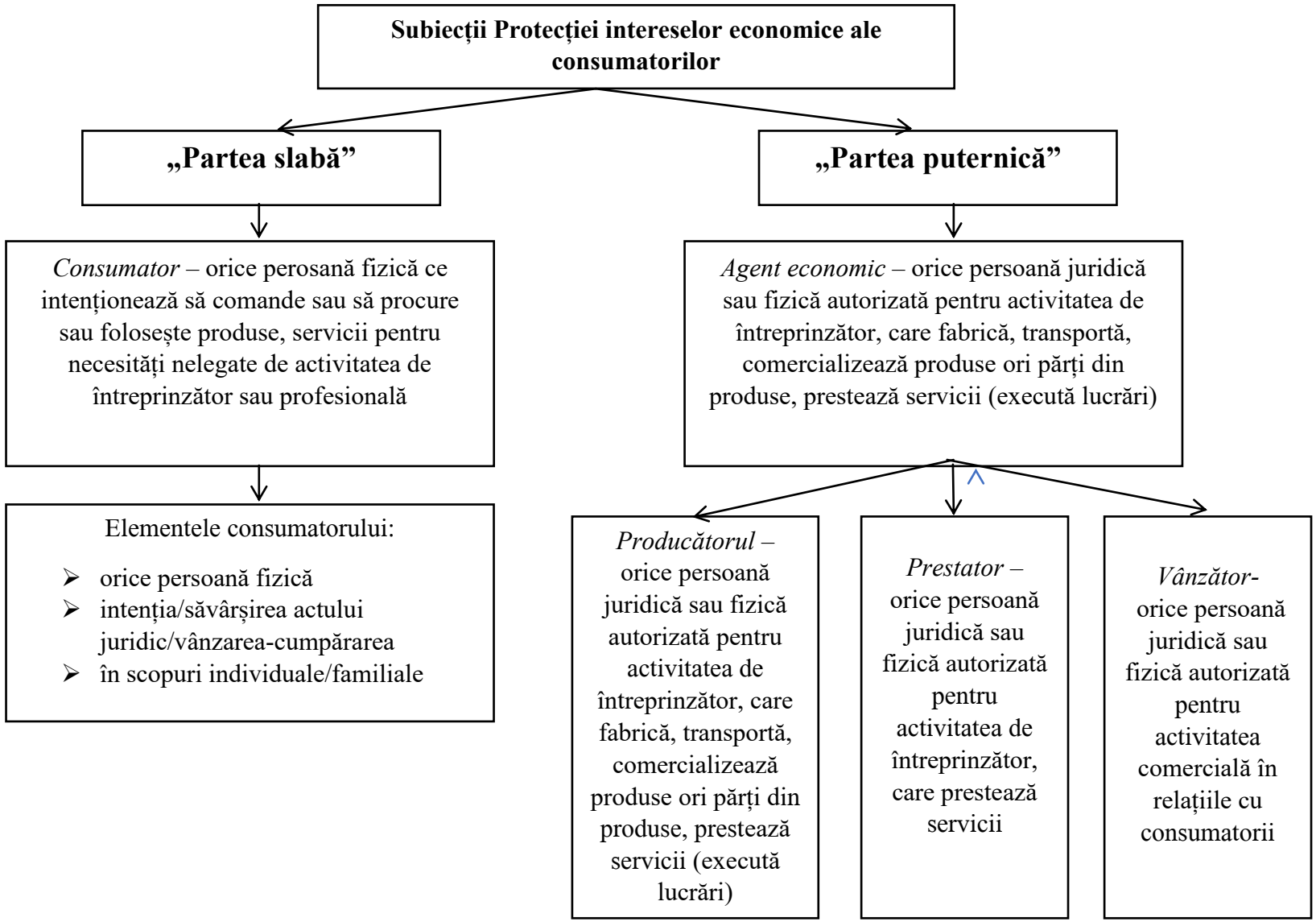
Schema 1. Linii de evoluţie privind protecţia consumatorilor



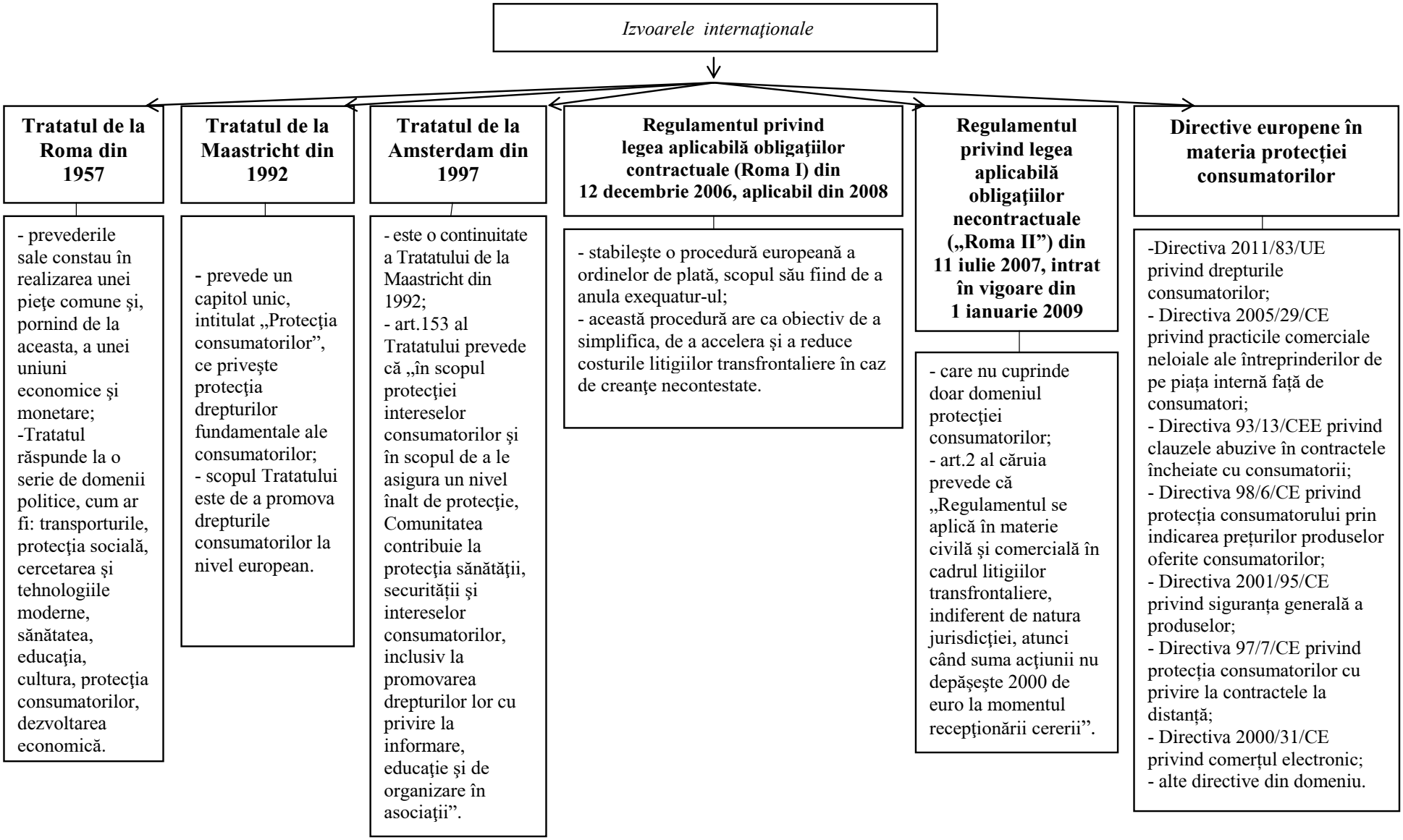
Schema 2. Noţiunea şi obiectul de reglementare a Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor



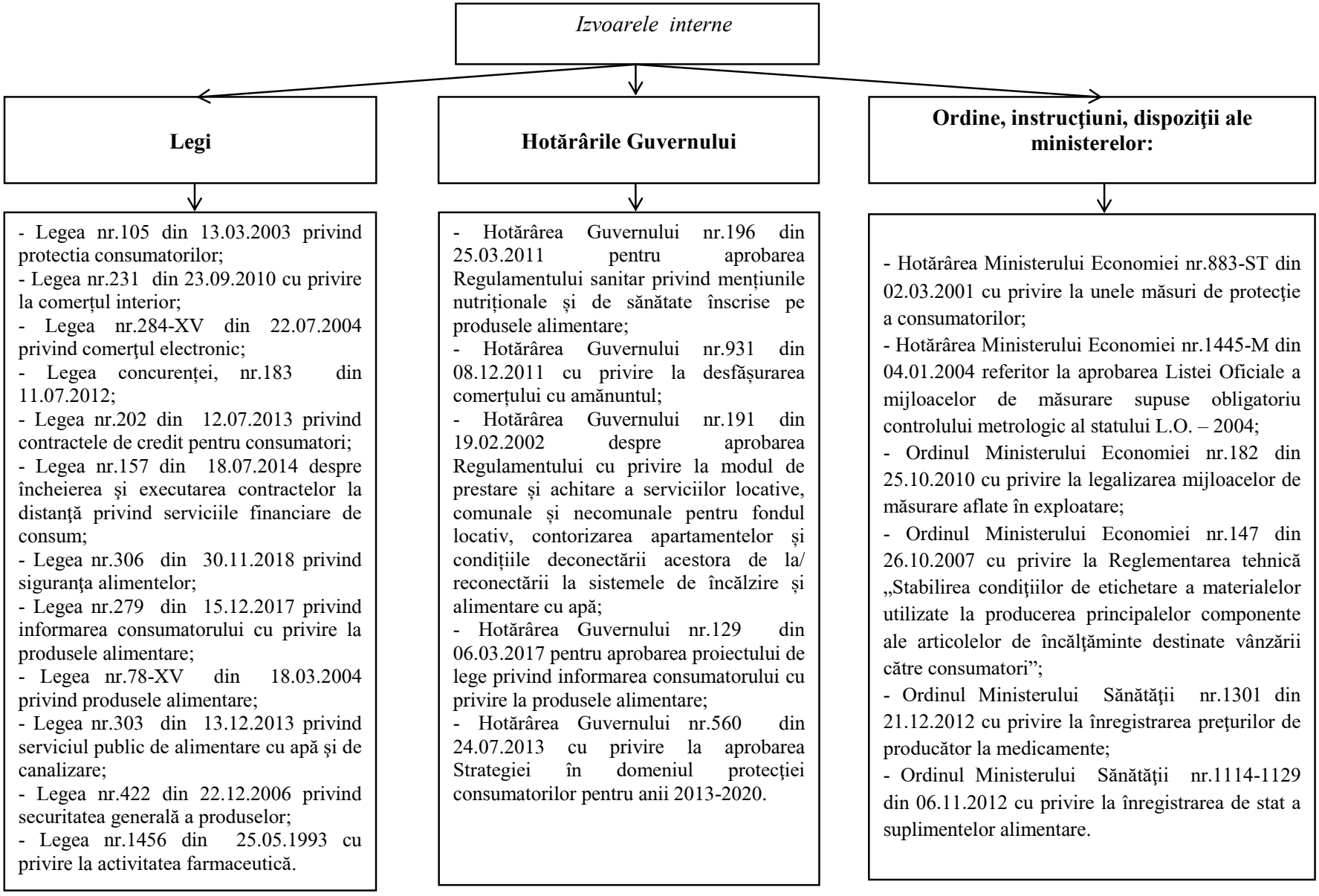
Shema 3. Subiecţii Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor



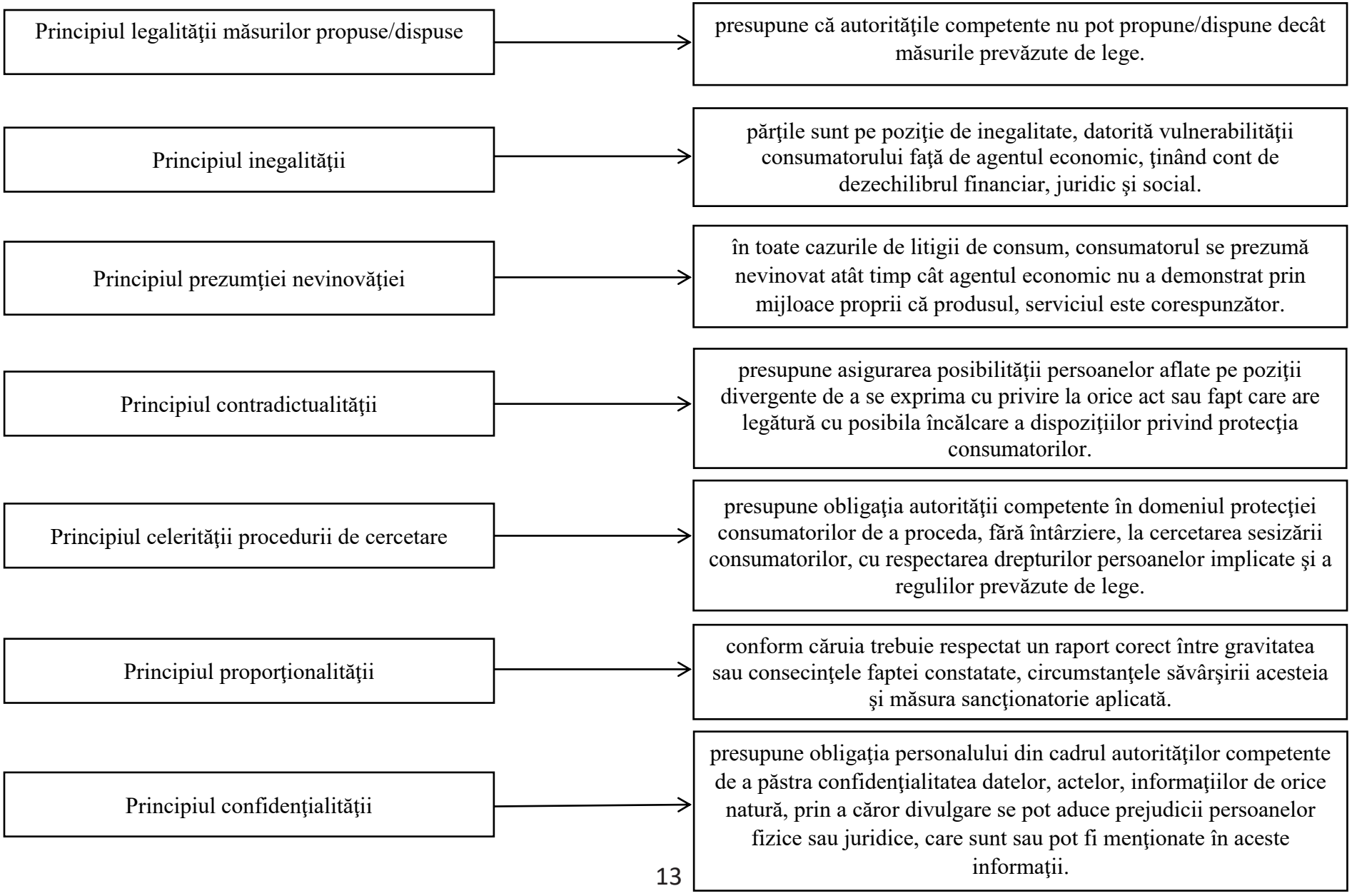
Schema 4. Izvoarele internaţionale ale Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor



Schema 5. Izvoarele naţionale ale Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor



Schema 6. Principiile Protecţiei intereselor economice ale consumatorilor



Tema 2. PROTECȚIA VIEȚII, SĂNĂTĂȚII, EREDITĂȚII ŞI SECURITĂȚII CONSUMATORULUI

Planul temei:

Schema 7. Prevederi specifice privind protecţia vieţii, sănătăţii, eredităţii şi securităţii consumatorului
Schema 8. Obligaţiile producătorului
Schema 9. Obligaţiile vânzătorului
Schema 10. Obligaţiile prestatorului
Schema 11. Termenele oferite consumatorilor cu privire la produsele nealimentare
Schema 12. Termenele oferite consumatorilor cu privire la produsele alimentare
Schema 13. Condiţiile ce trebuie să le întrunească un produs calitativ
Schema 14. Acte ce asigură inofensivitatea produselor comercializate

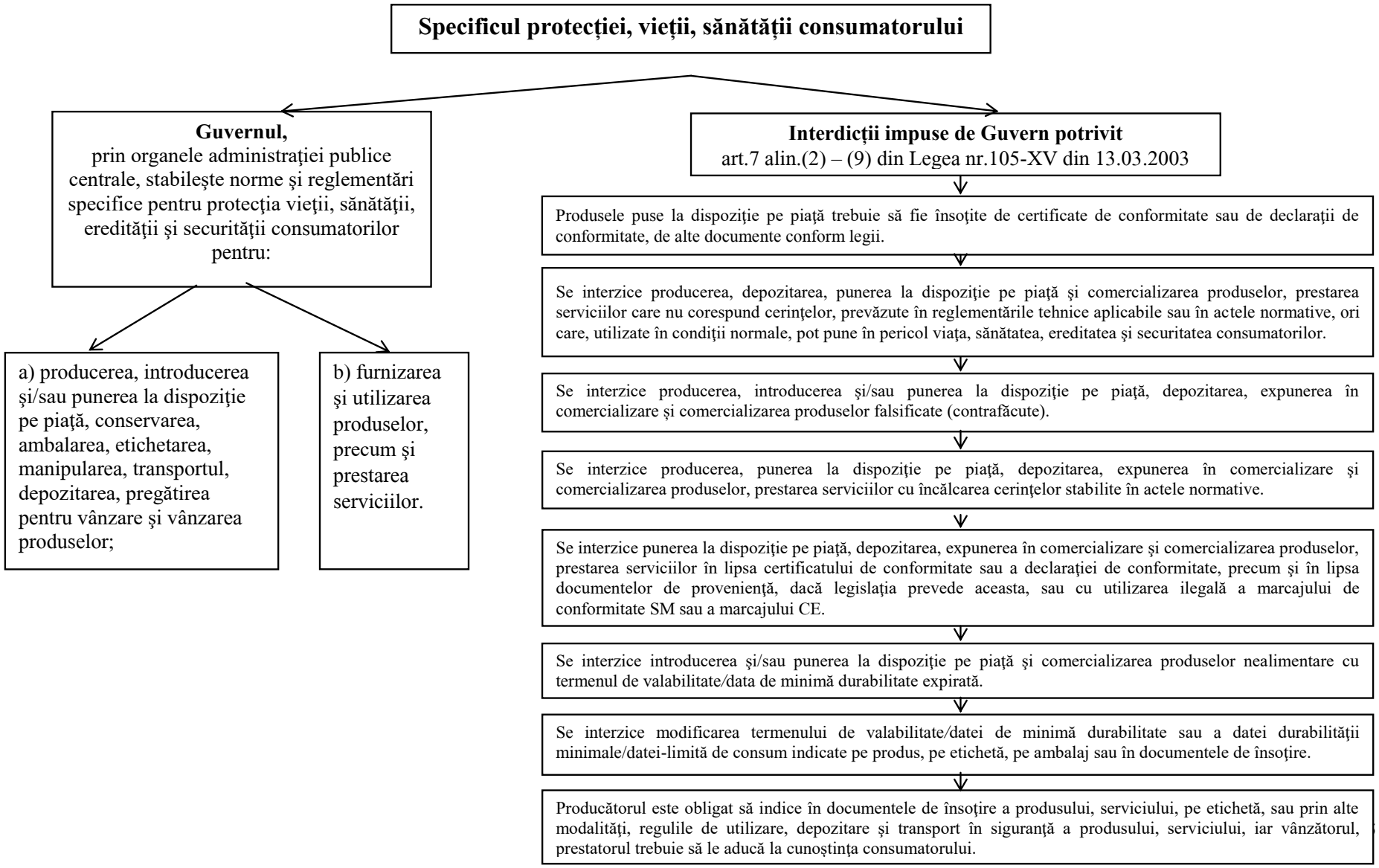
Obiective operaţionale:

– să dezvolte prevederile specifice privind protecţia vieţii, sănătăţii, eredităţii şi securităţii consumatorului;
– să expună obligaţiile agenţilor economici în raport cu consumatorii;
– să recunoască termenele oferite consumatorilor cu privire la produse;
– să analizeze regulile de comercializare a produselor nealimentare şi alimentare;
– să identifice actele ce asigură inofensivitatea produselor comercializate.

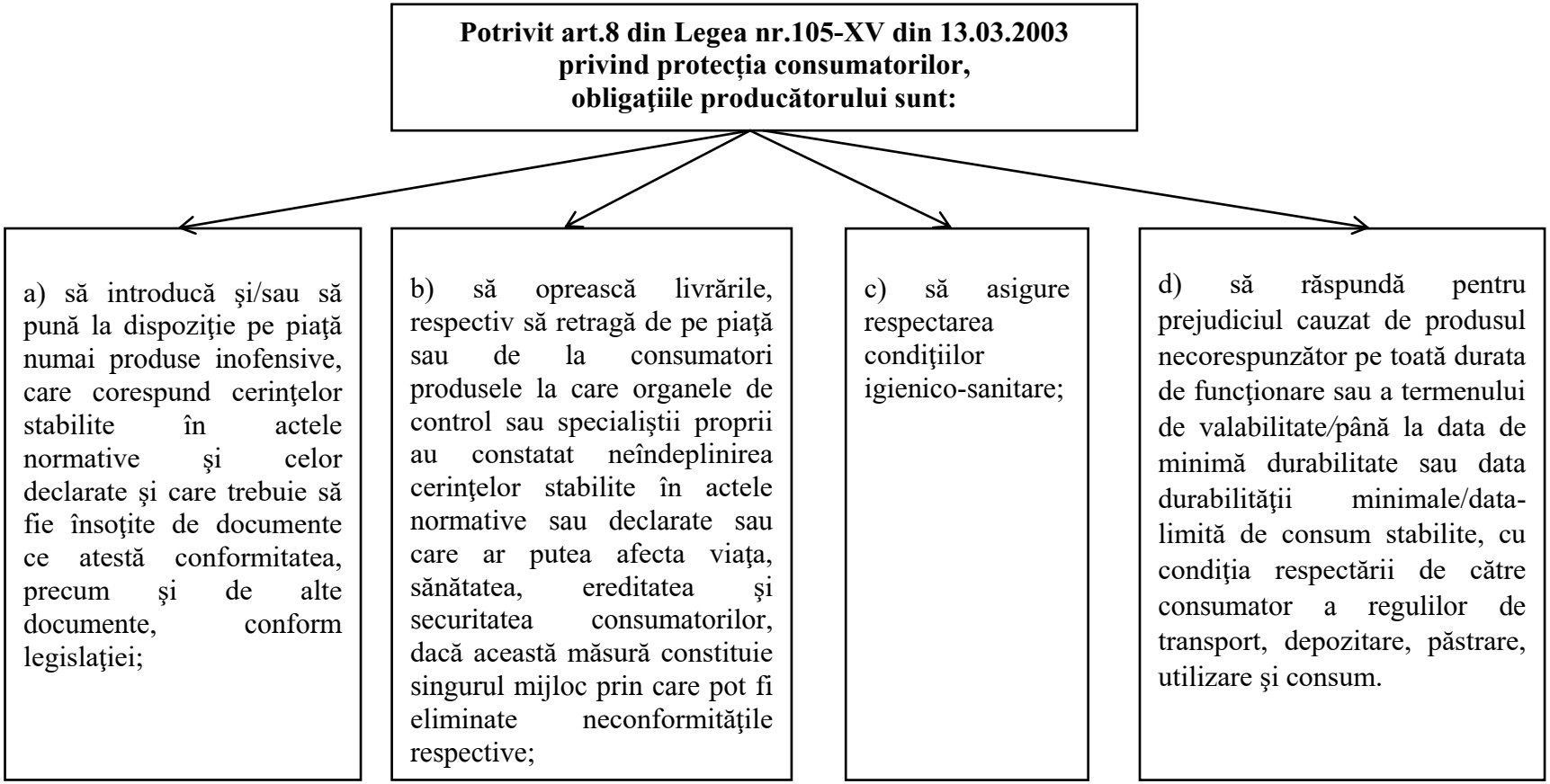
Activităţi practice:

1. Realizaţi un tabel comparativ prin care se va elucida asemănările între obligaţiile vânzătorului cu cele ale prestatorului.
2. Determinaţi deosebirile dintre obligaţiile producătorului faţă de cele ale vânzătorului şi cele ale prestatorului.
3. Argumentaţi influenţa agenţilor economici asupra structurii poziţiei consumatorului pe piaţa de consum.
4. Realizaţi o listă comparativă prin care veţi enumera criteriile de determinare a termenelor pentru produsele destinate consumului.

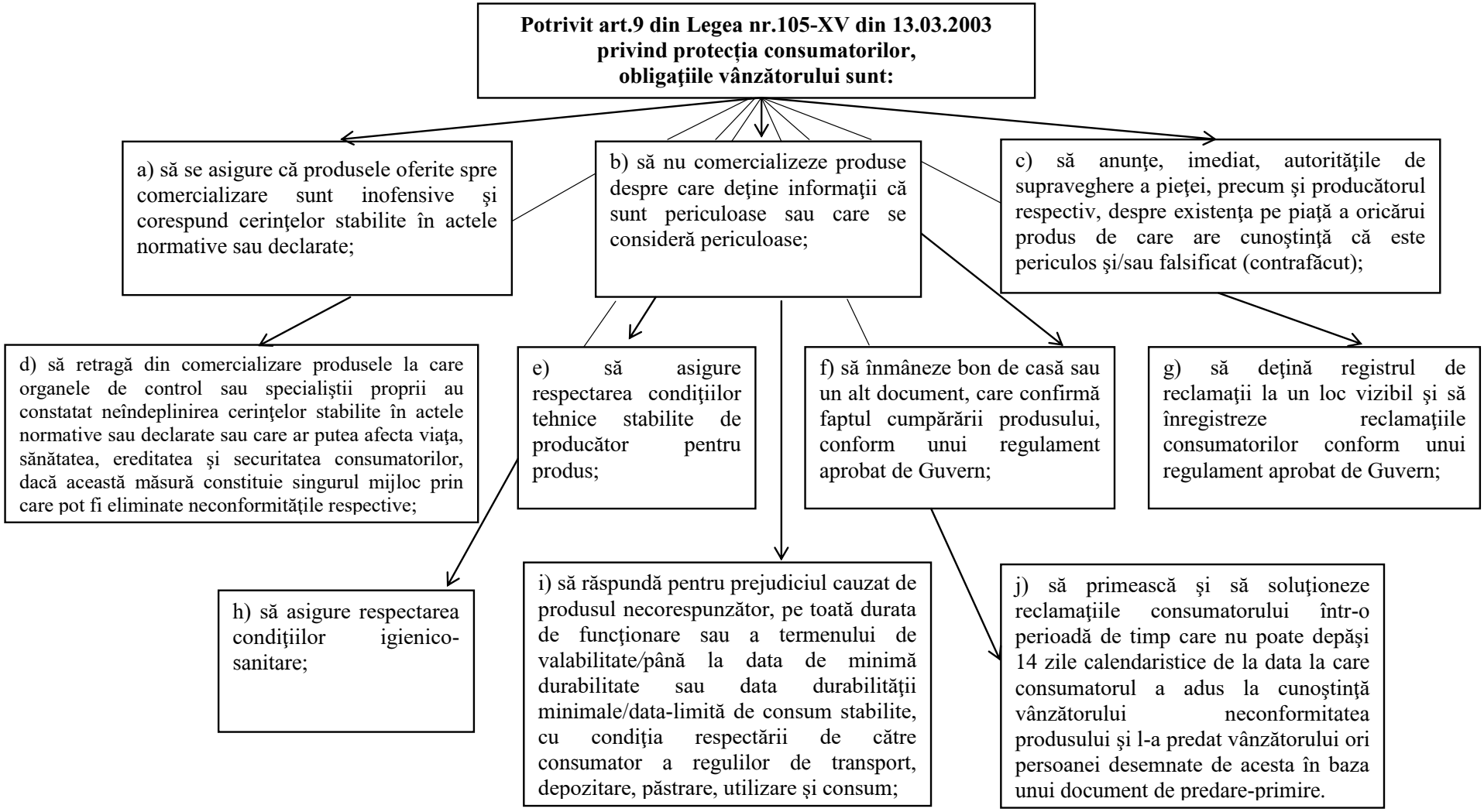
Schema 7. Prevederi specifice privind protecţia vieţii, sănătăţii, eredităţii şi securităţii consumatorului



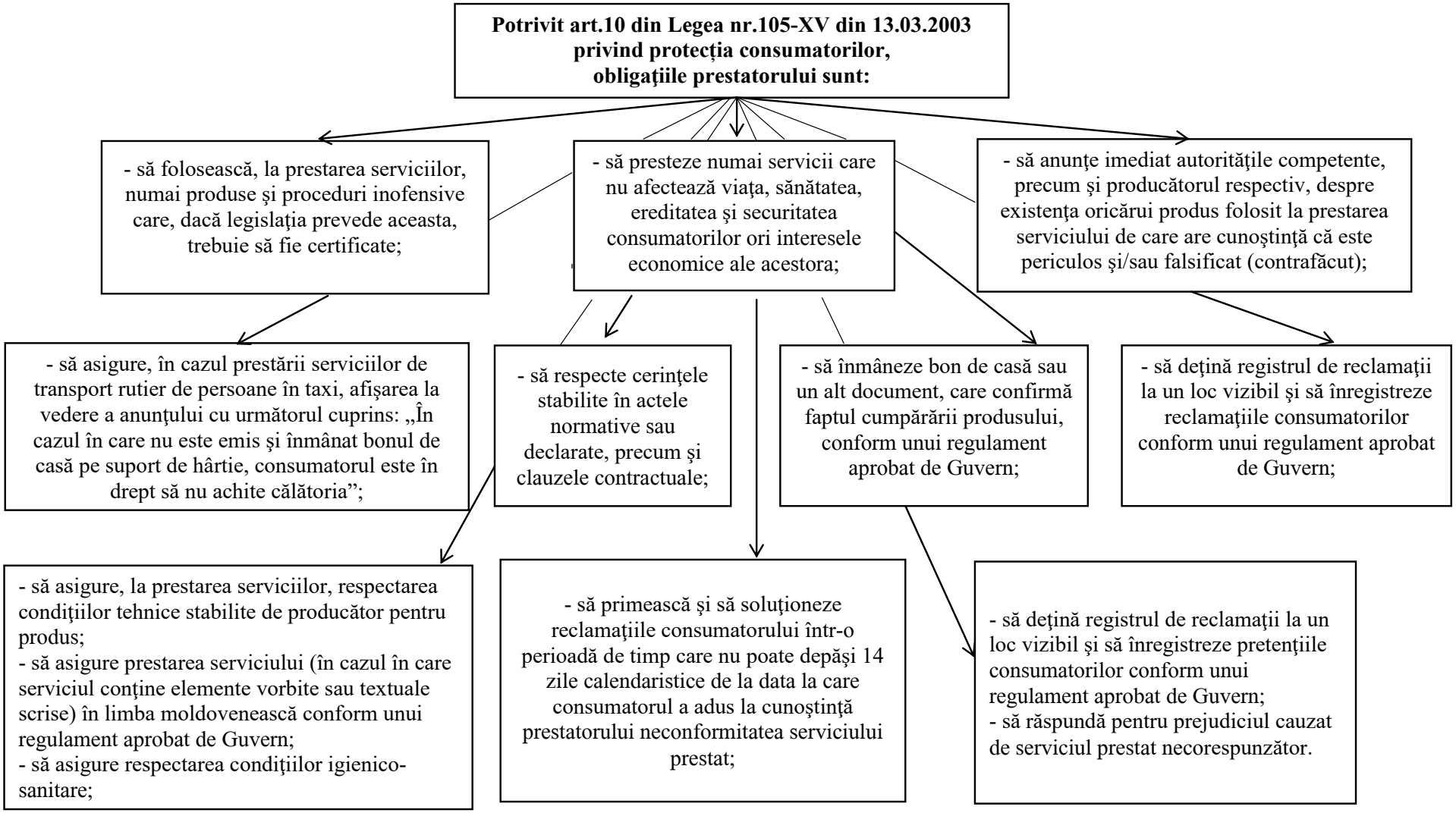
Schema 8. Obligaţiile producătorului



Schema 9. Obligaţiile vânzătorului



Schema 10. Obligaţiile prestatorului



Schema 11. Termenele oferite consumatorilor cu privire la produsele nealimentare

Termenele de exploatare la produsele nealimentare sunt:

Durata de funcţionare fiind o perioadă de timp distinctă, se caracterizează prin următoarele:

- este stabilită de către producător;
- se referă la produsele de folosinţă îndelungată;
- se indică în documentele de însoţire de către producător;
- în termenul dat, produsele trebuie să-şi menţină caracteristicile specifice cu condiţia respectării regulilor de transport, manipulare, depozitare, păstrare, exploatare şi consum (reguli prevăzute în documentele ce însoţesc produsele. **De exemplu:** în cartea sau paşaportul tehnic, instrucţiunea de utilizare);
- producătorul asigură piese de schimb, cu plată.

