

Parlamentul României - Lege nr. 363/2007 din 21 decembrie 2007

**Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor
incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și
armonizarea reglementărilor cu legislația europeană
privind protecția consumatorilor**

În vigoare de la 31 decembrie 2007

Consolidarea din data de 13 iulie 2023 are la bază publicarea din Monitorul Oficial, Partea I nr. 899 din 28 decembrie 2007 și include modificările aduse prin următoarele acte: L 130/2010; L 33/2015; OG 37/2015; OG 2/2018; OUG 58/2022;

Ultimul amendament în 28 mai 2022.

Parlamentul României adoptă prezenta lege.

TITLUL I

Definirea și interzicerea unor practici comerciale incorecte

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Art. 1. - Prezenta lege are drept scop o mai bună funcționare a pieței și asigurarea unui nivel înalt de protecție a consumatorilor, prin reglementarea practicilor comerciale ce pot aduce atingere intereselor economice ale consumatorilor.

Art. 2. - În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

a) consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

b) comerciant - orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale, precum și orice persoană care acționează în același scop, în numele sau pe seama acesteia;

c) produs - orice bun sau serviciu, inclusiv bunuri imobile, servicii digitale și conținut digital, precum și drepturi și obligații;

d) practici ale comercianților în relația cu consumatorii, denumite în continuare practici comerciale - orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau prezentare comercială, inclusiv publicitate și comercializare,

efectuate de un comerciant, în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor;

e) deformarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor - folosirea unei practici comerciale cu scopul de a afecta în mod considerabil capacitatea consumatorilor de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-i astfel să ia o decizie pe care altfel nu ar fi luat-o;

f) cod de conduită - acordul sau ansamblul de reguli care nu este impus prin legislație sau dispoziții administrative și care definește comportamentul comercianților care se angajează să îl respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale ori la unul sau mai multe sectoare de activitate;

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

h) diligență profesională - competența și grija așteptate, în mod rezonabil, de un consumator din partea comercianților, în conformitate cu practicile corecte de piață și/sau cu principiul general al bunei-credințe, în domeniul de activitate al acestora;

i) invitație de a cumpăra - prezentarea comercială prin care se menționează caracteristicile și prețul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor utilizate pentru aceasta și care, prin urmare, permite consumatorului achiziționarea de produse;

j) influență nejustificată - folosirea unei poziții de forță față de consumator, de manieră să exercite presiune asupra acestuia, chiar fără a recurge sau a amenința cu recurgerea la forță fizică, într-un mod care limitează semnificativ capacitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză;

k) decizie de tranzacționare - orice decizie luată de un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, modalitatea de plată - integrală sau parțială -, păstrarea ori renunțarea la produs sau exercitarea unui drept contractual, aceasta putând conduce ori la acțiunea consumatorului ori la abținerea de a acționa;

l) profesie reglementată - activitatea sau ansamblul de activități profesionale pentru care accesul sau exercitarea este condiționată, direct ori indirect, în conformitate cu legislația în vigoare, de deținerea unui document care să ateste nivelul de formare profesională;

m) consumator mediu - consumatorul considerat ca fiind rezonabil informat, atent și precaut, ținând seama de factorii sociali, culturali și lingvistici.

n) ierarhie - vizibilitatea relativă conferită produselor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către comerciant, indiferent de mijloacele tehnologice utilizate pentru o astfel de prezentare, organizare sau comunicare;

o) piață online - un serviciu care utilizează software, inclusiv un site de internet sau o parte a unui site de internet sau o aplicație gestionată de către comerciant sau în numele acestuia, care le permite consumatorilor să încheie contracte la distanță cu alți comercianți sau consumatori.

Art. 3. - (1) Prezenta lege se aplică practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii, astfel cum sunt definite la [art. 4](#), înainte, în timpul și după o tranzacție comercială referitoare la un produs.

(2) Prezenta lege nu aduce atingere:

a) dispozițiilor legale ce reglementează contractele și, în special, prevederilor referitoare la validitatea, întocmirea sau efectele contractelor;

b) dispozițiilor comunitare sau naționale privind aspectele de sănătate și securitate a produselor;

c) dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor de judecată;

d) condițiilor de intrare într-o profesie sau de obținere a autorizației pentru desfășurarea acesteia, codurilor deontologice sau altor dispoziții legale specifice ce guvernează profesiunile, în scopul menținerii unui înalt nivel de probitate al acestora;

e) dispozițiilor referitoare la serviciile financiare, astfel cum sunt definite în Ordonanța Guvernului [nr. 85/2004](#) privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, aprobată prin Legea [nr. 399/2004](#), și nici dispozițiilor referitoare la bunurile imobile, în cazul în care aceste dispoziții sunt mai restrictive sau mai riguroase decât cele din prezenta lege.

(3) Prezenta lege nu se aplică dispozițiilor ce reglementează certificarea și indicarea mărcilor titlurilor în cazul metalelor prețioase.

CAPITOLUL II

Practici comerciale incorecte

Art. 4. - (1) O practică comercială este incorectă dacă sunt îndeplinite, în mod cumulativ, următoarele condiții:

a) este contrară cerințelor diligenței profesionale;

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

(2) Practicile comerciale susceptibile să deformeze în mod esențial comportamentul economic al unui anumit grup vulnerabil de consumatori, clar identificabil, trebuie evaluate din perspectiva membrului mediu al grupului. Grupul de consumatori este cu precădere vulnerabil la respectiva practică sau la produsul la care aceasta se referă, din motive de infirmitate mentală sau fizică, de vârstă sau de credulitate, comportamentul economic al acestuia putând fi în mod rezonabil prevăzut de comerciant. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sunt destinate a fi luate ca atare.

(3) Practicile comerciale incorecte sunt, în special, cele:

a) înșelătoare, în sensul prevederilor [art. 6](#) și [7](#);

b) agresive, în sensul prevederilor [art. 8](#) și [9](#).

(4) Lista practicilor comerciale care, în orice situație, se consideră incorecte este prevăzută în anexa nr. 1.

SECȚIUNEA 1

Practici comerciale înșelătoare

Art. 5. - Practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare.

Art. 6. - (1) O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă aceasta conține informații false sau, în orice situație, inclusiv în prezentarea generală, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu, astfel încât, în ambele ipoteze, fie îl determină, fie este susceptibilă a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, chiar dacă informațiile sunt, în fapt, corecte în raport cu unul sau mai multe dintre următoarele elemente:

- a) existența sau natura produsului;
- b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, riscurile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și instrumentarea reclamațiilor, modul și data fabricației sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizarea sa, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;
- c) perioada pentru care comerciantul se angajează, motivele utilizării practicii comerciale și natura desfășurării vânzării, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care ar induce o legătură între produs sau comerciant și o sponsorizare sau o aprobare, direct ori indirect;
- d) prețul sau modul de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific al prețului;
- e) necesitatea service-ului, a unei piese separate, a înlocuirii sau a reparării;
- f) natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate industrială, de autor sau comercială ori recompense și distincții primite;
- g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de reparare, de înlocuire sau de restituire a contravalorii ca urmare a rezoluției contractului, astfel cum sunt prevăzute de Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, sau riscurile pe care consumatorul le poate întâmpina.

(2) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o. În acest caz, acțiunea înșelătoare este determinată de:

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

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

(i) angajamentul său nu este o aspirație, ci este ferm și poate fi verificat;

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

c) orice activitate de comercializare a unui bun, ca fiind identic cu un bun comercializat în alte state membre ale Uniunii Europene, deși bunul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, cu excepția cazului în care acest lucru este justificat de factori legitimi și obiectivi probat cu documente concludente.

Art. 6¹. - În cazul unei activități de comercializare a unui bun pe teritoriul României ca fiind identic cu un bun comercializat în alte state membre ale Uniunii Europene, deși bunul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, justificată de factori legitimi și obiectivi, printre care cerințe juridice naționale, disponibilitatea sau caracterul sezonier al materiilor prime, strategiile voluntare menite să îmbunătățească accesul la alimente sănătoase și nutritive, precum și dreptul comerciantului de a oferi bunuri de aceeași marcă în ambalaje cu o greutate sau un volum diferit pe piețe geografice diferite, comercianții au obligația de a pune la dispoziția consumatorilor informații cu privire la aceste situații, într-un mod care să le permită accesul la acestea, cu privire la diferențierea bunurilor ca urmare a unor factori legitimi și obiectivi, astfel încât această diferențiere să poată fi identificată de către consumatori.

Art. 7. - **(1)** O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele acesteia, precum și de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației omite o informație esențială necesară consumatorului mediu, ținând cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacționare în cunoștință de cauză și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine luarea de către consumator a unei decizii de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(2) O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind omisiune înșelătoare atunci când, ținând cont de aspectele prevăzute la [alin. \(1\)](#), un comerciant ascunde sau oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu ori în contratimp o informație esențială sau nu indică intenția comercială a practicii, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în oricare dintre cazuri, consumatorul mediu este determinat sau este susceptibil a fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(3) În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spațiu sau în timp, în momentul determinării practicii ca fiind sau nu omisiune înșelătoare, se va ține cont de

aceste limite, precum și de orice măsuri luate de către comerciant în vederea punerii informației la dispoziția consumatorului prin alte mijloace.

(4) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații sunt considerate esențiale, dacă nu rezultă deja din context:

a) caracteristicile principale ale produsului, ținând cont de mijlocul de comunicare utilizat și de produs;

b) sediul și celelalte date de identificare ale comerciantului și, în cazul în care acționează pe seama altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare ale acestuia;

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

d) modalitățile de plată, livrare și executare, dacă acestea diferă de condițiile cerute de diligența profesională;

e) pentru produsele și tranzacțiile ce implică un drept de renunțare sau de reziliere, menționarea acestui drept.

f) pentru produsele oferite pe piețele online, informația dacă partea terță care oferă produsele este sau nu un comerciant, pe baza declarației respectivei părți terțe față de furnizorul de piață online.

(4¹) În situația în care se oferă consumatorilor posibilitatea de a căuta produse oferite de diferiți comercianți sau de consumatori pe baza unei căutări sub formă de cuvinte-cheie, fraze sau alte date de intrare, indiferent de locul în care se încheie tranzacțiile în cele din urmă, sunt considerate esențiale informațiile generale, puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate rezultatele căutării, privind principalii parametri de stabilire a ierarhiei produselor prezentate consumatorului ca urmare a căutării efectuate și privind importanța relativă a acestor parametri, prin raportare la alți parametri, reprezentând criterii generale sau procese sau orice semnale specifice încorporate în algoritmi ori în orice alte mecanisme de ajustare sau retrogradare utilizate în legătură cu ierarhia rezultatelor.

(4²) Prevederile alin. (4¹) nu se aplică furnizorilor de motoare de căutare online, astfel cum sunt definiți la art. 2 pct. 6 din Regulamentul (UE) 2019/1.150 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 iunie 2019 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online.

(5) Informațiile prevăzute în legislație, care se referă la prezentările comerciale, inclusiv la publicitate sau comercializare, sunt esențiale. Lista nelimitativă a acestora este cuprinsă în anexa nr. 2.

(6) Comerciantul oferă acces consumatorilor la toate recenziile privind produsele și indică dacă și modul în care acesta garantează faptul că

recenziile publicate provin de la consumatorii care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, acestea fiind considerate informații esențiale.

SECȚIUNEA a 2-a

Practici comerciale agresive

Art. 8. - O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul prezentării situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, limitează sau este susceptibilă să limiteze în mod semnificativ libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu cu privire la produs, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influența nejustificată și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

Art. 9. - Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrângere, inclusiv la forța fizică sau la influența nejustificată, se iau în considerare următoarele elemente:

- a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata acesteia;
- b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau la un comportament abuziv;
- c) exploatarea de către comerciant a unei situații nefericite sau a unei circumstanțe speciale, de o asemenea gravitate încât afectează raționamentul consumatorului mediu și de care comerciantul este conștient, în scopul influențării deciziei consumatorului cu privire la produs;
- d) orice obstacol oneros sau disproportionat, neprevăzut în contract, impus de comerciant, atunci când consumatorul dorește să își exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a înceta contractul sau de a schimba produsul ori de a se adresa unui alt comerciant;
- e) orice amenințare cu măsuri, în situația în care acestea nu pot fi luate în mod legal.

CAPITOLUL III

Competență, sesizare și control

SECȚIUNEA 1

Competență și sesizare

Art. 10. - **(1)** În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim pot fie să sesizeze Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte pentru ca aceasta să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sunt susceptibili să săvârșescă practici comerciale incorecte.

(2) Operatorii economici concurenți pot informa Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte.

Art. 11. - (1) Comercianții trebuie să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor în legătură cu practica comercială întreprinsă și sunt obligați, la solicitarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau a instanțelor judecătorești, să le pună acestora la dispoziție documente care să probeze cele afirmate.

(2) În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termenul stabilit de solicitanți sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile în cauză se consideră inexacte.

SECȚIUNEA a 2-a Răspunderi și sancțiuni

Art. 12. - (1) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor poate dispune măsuri conform prezentei legi, prin ordin emis de conducătorul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau prin decizie emisă de conducătorii unităților cu personalitate juridică din subordinea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

(2) Ordinul sau decizia emise potrivit alin. (1) se motivează.

(3) Ordinul sau decizia emise potrivit [alin. \(1\)](#) pot fi atacate la instanța de contencios administrativ, în condițiile Legii contenciosului administrativ [nr. 554/2004](#), cu modificările și completările ulterioare.

(4) Contestarea în instanță nu suspendă de drept executarea măsurilor dispuse.

Art. 12¹. - (1) Consumatorii afectați de practicile comerciale incorecte au dreptul la măsuri de remediere pentru a se elimina toate efectele respectivelor practici incorecte, fără costuri, după cum urmează:

a) înlocuirea, reducerea prețului sau încetarea contractului și restituirea contravalorii produsului sau serviciului, după caz;

b) despăgubiri pentru prejudiciul suferit de consumator;

c) în cazul în care se constată deficiențe în primele 30 de zile de la achiziția produsului sau serviciului, se dispune direct înlocuirea acestora.

(2) Următoarele circumstanțe exemplificative sunt luate în considerare pentru stabilirea măsurilor de remediere prevăzute la alin. (1):

a) gravitatea și natura practicii comerciale incorecte;

b) prejudiciul suferit de consumator.