NOTĂ: durata de funcţionare cuprinde termenul de garanţie. **De exemplu:** durata de funcţionare a maşinii de spălat este de 10 ani, iar termenul de garanţie care se include este de 2 ani, termenul total de exploatare fiind de 10 ani.

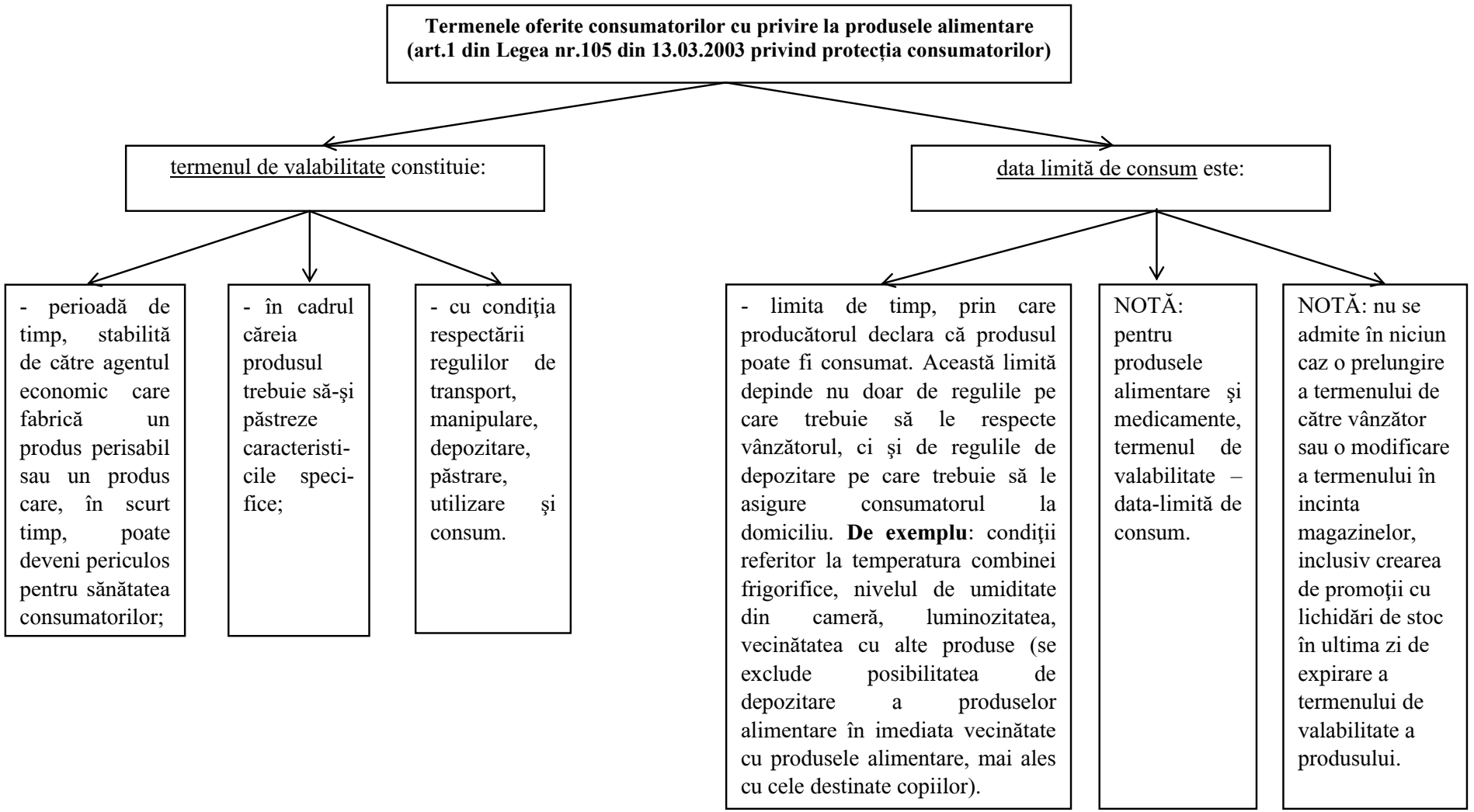
Termenul de garanţie, fiind o perioadă de timp distinctă, se caracterizează prin următoarele:

- este stabilită de către producător;
- se referă la produsele de folosinţă îndelungată;
- se indică în paşaportul tehnic de către producător, fie în documentul de însoţire de către vânzător;
- curge de la data achiziţionării produsului, serviciului;
- în termenul dat produsul, serviciul trebuie să-şi păstreze caracteristicile. **De exemplu:** Producătorul asigură prin documentele de însoţire că în perioada de garanţie puterea de absorbţie a aspiratorului va fi de 1800 W;
- producătorul, vânzătorul, prestatorul îşi asumă responsabilitatea reparării sau înlocuirii pe cheltuiala sa a produsului, serviciului necorespunzător, dacă defectele nu sunt din vina consumatorului.

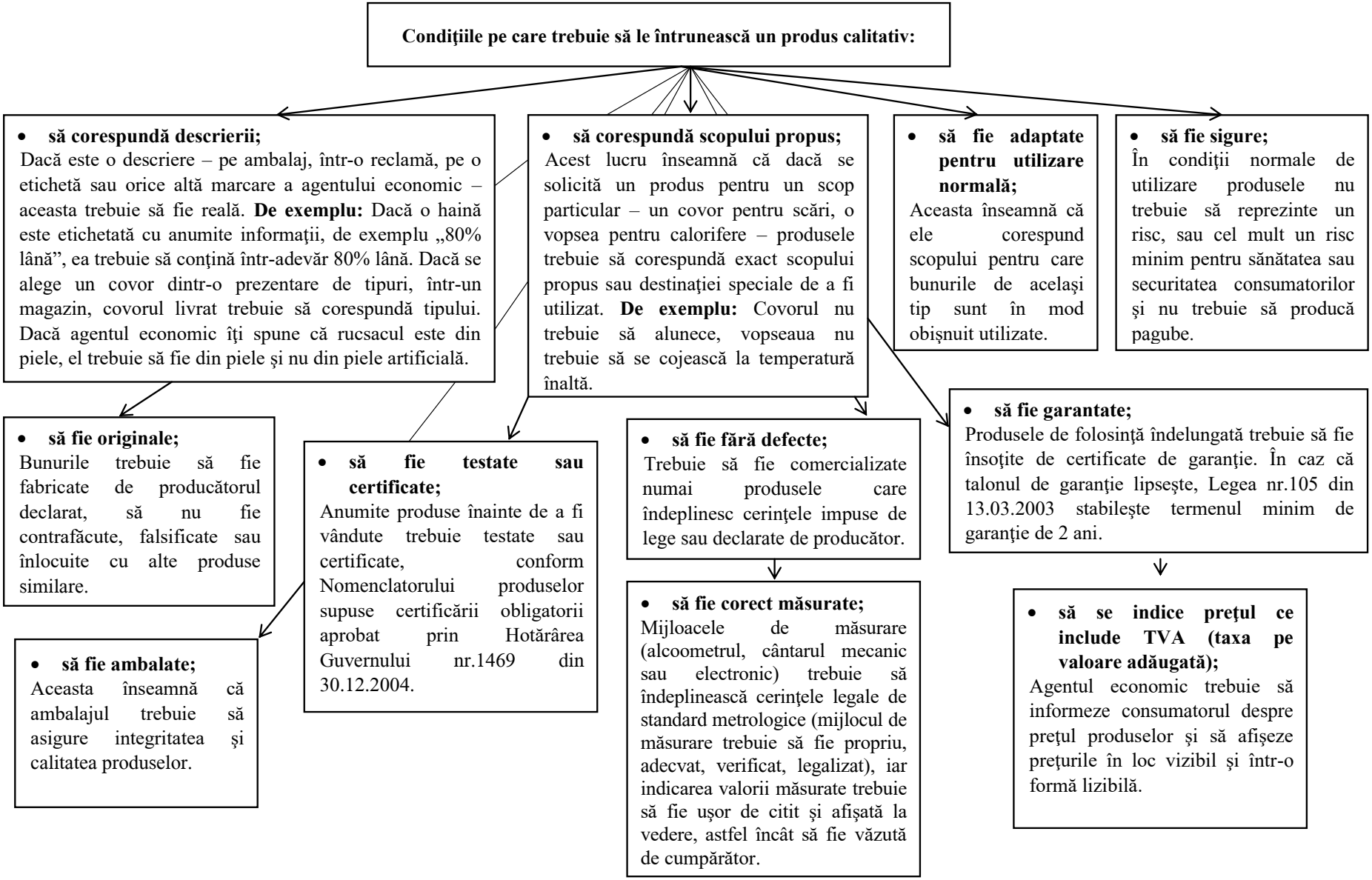
Excepţie de la aplicarea termenelor de garanţie o constituie producţia alcoolică, şi anume:

- pentru producţia alcoolică se indică termenul de garanţie, dar nicidecum termenul de valabilitate. **De exemplu:** pentru vin spumant producătorul garantează, din data îmbutelierii, gustul şi culoarea vinului spumant de calitate superioară pe perioada de 2 ani. După expirarea acestui termen vinul îşi va pierde caracterul de spumant de calitate superioară, însă nu va fi periculos pentru sănătate, cu toate că, în cazul produselor alimentare, după expirarea termenului de valabilitate produsele pot fi periculoase;
- termenul de garanţie este stabilit de producător la producere pe ambalaj;
- termenul de garanţie curge de la data îmbutelierii;
- în cadrul termenului de garanţie produsul achiziţionat trebuie să-şi păstreze caracteristicile declarate de producător.

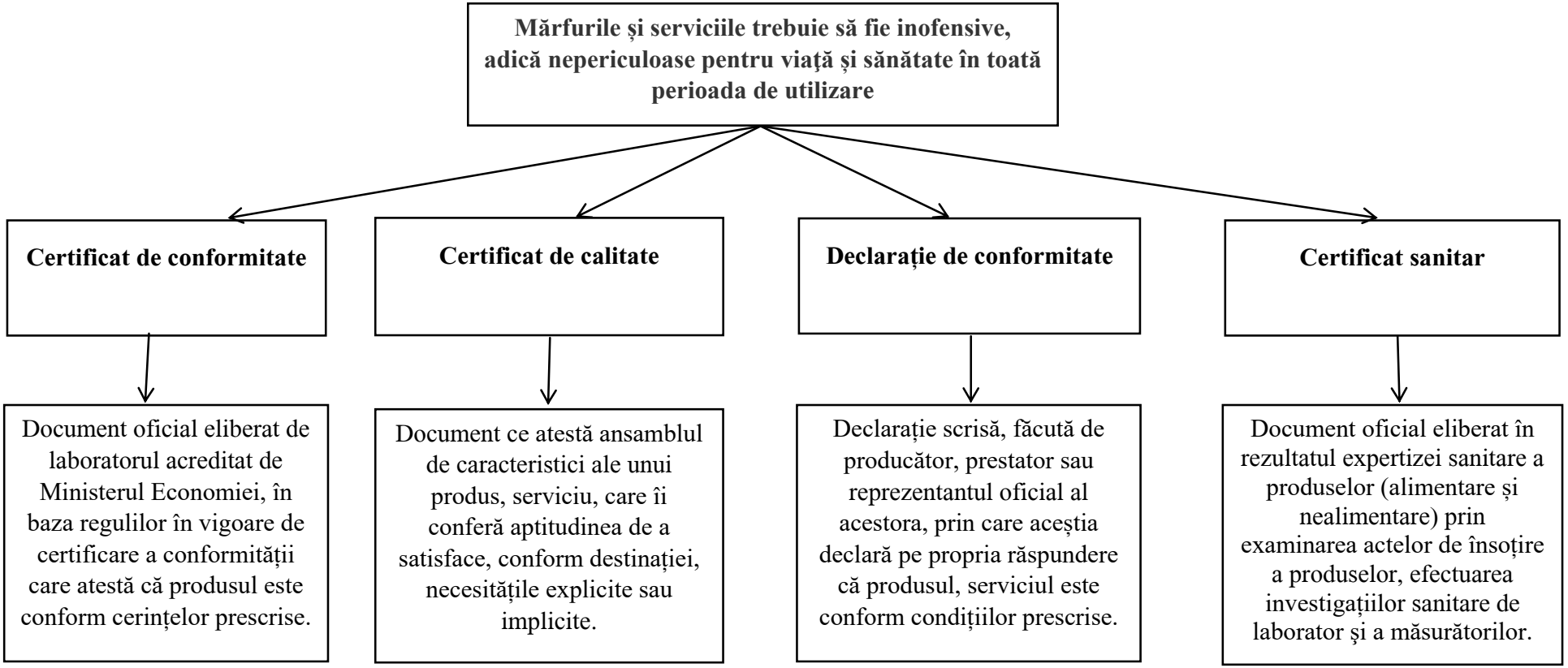
Schema 12. Termenele oferite consumatorilor cu privire la produsele alimentare



Schema 13. Condiţiile pe care trebuie să le întrunească un produs calitativ



Schema 14. Acte ce asigură inofensivitatea produselor comercializate



Tema 3. INTERESELE ECONOMICE ALE CONSUMATORILOR

Planul temei:

Schema 15. Specificul intereselor economice ale consumatorilor
Schema 16. Prevederi legale privind protecţia intereselor economice ale consumatorilor
Schema 17. Prevederi specifice privind mijloacele de măsurare de utilitate publică
Schema 18. Procedura de depunere a reclamaţiilor
Schema 19. Procedura de soluţionare a reclamaţiei în cazul produsului necorespunzător
Schema 20. Procedura de soluţionare a reclamaţiei în cazul produsului corespunzător
Schema 21. Practicile comerciale incorecte
Schema 22. Clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii

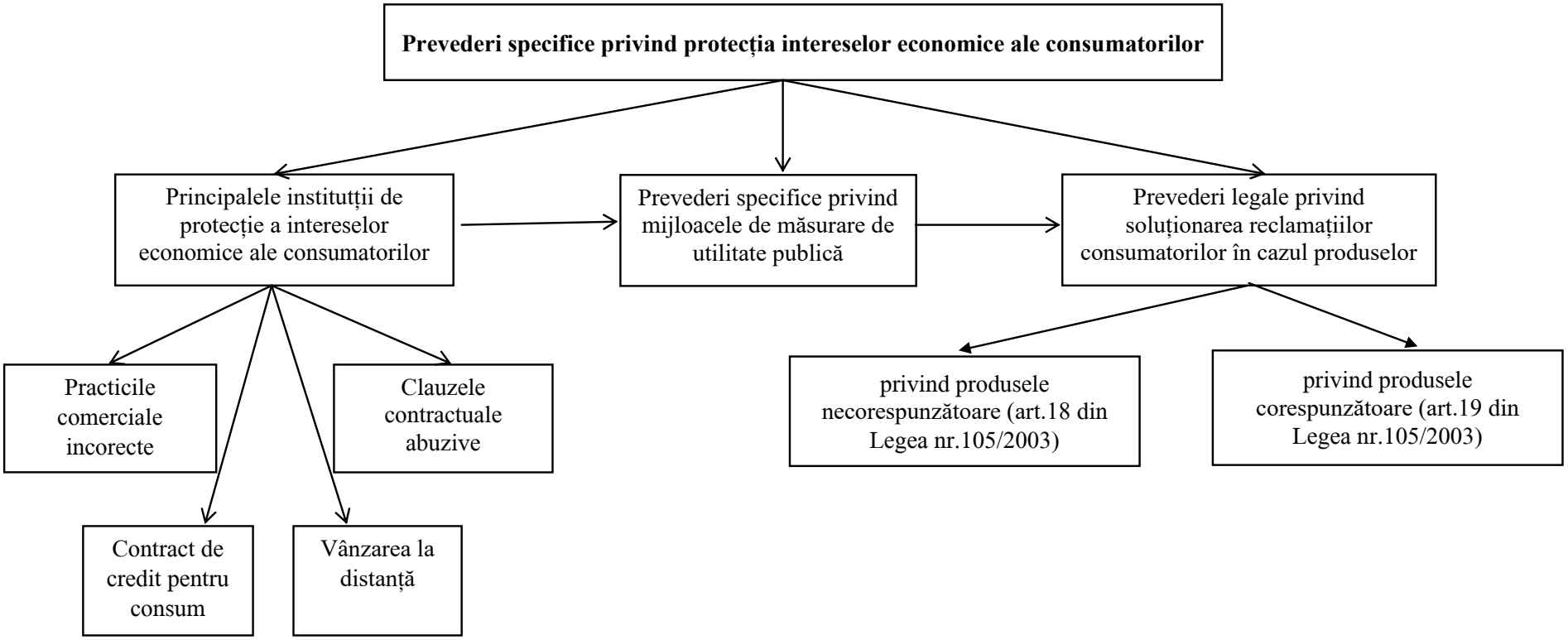
Obiective operaţionale:

– să dezvolte prevederile specifice privind protecţia intereselor economice ale consumatorilor;
– să explice prevederile specifice privind mijloacele de măsurare de utilitate publică;
– să relateze modalităţile de returnare a produselor corespunzătoare şi necorespunzătoare;
– să analizeze practicile comerciale incorecte;
– să dobândească cunoştinţe necesare privind identificarea clauzelor abuzive în cadrul contractului de consum.

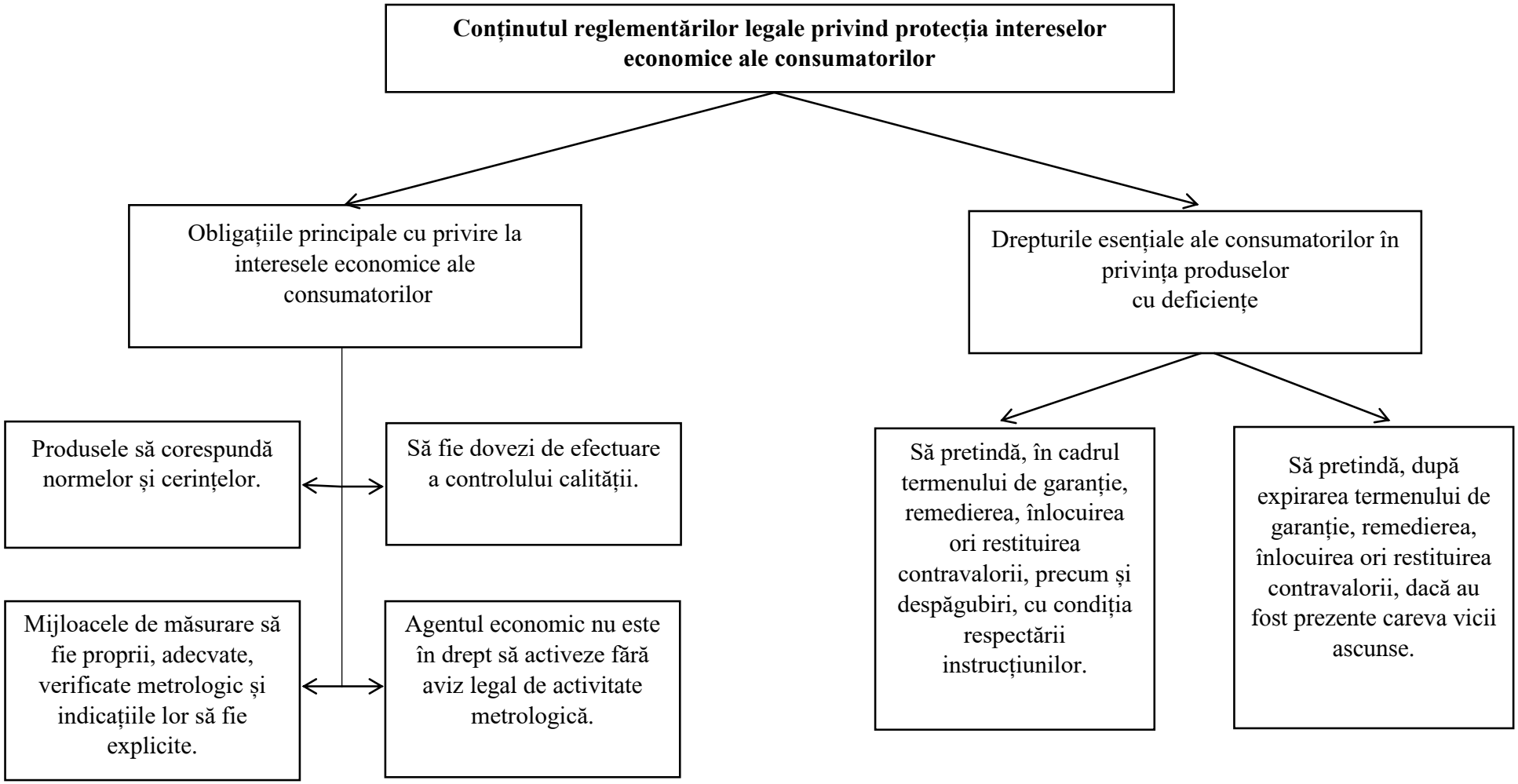
Activităţi practice:

1. Clasificaţi mijloacele de măsurare de utilitate publică aplicate şi recunoscute în Republica Moldova.
2. Imaginaţi-vă o situaţie de procurare a unui produs necorespunzător electrocasnic. Identificaţi modalităţi de soluţionare a litigiului de consum şi enumeraţi drepturile consumatorului.
3. Analizaţi aplicaţiile practice şi practica judiciară în Republica Moldova privind combaterea practicilor comerciale incorecte.
4. Identificaţi criteriile de apreciere a caracterului abuziv al clauzelor contractelor de consum.
5. Evaluaţi frecvenţa clauzelor abuzive admise în contractele de consum în Republica Moldova, mai ales în contractele tip încheiate cu monopoliştii de pe piaţa de prestări servicii consumatorilor (energie termică, gaz, apă etc.).

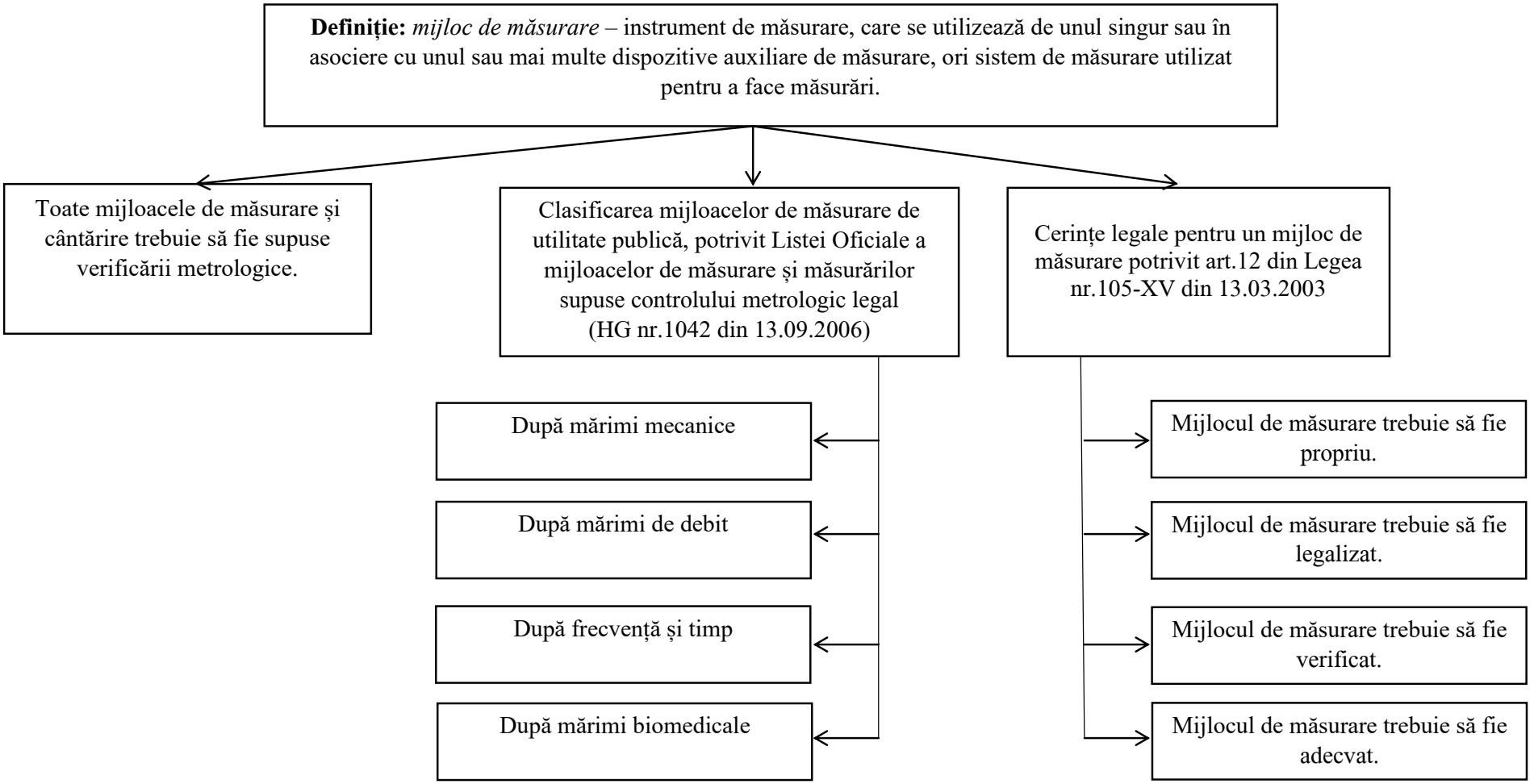
Schema 15. Specificul intereselor economice ale consumatorilor



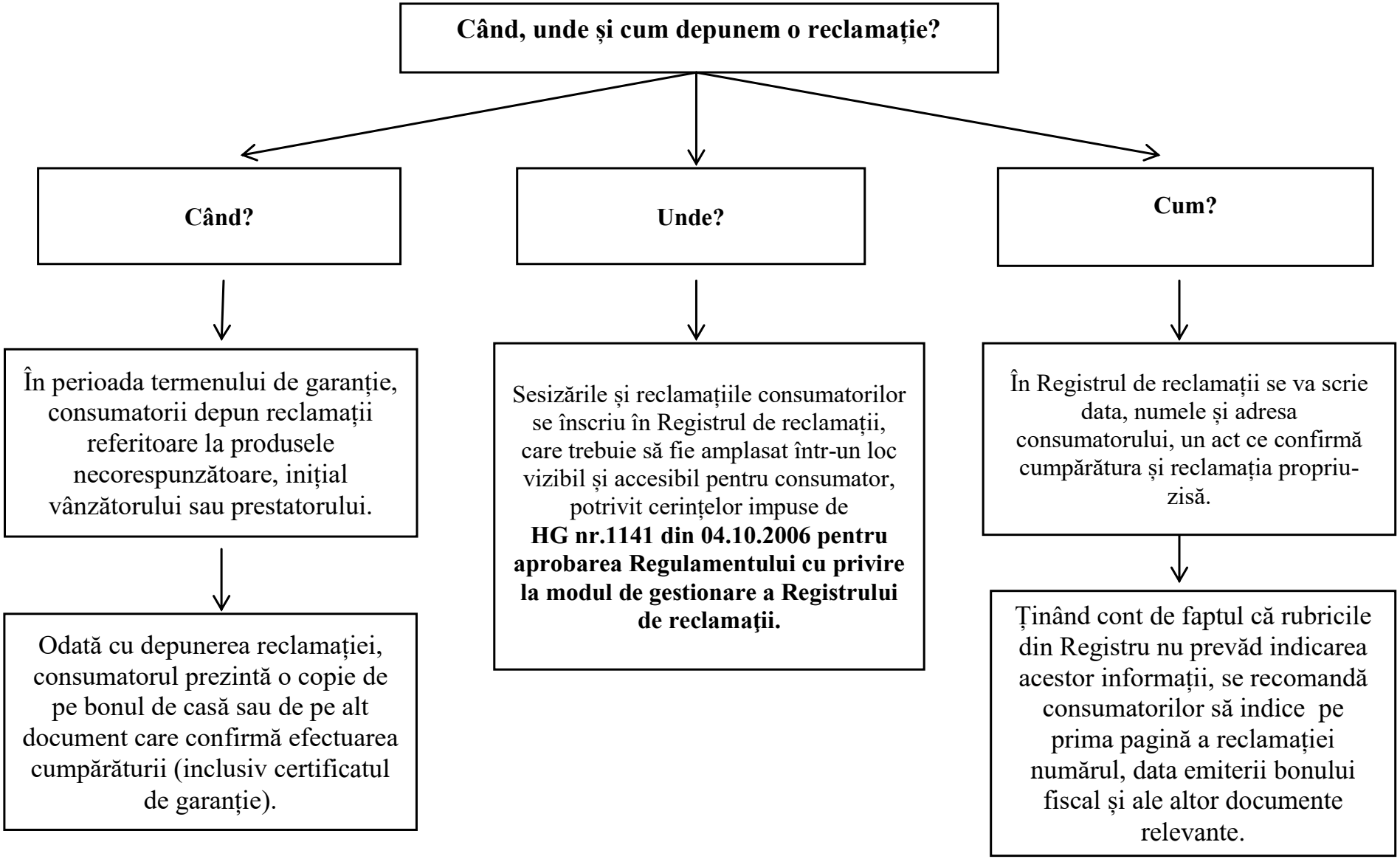
Schema 16. Prevederi legale privind protecţia intereselor economice ale consumatorilor



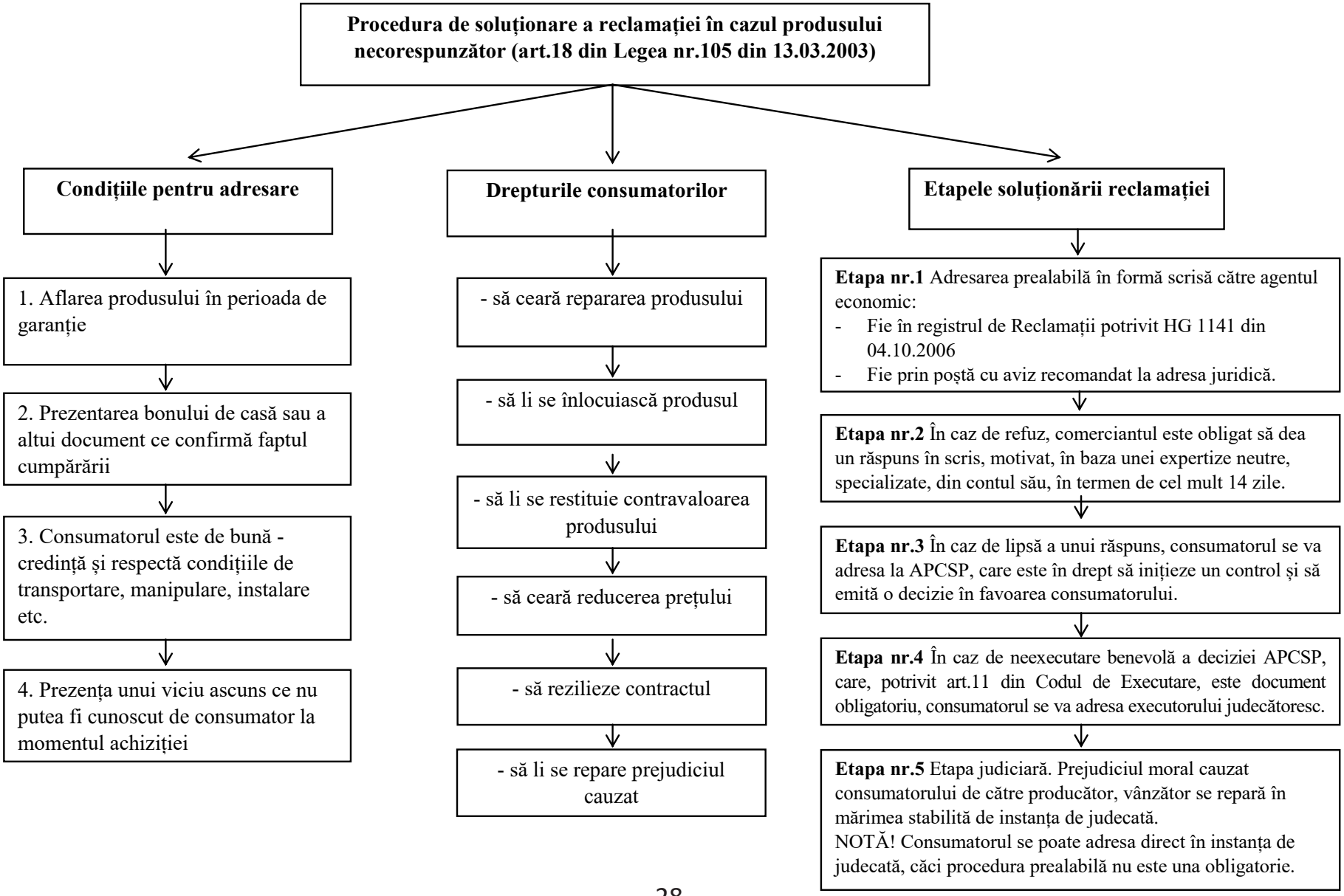
Schema 17. Prevederi specifice privind mijloacele de măsurare de utilitate publică



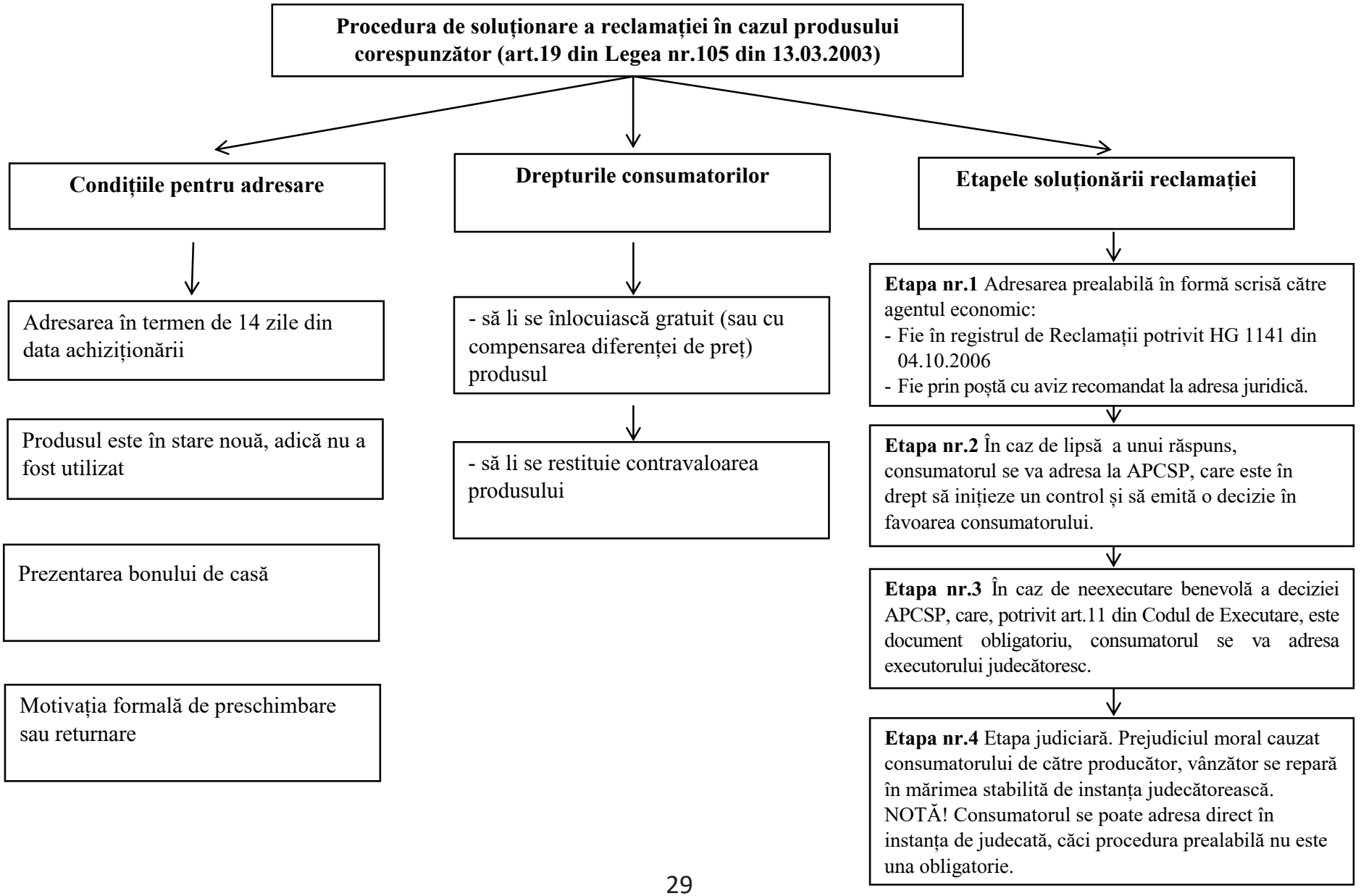
Schema 18. Procedura de depunere a reclamaţiilor



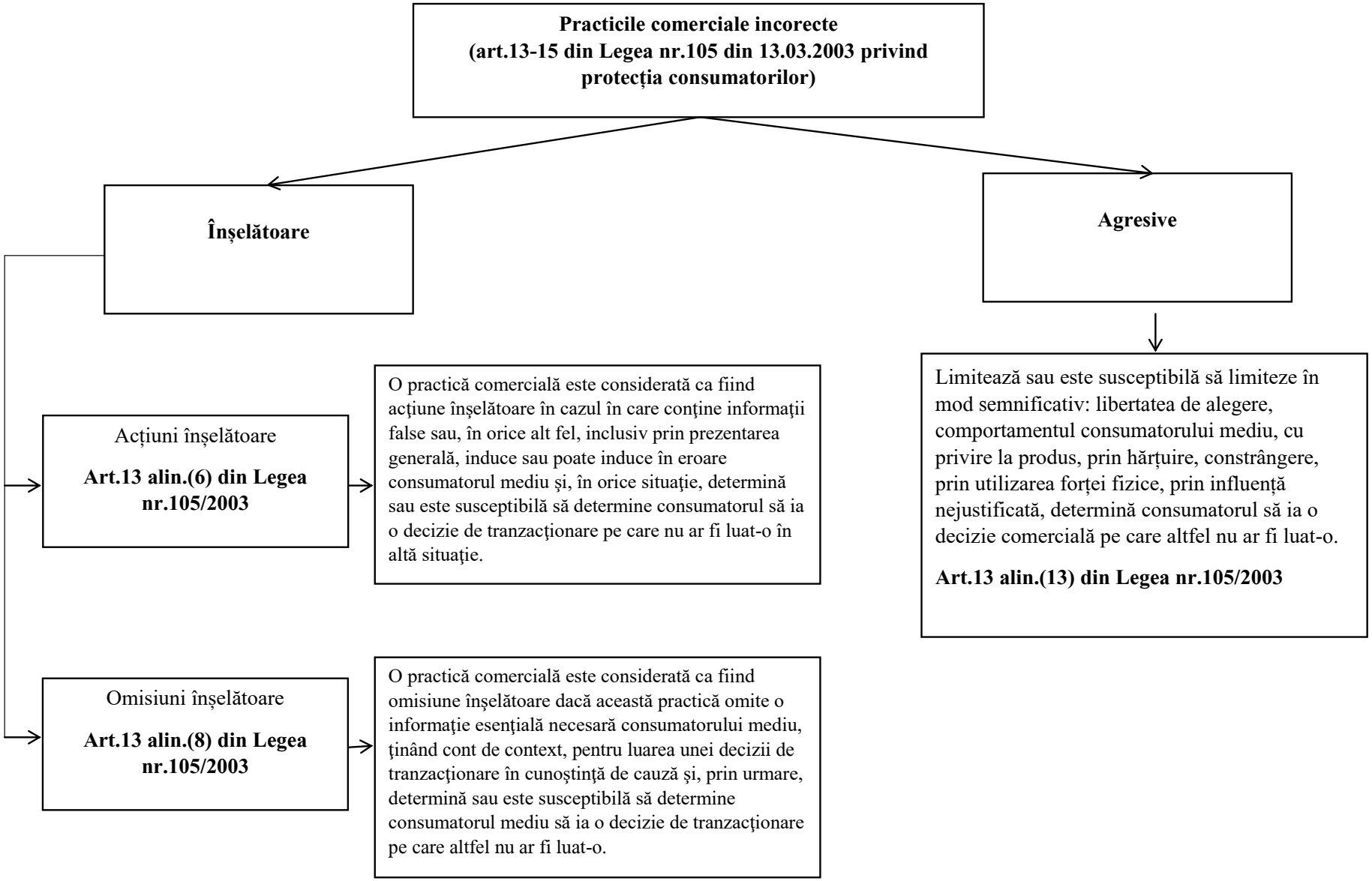
Schema 19. Procedura de soluţionare a reclamaţiei în cazul produsului necorespunzător



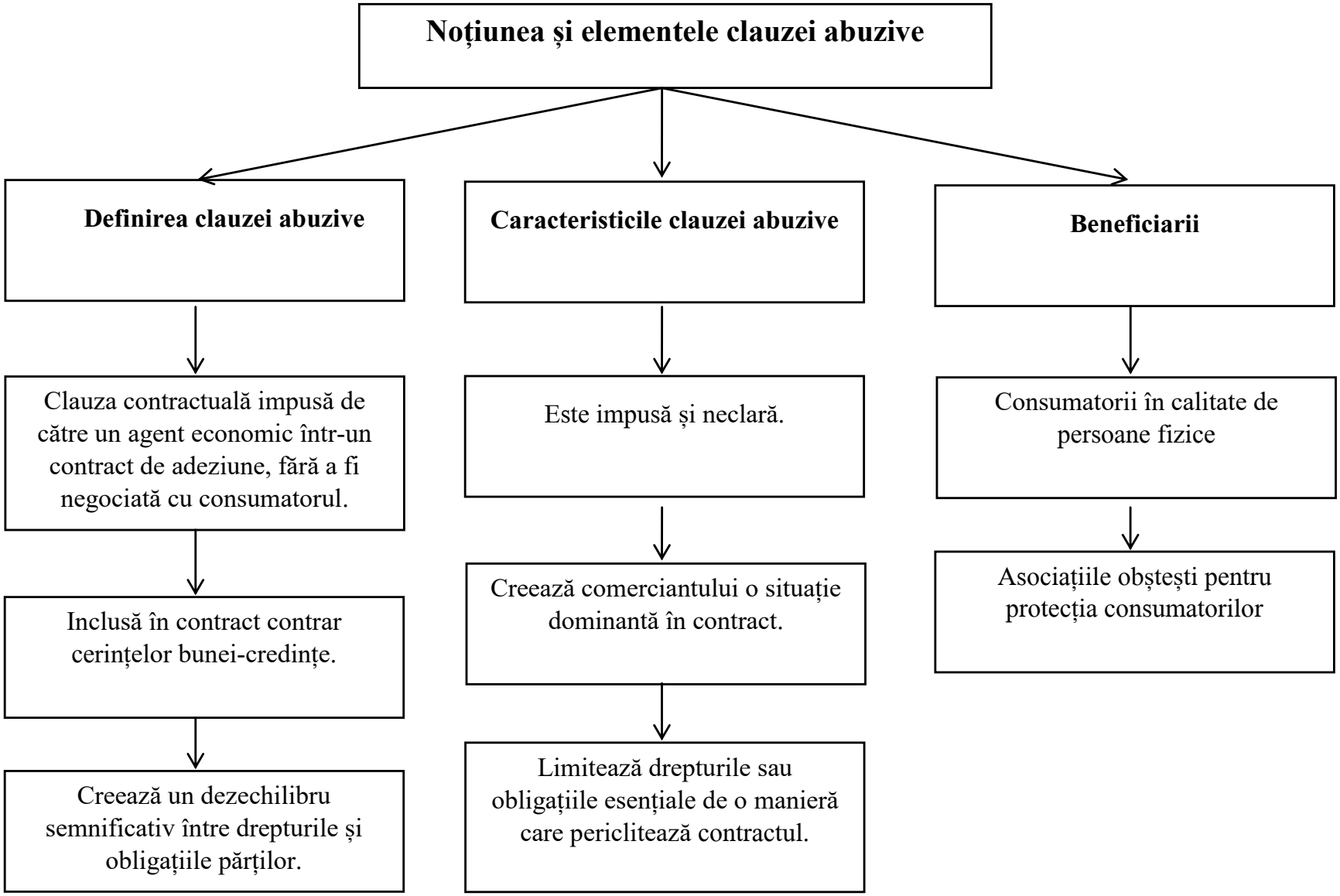
Schema 20. Procedura de soluţionare a reclamaţiei în cazul produsului corespunzător



Schema 21. Practicile comerciale incorecte



Schema 22. Clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii



Tema 4. CONTRACTUL DE CONSUM

Planul temei:

Schema 23. Noţiunea şi contractul de consum
Schema 24. Importanţa contractelor de consum
Schema 25. Modalitatea de formare a contractului de consum
Schema 26. Elementele definitorii ale ofertei şi condiţiile de acceptare
Schema 27. Momentul încheierii contractului de consum
Schema 28. Drepturile consumatorului la încheierea contractului de consum
Schema 29. Clasificarea contractelor de consum după domenii specifice
Schema 30. Contractul de antrepriză în construcţii
Schema 31. Contractul de deservire curentă a cetăţenilor
Schema 32. Contractul de transport de călători şi bagaje
Schema 33. Contractul de prestări servicii
Schema 34. Contractul de prestări servicii turistice
Schema 35. Contracte încheiate prin mijloace electronice

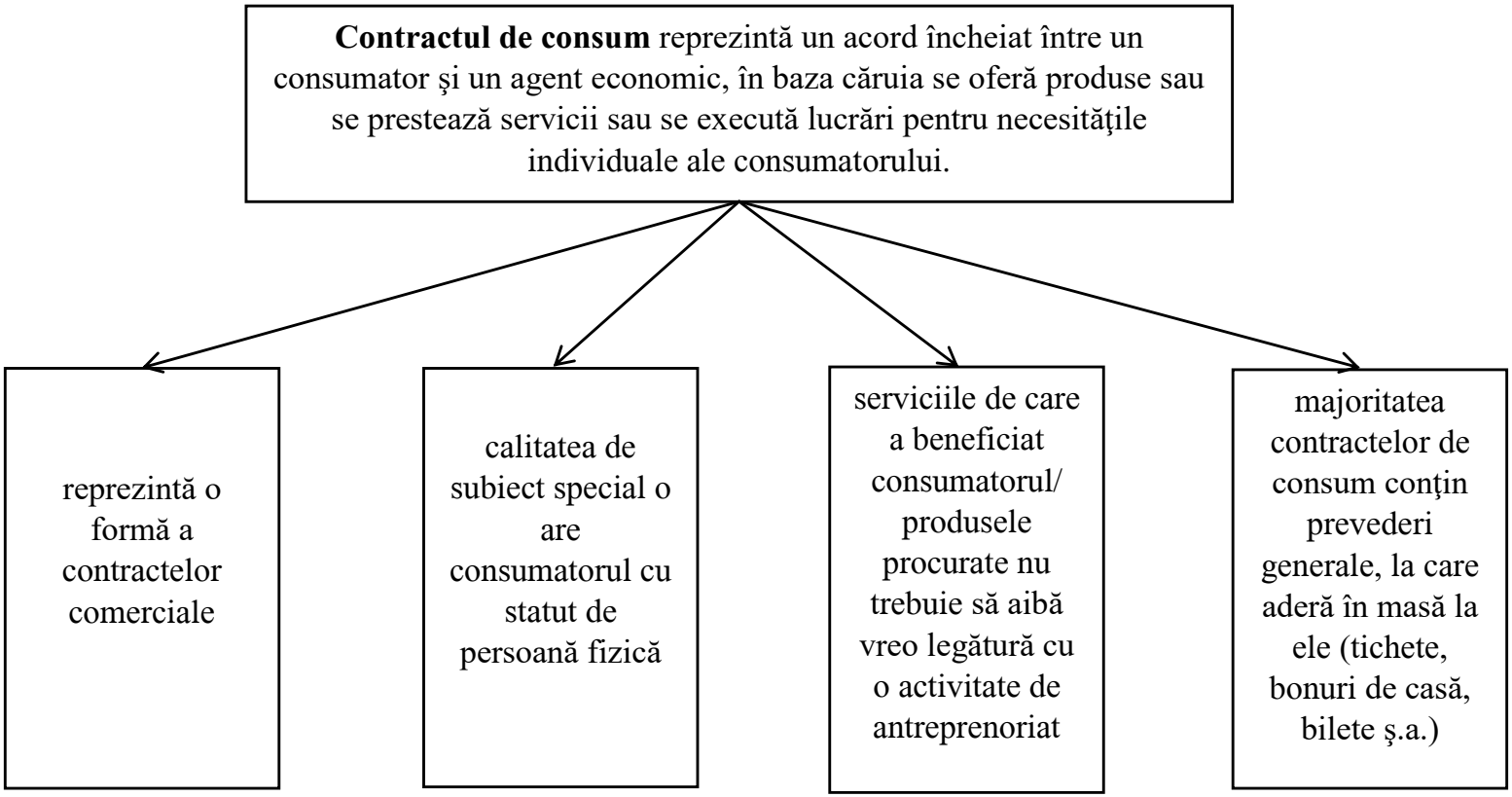
Obiective operaţionale:

– să dezvolte prevederile generale privind contractul de consum;
– să cunoască modalitatea de formare a contractelor de consum;
– să identifice condiţiile de valabilitate a contractelor de consum;
– să caracterizeze particularităţile unor contracte de consum;
– să clasifice principalele categorii ale contractelor de consum;
– să dobândească cunoştinţe necesare pentru identificarea contractelor de consum.

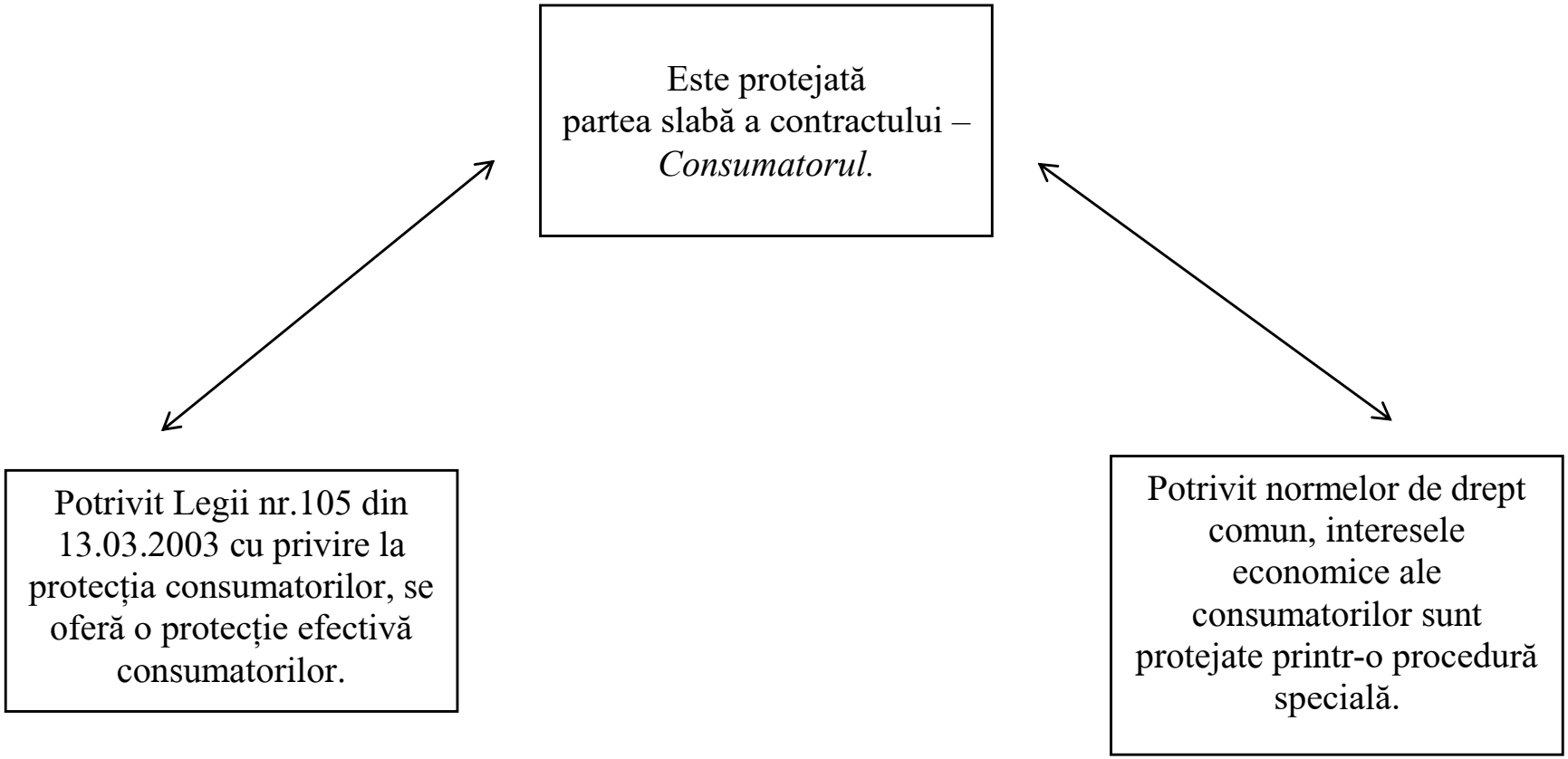
Activităţi practice:

1. Deosebiţi natura juridică a contractului de consum faţă de cea a contractului civil.
2. Determinaţi aplicabilitatea prevederilor clauzelor standard în contractele de consum în raport cu clauzele abuzive reglementate prin lege specială.
3. Apreciaţi importanţa contractelor de consum prin prisma condiţiilor de valabilitate.
4. Redactaţi un contract de consum prin prisma clasificării principalelor categorii de contract de consum.