(3) Măsurile prevăzute la [alin. \(1\)](#) nu înlătură aplicarea altor măsuri de remediere aflate la dispoziția consumatorilor, cum ar fi Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 140/2021](#) privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri și Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 141/2021](#) privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale.

Art. 13. - (1) În măsura în care se consideră necesar, ținând cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor vor dispune, în procedură de urgență, chiar fără a exista o dovadă a unei pierderi

sau a unui prejudiciu efectiv ori a intenției sau a neglijenței comerciantului, una dintre următoarele măsuri:

a) încetarea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte;

b) interzicerea sau instituirea procedurilor legale corespunzătoare pentru încetarea practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost încă puse în practică, dar acest lucru este iminent;

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

(2) În cazul în care, în vederea eliminării efectelor practicilor comerciale incorecte, s-a dispus încetarea, respectiv interzicerea acestora, iar hotărârea judecătorească prin care s-a dispus această măsură a rămas definitivă și irevocabilă ori ordinul, respectiv decizia emisă potrivit art. 12 [alin. \(1\)](#) nu a fost atacată potrivit art. 12 [alin. \(3\)](#), instanța care a emis hotărârea definitivă și irevocabilă, respectiv Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, poate solicita:

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

b) publicarea unui comunicat rectificator. Comunicatul rectificator trebuie să cuprindă sediul și celelalte date de identificare ale comerciantului, practica incorectă săvârșită, data la care a fost săvârșită, precum și măsurile dispuse.

(3) Publicarea, în condițiile prevăzute la [alin. \(2\)](#), se va face, în toate cazurile, într-un ziar de largă circulație, pe cheltuiala comerciantului.

Art. 13¹. - **(1)** Măsurile dispuse potrivit dispozițiilor [art. 13](#) se realizează de către președintele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau de către conducătorii unităților cu personalitate juridică din subordinea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, la propunerea agentului constator, în termen de maximum 5 zile lucrătoare.

(2) Ordinul emis de către președintele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor potrivit [art. 13](#) produce efecte asupra tuturor sediilor/punctelor de lucru ale comercianților.

Art. 14. - **(1)** Prezenta lege nu exclude controlul pe care responsabilii codurilor de conduită îl pot efectua, în conformitate cu prevederile din codurile de conduită pe care comercianții s-au angajat să le respecte.

(2) Efectuarea controlului prevăzut la [alin. \(1\)](#) nu exclude și nu limitează dreptul consumatorilor, al asociațiilor sau al concurenților de a sesiza responsabilul de cod și nici dreptul consumatorilor sau al asociațiilor de a se adresa Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor ori instanței judecătorești competente.

Art. 15. - **(1)** Utilizarea de către comercianți a unor practici comerciale incorecte este interzisă, constituie contravenție și se sancționează după cum urmează:

a) cu amendă de la 10.000 lei la 100.000 lei, pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte definite la art. 4 alin. (1) și (2);

b) cu amendă de la 20.000 lei la 100.000 lei, pentru utilizarea practicilor comerciale înșelătoare definite la art. 6 și 7, precum și pentru utilizarea oricăreia dintre practicile enumerate în anexa nr. 1 la paragraful «Practici comerciale înșelătoare»;

c) cu amendă de la 20.000 lei la 100.000 lei, pentru nerespectarea obligației comercianților de a informa într-un mod facil consumatorii cu privire la diferențierea bunurilor ca urmare a unor factori legitimi și obiectivi, conform art. 6¹;

d) cu amendă de la 10.000 lei la 100.000 lei, pentru utilizarea practicilor comerciale agresive definite la art. 8 și 9, precum și pentru utilizarea oricăreia dintre practicile enumerate în anexa nr. 1 la paragraful «Practici comerciale agresive».

(2) În cazul utilizării de către comercianți a unor practici comerciale incorecte care afectează un număr mai mare de 100 de consumatori, limita minimă și limita maximă a sancțiunilor prevăzute la alin. (1) se dublează.

(3) Nerespectarea măsurilor dispuse prin ordinul sau decizia prevăzute la art. 12 alin. (1) se sancționează cu amendă de la 50.000 lei la 100.000 lei.

(4) Contravențiile prevăzute de prezenta lege se constată la sesizarea consumatorilor, a asociațiilor care, potrivit legii, au un interes legitim ori din oficiu, de către reprezentanții împuterniciți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

(5) Odată cu aplicarea sancțiunii amenzii contravenționale, agentul constatatator poate propune în cadrul documentului de control ca sancțiune complementară suspendarea prestării serviciilor, furnizării bunurilor sau activității până la încetarea practicii comerciale incorecte sau până la ducerea la îndeplinire a măsurilor dispuse potrivit art. 13.

Art. 15¹. - Odată cu aplicarea sancțiunii amenzii contravenționale, agentul constatatator poate dispune ca sancțiune complementară una dintre măsurile de remediere prevăzute la art. 12¹ alin. (1) lit. a) și c), după caz.

Art. 15². - Nerespectarea măsurii prevăzute la art. 15¹ se sancționează cu amendă de la 50.000 lei la 100.000 lei.

Art. 15³. - Măsura de remediere prevăzută la art. 12¹ alin. (1) lit. b) se poate solicita de către consumatorul prejudiciat direct instanței de judecată în a cărei circumscripție teritorială își are domiciliul sau reședința acesta.

Art. 15⁴. - **(1)** În cazul în care se impune aplicarea unor sancțiuni în conformitate cu dispozițiilor art. 21 din Regulamentul (UE) 2017/2.394 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 decembrie 2017 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure respectarea legislației în materie de protecție a consumatorului și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004, cu amendă de la 0,1% până la inclusiv 4% din cifra de afaceri anuală a profesionistului realizată în anul financiar anterior sancționării, realizată pe teritoriul României, pentru încălcările pe scară largă și încălcările pe scară largă cu o dimensiune specifică Uniunii

Europene astfel cum sunt definite la art. 3 pct. 3 și 4 din Regulamentul (UE) 2017/2.394.

(2) În cazul în care se impune aplicarea unei amenzi în conformitate cu alin. (1), însă informațiile privind cifra de afaceri anuală a profesionistului realizată în anul financiar anterior sancționării nu sunt disponibile, se sancționează cu amendă cuprinsă între 200.000 euro și 2 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României.

Art. 15⁵. - Nerespectarea dispozițiilor legale care, potrivit art. 15 alin. (1), constituie contravenție, dacă fapta are caracter repetat în două acțiuni distincte, se sancționează cu amendă de la 5.000 lei la 200.000 lei.

Art. 16. - (1) Contravențiilor prevăzute de prezenta lege le sunt aplicabile dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, cu excepția prevederilor art. 8 alin. (2) și a art. 28 alin. (1).

(2) Prin derogare de la prevederile art. 13 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, pentru contravențiile prevăzute la art. 15⁴, termenul de prescripție pentru aplicarea sancțiunii contravenționale este de 3 ani de la data săvârșirii faptei.

Art. 17. - (1) Sancțiunile prevăzute la art. 15 alin. (1) lit. a) și d) se aplică după cum urmează:

a) între 10.000 lei și 50.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de la 1 milion de euro până la 2 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României;

b) între 15.000 lei și 70.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de la 2 milioane euro până la 50 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României;

c) între 25.000 lei și 100.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de peste 50 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României.