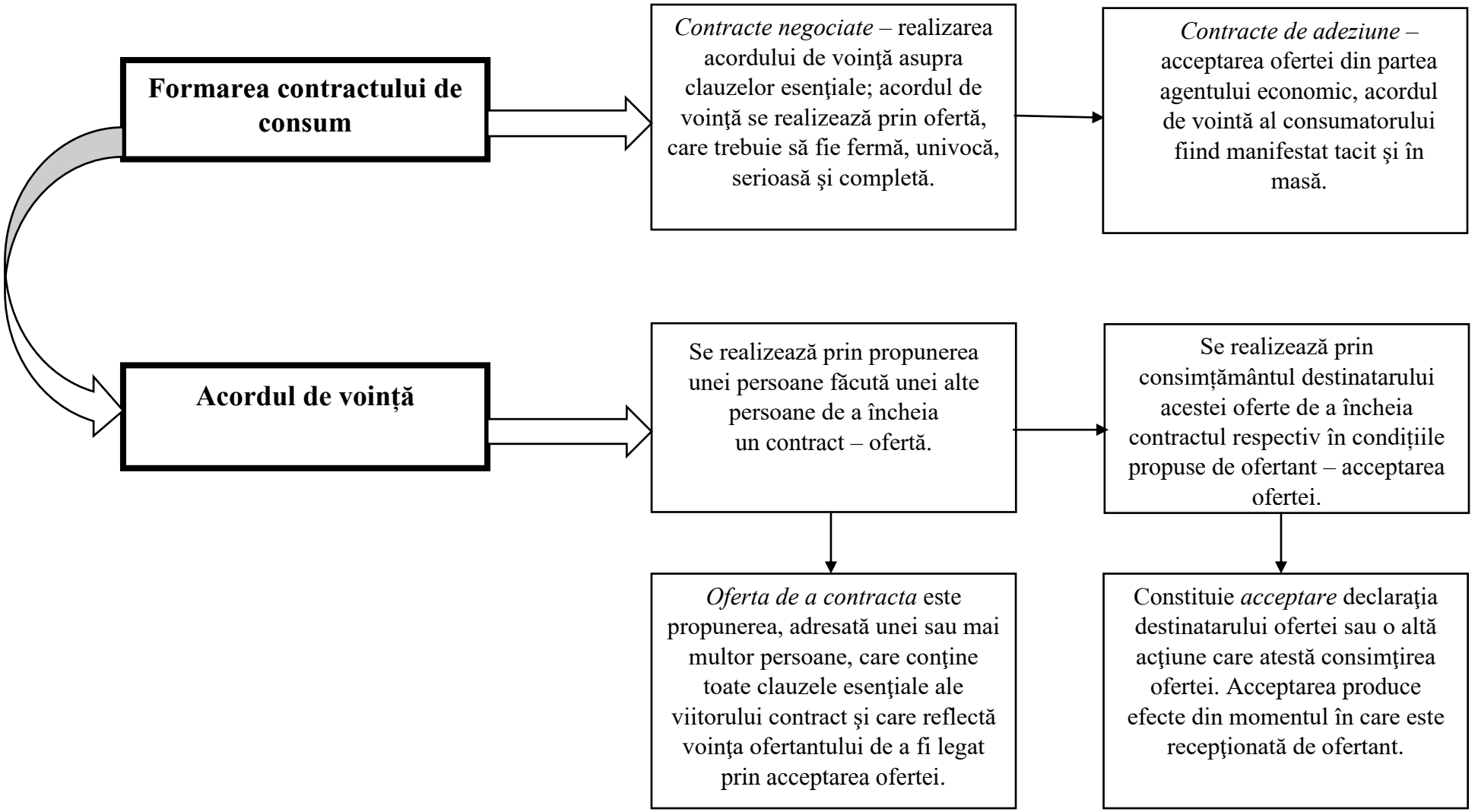
Schema 23. Noţiunea şi contractul de consum



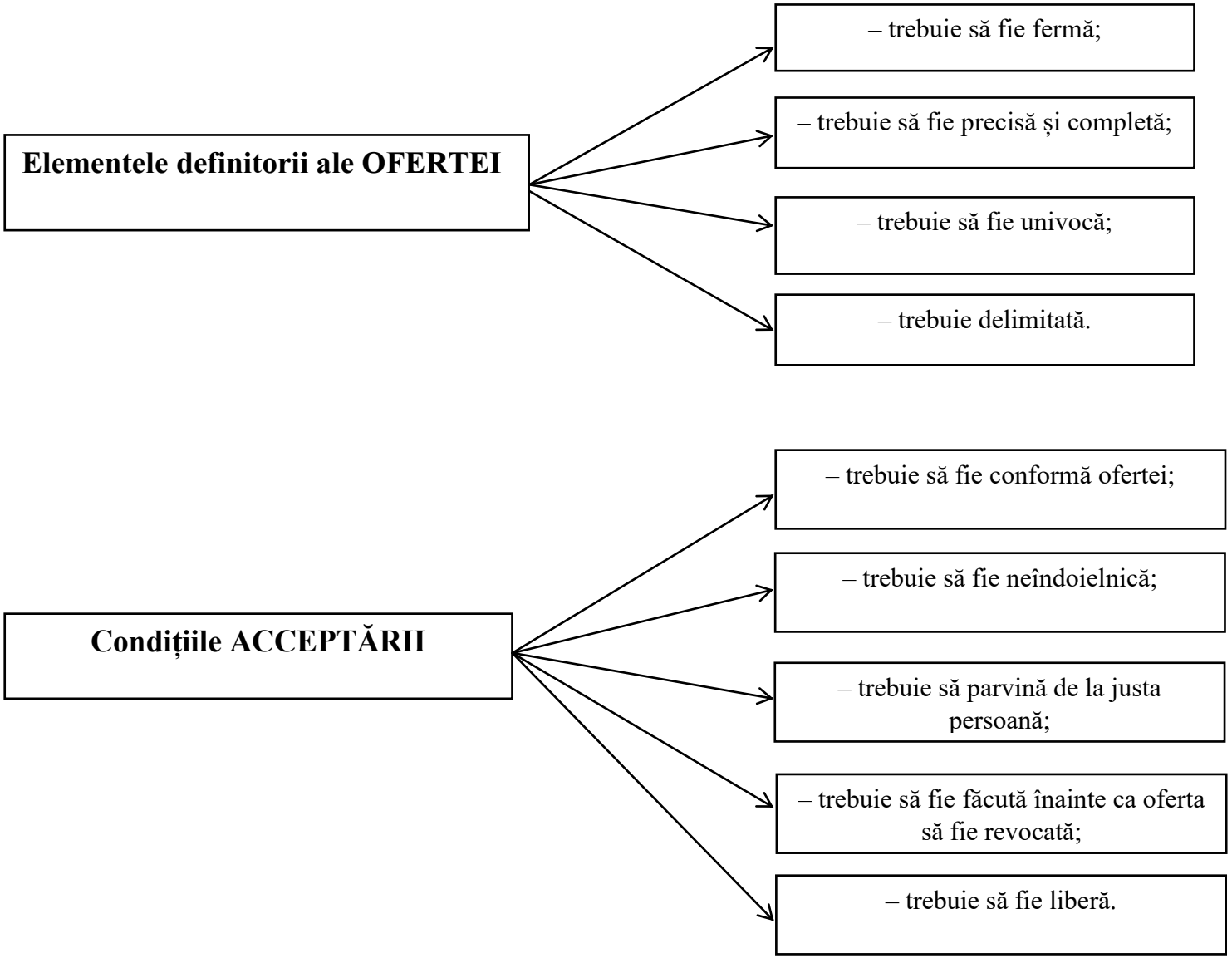
Schema 24. Importanţa contractelor de consum



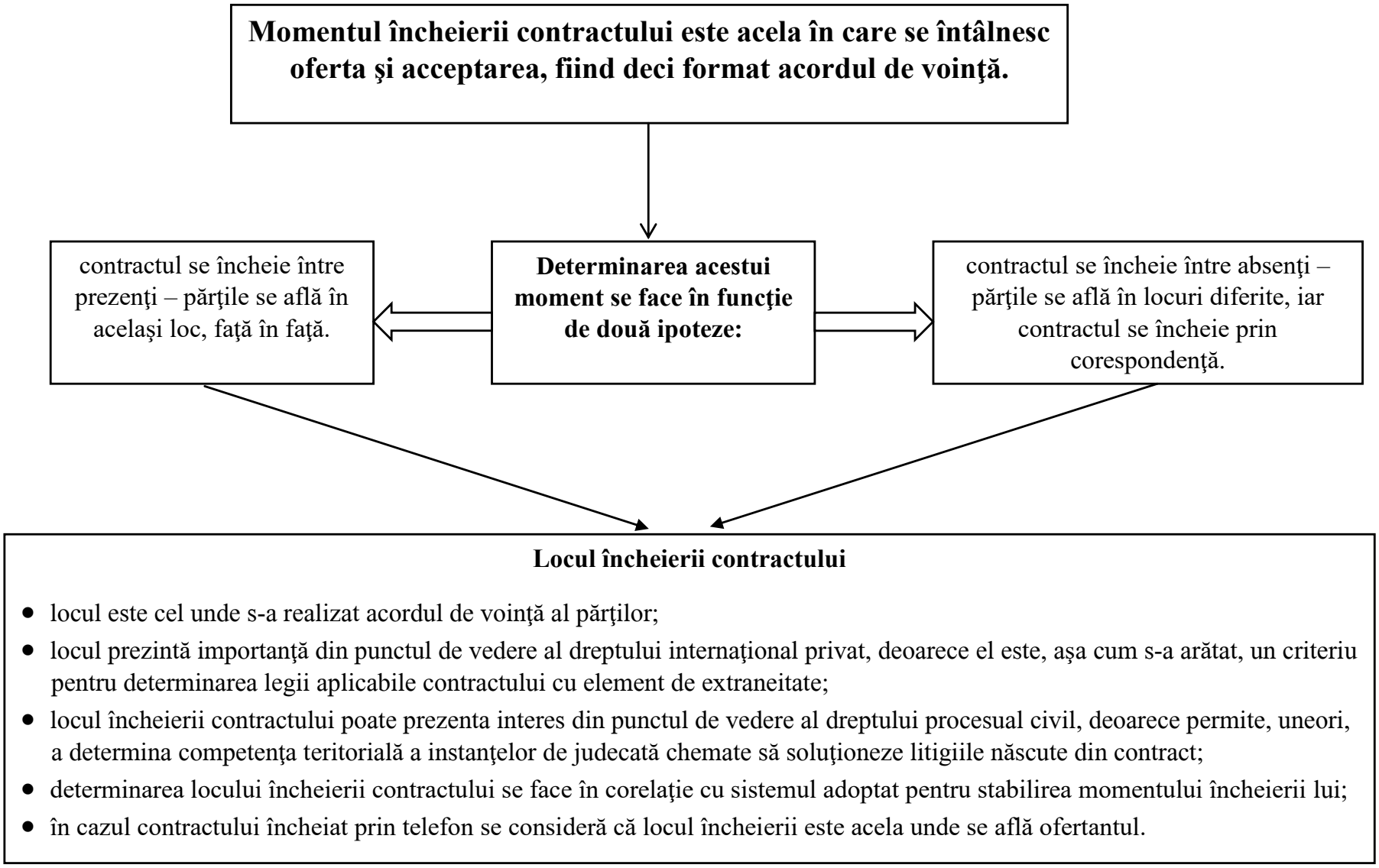
Schema 25. Modalitatea de formare a contractului de consum



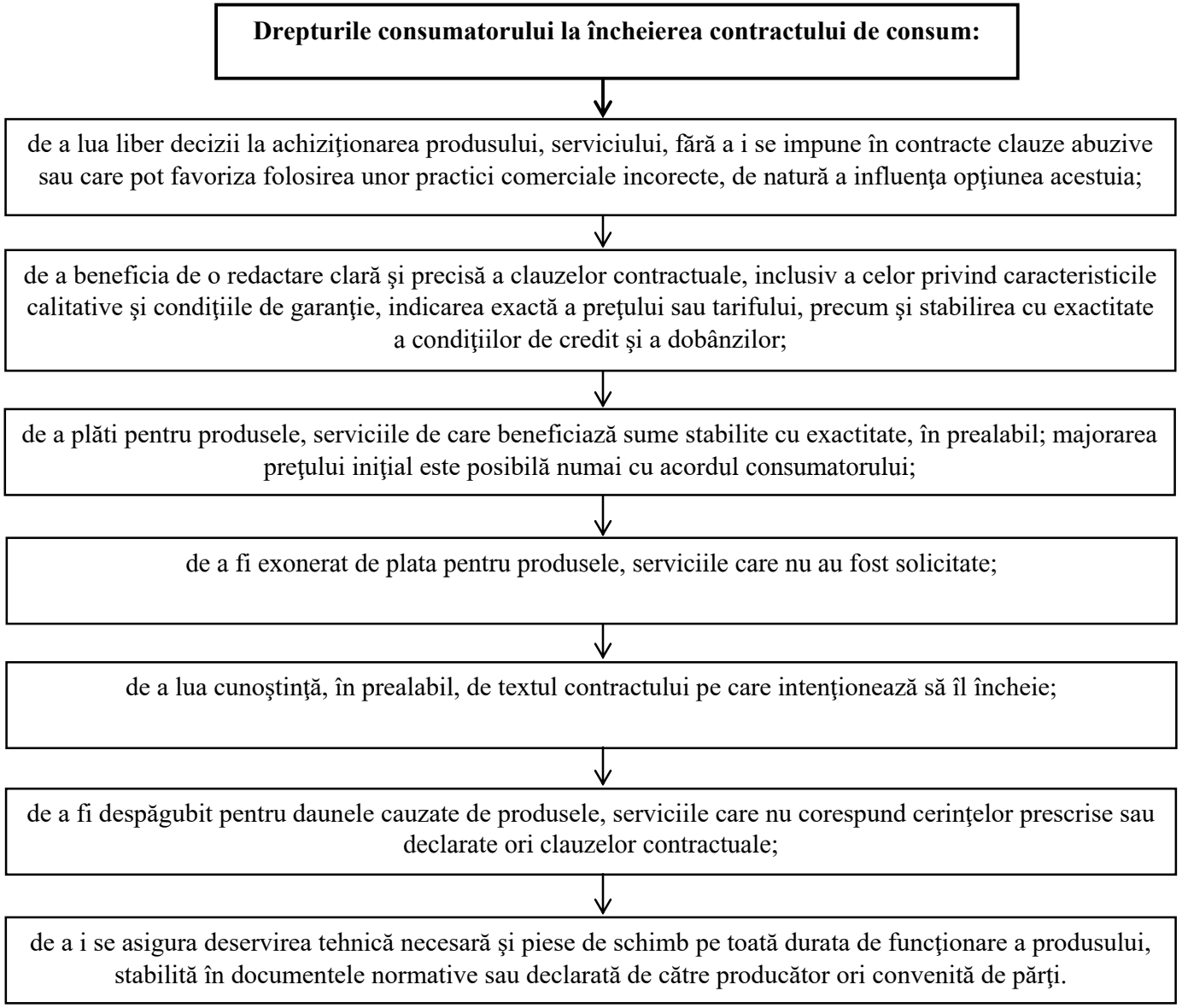
Schema 26. Elementele definitorii ale ofertei şi condiţiile de acceptare



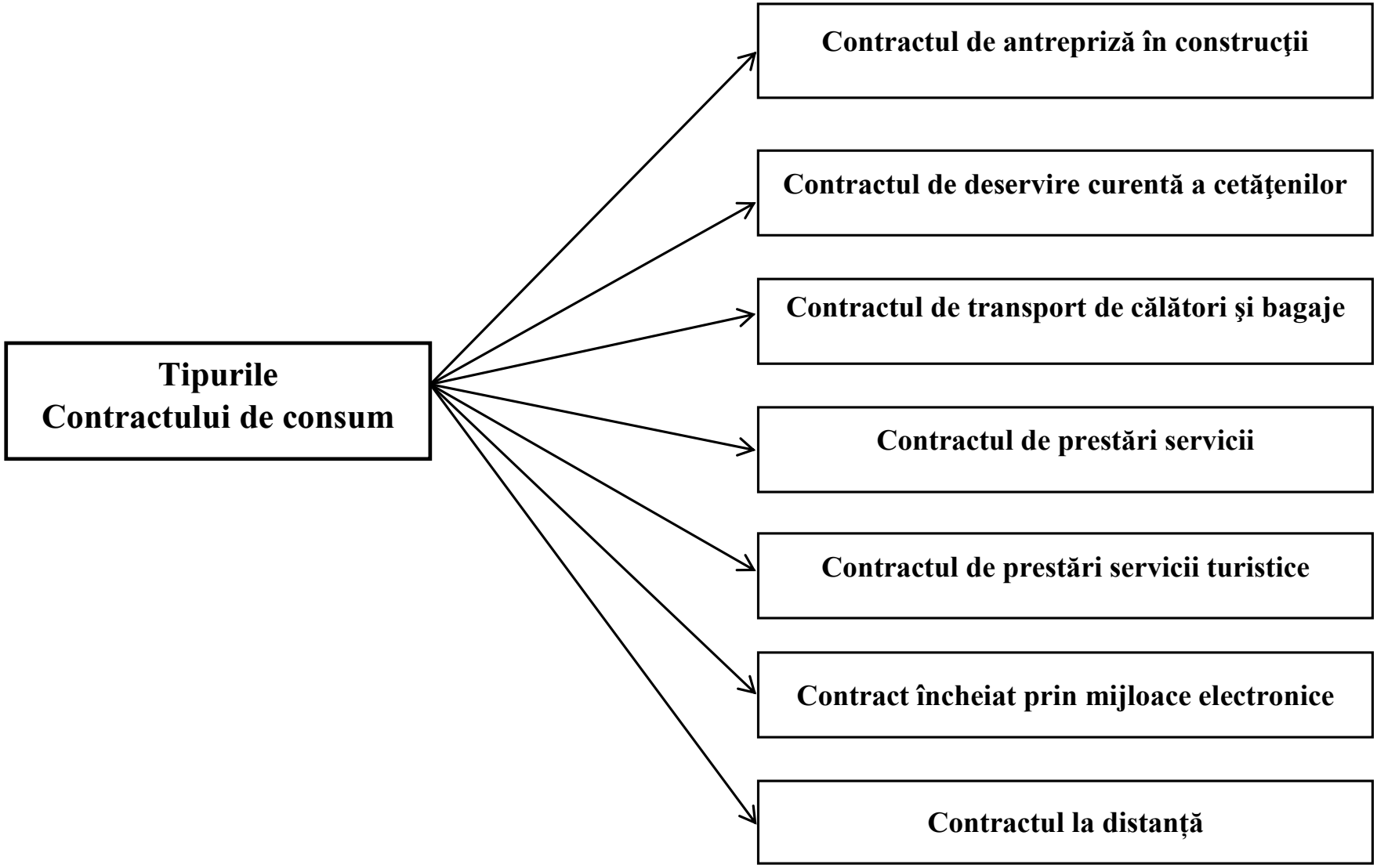
Schema 27. Momentul încheierii contractului de consum



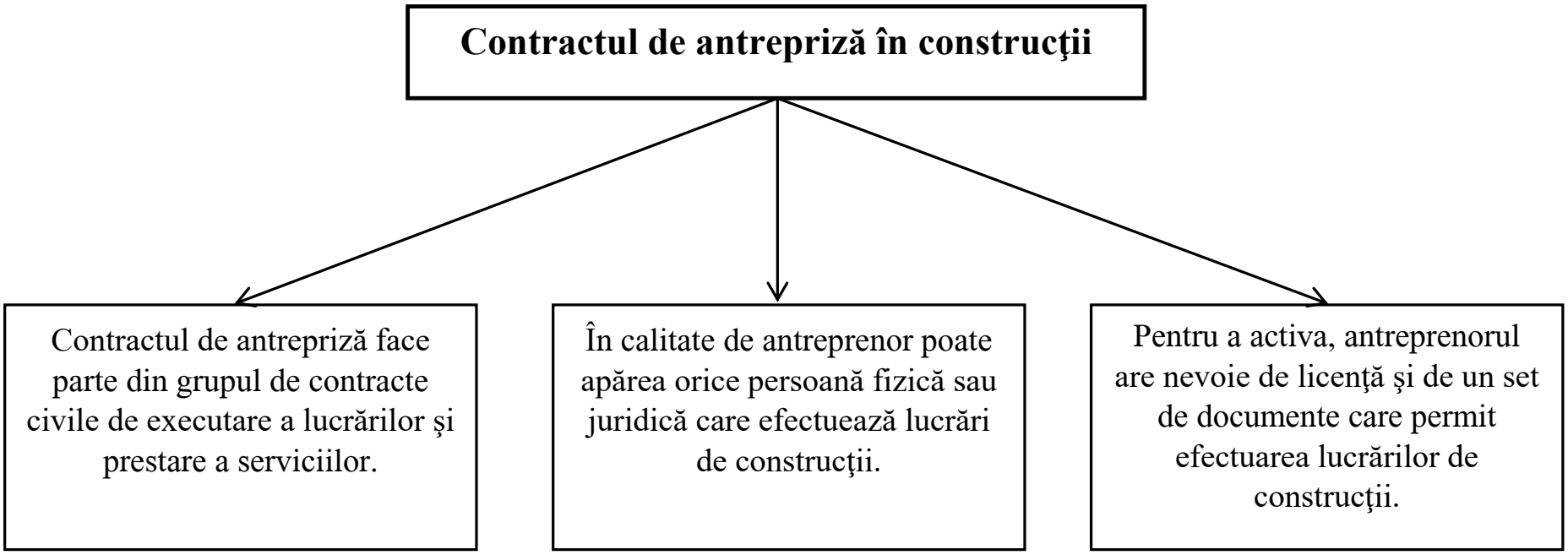
Schema 28. Drepturile consumatorului la încheierea contractului de consum



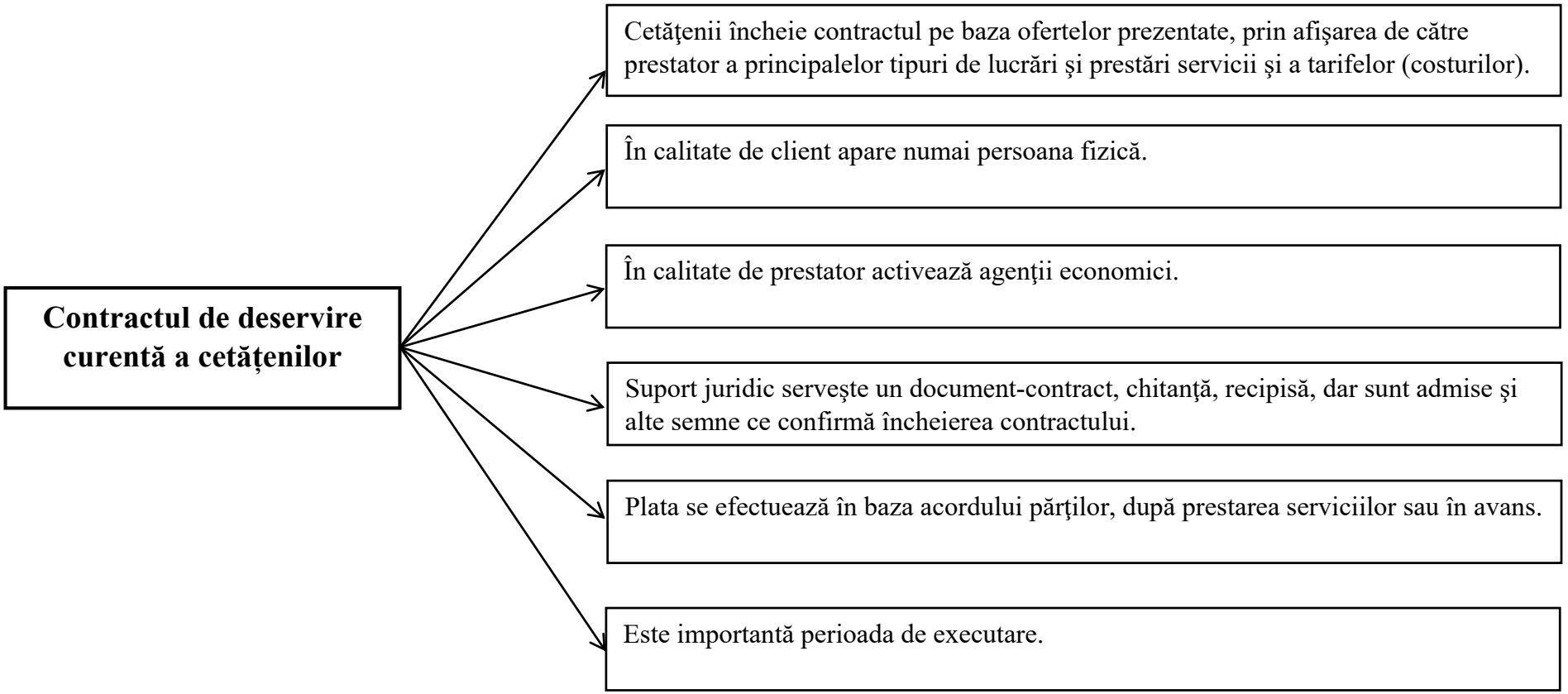
Schema 29. Clasificarea contractelor de consum după domenii specifice



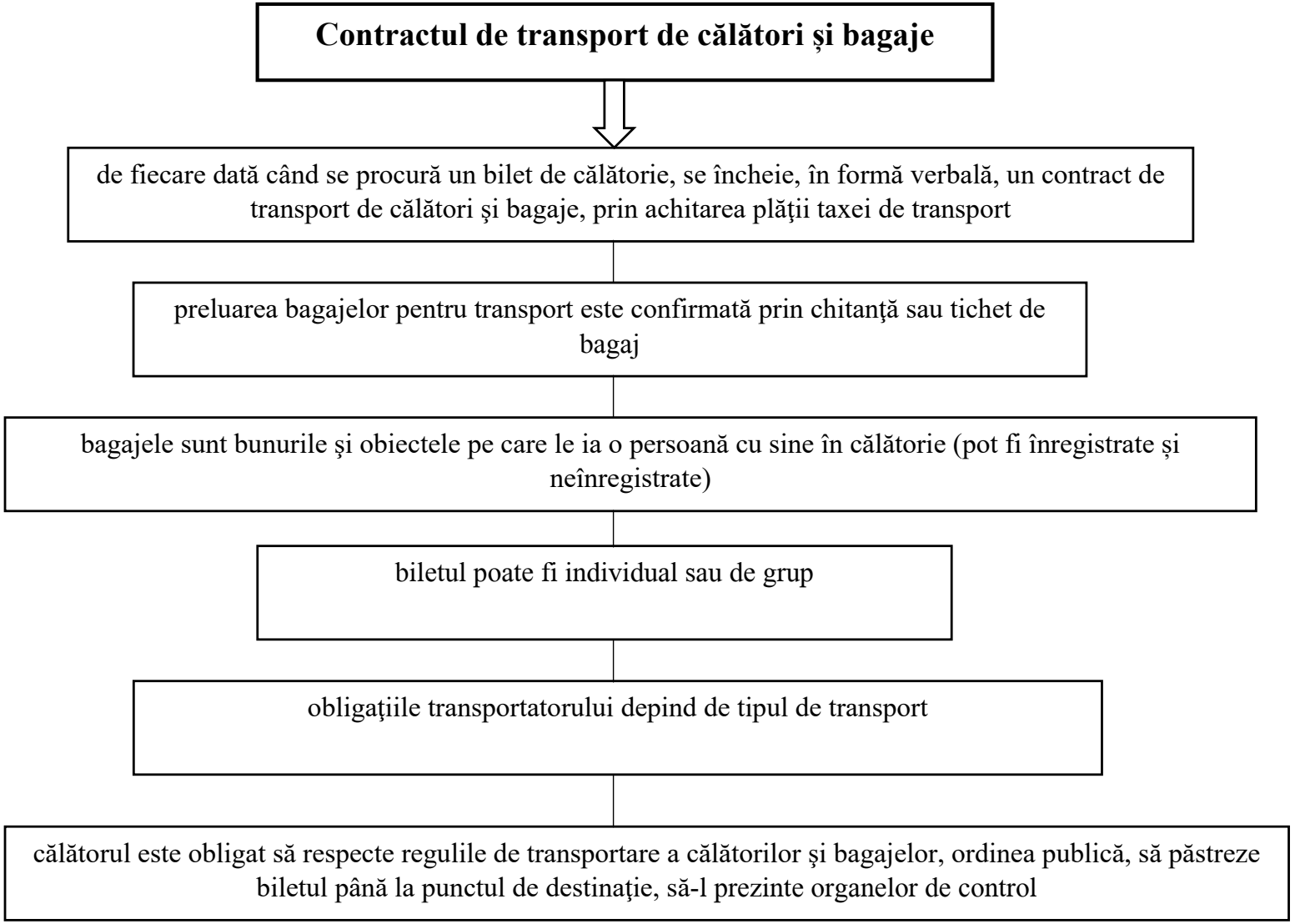
Schema 30. Contractul de antrepriză în construcţii



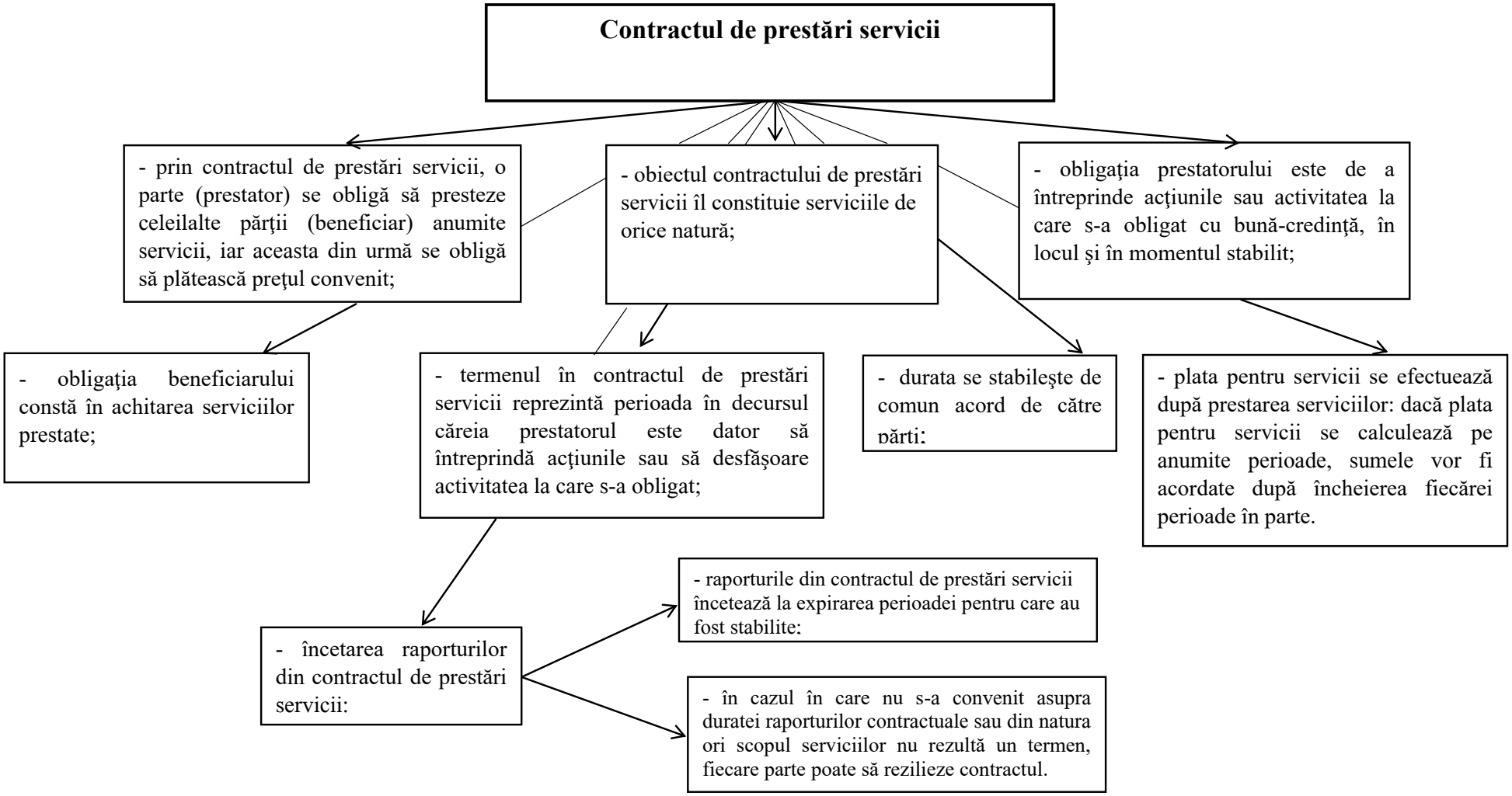
Schema 31. Contractul de deservire curentă a cetăţenilor



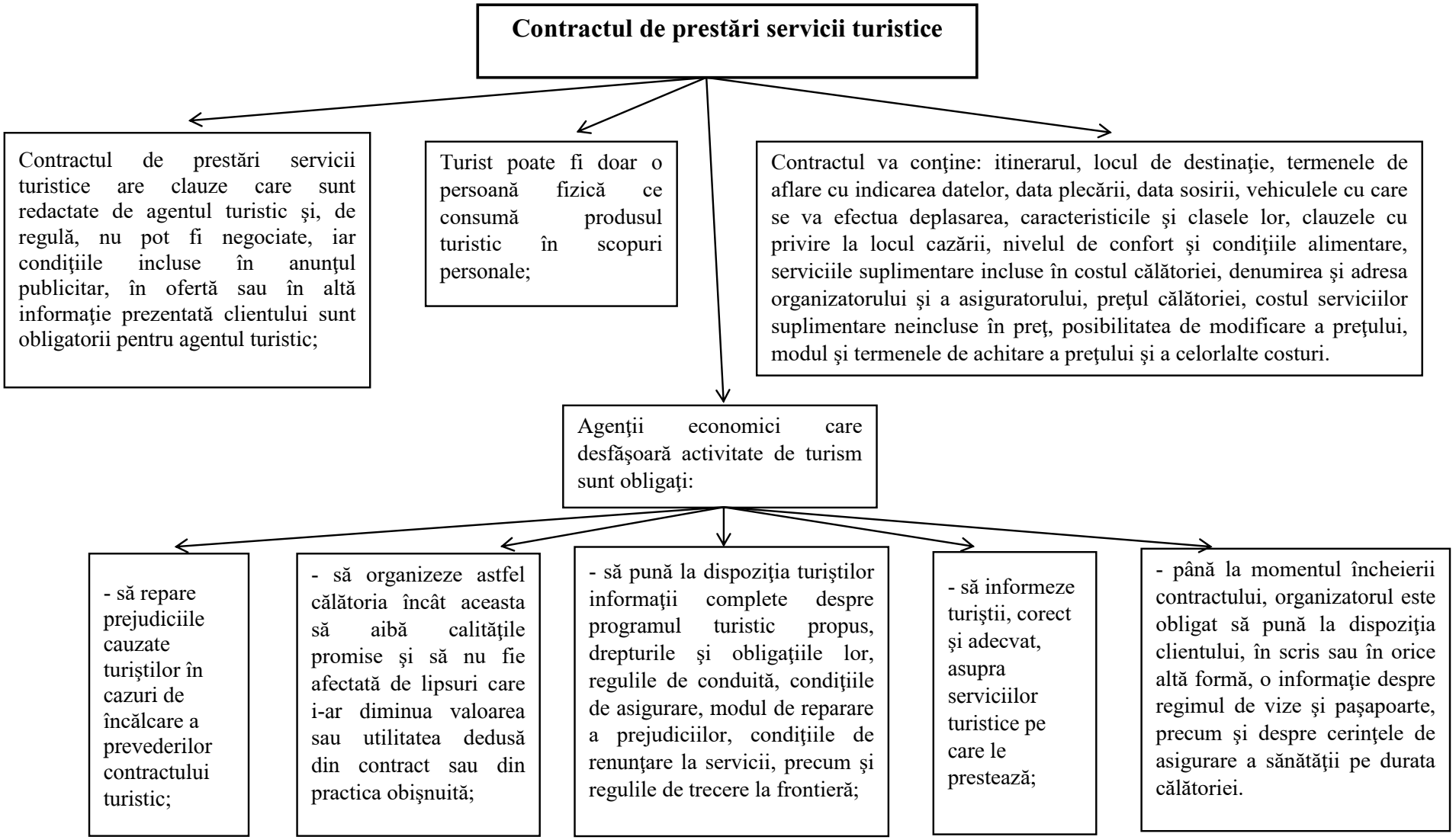
Schema 32. Contractul de transport de călători şi bagaje



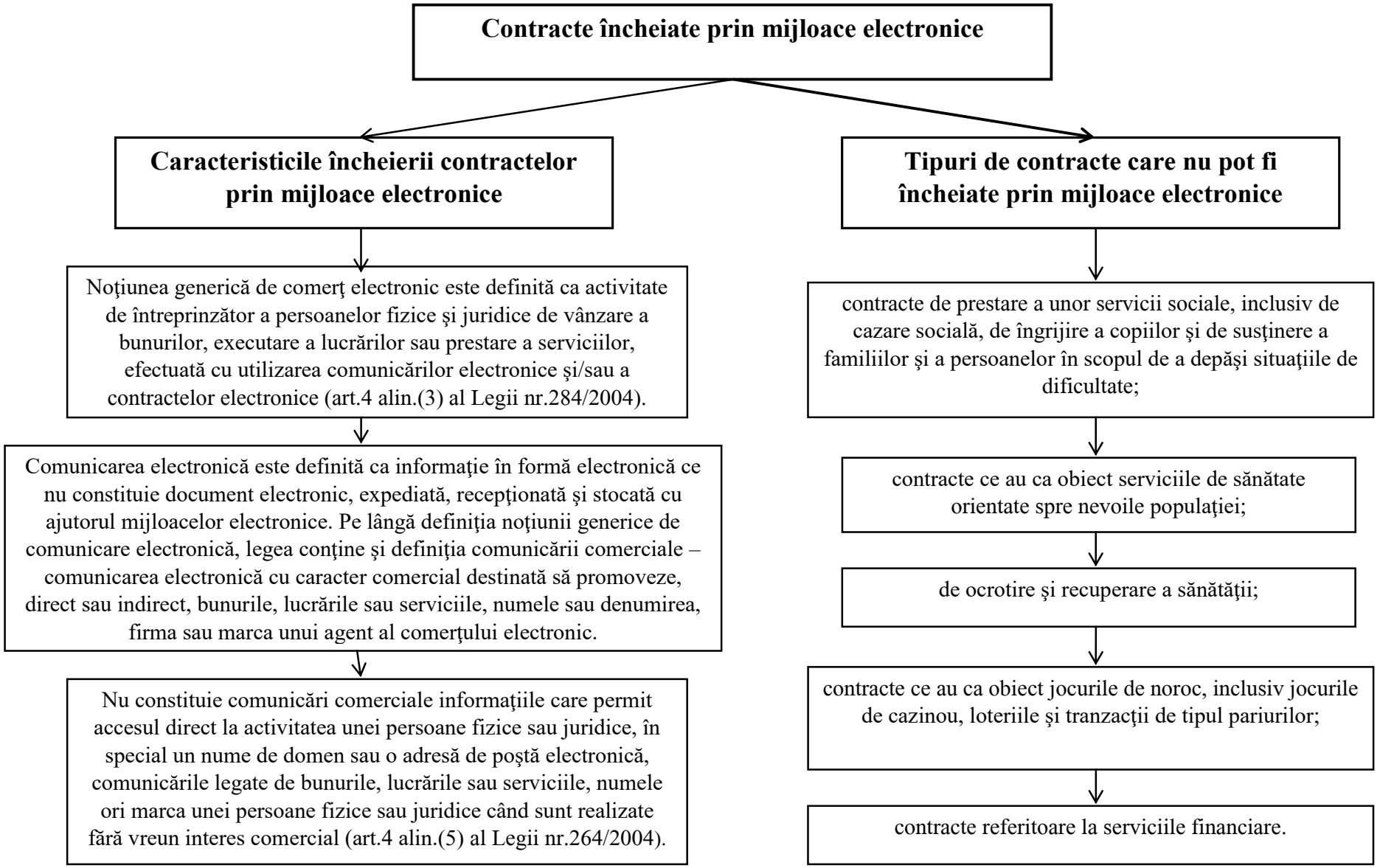
Schema 33. Contractul de prestări servicii



Schema 34. Contractul de prestări servicii turistice



Schema 35. Contracte încheiate prin mijloace electronice



Tema 5. CLAUZELE ABUZIVE ÎN CONTRACTELE ÎNCHEIATE CU CONSUMATORII

Planul temei:

Schema 36. Noţiunea clauzei abuzive
Schema 37. Domeniul de aplicare a clauzelor abuzive
Schema 38. Clasificarea clauzei abuzive
Schema 39. Efectele clauzei abuzive
Schema 40. Evaluarea caracterului abuziv
Schema 41. Clauzele considerate abuzive
Schema 42. Clauzele considerate abuzive doar în contractele încheiate cu consumatorii
Schema 43. Competenţa de evaluare
Schema 44. Exemple de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii

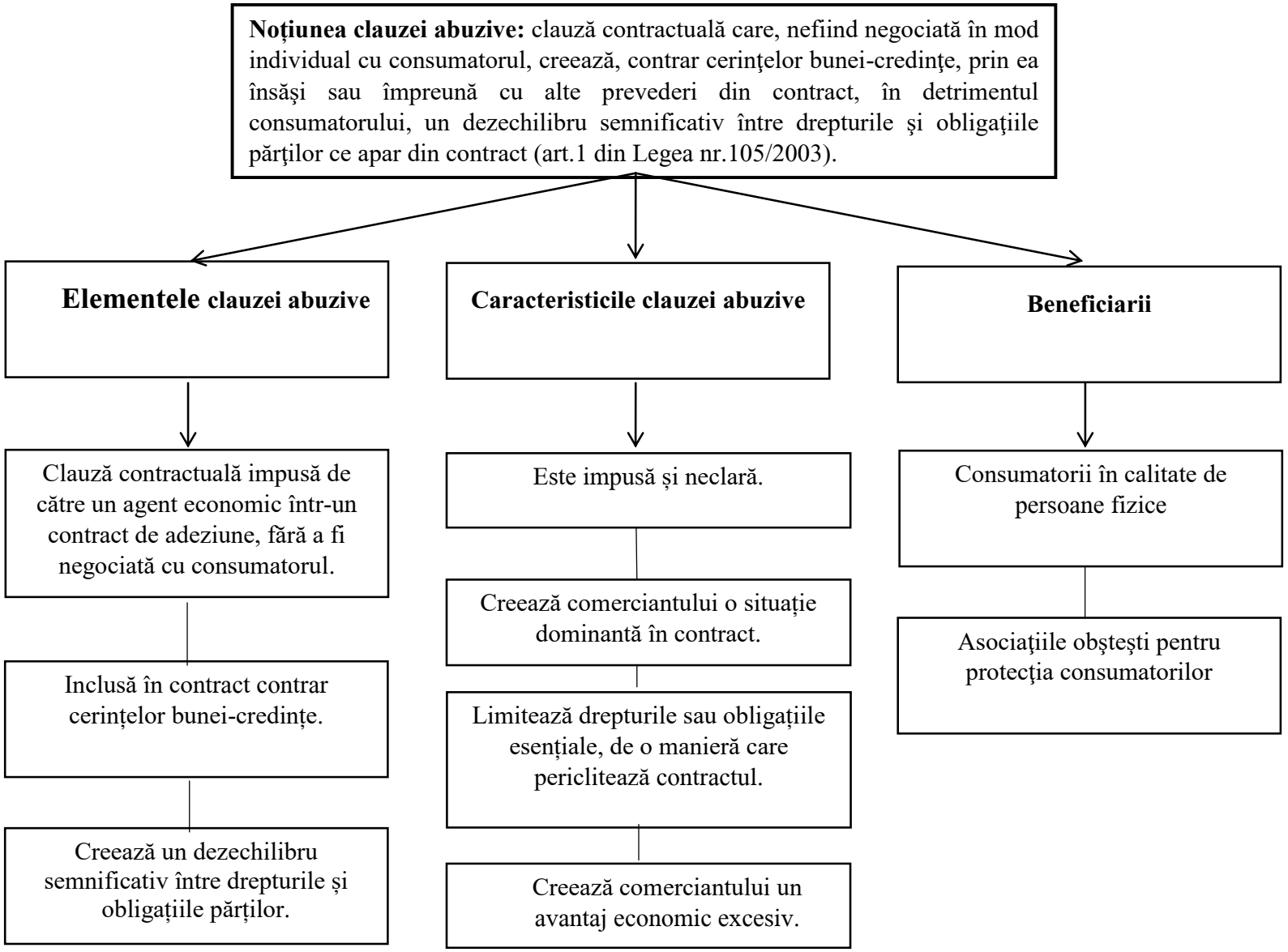
Obiective operaţionale:

– să identifice elementele de identificare a unei clauze abuzive;
– să dezvolte domeniul de aplicare a clauzelor abuzive;
– să clasifice clauzele abuzive după natura lor juridică;
– să evalueze caracterul abuziv al unei clauze;
– să dobândească cunoştinţe necesare privind identificarea clauzelor abuzive în cadrul contractului de consum.

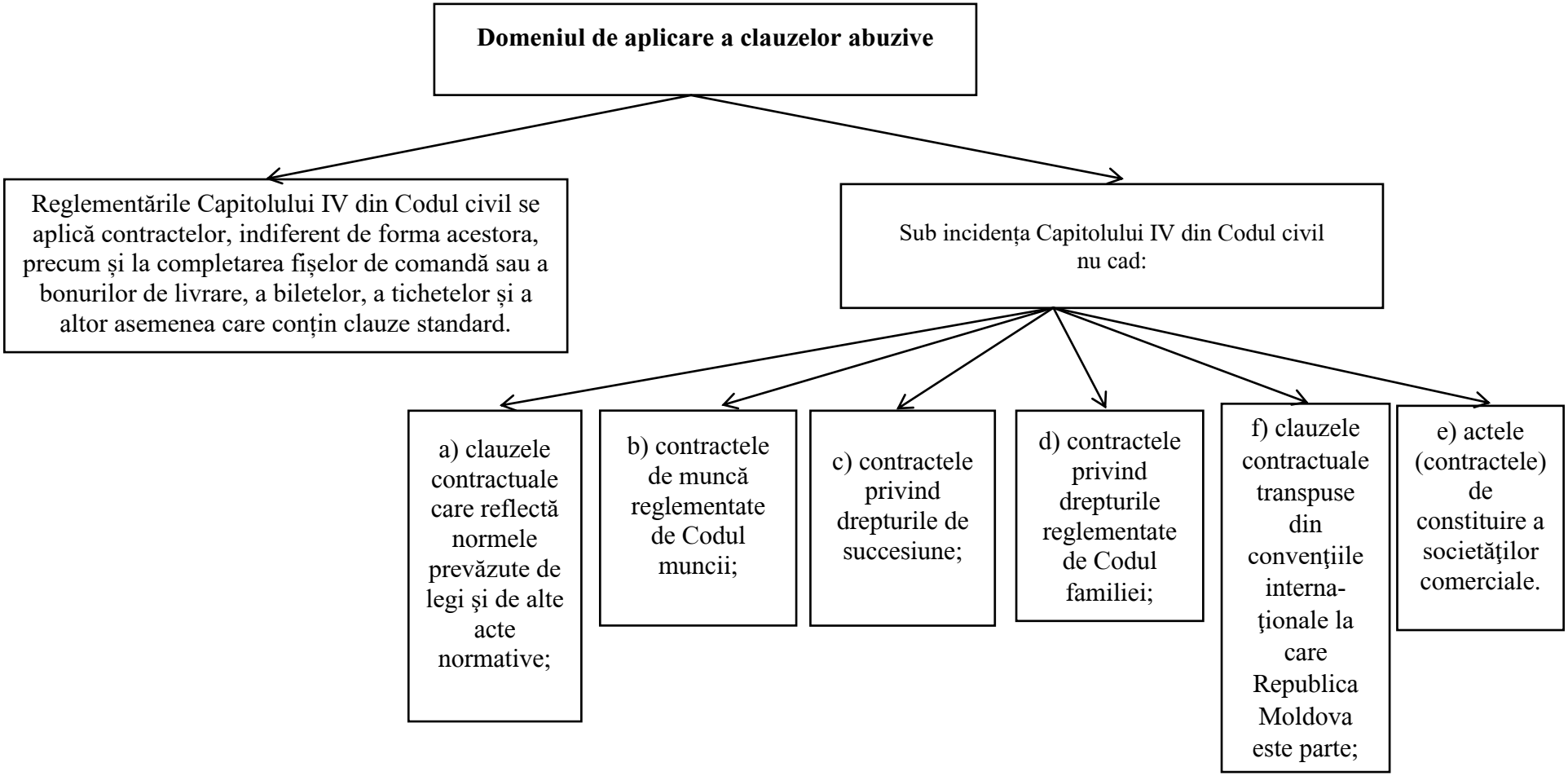
Activităţi practice:

1. Imaginaţi-vă o situaţie de procurare a unui produs în baza unui contract de consum şi identificaţi cele mai frecvente clauze cu caracter abuziv.
2. Analizaţi aplicaţiile practice şi practica judiciară în Republica Moldova privind clauzele abuzive.
3. Identificaţi criteriile de apreciere a caracterului abuziv al clauzelor contractelor de consum.
4. Evaluaţi frecvenţa clauzelor abuzive admise în contractele de consum în Republica Moldova, mai ales în contractele tip încheiate cu monopoliştii de pe piaţa de prestări servicii consumatorilor (energie termică, gaz, apă etc.).

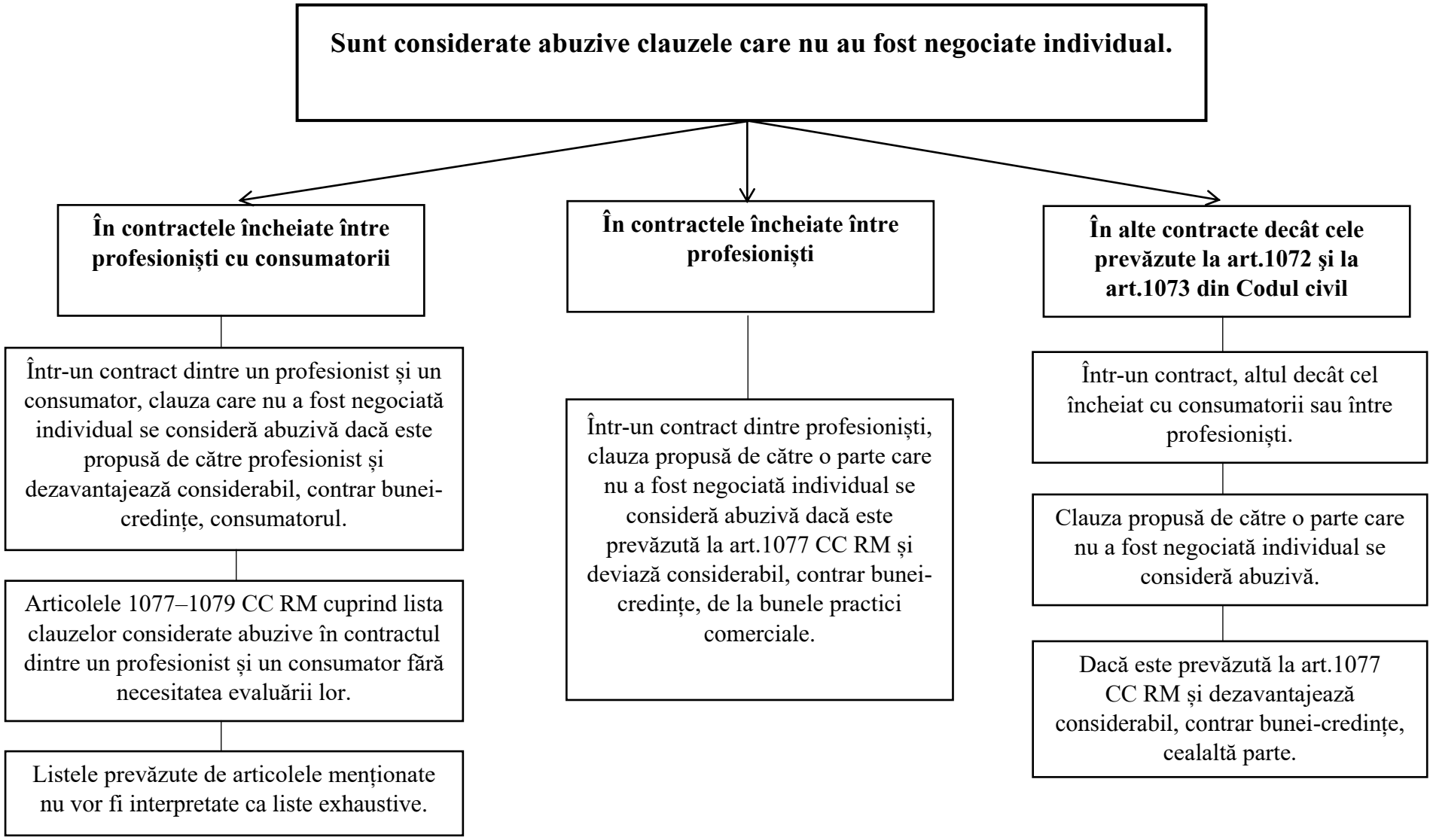
Schema 36. Noţiunea clauzei abuzive



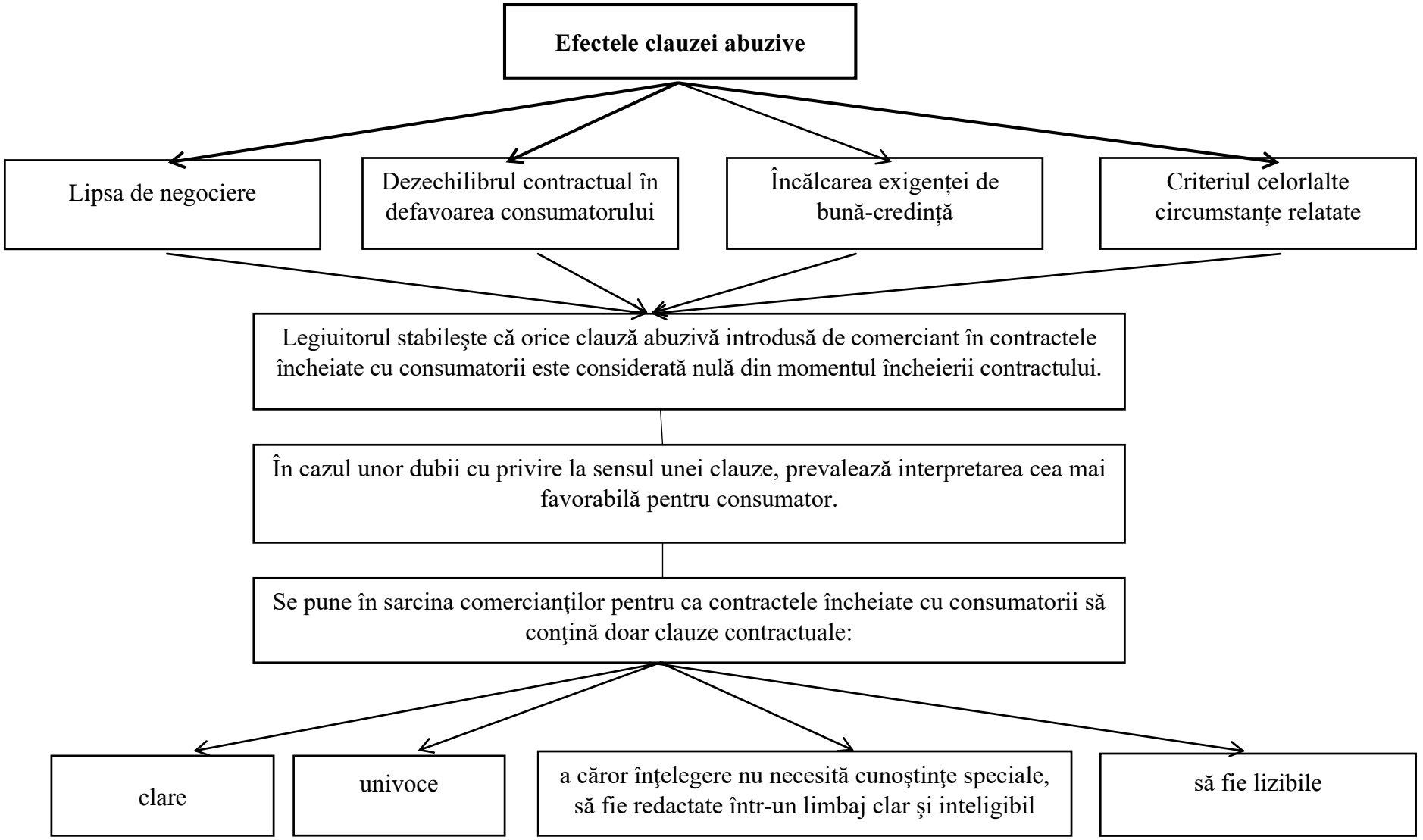
Schema 37. Domeniul de aplicare a clauzelor abuzive



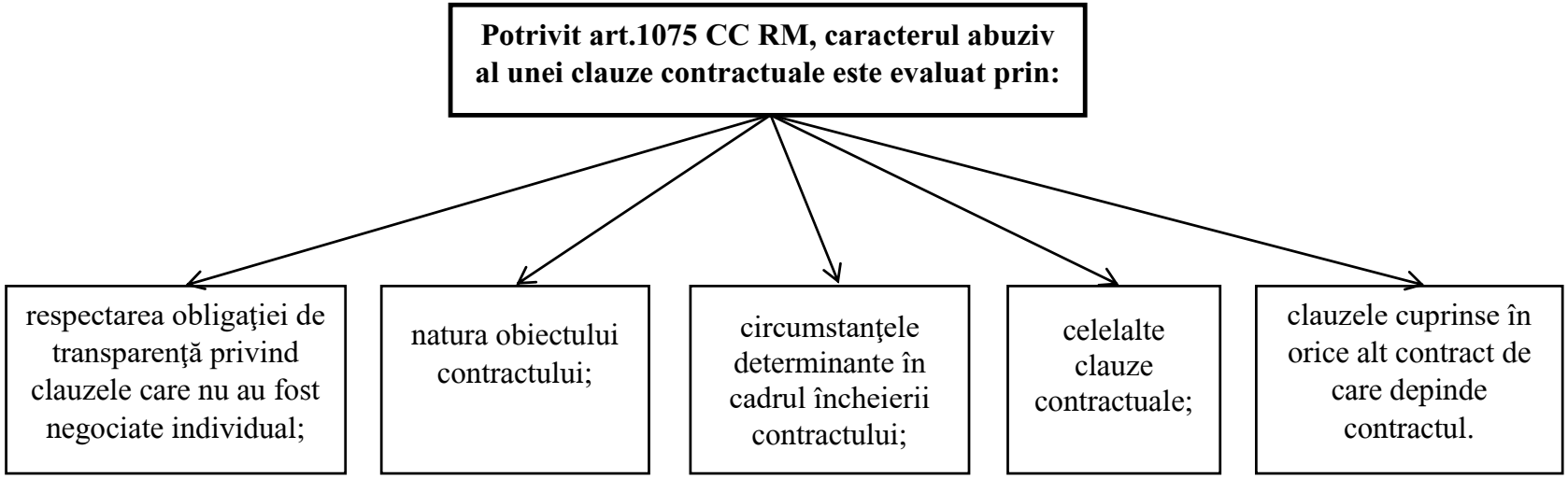
Schema 38. Clasificarea clauzei abuzive



Schema 39. Efectele clauzei abuzive



Schema 40. Evaluarea caracterului abuziv



Notă: **Potrivit art.1079 CC RM,** într-un contract dintre un profesionist şi un consumator, clauzele indicate la art.1077 alin.(1) pct.1)-3) sunt considerate abuzive chiar dacă ele au fost negociate individual cu consumatorul.