(2) Sancțiunile prevăzute la art. 15 alin. (1) lit. b) și c) se aplică după cum urmează:

a) între 20.000 lei și 60.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de la 1 milion de euro până la 2 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României;

b) între 40.000 lei și 80.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de la 2 milioane euro până la 50 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României;

c) între 50.000 lei și 100.000 lei, pentru comercianți care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de peste 50 milioane euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României.

(3) Contravențiilor prevăzute la art. 15 săvârșite de către comercianții care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de până la 1 milion de euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României, le sunt aplicabile prevederile art. 28 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(4) Următoarele criterii exemplificative și orientative sunt luate în considerare pentru aplicarea de sancțiuni:

- a) natura, gravitatea, amploarea și durata încălcării;
- b) orice acțiune întreprinsă de comerciant pentru a atenua sau a repara prejudiciul suferit de consumatori;
- c) orice încălcare anterioară săvârșită de comerciant, ce se regăsește în mod obligatoriu în cadrul cazierului comercial;
- d) beneficiile financiare dobândite sau pierderile evitate de comerciant datorită încălcării, dacă sunt disponibile datele relevante;
- e) sancțiunile aplicate comerciantului pentru aceeași încălcare în alte state membre ale Uniunii Europene, în cazurile transfrontaliere în care sunt disponibile informații cu privire la astfel de sancțiuni prin mecanismul instituit prin Regulamentul (UE) 2017/2.394 al Parlamentului European și al Consiliului;
- f) orice alt factor agravant sau atenuant aplicabil circumstanțelor cazului.

(5) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor notifică Comisia Europeană măsurile prevăzute la art. 15-17 și îi comunică acesteia, fără întârziere, orice modificare ulterioară a acestora.

TITLUL II

Modificarea unor acte normative privind protecția consumatorilor

Art. I. «abrogat»

Art. II. - Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 3, litera d) va avea următorul cuprins:

" d) consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul contractelor reglementate de prezenta ordonanță, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;"

2. Articolul 15 va avea următorul cuprins:

" **Art. 15.** - În cazul livrărilor pentru care nu există o comandă prealabilă, consumatorul este exonerat de orice contraprestație, lipsa răspunsului neavând valoare de consimțământ."

3. La articolul 21, alineatul (2) va avea următorul cuprins:

" **(2)** În cazul în care părțile contractante aleg ca lege aplicabilă contractului la distanță legea unui stat ce nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o strânsă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și, în cazul în care prezenta ordonanță are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă."

4. La articolul 23, după alineatul (2) se introduce un nou alineat, alineatul (3), cu următorul cuprins:

" **(3)** Plângerile consumatorilor și stabilirea procedurilor de despăgubire în materie de contracte pentru furnizarea de servicii financiare la distanță pot fi rezolvate și pe cale extrajudiciară, în baza dispozițiilor Legii [nr. 192/2006](#) privind medierea și organizarea profesiei de mediator."

Art. III. - Legea [nr. 240/2004](#) privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 552 din 22 iunie 2004, se modifică după cum urmează:

- La articolul 7, partea introductivă a alineatului (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 7.** - **(1)** Producătorul este exonerat de răspundere, conform prevederilor prezentei legi, dacă dovedește unul dintre următoarele aspecte:".

Art. IV. «abrogat»

Art. V. «abrogat»

Art. VI. - Legea [nr. 193/2000](#) privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1.014 din 20 decembrie 2006, se modifică și se completează după cum urmează:

1. Articolul 2 va avea următorul cuprins:

" **Art. 2.** - **(1)** Prin consumator se înțelege orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în temeiul unui contract care intră sub incidența prezentei legi, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale.

(2) Prin comerciant se înțelege orice persoană fizică sau juridică autorizată, care, în temeiul unui contract care intră sub incidența prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, precum și orice persoană care acționează în același scop în numele sau pe seama acesteia."

2. La articolul 4, după alineatul (4) se introduc două noi alineate, alineatele (5) și (6), cu următorul cuprins:

" **(5)** Fără a încălca prevederile prezentei legi, natura abuzivă a unei clauze contractuale se evaluează în funcție de:

a) natura produselor sau a serviciilor care fac obiectul contractului la momentul încheierii acestuia;

b) toți factorii care au determinat încheierea contractului;
c) alte clauze ale contractului sau ale altor contracte de care acesta depinde.

(6) Evaluarea naturii abuzive a clauzelor nu se asociază nici cu definirea obiectului principal al contractului, nici cu calitatea de a satisface cerințele de preț și de plată, pe de o parte, nici cu produsele și serviciile oferite în schimb, pe de altă parte, în măsura în care aceste clauze sunt exprimate într-un limbaj ușor inteligibil."

3. După articolul 14 se introduce un nou articol, articolul 14¹, cu următorul cuprins:

" **Art. 14¹.** - În cazul în care părțile contractante aleg ca lege aplicabilă contractului legea unui stat care nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o strânsă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă."

4. După articolul 16 se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

" Prezenta lege transpune prevederile Directivei Consiliului [93/13/CEE](#) din 5 aprilie 1993 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JOCE) nr. L 95 din 21 aprilie 1993."

5. În anexă, literele a), p) și t) vor avea următorul cuprins:

" **a)** dau dreptul comerciantului de a modifica unilateral clauzele contractului, fără a avea un motiv întemeiat care să fie precizat în contract.

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor în temeiul cărora un furnizor de servicii financiare își rezervă dreptul de a modifica rata dobânzii plătită de către consumator ori datorată acestuia din urmă sau valoarea altor taxe pentru servicii financiare, fără o notificare prealabilă, dacă există o motivație întemeiată, în condițiile în care comerciantul este obligat să informeze cât mai curând posibil despre aceasta celelalte părți contractante și acestea din urmă au libertatea de a rezilia imediat contractul.

Prevederile acestei litere nu se opun, de asemenea, clauzelor prin care comerciantul își rezervă dreptul de a modifica unilateral clauzele unui contract cu durată nedeterminată, în condițiile în care comerciantul are obligația de a-l informa pe consumator, printr-o notificare prealabilă transmisă în termen rezonabil, pentru ca acesta din urmă să aibă libertatea de a rezilia contractul;

.....
p) prevăd că prețul produselor este determinat la momentul livrării sau permit vânzătorilor de produse ori furnizorilor de servicii dreptul de a crește prețurile, fără ca, în ambele cazuri, să acorde consumatorului dreptul de a anula contractul în cazul în care prețul final este prea mare în raport cu prețul convenit la momentul încheierii contractului.

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor de indexare a prețurilor, atât timp cât sunt legale, cu condiția ca metoda prin care prețurile variază să fie descrisă în mod explicit;

.....

t) dau dreptul comerciantului să înceteze contractul încheiat pentru o durată nedeterminată fără o notificare prealabilă rezonabilă, cu excepția unor motive întemeiate.

Prevederile acestei litere nu se opun clauzelor prin care furnizorul de servicii financiare își rezervă dreptul de a dispune în mod unilateral încetarea unui contract încheiat pe o perioadă nedeterminată și fără o notificare prealabilă în cazul unui motiv întemeiat, cu condiția ca furnizorul să fie obligat să informeze imediat celelalte părți contractante."

6. În anexă, se introduce un nou alineat, alineatul (2), cu următorul cuprins:

" (2) Dispozițiile alin. (1) lit. a), p) și t) nu sunt aplicabile în cazul:

a) tranzacțiilor cu valori mobiliare, instrumentelor financiare și altor produse sau servicii, în cazul în care prețul este legat de fluctuațiile cotației bursiere sau ale indicelui bursier ori ale unei rate de schimb pe piața financiară, pe care vânzătorul sau furnizorul nu le poate controla;

b) contractelor pentru cumpărarea sau vânzarea de devize, cecuri de călătorie, ordine de plată internaționale emise în devize sau alte instrumente de plată internaționale."

Art. VII. - Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 812 din 18 noiembrie 2003, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, litera a) va avea următorul cuprins:

" a) consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul contractelor care intră sub incidența prezentei legi, acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;"

2. La articolul 14, alineatul (2) se abrogă.

3. La articolul 25, se introduce un nou alineat, alineatul (2), cu următorul cuprins:

" (2) În cazul în care părțile contractante aleg ca lege aplicabilă contractului legea unui stat care nu face parte din Uniunea Europeană, iar contractul are o strânsă legătură cu teritoriul României sau cu al altor state membre ale Uniunii Europene și în cazul în care prezenta lege are prevederi mai favorabile pentru consumator, se vor aplica acestea din urmă."

4. După articolul 25 se introduce un nou articol, articolul 25¹, cu următorul cuprins:

" **Art. 25¹.** - Guvernul va adopta norme metodologice de aplicare a prezentei legi."

5. După articolul 26 se introduce mențiunea cu următorul cuprins:

" Prezenta lege transpune prevederile Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 mai 1999 privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JOCE) nr. L 171 din 7 iulie 1999."

Art. VIII. - Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 565 din 25 iunie 2004, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 1, partea introductivă a alineatului (2) va avea următorul cuprins:

" (2) În cazul în care unele produse sunt supuse unor cerințe specifice de securitate impuse de legislația comunitară, prezenta lege se aplică numai pentru aspectele și riscurile sau categoriile de riscuri care nu sunt prevăzute de aceste reglementări, după cum urmează:".

2. La articolul 3, partea introductivă a alineatului (4) va avea următorul cuprins:

" (4) În alte condiții decât cele avute în vedere la alin. (2) și (3), conformitatea unui produs cu cerința de securitate generală a produselor poate fi evaluată luându-se în considerare, dacă există:".

3. La articolul 4, litera a) a alineatului (3) va avea următorul cuprins:

" a) informarea, prin intermediul produsului sau al ambalajului, asupra identității și detaliilor privind producătorul, precum și informarea asupra produsului sau, după caz, asupra lotului de produse din care face parte, cu excepția cazurilor în care omisiunea acestei informații este justificată;".

4. La articolul 8, alineatul (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 8.** - (1) Constituie contravenții și se sancționează după cum urmează:

a) încălcarea dispozițiilor art. 3 alin. (1), cu amendă de la 3.000 lei la 30.000 lei;

b) încălcarea dispozițiilor art. 4 alin. (1), cu amendă de la 1.000 lei la 3.000 lei;

c) încălcarea dispozițiilor art. 4 alin. (2) și ale art. 5 alin. (1) lit. b) pct. 2, cu amendă de la 700 lei la 7.000 lei;

d) încălcarea dispozițiilor art. 5 alin. (1) lit. a), cu amendă de la 2.000 lei la 4.000 lei."

5. La articolul 10, partea introductivă a alineatului (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 10.** - (1) În sensul prezentei legi, în special al art. 6, autoritatea competentă pentru supravegherea pieței privind conformitatea produselor cu cerințele generale de securitate trebuie să ia, după caz, una dintre următoarele măsuri complementare:".

6. La articolul 17, după alineatul (6) se introduce un nou alineat, alineatul (7), cu următorul cuprins:

" (7) Ca urmare a notificărilor primite prin sistemul RAPEX, punctul național de contact va transmite Comisiei Europene măsurile adoptate cu privire la produsele depistate pe piața din România."

7. La articolul 18, alineatul (3) va avea următorul cuprins:

" (3) În termen de o lună, autoritatea competentă pentru supravegherea pieței privind conformitatea produselor cu cerințele generale de securitate, responsabilă pentru realizarea măsurilor prevăzute la art. 10 alin.(1) lit. b) - f), trebuie să dea părților implicate posibilitatea de a-și exprima punctul de vedere, informând Comisia Europeană despre acestea."

8. La articolul 18, după alineatul (3) se introduce un nou alineat, alineatul (4), cu următorul cuprins:

" (4) Exportul din Comunitatea Europeană de produse periculoase care au reprezentat subiectul unei hotărâri prevăzute la alin. (2) este interzis în măsura în care hotărârea nu specifică altfel."

9. În anexa nr. 2, punctul 7 va avea următorul cuprins:

" 7. În cazul în care, în conformitate cu art. 17 alin. (3) din lege, România a informat Comisia Europeană înainte de a hotărî adoptarea unei măsuri despre un risc grav, trebuie să indice Comisiei Europene, în termen de 45 de zile, dacă se confirmă sau se modifică aceste informații."

Art. IX. - Legea nr. 12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 133 din 20 iunie 1991, cu modificările și completările ulterioare, se modifică după cum urmează:

- La articolul 1, litera c) va avea următorul cuprins:

" c) condiționarea vânzării unor mărfuri sau prestării unor servicii de cumpărarea altor mărfuri sau de prestarea de servicii;"

Art. X. «abrogat»

Art. XI. - Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 208 din 28 martie 2007, se modifică și se completează după cum urmează:

1. La articolul 2, punctele 2 și 23 vor avea următorul cuprins:

" 2. consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale;

.....
23. punere pe piață - acțiunea de a face disponibil pentru prima dată, contra cost sau gratuit, un produs sau un serviciu în vederea distribuirii sau utilizării."

2. La articolul 3, litera e) va avea următorul cuprins:

" e) de a se organiza în asociații de consumatori, în scopul apărării intereselor lor."

3. La articolul 7, prima liniuță a literei a) se abrogă.

4. La articolul 7, liniuța a 4-a a literei c) va avea următorul cuprins:

" - să asigure, la prestarea serviciilor, condiții igienice, condițiile stabilite de producător, de actele normative în vigoare, precum și cele specifice desfășurării activității;"

5. La articolul 7, liniuța a 5-a a literei c) se abrogă.

6. La articolul 10, litera g) va avea următorul cuprins:

" g) de a sesiza asociațiile de consumatori și organele administrației publice asupra încălcării drepturilor și intereselor lor legitime, în calitate de consumatori, și de a face propuneri referitoare la îmbunătățirea calității produselor și serviciilor;"

7. La articolul 20, alineatul (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 20.** - (1) Producătorul trebuie să informeze despre denumirea produsului, denumirea și/sau marca producătorului, cantitatea și, după caz,

termenul de garanție, de valabilitate sau data durabilității minime, durata medie de utilizare, principalele caracteristici tehnice și calitative, compoziția, aditivii folosiți, despre eventualele riscuri previzibile, modul de utilizare, manipulare, depozitare, conservare sau păstrare, despre contraindicații."