Schema 41. Clauzele considerate abuzive

Potrivit **art.1077 CC RM,** sunt considerate abuzive clauzele care nu au fost negociate individual şi au ca obiect sau efect:

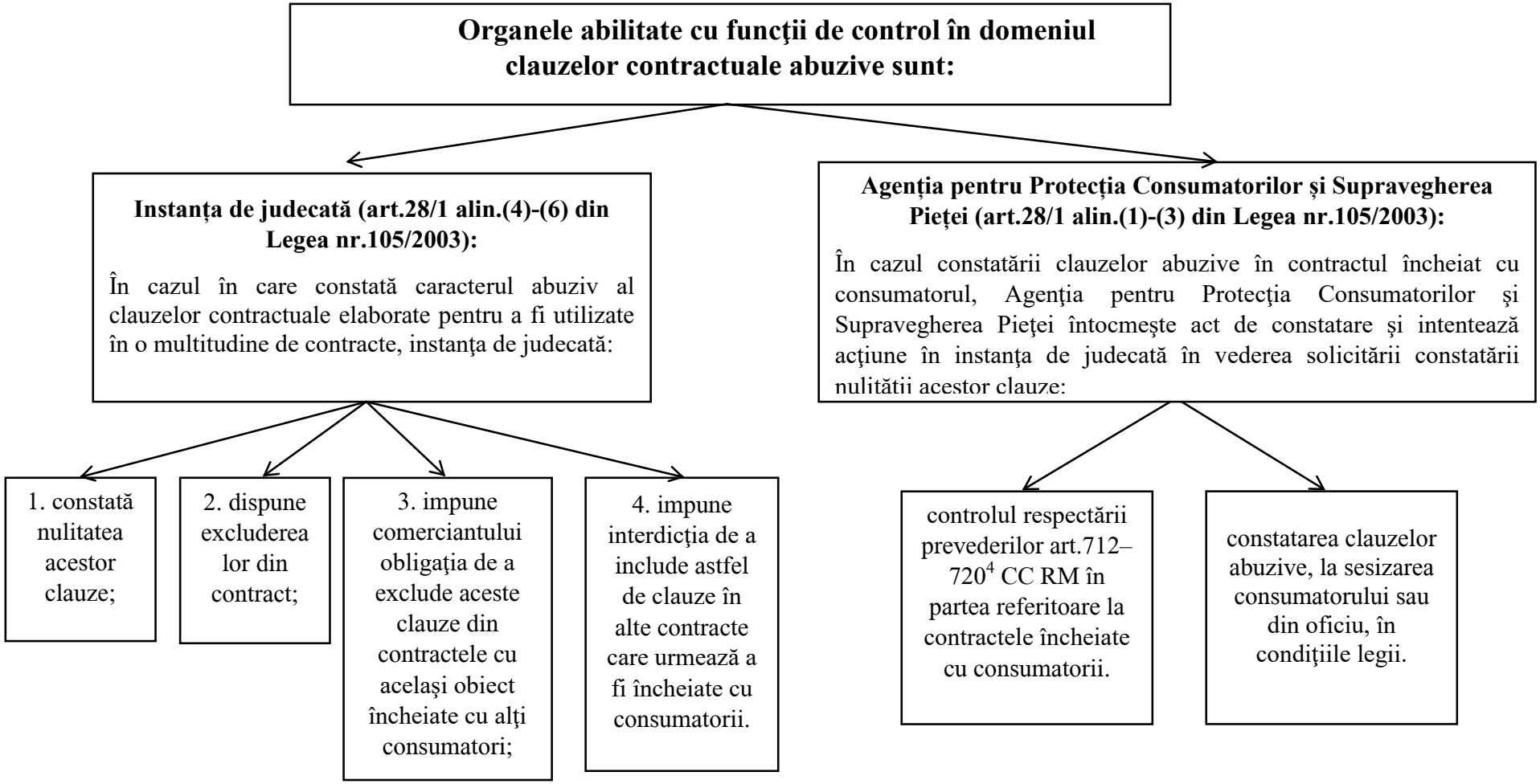
1) excluderea sau limitarea răspunderii prevăzute de lege a profesionistului în cazul decesului consumatorului sau al vătămării lui corporale ca urmare a acţiunii sau a inacţiunii profesionistului ori a persoanelor care acţionează în numele acestuia;
2) excluderea sau limitarea drepturilor prevăzute de lege ale consumatorului faţă de profesionist sau faţă de o altă parte, în cazul neîndeplinirii totale sau parţiale ori al îndeplinirii necorespunzătoare a oricăreia dintre obligaţiile contractuale ale profesionistului;
3) obligarea consumatorului de a respecta clauze cu care acesta nu a avut posibilitatea reală să se familiarizeze înainte de încheierea contractului;
4) faptul că contractul generează obligaţii în sarcina consumatorului;
5) acordarea permisiunii profesionistului de a reţine sumele plătite de consumator, în cazul în care acesta din urmă decide să nu încheie contractul sau să nu îl execute, fără a se prevedea dreptul consumatorului de a primi o compensaţie în sumă cel puţin echivalentă de la profesionist, dacă acesta este partea care recurge la rezoluţiune;
6) solicitarea de la consumatorul care nu şi-a executat obligaţia fără justificare a unei penalităţi disproporţionate în raport cu prejudiciul cauzat prin neexecutarea obligaţiilor contractuale;
7) acordarea dreptului profesionistului la rezoluţiune la discreţia sa, în timp ce consumatorului nu i se acordă aceeaşi posibilitate, sau acordarea permisiunii profesionistului de a reţine sumele plătite pentru bunurile, lucrările sau serviciile care nu au fost încă furnizate de către acesta, în cazul în care profesionistul este cel care recurge la rezoluţiune;
8) acordarea posibilităţii profesionistului de a recurge la rezoluţiunea contractului cu durată nedeterminată fără un preaviz în termen rezonabil în formă scrisă, cu excepţia cazurilor în care există motive întemeiate de a face acest lucru;
9) prelungirea de plin drept a unui contract cu durată determinată, în cazul în care consumatorul nu şi-a exprimat intenţia de a-l prelungi sau nu, atunci când termenul stabilit pentru ca consumatorul să îşi exprime intenţia de a prelungi contractul este excesiv de devreme;
10) acordarea dreptului profesionistului de a modifica unilateral clauzele fără a avea un motiv întemeiat care să fie precizat în contract;
11) acordarea dreptului profesionistului de a modifica unilateral, fără a avea un motiv întemeiat care să fie precizat în contract sau prin referinţă la dispoziţiile actelor normative în domeniu, orice caracteristici ale bunului, lucrării/serviciului care urmează să fie furnizat;
12) prevederea ca preţul bunurilor să fie stabilit în momentul livrării sau acordarea de posibilităţi profesionistului să mărească preţul acestora fără să îi acorde consumatorului dreptul corespunzător la rezoluţiune, în cazul în care preţul final este nejustificat de mărit sau disproporţionat în raport cu preţul convenit la încheierea contractului;
13) acordarea dreptului profesionistului de a stabili dacă bunurile, lucrările sau serviciile furnizate sunt conforme cu contractul sau acordarea acestuia a dreptului exclusiv de a interpreta orice clauză din contract;
14) limitarea obligaţiei profesionistului de a respecta angajamentele asumate de către intermediar ori de către reprezentanţii acestuia sau asumarea angajamentelor de către acesta, cu condiţia respectării unei anumite formalităţi neprevăzute în mod expres de lege;
15) acordarea posibilităţii profesionistului de a-şi transfera drepturile şi obligaţiile în temeiul contractului, fără acordul consumatorului, cu excepţia cazului în care acestea sunt transferate unei entităţi controlate de profesionist, iar un astfel de transfer nu este de natură să afecteze în mod negativ dreptul consumatorului;
16) obligarea consumatorului de a soluţiona orice litigiu exclusiv prin arbitraj, care nu este cerut de lege, sau restricţionarea în mod nejustificat a dovezilor.

Schema 42. Clauzele considerate abuzive doar în contractele încheiate cu consumatorii

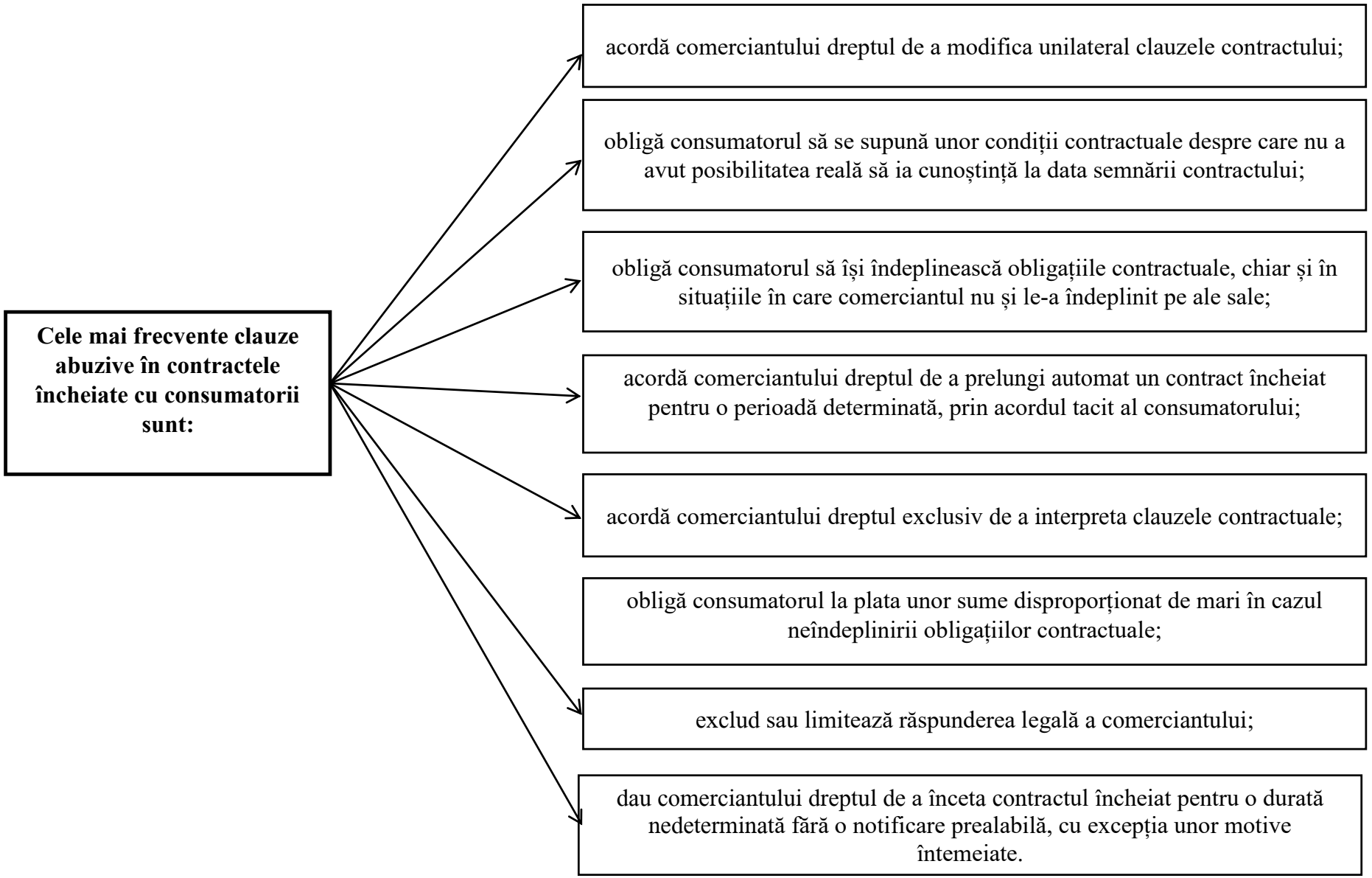
Potrivit **art.1078 CC RM,** sunt considerate abuzive clauzele care nu au fost negociate individual în contractele încheiate cu consumatorii şi care au ca obiect sau efect

a) stabilirea, cu privire la toate litigiile născute din asemenea contract, a competenţei jurisdicţionale excepţionale a instanţei de la locul unde profesionistul îşi are sediul. Această dispoziţie nu se aplică dacă instanţa aleasă este, totodată, cea de la locul unde consumatorul îşi are domiciliul;
b) stabilirea unui termen de preaviz al declaraţiei de rezoluţiune a profesionistului mai scurt decât termenul impus consumatorului;
c) excluderea sau limitarea drepturilor consumatorului în ceea ce ţine de protecţia datelor cu caracter personal sau a vieţii private;
d) excluderea sau limitarea exercitării de către consumator a excepţiilor de la limitele legale ale drepturilor de autor care aparţin profesionistului;
e) acordarea dreptului profesionistului, în cazul în care obiectul comenzii nu este disponibil, să furnizeze un echivalent fără a informa în mod expres consumatorul de această posibilitate şi de faptul că profesionistul trebuie să suporte cheltuielile de returnare a ceea ce consumatorul a primit în temeiul contractului;
f) acordarea dreptului profesionistului să-şi rezerve un termen exagerat de lung sau nemenţionat în mod corespunzător pentru a accepta sau a refuza o ofertă;
g) acordarea dreptului profesionistului să-şi rezerve un termen exagerat de lung sau nemenţionat în mod corespunzător pentru a-şi executa obligaţiile;
h) solicitarea de la consumator a plăţii în avans excesive sau a garanţiilor excesive de executare a obligaţiilor care îi revin. Această dispoziţie nu se aplică contractelor din domeniul serviciilor financiare;
i) împiedicarea în mod nejustificat a consumatorului să obţină livrări sau reparaţii din surse terţe adecvate;
j) legarea în mod nejustificat a contractului cu un alt contract cu profesionistul sau cu un terţ într-un mod la care consumatorul nu se poate aştepta în mod rezonabil;
k) impunerea unei sarcini excesive asupra consumatorului în cazul în care consumatorul declară rezoluţiunea unui contract pe termen nedeterminat;
l) prelungirea cu mai mult de 1 an a termenului iniţial sau a termenelor de reînnoire a contractului pentru furnizarea continuă de bunuri, lucrări sau servicii, cu excepţia cazului în care consumatorul dispune de un drept la rezoluţiune în orice moment, printr-un preaviz de maximum 30 de zile;
m) acordarea posibilităţii profesionistului de a interzice sau a limita transferul drepturilor aferente garanţiei cu ocazia înstrăinării bunului de către consumator în folosul terţilor;
n) condiţionarea de către profesionist a prestării serviciului cu un anumit tip de mijloc de măsurare, deşi mijlocul de măsurare utilizat de consumator este legal;
o) excluderea sau limitarea dreptului consumatorului de a recurge la rezoluţiune în cazul în care profesionistul a modificat unilateral clauzele contractuale în condiţiile prevăzute la art.1077 alin.(1) pct.10);
p) exonerarea profesionistului de obligaţia, dacă este prevăzută de lege, de a soma consumatorul sau de a-i stabili un termen pentru executarea obligaţiilor contractuale.

Schema 43. Competenţa de evaluare



Schema 44. Exemple de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii



Tema 6. PRACTICILE COMERCIALE INCORECTE

Planul temei:

Schema 45. Noţiunea practicii comerciale incorecte
Schema 46. Practicile comerciale înşelătoare
Schema 47. Lista practicilor comerciale înşelătoare prevăzute de art.13 alin.(12) din Legea nr.105/2003
Schema 48. Practicile comerciale agresive
Schema 49. Lista practicilor comerciale agresive prevăzute de art.13 alin.(15) din Legea nr.105/2003
Schema 50. Competenţe şi drept de sesizare referitor la practicile comerciale incorecte

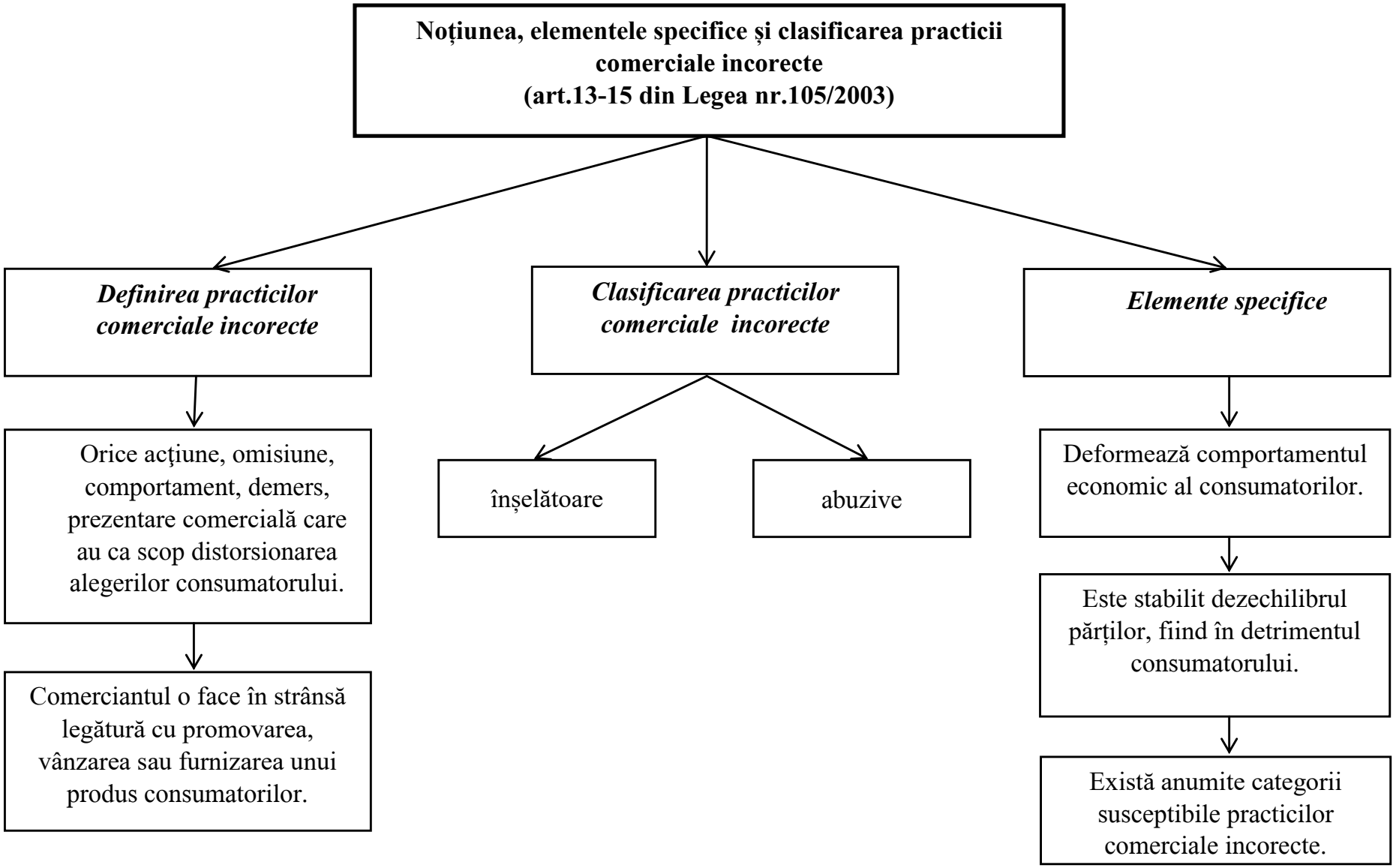
Obiective operaţionale:

– să identifice elementele de identificare a unei practici comerciale incorecte;
– să clasifice practicile comerciale incorecte;
– să dezvolte factorii ce influenţează utilizarea practicilor comerciale incorecte;
– să evalueze consecinţele unei practici comerciale incorecte;
– să dobândească cunoştinţe necesare privind identificarea practicilor comerciale incorecte.

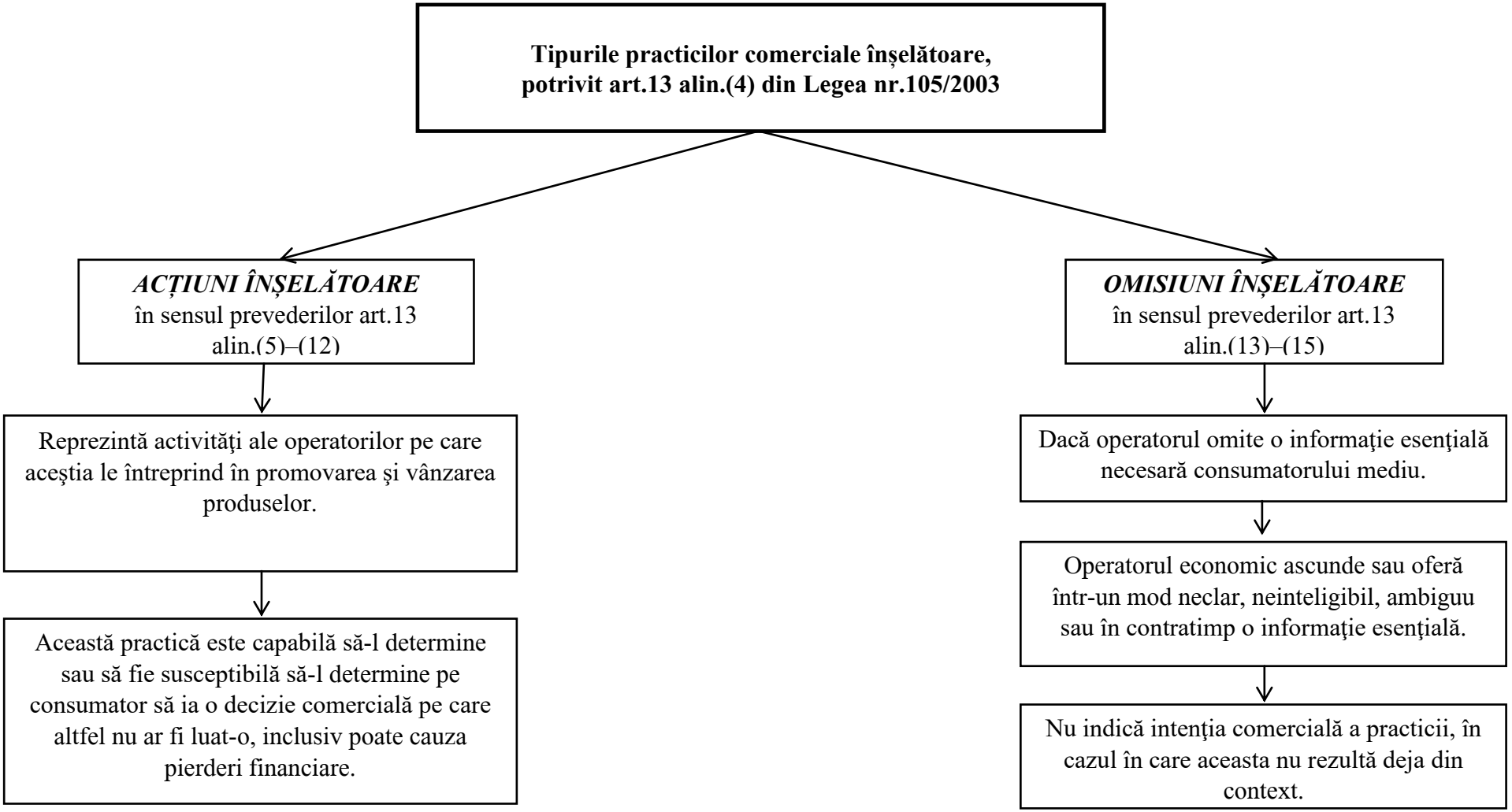
Activităţi practice:

1. Imaginaţi-vă o situaţie de procurare a unui produs şi/sau serviciu în baza practicilor comerciale incorecte.
2. Analizaţi aplicaţiile practice şi practica judiciară în Republica Moldova privind practicile comerciale incorecte.
3. Identificaţi criteriile de apreciere a ilegalităţii practicilor comerciale incorecte.
4. Evaluaţi frecvenţa practicilor comerciale incorecte în Republica Moldova, mai ales în raporturile de vânzare-cumpărare cu amănuntul.

Schema 45. Noțiunea practicii comerciale incorecte



Schema 46. Practicile comerciale înşelătoare



Schema 47. Lista practicilor comerciale înşelătoare prevăzute de art.13 alin.(12) din Legea nr.105/2003

Sunt considerate ca fiind înşelătoare, în orice situaţie, următoarele practici comerciale:

a) afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită în cazul în care nu este;

b) afişarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obţinută autorizaţia necesară;

c) afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unei entităţi publice sau a unei alte entităţi în cazul în care aprobarea nu a fost primită;

d) afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau un produs al său a fost agreat, aprobat ori autorizat de o entitate publică sau privată fără un temei real sau fără a îndeplini condiţiile necesare pentru agrearea, aprobarea sau autorizarea obţinută;

e) 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 a căror bază 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, avându-se în vedere produsul, amploarea publicităţii şi preţul oferit;

f) lansarea de către comerciant a unei invitaţii de a cumpăra produse la un anumit preţ, în scopul promovării unui produs similar, pentru a recurge ulterior la una din următoarele acţiuni: să refuze prezentarea produsului ce a făcut obiectul publicităţii; să refuze preluarea comenzii privind respectivul produs sau livrarea lui într-un termen rezonabil, să prezinte un eşantion cu defecte;

g) afirmarea falsă că un produs va fi disponibil doar pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că va fi disponibil doar în anumite condiţii, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obţinerii unei decizii imediate şi lipsirii consumatorilor de alte posibilităţi sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoştinţă de cauză;

h) angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori fără a-i informa în mod clar pe aceştia, înainte de angajarea lor în tranzacţie, referitor la limba în care furnizează serviciul în situaţia în care, înaintea încheierii tranzacţiei, comerciantul a comunicat cu consumatorul în altă limbă decât limba oficială a statului în care se prestează serviciul;

i) afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi vândut în mod legal în situaţia în care acest lucru nu este posibil;

j) prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului;

k) utilizarea unui context editorial în mass-media în vederea promovării unui produs pentru a cărui publicitate comerciantul a plătit, fără însă ca publicitatea să fie precizată clar fie în cuprins, fie prin imagini ori sunete uşor de identificat de către consumator (publicitate mascată);

Sunt considerate ca fiind înşelătoare, în orice situaţie, următoarele practici comerciale:

l) 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;

m) promovarea de către comerciant, cu intenţia de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un produs similar fabricat de un producător anume, astfel încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător;

n) crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoţional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilităţii de a primi remuneraţia doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem şi nu ca urmare a vânzării sau a consumului produselor;

o) afirmarea de către un comerciant că îşi încetează activitatea sau că se stabileşte în altă parte în cazul când acest lucru nu este adevărat;

p) afirmarea că un produs poate spori şansele de câştig la jocurile de noroc;

q) afirmarea neîntemeiată că produsul poate vindeca boli, disfuncţii sau malformaţii;

r) transmiterea de informaţii inexacte cu privire la condiţiile oferite de piaţă sau cu privire la posibilitatea achiziţionării produsului cu intenţia de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiţii mai puţin favorabile decât în condiţiile normale ale pieţei;

s) afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoţionale fără a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil;

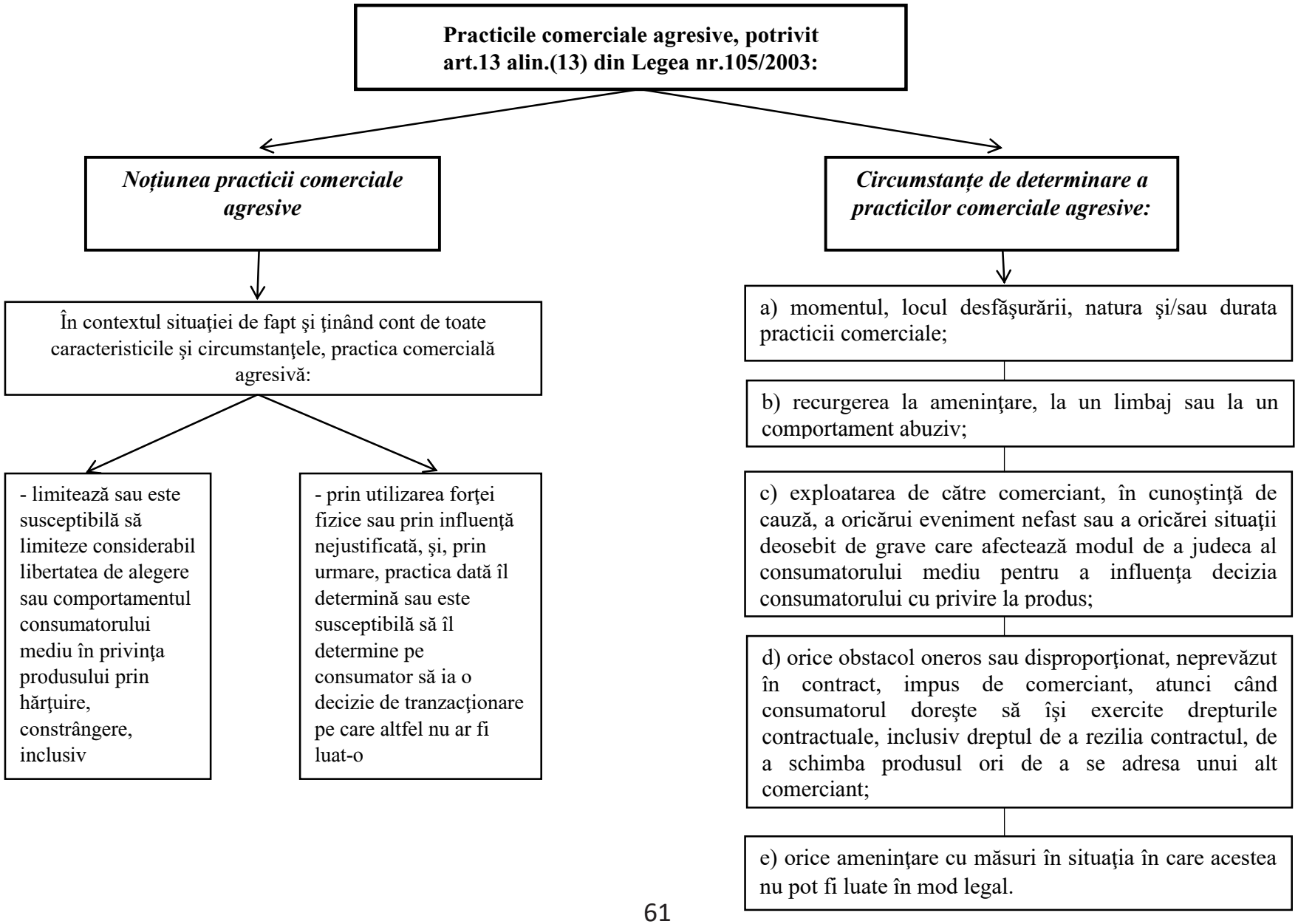
t) descrierea unui produs ca fiind „gratuit", „fără costuri" sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să suporte şi alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din practica comercială, inclusiv plata pentru livrarea sau ridicarea produsului;

u) includerea în materialele publicitare a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care consumatorului i se creează impresia că deja a comandat produsul promovat, când, de fapt, el nu l-a comandat;

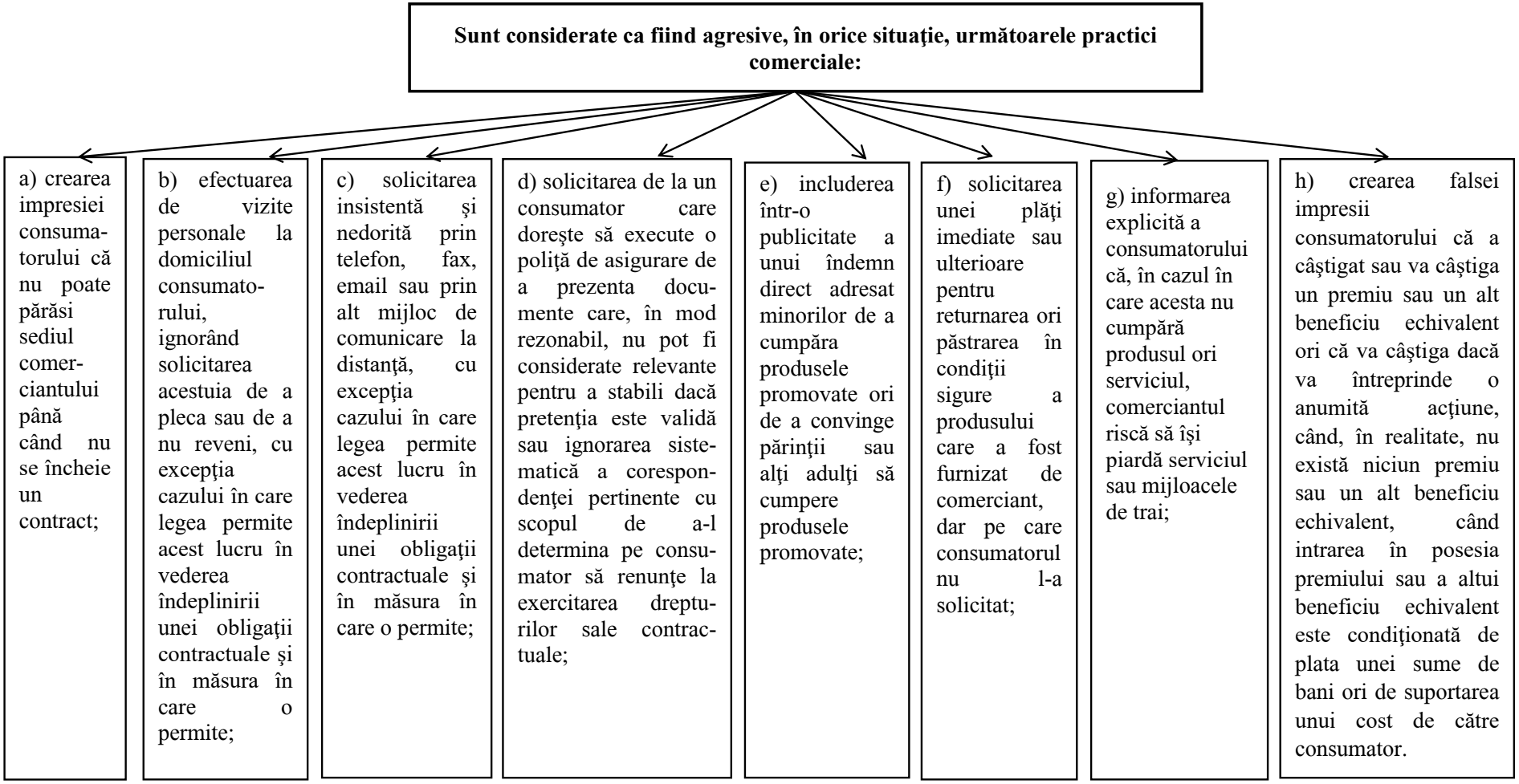
v) afirmarea falsă sau crearea impresiei false că acţiunile comerciantului nu sunt legate de activităţile sale comerciale, industriale, de producţie sau artizanale ori falsa prezentare a sa în calitate de consumator;

w) crearea impresiei false că serviciul postvânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decât cel în care produsul este vândut.