8. Titlul capitolului VI va avea următorul cuprins:

" CAPITOLUL VI Asociațiile de consumatori"

9. Articolul 30 va avea următorul cuprins:

" **Art. 30.** - În sensul prezentei ordonanțe, asociațiile de consumatori sunt considerate organizații neguvernamentale, ca persoane juridice, conform legii, și care, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii lor, au ca unic scop apărarea drepturilor și intereselor legitime ale membrilor lor sau ale consumatorilor, în general."

10. Articolul 31 va avea următorul cuprins:

" **Art. 31.** - Asociațiile de consumatori pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare în consiliile consultative cu rol în domeniul protecției consumatorilor, în care organele administrației publice sunt reprezentate, dacă îndeplinesc condițiile prezentei ordonanțe."

11. La articolul 32, partea introductivă va avea următorul cuprins:

" **Art. 32.** - Asociațiile de consumatori care apără drepturile și interesele legitime ale consumatorilor, în general, sunt, de drept, parteneri sociali în consiliile consultative prevăzute în prezenta ordonanță, dacă:"

12. Articolul 33 va avea următorul cuprins:

" **Art. 33.** - Asociațiile de consumatori care sunt constituite în scopul apărării intereselor numai ale membrilor lor pot deveni parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele consultative cu rol în domeniul protecției consumatorilor și în care organele administrației publice sunt reprezentate, numai dacă au cel puțin 800 de membri."

13. Articolul 34 va avea următorul cuprins:

" **Art. 34.** - După constituire, asociațiile de consumatori vor solicita luarea lor în evidență de către organul administrației publice pentru protecția consumatorilor de nivel central sau local, după caz."

14. Articolul 35 va avea următorul cuprins:

" **Art. 35.** - Personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor și ale celorlalte organe de specialitate ale administrației publice centrale, cu atribuții pe linia protecției consumatorilor nu au dreptul de a deține funcții în organele de conducere ale asociațiilor de consumatori."

15. La articolul 36, partea introductivă va avea următorul cuprins:

" **Art. 36.** - Asociațiile de consumatori sunt consultate de către serviciile și organismele administrației publice prevăzute la art. 35, potrivit competențelor, la elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția consumatorilor, cu privire la:"

16. La articolul 37, partea introductivă și litera c) vor avea următorul cuprins:

" **Art. 37.** - Asociațiile de consumatori au următoarele drepturi și obligații:

.....
c) de a informa autoritățile competente cu privire la prezența pe piață a unor produse neconforme sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, cu privire la clauze abuzive în contracte și practicile incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii;"

17. La articolul 37, literele f) și j) se abrogă.

18. Articolul 38 va avea următorul cuprins:

" **Art. 38.** - Centrele de consultanță și informare ale consumatorilor pot fi organizate la nivel de birouri în structura organizatorică a asociațiilor de consumatori și desfășoară activități gratuite în folosul acestora, constând în informații, recomandări și consultanță privind problemele legate de achiziționarea unui produs sau serviciu."

19. La articolul 39, partea introductivă a alineatului (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 39.** - **(1)** Sumele primite de la bugetul de stat, prin intermediul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, se utilizează pentru înființarea și funcționarea centrelor de consultanță și informare a consumatorilor, respectiv pentru:"

20. După articolul 39 se introduce un nou articol, articolul 39¹, cu următorul cuprins:

" **Art. 39¹.** - **(1)** Începând cu anul 2008, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor cofinanțează Centrul European al Consumatorilor.

(2) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va prevedea anual, în bugetul său, sume destinate cofinanțării Centrului European al Consumatorilor.

(3) Controlul asupra activității desfășurate de Centrul European al Consumatorilor, pentru sumele acordate de la bugetul de stat, se exercită de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor."

21. Articolul 41 va avea următorul cuprins:

" **Art. 41.** - Controlul asupra activităților desfășurate în centrele de consultanță și informare a consumatorilor din cadrul asociațiilor de consumatori, precum și a Centrului European al Consumatorilor, care au primit sume de la bugetul de stat sau de la bugetele locale, se exercită de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor."

22. Articolul 42 va avea următorul cuprins:

" **Art. 42.** - Reprezentanții asociațiilor de consumatori nu au drept de control al operatorilor economici."

23. Articolul 43 va avea următorul cuprins:

" **Art. 43.** - Centrele de consultanță și informare a consumatorilor și Centrul European al Consumatorilor pot beneficia asistență de specialitate din partea personalului Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, împuternicit în acest scop."

24. La articolul 45, litera c) va avea următorul cuprins:

" **c)** reprezentanți ai asociațiilor de consumatori;"

25. Articolul 47 va avea următorul cuprins:

" **Art. 47.** - Acțiunile în justiție îndreptate de către asociațiile de consumatori, înființate în condițiile prevăzute la art. 32 și 33, împotriva operatorilor economici care au prejudiciat drepturile și interesele legitime ale consumatorilor sunt scutite de taxe de timbru."

26. La articolul 50, litera c) a alineatului (1) va avea următorul cuprins:

" **c)** încălcarea dispozițiilor art. 5, art. 7 lit. b) prima, a 2-a și a 5-a liniuță, lit. c) a 3-a și a 4-a liniuță, art. 9, art. 10 lit. a) -f) și h) și art. 11, cu amendă contravențională de la 2.000 lei la 4.000 lei;"

27. La articolul 55, litera d) a punctului 2 va avea următorul cuprins:

" **d)** se prestează servicii care pot pune în pericol viața, sănătatea, securitatea sau interesele economice ale consumatorilor;"

28. La articolul 60, alineatul (1) va avea următorul cuprins:

" **Art. 60.** - **(1)** În cazul în care contravenientul nu a achitat amenda în termen de 30 de zile de la rămânerea definitivă a sancțiunii și nu există posibilitatea executării silite, instituția din care face parte agentul constator va sesiza instanța de judecată pe a cărei rază teritorială s-a săvârșit contravenția, în vederea înlocuirii amenzii cu sancțiunea obligării contravenientului la prestarea unei activități în folosul comunității, ținându-se seama de partea din amendă care a fost achitată."

29. La articolul 66, litera f) va avea următorul cuprins:

" **f)** condițiile în care asociațiile de consumatori, constituite potrivit art. 33, pot deveni parteneri sociali cu drept de reprezentare;"

30. La articolul 66, litera h) se abrogă.

31. Articolul 68 va avea următorul cuprins:

" **Art. 68.** - Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor aprobă sau modifică criteriile de evaluare și selectare a asociațiilor de consumatori care înființează sau în cadrul cărora funcționează centre de consultanță și informare a consumatorilor, precum și modelul de convenție prevăzut la art. 40 alin. (1)."

Art. XII. - Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 97/2001](#) privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 349 din 29 iunie 2001, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 57/2002](#), se modifică după cum urmează:

- La articolul 34, litera d) va avea următorul cuprins:

" **d)** interzicerea vânzării alimentelor sub anumite denumiri, informații sau prezentări care pot induce în eroare, precum și interzicerea publicității produselor pentru care se utilizează anumite prezentări grafice sau alte informații care pot induce în eroare;"

Art. XIII. - Legea [nr. 296/2004](#) privind Codul consumului, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 593 din 1 iulie 2004, cu modificările și completările ulterioare, se modifică după cum urmează:

- În anexă, punctul 13 va avea următorul cuprins:

" **13.** consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale;"

TITLUL III

Dispoziții finale

Art. I. - În termen de 12 luni de la data intrării în vigoare a prezentei legi, în aplicarea dispozițiilor titlului I, Guvernul, prin organismele sale specializate, va elabora norme și reglementări specifice, care se vor publica în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Art. II. - În termen de 60 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei legi, Guvernul va aproba prin hotărâre regulamentul privind înființarea și funcționarea centrelor de consultanță și informare ale consumatorilor, precum și modul de constituire a surselor de finanțare ale acestora.

Art. III. - **(1)** În termen de 30 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei legi, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va informa prin mass-media consumatorii în legătură cu dispozițiile titlului I.

(2) La solicitarea operatorilor economici, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va oferi acestora consultanță în realizarea unor coduri de conduită.

Art. IV. - **(1)** Până la data de 12 iunie 2013 pot fi aplicate dispoziții mai restrictive decât cele din prezenta lege, dispoziții apărute ca urmare a transunerii unor directive cu clauze minime de armonizare.

(2) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor va notifica Comisiei Europene dispozițiile legale la care se face referire la alin. (1).

Art. V. - Următoarele acte normative se vor republica, dându-se textelor o nouă numerotare:

a) Ordonanța Guvernului [nr. 130/2000](#) privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 51/2003](#), precum și cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

b) Legea [nr. 12/1990](#) privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 133 din 20 iunie 1991, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu modificarea adusă prin prezenta lege;

c) Ordonanța Guvernului [nr. 106/1999](#) privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 431 din 31 august 1999, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 60/2002](#), precum și cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

d) Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 97/2001](#) privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 349 din 29 iunie 2001, aprobată cu modificări

și completări prin Legea nr. 57/2002, precum și cu modificarea adusă prin prezenta lege;

e) Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 593 din 1 iulie 2004, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu modificarea adusă prin prezenta lege;

f) Legea nr. 98/1994 privind stabilirea și sancționarea contravențiilor la normele legale de igienă și sănătate publică, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 317 din 16 noiembrie 1994, cu modificările și completările ulterioare;

g) Legea nr. 349/2002 pentru prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 435 din 21 iunie 2002, cu modificările și completările ulterioare;

h) Legea pomiculturii nr. 348/2003, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 541 din 28 iulie 2003, cu modificările și completările ulterioare;

i) Legea nr. 30/2006 privind regulile de sănătate publică la folosirea ciupercilor din flora spontană, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 208 din 7 martie 2006, cu modificările ulterioare;

j) Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

k) Legea nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 552 din 22 iunie 2004, cu modificarea adusă prin prezenta lege;

l) Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor, persoane fizice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 611 din 6 iulie 2004, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

m) Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1.014 din 20 decembrie 2006, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

n) Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 812 din 18 noiembrie 2003, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

o) Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 565 din 25 iunie 2004, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

p) Ordonanța Guvernului nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 387 din 7 iunie 2007, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

r) Ordonanța Guvernului [nr. 21/1992](#) privind protecția consumatorilor, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 208 din 28 martie 2007, cu modificările și completările aduse prin prezenta lege;

s) Legea [nr. 608/2001](#) privind evaluarea conformității produselor, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 313 din 6 aprilie 2006, cu modificările ulterioare;

ș) Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 200/2000](#) privind clasificarea, etichetarea și ambalarea substanțelor și preparatelor chimice periculoase, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 593 din 22 noiembrie 2000, aprobată cu modificări prin Legea [nr. 451/2001](#), cu modificările și completările ulterioare;

t) Ordonanța Guvernului [nr. 42/1995](#) privind producția de produse alimentare destinate comercializării, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 203 din 1 septembrie 1995, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 123/1995](#), cu modificările și completările ulterioare;

ț) Ordonanța Guvernului [nr. 25/2006](#) privind întărirea capacității administrative a Oficiului Român pentru Drepturile de Autor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 84 din 30 ianuarie 2006, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 364/2006](#);

u) Ordonanța de urgență a Guvernului [nr. 34/2000](#) privind produsele agroalimentare ecologice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 172 din 21 aprilie 2000, aprobată prin Legea [nr. 38/2001](#), cu modificările și completările ulterioare.

Art. VI. - Titlul I din prezenta lege transpune prevederile Directivei [2005/29/CE](#) a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei [84/450/CEE](#) a Consiliului, a Directivelor [97/7/CE](#), [98/27/CE](#) și [2002/65/CE](#) ale Parlamentului European și ale Consiliului, și a Regulamentului (CE) [nr. 2006/2004](#) al Parlamentului European și al Consiliului ("Directiva privind practicile comerciale neloiale"), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JOCE) nr. L 149 din 11 iunie 2005.

Art. VII. - Anexele [nr. 1](#) și [2](#) fac parte integrantă din prezenta lege.

Această lege a fost adoptată de Parlamentul României, cu respectarea prevederilor [art. 75](#) și ale art. 76 [alin. \(2\)](#) din Constituția României, republicată.

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR PREȘEDINTELE SENATULUI

BOGDAN OLTEANU

NICOLAE VĂCĂROIU

București, 21 decembrie 2007.
Nr. 363.

ANEXA Nr. 1**PRACTICI COMERCIALE**
considerate incorecte în orice situație**Practici comerciale înșelătoare**

- 1.** Afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care nu este.
- 2.** Afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obținut autorizația necesară.
- 3.** Afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unui organism public sau a unui alt organism, în cazul în care aceasta nu a fost primită.
- 4.** Afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau că un produs a fost agreat, aprobat ori autorizat de un organism public sau privat, în cazul în care nu este adevărat, ori afirmarea că a fost agreat, aprobat sau autorizat fără a respecta condițiile de agreamă, aprobare sau autorizare.
- 5.** Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în cazul în care comerciantul nu dezvăluie existența unor motive rezonabile în baza cărora ar aprecia că nu va putea să furnizeze, el însuși sau prin intermediul altui comerciant, acele produse sau produse similare la același preț, pentru o perioadă și într-o cantitate rezonabile, avându-se în vedere produsul, amploarea reclamei și prețul oferit.
- 6.** Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, pentru ca apoi, în scopul promovării unui produs diferit, comerciantul să recurgă la una dintre următoarele fapte:
 - a)** refuzul prezentării articolului care a făcut obiectul publicității;
 - b)** refuzul luării comenzii privind respectivul articol sau al livrării în cadrul unui termen rezonabil;
 - c)** prezentarea unui eșantion cu defecte.
- 7.** Afirmarea falsă că un produs nu va fi disponibil decât pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că nu va fi disponibil decât în anumite condiții, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și al lipirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză.
- 8.** Angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori, atunci când comerciantul a comunicat cu aceștia, înaintea încheierii tranzacției, într-o limbă ce nu este limba oficială a statului membru în care acesta este stabilit și, ulterior, a furnizat respectivul serviciu numai în altă limbă, fără însă a informa în mod clar consumatorii cu privire la aceasta, înainte de angajarea în tranzacție.
- 9.** Afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vândut, în situația în care acest lucru nu este posibil.
- 10.** Prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului.

11. Utilizarea unui context editorial în mass-media, în vederea promovării unui produs pentru a cărui reclamă comerciantul a plătit, fără însă ca aceasta să se precizeze clar fie în cuprins, fie prin imagini sau sunete ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată). Această dispoziție nu aduce atingere prevederilor Legii audiovizualului [nr. 504/2002](#), cu modificările și completările ulterioare.