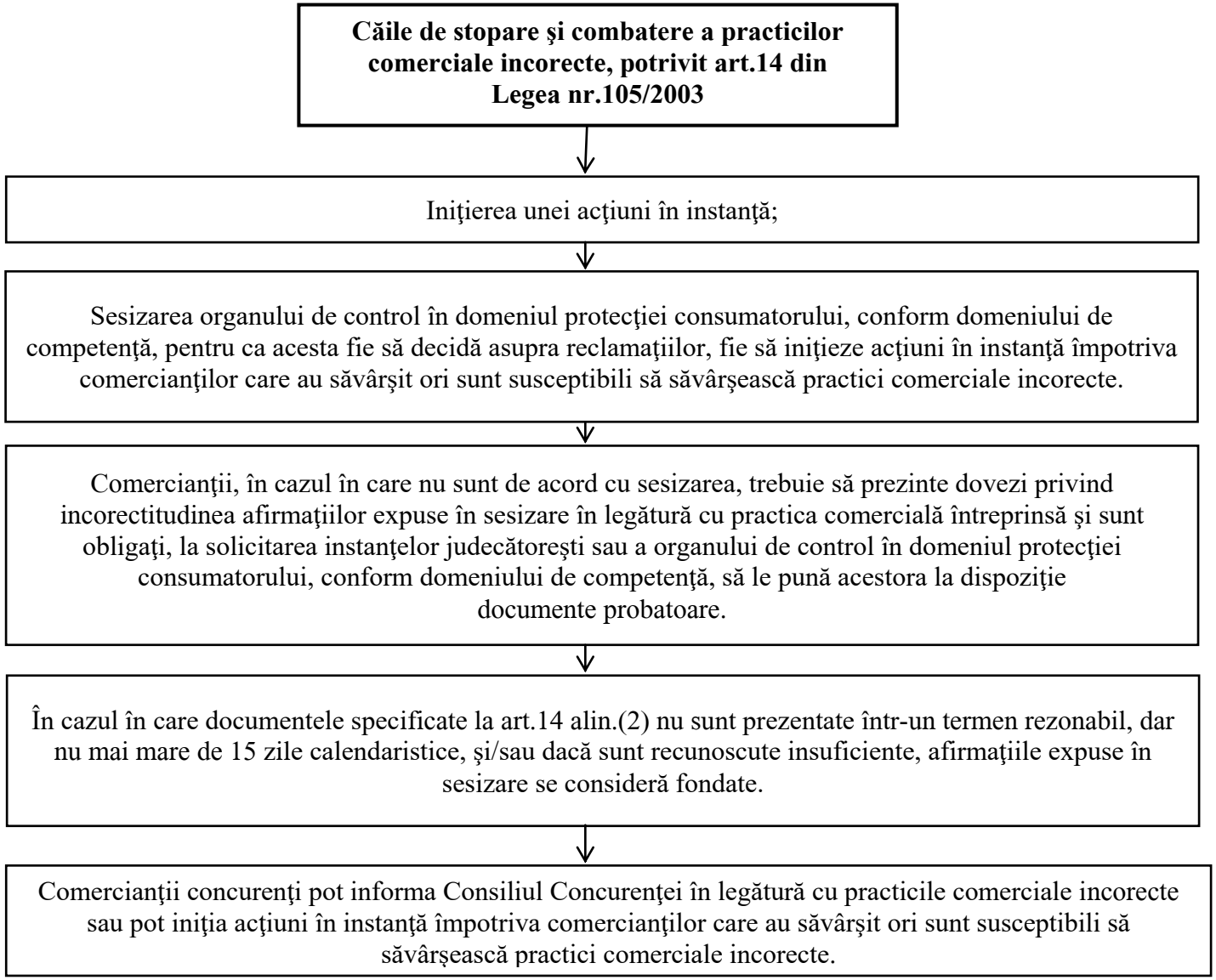
Schema 48. Practicile comerciale agresive



Schema 49. Lista practicilor comerciale agresive prevăzute de art.13 alin.(15) din Legea nr.105/2003



Schema 50. Competenţe şi drept de sesizare referitor la practicile comerciale incorecte



Tema 7. CONTRACTUL DE CREDIT DE CONSUM

Planul temei:

Schema 51. Noţiunea contractului de credit încheiat cu consumatorii
Schema 52. Informaţiile precontractuale
Schema 53. Cerinţele faţă de contractul de credit
Schema 54. Drepturile consumatorului şi ale creditorului
Schema 55. Cerinţe privind clauzele contractuale şi aplicarea contravenţiilor ca rezultat al încălcării regulilor de protecţie a consumatorilor

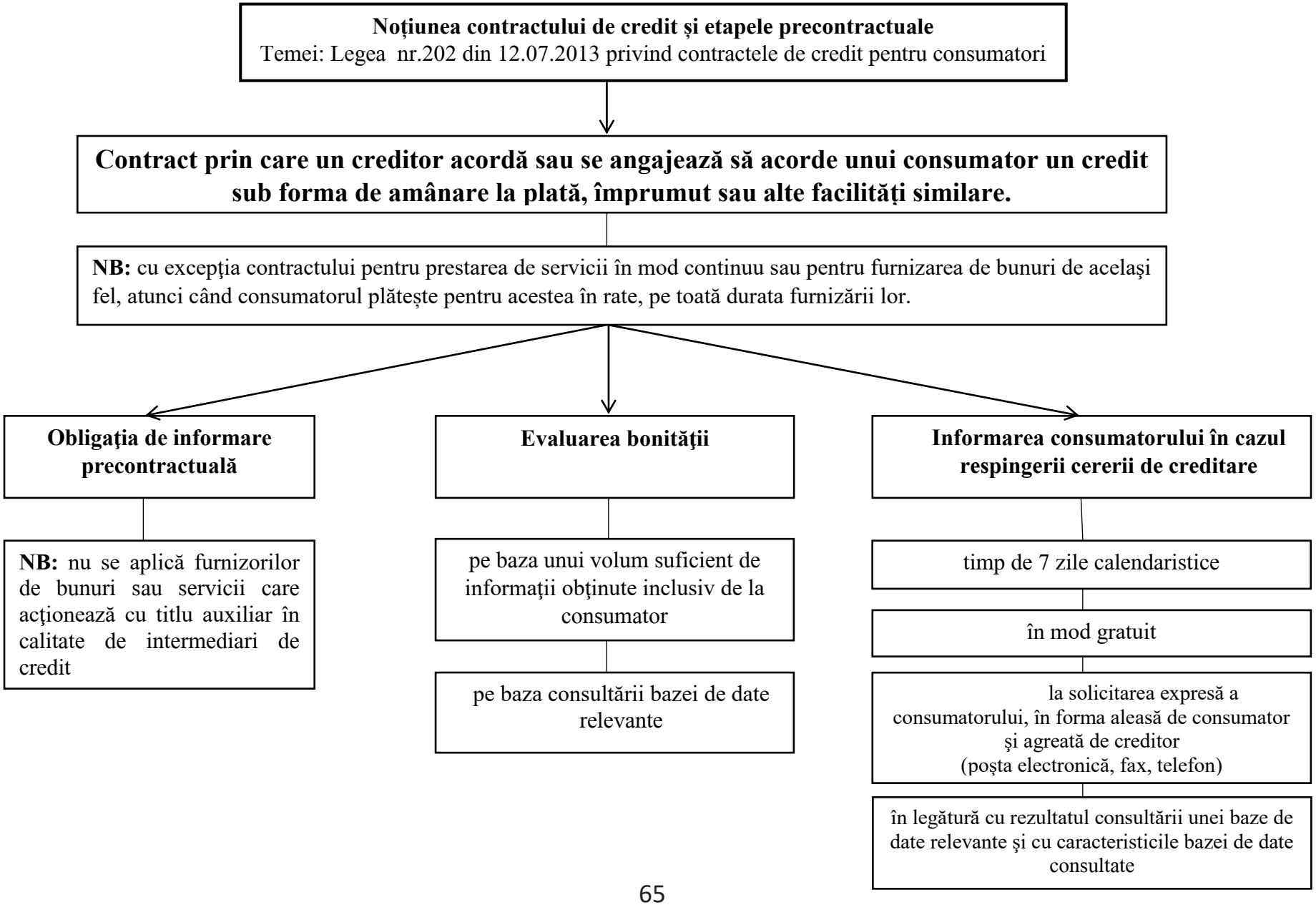
Obiective operaţionale:

– să identifice elementele de identificare a contractului de credit de consum;
– să dezvolte informaţiile precontractuale din contractul de credit de consum în raport cu prevederile Codului civil;
– să clasifice cerinţele faţă de contractul de credit;
– să evalueze drepturile consumatorului în raport cu cele ale creditorului;
– să dobândească cunoştinţe necesare privind cerinţele clauzelor contractuale;
– să determine răspunderea contravenţională pentru încălcarea cerinţelor legale faţă de contractul de credit.

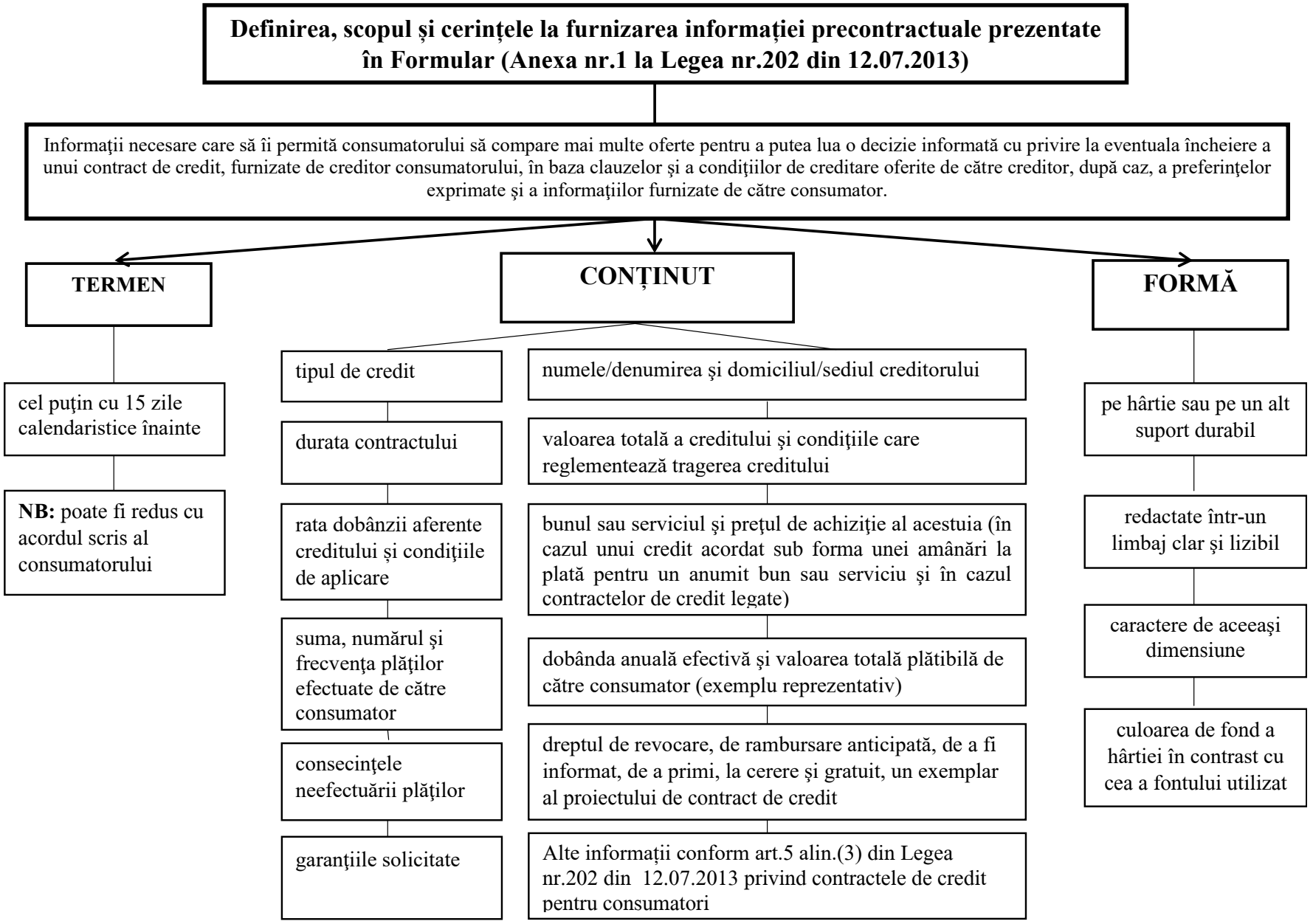
Activităţi practice:

1. Analizaţi informaţiile precontractuale obligatorii prin prisma Codului civil.
2. Identificaţi corelaţia contractului de credit de consum prin prisma utilizării clauzelor abuzive.
3. Explicaţi responsabilitatea agentului economic ca rezultat al încălcării regulilor de protecţie a consumatorilor în cadrul contractului de credit.
4. Identificaţi practica judiciară a Curţii Supreme de Justiţie privind contestarea contractului de credit de consum şi comentaţi Decizia respectivă.

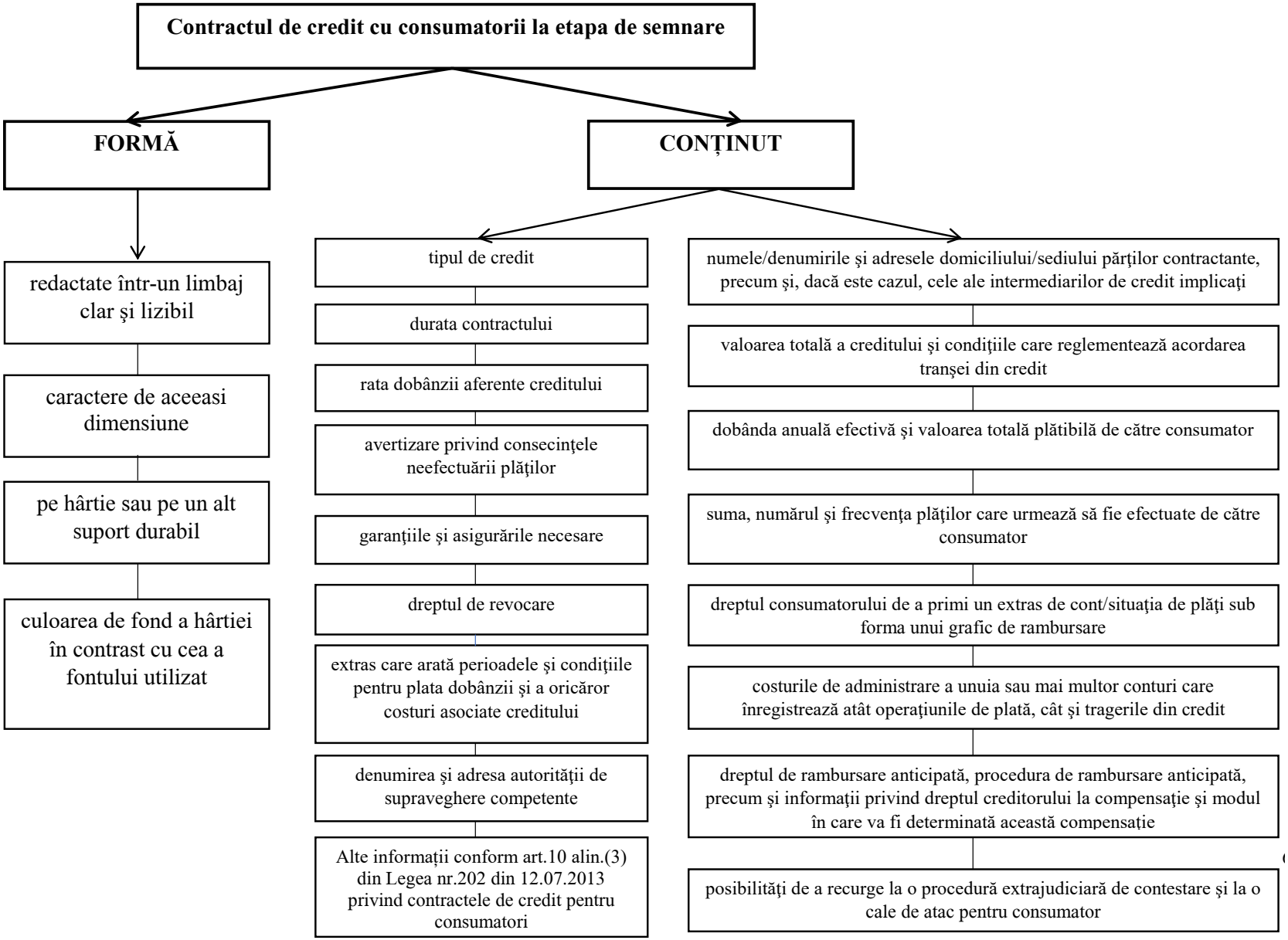
Schema 51. Noţiunea contractului de credit încheiat cu consumatorii



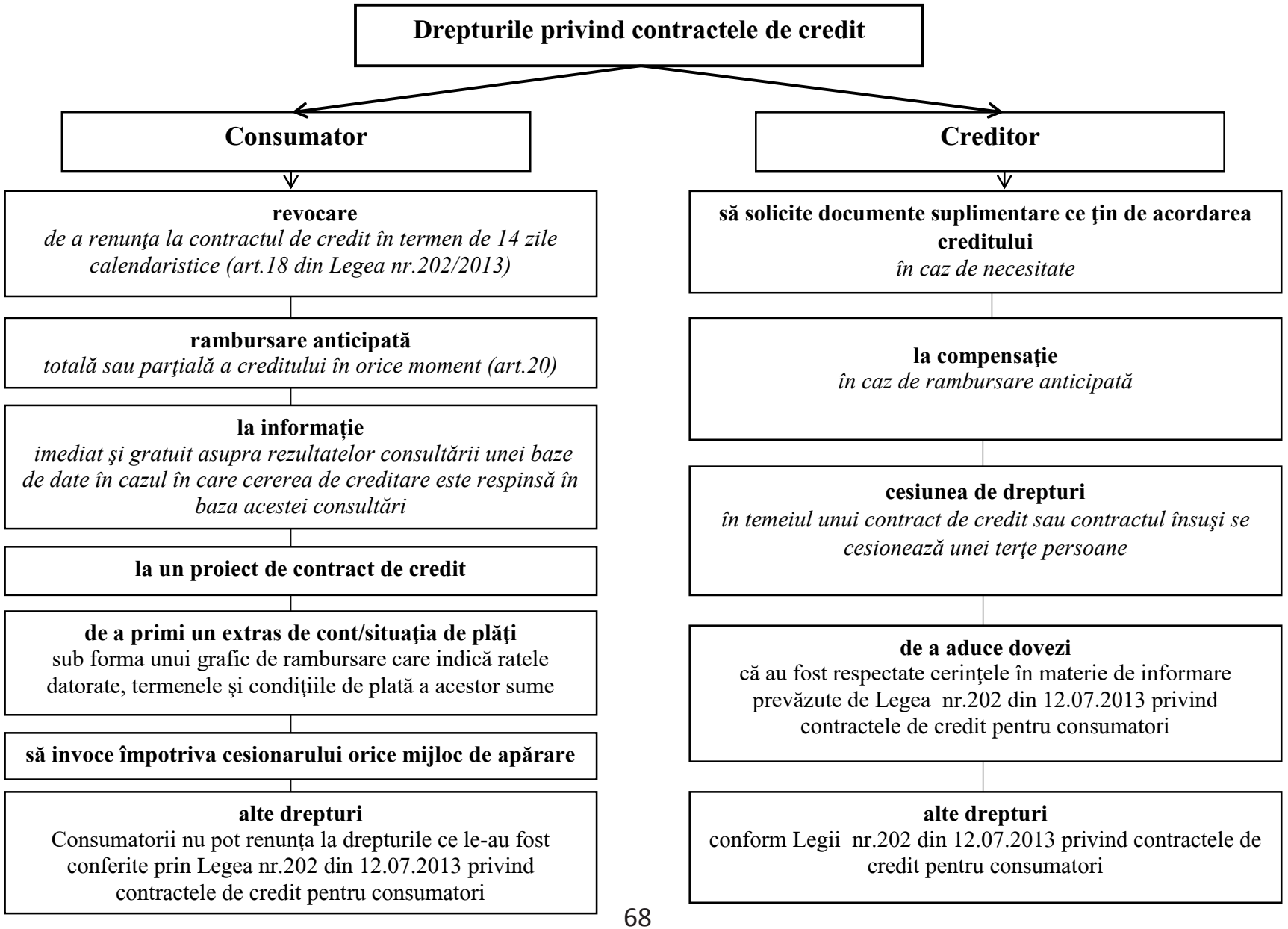
Schema 52. Informaţiile precontractuale



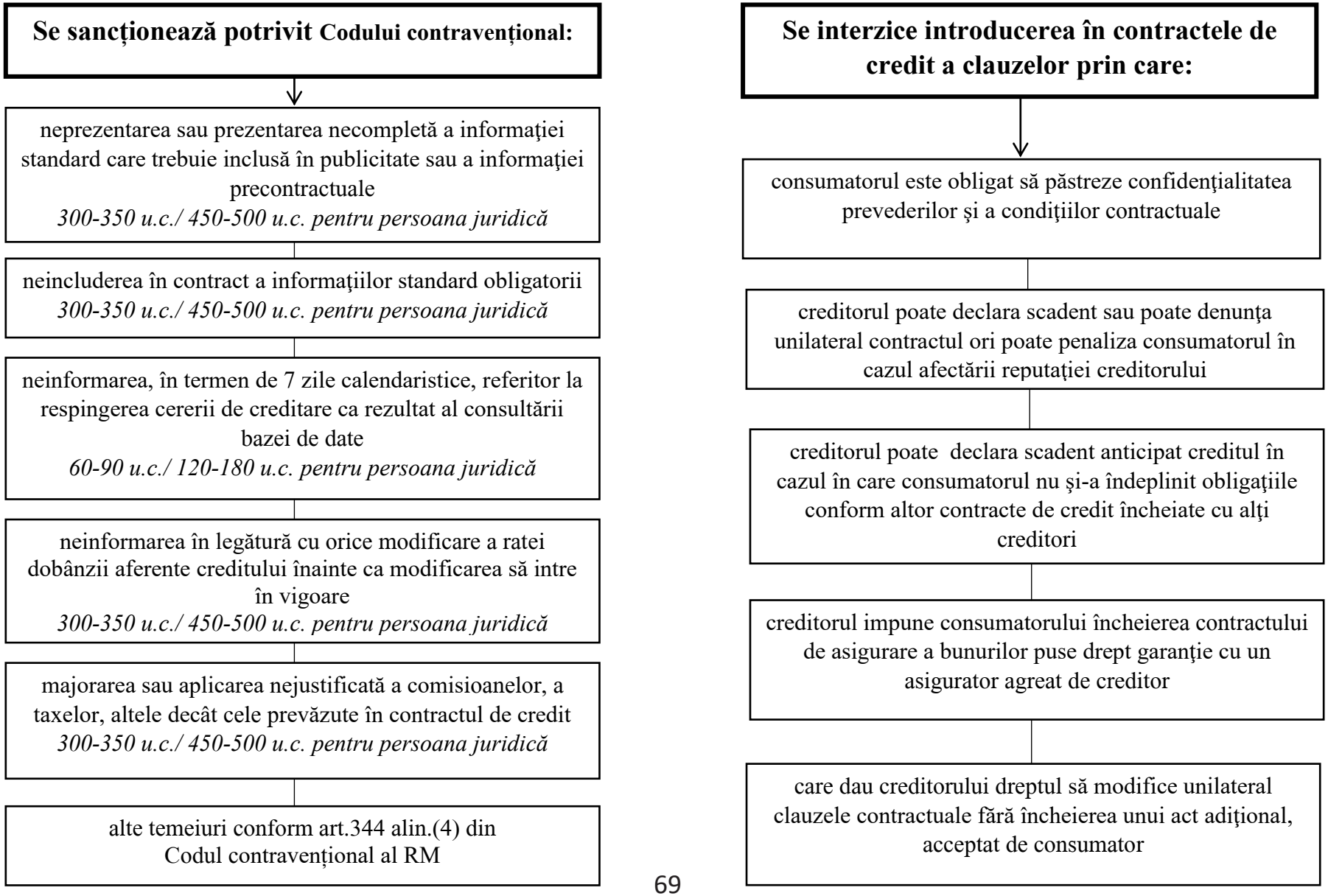
Schema 53. Cerinţele faţă de contractul de credit



Schema 54. Drepturile consumatorului şi ale creditorului



Schema 55. Cerinţe privind clauzele contractuale şi aplicarea contravenţiilor ca rezultat al încălcării regulilor de protecţie a consumatorilor



Tema 8. VÂNZAREA LA DISTANŢĂ DE PRODUSE PENTRU CONSUMATORI

Planul temei:

Schema 56. Legislaţia aplicabilă vânzării la distanţă de produse pentru consumatori
Schema 57. Condiţiile contractului negociat în afara spaţiilor comerciale
Schema 58. Cerinţe privind conţinutul contractului negociat în afara spaţiilor comerciale
Schema 59. Cerinţe privind forma contractului negociat în afara spaţiilor comerciale
Schema 60. Drepturile consumatorilor la încheierea contractelor la distanţă şi în afara spaţiilor comerciale
Schema 61. Înaintarea reclamaţiilor/acţiunilor în cazul contractului negociat în afara spaţiilor comerciale

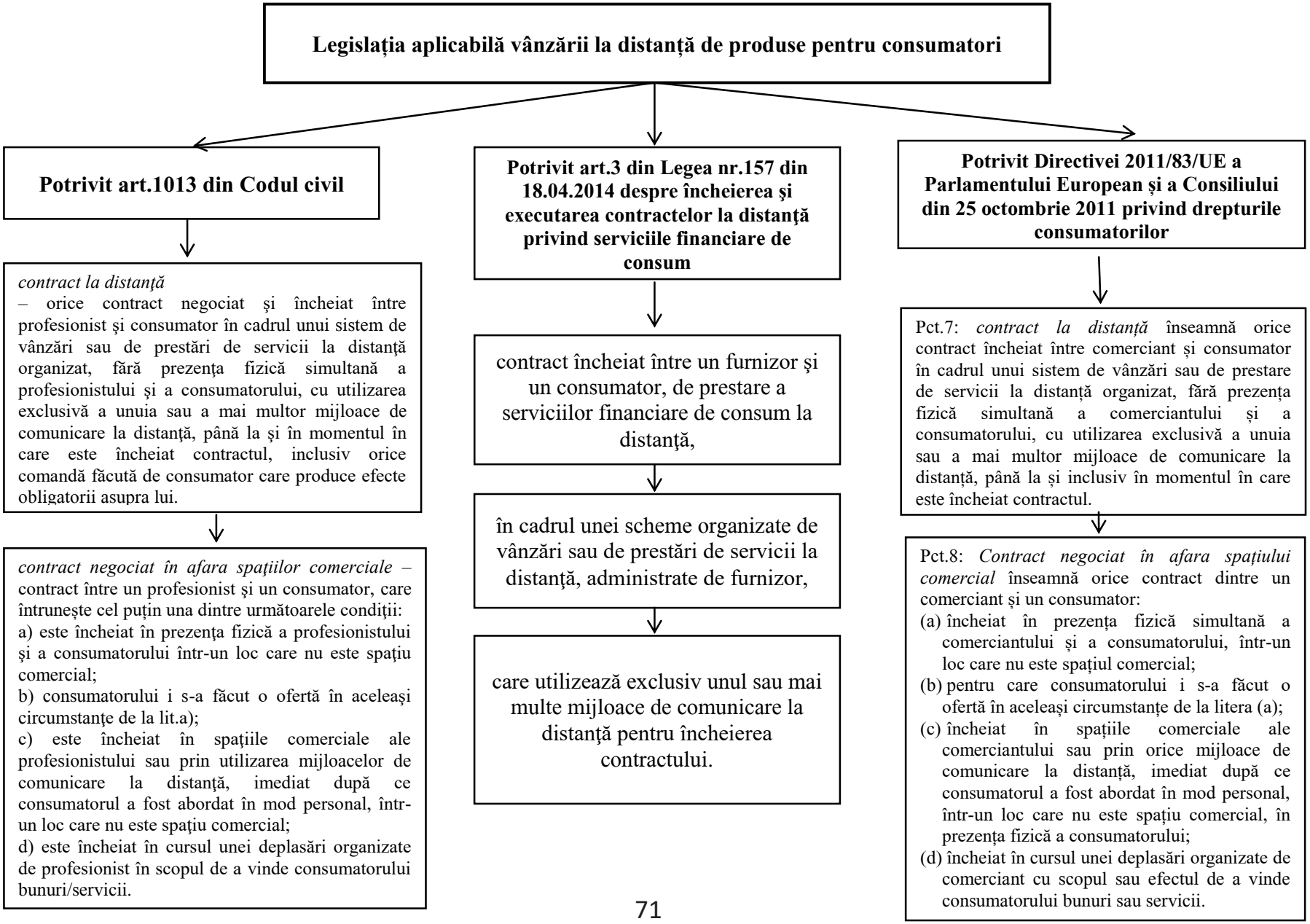
Obiective operaţionale:

– să determine formele de vânzare la distanţă de produse pentru consumatori;
– să identifice elementele de determinare a contractului de la distanţă în raport cu prevederile Codului civil;
– să evalueze caracteristicile contractului negociat în afara spaţiilor comerciale;
– să dobândească cunoştinţe necesare privind cerinţele fără de conţinutul contractului negociat în afara spaţiilor comerciale;
– să determine cerinţele fără forma contractului negociat în afara spaţiilor comerciale.