12. Lansarea de afirmații inexacte cu privire la natura și amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia, în situația în care consumatorul nu achiziționează produsul.

13. Promovarea, cu intenția de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un alt produs fabricat de un anumit producător, astfel încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător.

14. Crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, în care consumatorul oferă o contraprestație, inclusiv în produse, servicii sau bani, în schimbul posibilității de a primi compensație, ce provine în special ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem decât ca urmare a vânzării sau consumului produselor.

15. Afirmarea de către un comerciant că își încetează activitatea sau se stabilește în altă parte, atunci când acest lucru nu este adevărat.

16. Afirmarea că un produs poate facilita câștiguri la jocurile de noroc.

17. Falsa afirmație că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații.

18. Transmiterea de informații inexacte cu privire la condițiile oferite de piață sau la posibilitatea achiziționării produsului, cu intenția de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiții mai puțin favorabile decât în condițiile normale ale pieței.

19. Afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoționale, fără însă a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil.

20. Descrierea unui produs ca fiind "gratis", "fără costuri" sau într-un mod similar, în cazul în care consumatorul trebuie să suporte alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din răspunsul la practica comercială și din plata pentru livrarea sau ridicarea produsului.

21. Includerea în materialele publicitare a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care se dă consumatorului impresia că acesta a comandat deja produsul promovat, când, de fapt, acesta nu l-a comandat.

22. Afirmarea falsă sau crearea impresiei că acțiunile comerciantului nu sunt legate de activitățile sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, sau falsa prezentare a calității sale de consumator.

23. Crearea impresiei false că service-ul postvânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat membru, altul decât cel în care produsul este vândut.

24. Furnizarea de rezultate ca răspuns la o căutare efectuată online de către un consumator, fără a menționa în mod clar existența oricărei publicități plătite

sau a oricărei plăți specifice pentru asigurarea unei încadrări pe o poziție mai bună în ierarhie a produselor în cadrul rezultatelor căutării.

25. Revânzarea de bilete către consumatori, în cazul în care comerciantul le-a achiziționat utilizând mijloace automate pentru a eluda orice limitare impusă privind numărul de bilete pe care o persoană le poate cumpăra sau orice altă regulă aplicabilă achiziționării de bilete.

26. Afirmarea faptului că recenziile privind un produs provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, fără a lua măsuri rezonabile și proporționale pentru a verifica dacă aceste recenzii provin de la consumatorii respectivi.

27. Prezentarea sau însărcinarea unei alte persoane juridice sau fizice cu prezentarea de recenzii sau recomandări false ca venind din partea unor consumatori ori prezentarea înșelătoare a recenziilor sau a recomandărilor unor consumatori pe platformele de comunicare socială pentru a promova anumite produse.

Practici comerciale agresive

1. Crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului până când nu se întocmește un contract.

2. Efectuarea personală de vizite la locuința consumatorului, ignorând solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu se întoarce, cu excepția situațiilor legitime și în măsură justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale.

3. Solicitarea persistentă și nedorită, prin intermediul telefonului, faxului, e-mailului sau prin alte mijloace de comunicare la distanță, cu excepția situațiilor legitime și în măsură justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale. Dispozițiile prezentului punct se pun în aplicare fără a încălca prevederile [art. 15](#) și [16](#) din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, aprobată cu modificări și completări prin Legea [nr. 51/2003](#), ale art. 12 [alin. \(1\)](#) din Legea nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, cu modificările și completările ulterioare, și ale art. 9 [alin. \(1\) - \(3\)](#) din Legea nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice, cu completările ulterioare.

4. Solicitarea de la un consumator care dorește să execute o poliță de asigurare de a aduce documente care nu pot fi considerate în mod rezonabil relevante, pentru a stabili dacă pretenția este validă, sau lipsa sistematică a răspunsului la corespondența pertinentă, cu scopul de a determina un consumator să renunțe la exercitarea drepturilor sale contractuale.

5. Includerea într-o reclamă a unui îndemn direct adresat copiilor să cumpere produsele promovate sau să își convingă părinții ori alți adulți să cumpere produsele promovate. Dispozițiile acestui punct se aplică fără a încălca prevederile [art. 33](#) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

6. Solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiții sigure a produsului furnizat de comerciant, dar nesolicitat de consumator, cu excepția cazului în care produsul este un înlocuitor furnizat în conformitate cu prevederile art. 11 alin. (3) din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003.

7. Informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul sau serviciul, comerciantul riscă să își piardă serviciul ori mijloacele de trai.

8. Crearea falsei impresii consumatorului că a câștigat deja, va câștiga sau că, dacă va face un anumit lucru, va câștiga un premiu sau un alt beneficiu echivalent, când, în realitate, este valabilă una dintre următoarele situații:

- a) nu există niciun premiu sau un alt beneficiu echivalent;
- b) orice acțiune întreprinsă în vederea solicitării premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.

ANEXA Nr. 2

DISPOZIȚII DIN LEGISLAȚIA NAȚIONALĂ ce stabilesc reguli în materie de publicitate și de comunicare comercială

1. Art. 3 și 4 din Ordonanța Guvernului nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 431 din 2 septembrie 2000, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 51/2003

2. Art. 6-10 din Ordonanța Guvernului nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 387 din 7 iunie 2007

3. Art. 4 alin. (5) din Legea nr. 282/2004 privind protecția dobânditorilor cu privire la unele aspecte ale contractelor purtând asupra dobândirii unui drept de utilizare pe durată limitată a unor bunuri imobiliare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 580 din 30 iunie 2004

4. Art. 6 și 7 din Hotărârea Guvernului nr. 947/2000 privind modalitatea de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre vânzare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 524 din 25 octombrie 2000

5. Art. 5 din Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor, persoane fizice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 611 din 6 iulie 2004

6. Art. 4-6 din Ordonanța Guvernului nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 796 din 27 august 2004, aprobată prin Legea nr. 399/2004

7. Art. 5 și art. 6 alin. (2) din Legea nr. 365/2002 privind comerțul electronic, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 959 din 29 noiembrie 2006

8. Art. 73, art. 184, art. 185 alin. (1), art. 187 din Legea nr. 297/2004 privind piața de capital, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 571 din 29 iunie 2004, cu modificările și completările ulterioare

9. Art. 12 alin. (16) - (19) și art. 24¹ din Legea nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 148 din 10 aprilie 2000, cu modificările și completările ulterioare

10. Art. 1-6 și art. 8 alin. (1) și (2) din anexa la Ordinul președintelui Comisiei de Supraveghere a Asigurărilor **nr. 3.111/2004** pentru punerea în aplicare a **Normelor** privind informațiile pe care asigurătorii și intermediarii în asigurări trebuie să le furnizeze clienților, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1.243 din 23 decembrie 2004

11. Art. 40¹ din Legea nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 303 din 30 decembrie 1995, cu modificările și completările ulterioare

12. Art. 21 și 93 din Regulamentul nr. 1/2006 privind emitenții și operațiunile cu valori mobiliare, aprobat prin Ordinul Comisiei Naționale a Valorilor Mobiliare **nr. 23/2006**, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 312 și 312 bis din 6 aprilie 2006

13. Art. 792-811 din Legea nr. 95/2006 privind reforma în domeniul sănătății, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 372 din 28 aprilie 2006, cu modificările și completările ulterioare.