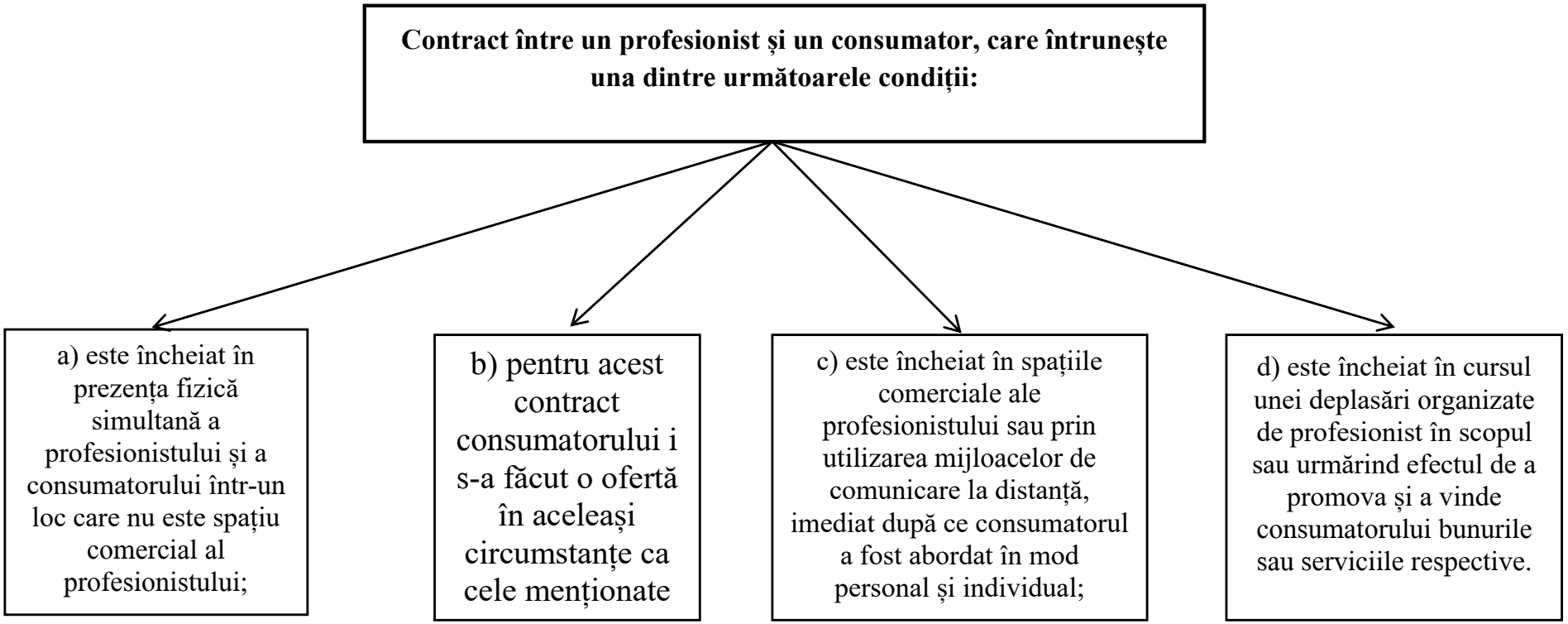
Activităţi practice:

1. Analizaţi avantajele şi dezavantajele vânzării la distanţă de produse pentru consumatori.
2. Identificaţi cel puţin 5 agenţi economici care practică vânzarea la distanţă de produse pentru consumatori şi evaluaţi calitatea serviciilor lor în raport cu vânzările tradiţioanale.
3. Apreciaţi validarea consimţământului consumatorului în cadrul contractului la distanţă.
4. Evaluaţi modul de negociere a contractului în afara spaţiilor comerciale în condiţiile în care acesta este unul prestabilit de agentul economic.

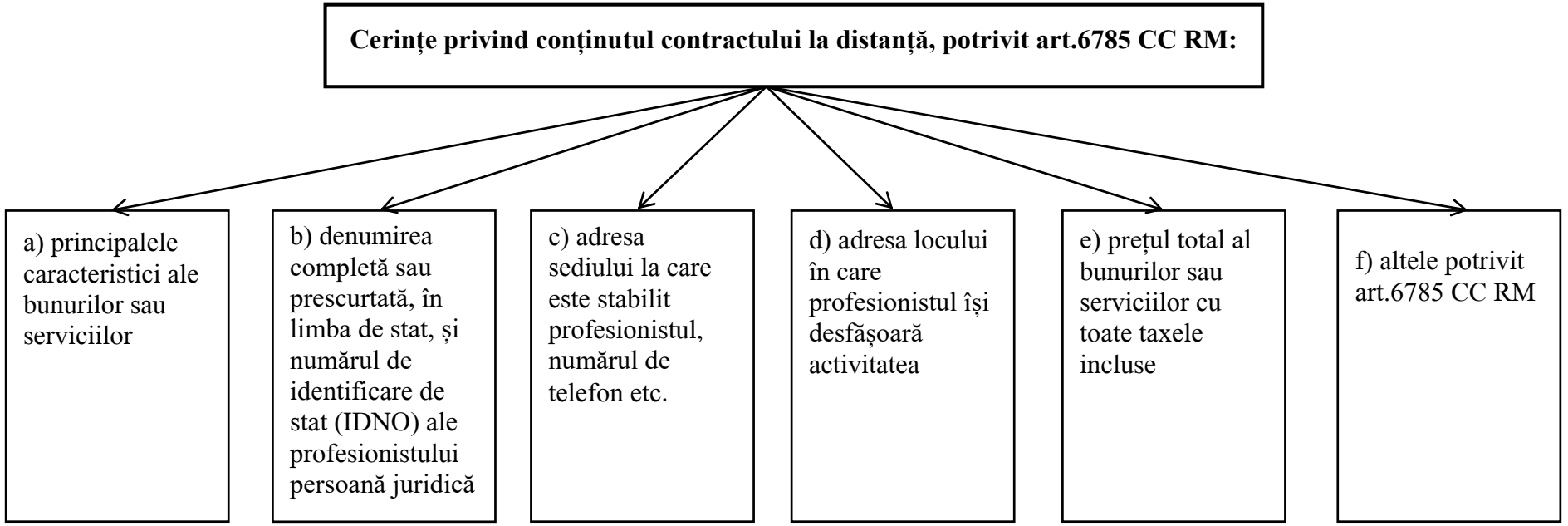
Schema 56. Legislaţia aplicabilă vânzării la distanţă de produse pentru consumatori



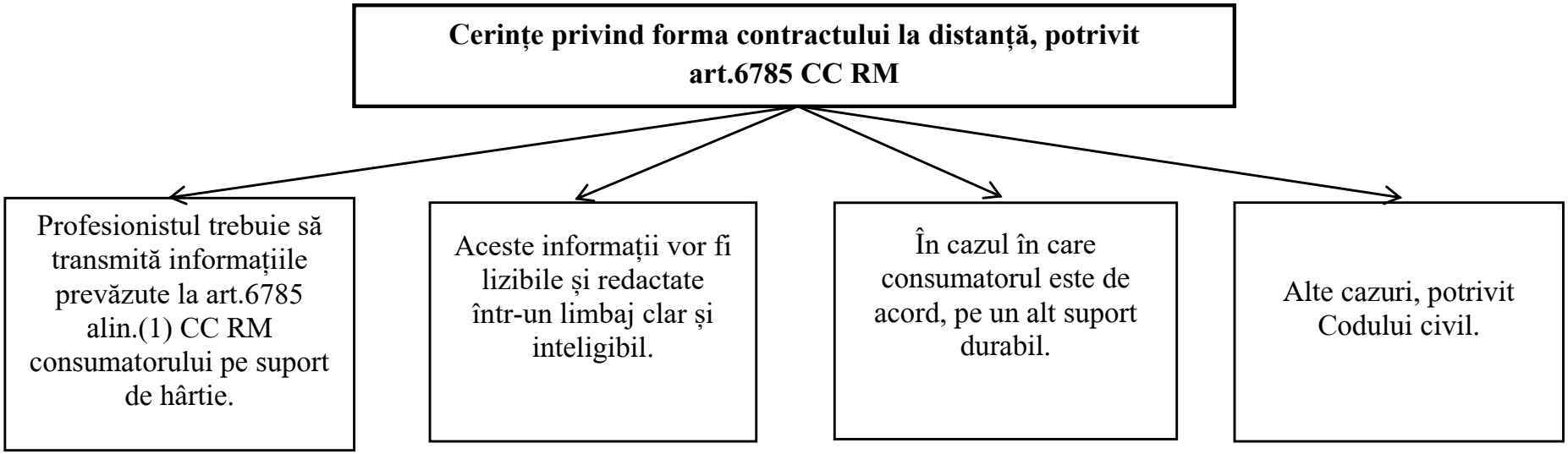
Schema 57. Condiţiile contractului negociat în afara spaţiilor comerciale



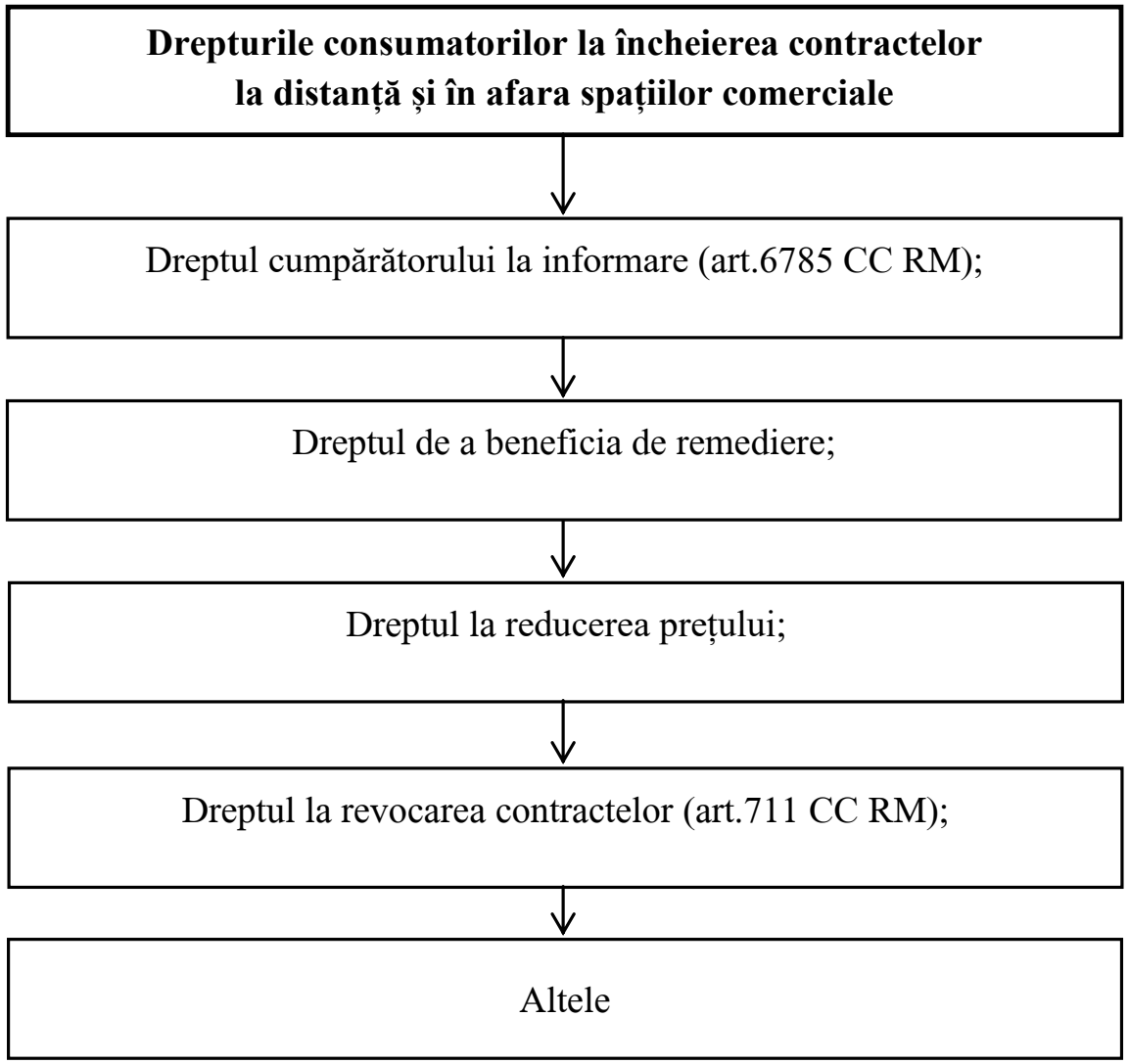
Schema 58. Cerinţe privind conţinutul contractului negociat în afara spaţiilor comerciale



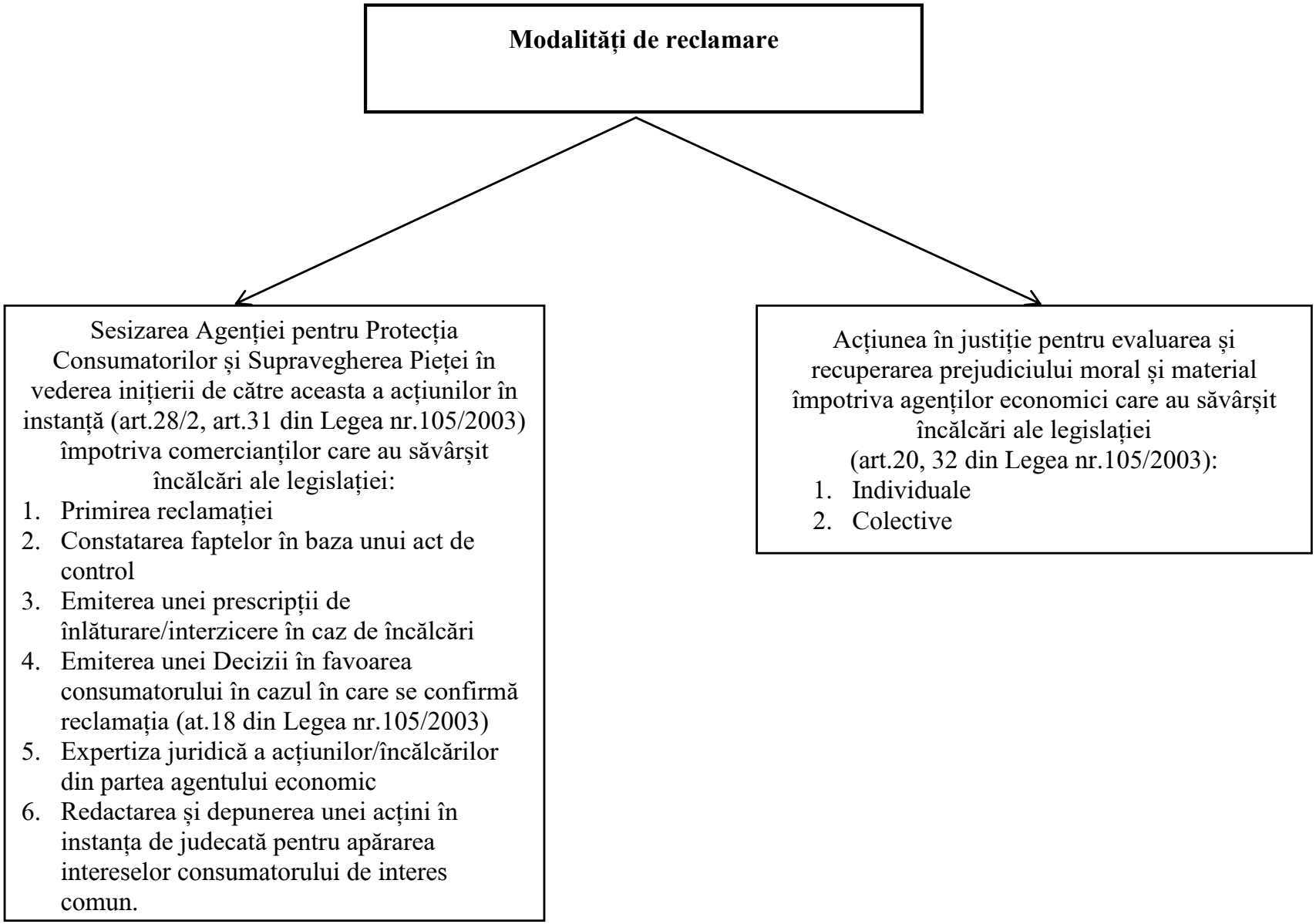
Schema 59. Cerințe privind forma contractului negociat în afara spaţiilor comerciale



Schema 60. Drepturile consumatorilor la încheierea contractelor la distanţă şi în afara spaţiilor comerciale



Schema 61. Înaintarea reclamaţiilor/acţiunilor în cazul contractului negociat în afara spaţiilor comerciale



BIBLIOGRAFIE

I. Cadrul legislativ

1. **Codul civil al Republicii Moldova** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr.82-86/661) – stabileşte cadrul legal cu privire la statutul peroanelor juridice şi modul de încheiere a contractelor.
2. **Codul de procedură civilă al Republicii Moldova** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.111-115/451) – stabileşte cadrul legal cu privire la modul de depunere a acţiunilor judiciare pentru revendicarea drepturilor consumatorilor şi recuperarea prejudiciilor materiale şi morale.
3. **Codul penal al Republicii Moldova** (Republicat: Monitorul Oficial al Repubclicii Moldova, 2002, nr.128-129/1012; Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2009, nr.72-74/195) – strabileşte cadrul legal cu privire la infracţiunile comise în domeniul protecţiei consumatorilor.
4. **Codul contravenţional al Republicii Moldova** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2009, nr.3-6/15) – stabileşte cadrul legal cu privire la competenţa administrativă a organelor de constatare, inclusiv a Agenţiei pentru Protecţia Consumatorilor şi prevede contravenţiile administrative şi sancţiunile din domeniul protecţiei consumatorilor.
5. **Legea nr.105-XV din 13.03.2003 privind protecţia consumatorilor** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.126-131, art.507) – stabileşte bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitatea lor de consumatori.
6. **Legea nr.78-XV din 18.03.2004 privind produsele alimentare** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.83-87, art.431) – stabileşte cadrul juridic privind producerea, prelucrarea şi distribuirea produselor alimentare, precum şi reglementează condiţiile de bază privind circuitul acestor produse, inclusiv asigurarea inofensivităţii lor, în scopul ocrotirii sănătăţii omului, protecţiei intereselor consumatorilor.
7. **Legea nr.420-XVI din 22.12.2006 privind activitatea de reglementare tehnică** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2007, nr.36-38/141) – stabileşte cerinţele generale faţă de conţinutul şi modul de elaborare, publicare şi aplicare a reglementărilor tehnice pentru a asigura transparenţa procesului de reglementare şi circulaţia liberă a produselor şi serviciilor, stabileşte drepturile şi obligaţiile autorităţilor de reglementare, precum şi cerinţele faţă de supravegherea pieţei în scopul protecţiei pieţei interne de produsele periculoase, falsificate şi neconforme cerinţelor prescrise şi/sau declarate.
8. **Legea nr.422-XVI din 22.12.2006 privind securitatea generală a produselor** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2007, nr.36-38, art.145) – stabileşte cadrul legal general pentru asigurarea securităţii produselor plasate pe piaţa Republicii Moldova.
9. **Legea nr.202 din 12.07.2013 privind contractele de credit pentru consumatori** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2013, nr.191-197/619) – stabileşte cadrul legal necesar pentru asigurarea protecţiei intereselor economice ale consumatorilor prin crearea de condiţii echitabile pentru obţinerea creditelor de consum, precum şi prin sta-

bilirea unor norme de comportament responsabil al creditorilor în acordarea creditelor pentru consumatori.

10. **Legea nr.157 din 18.04.2014 despre încheierea şi executarea contractelor la distanţă privind serviciile financiare de consum** (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2014, nr.249-255/572) – stabileşte cadrul legal pentru asigurarea protecţiei intereselor economice ale consumatorilor prin stabilirea condiţiilor de informare a consumatorilor înainte şi după încheierea contractelor la distanţă privind serviciile financiare de consum, precum şi pentru crearea condiţiilor legale pentru diminuarea riscurilor furnizorilor la prestarea unor asemenea servicii.

II. Cadrul normativ

1. **Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.996 din 20.08.2003** despre aprobarea Normelor privind etichetarea produselor alimentare şi Normelor privind etichetarea produselor chimice de menaj (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.189-190, art.1046).
2. **Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.191 din 19.02.2002** despre aprobarea Regulamentului cu privire la modul de prestare şi achitare a serviciilor locative, comunale şi necomunale pentru fondul locativ, contorizarea apartamentelor şi condiţiile deconectării acestora de la/ reconectării la sistemele de încălzire şi alimentare cu apă (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr.29-31, art.263).
3. **Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.862 din 26.07.2004** privind perfecţionarea sistemului de control de stat specializat (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.131/1034).
4. **Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.1141 din 04.10.2006** pentru aprobarea Regulamentului cu privire la modul de gestionare a Registrului de reclamaţii (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006, nr.161/1233).

III. Directive europene în domeniul protecţiei consumatorilor

1. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului de apropiere a actelor cu putere de lege şi a actelor administrative ale statelor membre cu privire la răspunderea pentru produsele defectuoase, nr.85/374/CEE din 25 iulie 1985. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 07.08.1985, L 210, p.0029 – 0033.
2. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind protecţia consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spaţiilor comerciale. nr.85/577/CEE din 20 decembrie 1985**.** În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 31.12.1985, L 372, p.0031 – 0033.
3. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind contractele de credit pentru consumatori, nr. 2008/48/ CE din 23 aprilie 2008. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 22.5.2008, L 133/66.
4. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii, nr.93/13/CEE din 5 aprilie 1993. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 21.04.1992, nr.92, p.29-31.
5. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind publicitatea înşelătoare şi comparativă, nr.2006/114/CEE din 12.12.2006. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 27.12.2006, L 376, p.0021 – 0027.
6. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind

acţiunile de încetare în ceea ce priveşte protecţia intereselor consumatorilor, nr.2009/22/CE din 29 aprilie 2009. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 01.05.2009, L 110, p.30-36.
7. Directiva Parlamentului European şi a Consiliului privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piaţa internă faţă de consumatori, nr.2005/29/CE din 11 mai 2005. În: Jurnalul Oficial al Comunităţilor Europene, 11.6.2005, L 149, p.22–39.

IV. Manuale

1. Băieşu A. *Contractele comerciale internaţionale*. Chişinău: CEP USM, 2007.
2. Goicovici G. *Dreptul Consumaţiei*. Cluj-Napoca, 2006.
3. Gribincea L. *Contractul comercial de vânzare-cumpărare internaţională*. Chişinău: Reclama, 2002 .
4. Hîrnău S. *Ghidul consumatorului. Îndrumar didactic*. Chişinău: Tipografia Centrală, 2007.
5. Cojocaru V. şi al. *Îndrumar juridic elementar pentru cetăţeni* (cap.6, 7, 8). Chişinău: Cartier, 2010.
6. Herovanu E. *Principiile procedurii judiciare*. Vol. I. Bucureşti: Naţional, 1932.
7. Vasilescu P. *Consumerismul contractual*. Cluj-Napoca, 2006.
8. Ungureanu C.T. *Drept internaţional privat. Protecţia consumatorilor şi răspunderea pentru produsele nocive*. Bucureşti, 1999.
9. Zaharia S. *Codul Consumului – prezentare sistematică a cadrului legislativ reglementat privind protecţia consumatorilor*. Bucureşti: Universul Juridic, 2005.
10. *Ghidul consumatorului pentru produse alimentare*. Serviciul Standardizare şi Metrologie. Chişinău, 2004.
11. *Ghidul consumatorului pentru produse nealimentare*. Serviciul Standardizare şi Metrologie. Chişinău, 2004.
12. Cojocaru V., Plotnic O. *Clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii. Aspecte de drept internaţional privat*: Monografie. Chisinău: CEP USM, 2013.
13. Cojocaru V., Plotnic O. *Culegere de speţe la disciplina Dreptul protecţiei consumatorilor*. Chişinău: CEP USM, 2013.
14. Plotnic O. *Les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs. Aspect de droit français, moldave et de l'Union Européenne:* Monografie. Presses Academiques Francophones, Paris, 2014.
15. Băieşu A., Plotnic O. *Suport de curs la disciplina Dreptul protecţiei consumatorilor*. Chişinău: CEP USM, 2014.

V. Practica judiciară

1. Hotărârea Plenului C.S.J. cu privire la practica aplicării legislaţiei despre protecţia consumatorilor la judecarea cauzelor civile, nr.7 din 09.10. 2006. În: Buletinul Curţii Supreme de Justiţie a Republicii Moldova, 2007, nr.3/4.
2. Recomandarea C.S.J. cu privire la aplicarea dispoziţiilor legale ce vizează contractul de credit/împrumut, încheiat cu organizaţiile de microfinanţare, nr.95 din 6 decembrie 2016.

VI. Articole ştiinţifice

1. Avornic Gh., Sosna B. *Repararea prejudiciului moral cauzat consumatorilor*. În: Revista Naţională de Drept, 2002, nr.10/4.

2. Giurcău A. *Repararea prejudiciului - principiu al răspunderii materiale (patrimoniale)*. În: Legea şi viaţa, 2010, nr.11/41.
3. Popa I.-F. *Reprimarea clauzelor abuzive*. În: Pandectele Române, 2004, nr.2, p.202-212.
4. Plotnic O., Cojocaru V. *Evoluţia instituţiei protecţiei consumatorului prin prisma dreptului francez*. În: Studias Universitates, 2009, nr.3 (23), p.85-88.
5. Plotnic O. *Mecanismul de protecţie a consumatorilor. Aspecte de drept comparat*. În: Revista Naţională de Drept, 2010, nr.11/12, p.42-47.
6. Plotnic O. *Protecţia consumatorului în Republica Moldova prin prisma reglementărilor europene*. În: Revista Naţională de Drept, 2010, nr.7/8, p.56-60.
7. Plotnic O. *Respectarea autonomiei de voinţă a părţilor la încheierea contractelor de consum*. În: Revista Naţională de Drept, 2010, nr.9/10, p.82-85.
8. Plotnic O. *Participanţii la raporturile de consum: consumatorul şi agentul economic*. În: Volumul ştiinţific al Facultăţii de Drept şi Ştiinţe administrative a Universităţii de Vest din Timişoara, 2011, nr.1, p.762-771.
9. Plotnic O. *Modalităţi de apreciere a caracterului abuziv în cazul unei clauze contractuale de consum*. În: Revista Naţională de Drept, 2011, nr.10-11, p.57.
10. Plotnic O. *Părţile contractante în cadrul raporturilor de consum*. În: Revista Naţională de Drept, 2011, nr.12, p.23-30.
11. Voicu M. *Accesul liber la justiţie*. În: Dreptul, 1997, nr.4.
12. Zîna M. *Tutela consumatorului în dreptul contractelor italian*. În: Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Jurisprudenţia, 2005, nr.2, p.168-173.

Olesea PLOTNIC

PROTECȚIA INTERESELOR ECONOMICE ALE CONSUMATORILOR

Note de curs (în scheme)

Redactare – *Ariadna Strungaru*
Asistență computerizată – *Maria Bondari*

Bun de tipar 5.11.2020. Formatul 60x84 $^{1}/_{8}$.
Coli de tipar 3,5. Coli editoriale 3,0.
Comanda 50. Tirajul 50 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009