



**Republica Moldova**

**PARLAMENTUL**

**LEGE** Nr. 105  
din 13.03.2003

**privind protecția consumatorilor\***

Publicat : 21.10.2011 în Monitorul Oficial Nr. 176-181 art Nr : 513 Data intrării în vigoare : 28.10.2003

**MODIFICAT**

[LP37 din 19.03.15, MO94-97/17.04.15 art.145](#)

[LP38 din 27.03.14, MO92-98/18.04.14 art.228](#)

[LP318 din 27.12.12, MO49-55/08.03.13 art.152](#)

[LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12](#)

Prezenta lege stabilește bazele juridice pentru protejarea de către stat a persoanelor în calitatea lor de consumatori și transpune Directiva 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 Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JO) nr. L 149/22 din 11 iunie 2005.

*[Preambulul în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

**Capitolul I**

**DISPOZIȚII GENERALE**

**Articolul 1.** Noțiuni utilizate

În sensul prezentei legi, noțiunile utilizate au următoarele semnificații:

*consumator* - orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională;

*agent economic* - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care fabrică, transportă, comercializează produse ori părți din produse, prestează servicii (execută lucrări);

producător:

- agent economic care fabrică un produs finit, o parte componentă a unui produs sau materie

primă;

- agent economic care aplică pe produs numele său, marca comercială sau un alt semn distinctiv;

- agent economic care recondiționează produsul;

- agent economic care modifică caracteristicile produsului;

- reprezentant, înregistrat în Republica Moldova, al unui agent economic al cărui sediu se află în afara Republicii Moldova;

- agent economic care importă produse;

- distribuitor sau vânzător al produsului importat în cazul în care importatorul nu este cunoscut;

- distribuitor sau vânzător al produsului, în cazul în care importatorul nu poate fi identificat, dacă acesta, în termen de 30 de zile de la depunerea cererii, nu a informat persoana prejudiciată asupra identității importatorului;

*vânzător* - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care desfășoară activitate comercială în relațiile cu consumatorii;

*prestator* - orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care prestează servicii;

*produs* - bun destinat consumului sau utilizării individuale; sînt, de asemenea, considerate produse energia electrică, energia termică, gazele și apa livrate pentru consum individual. În cadrul practicilor comerciale se consideră produs orice bun sau serviciu, inclusiv bunurile imobiliare, drepturile și obligațiile aferente;

[*noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012*]

*serviciu* - activitate, alta decît cea din care rezultă produse, desfășurată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

*lucrare* - ansamblu de acțiuni prin care se obține un produs sau se modifică caracteristicile acestuia;

*produs, serviciu inofensiv (sigur)* - produs, serviciu care nu prezintă risc pentru viața, sănătatea, ereditatea și bunurile consumatorilor sau mediul înconjurător;

*produs, serviciu periculos* - produs, serviciu care nu poate fi definit ca inofensiv;

*produs de folosință îndelungată* - produs tehnic complex, constituit din piese și subsansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata de funcționare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere;

*cerințe prescrise* - cerințe stabilite în acte normative, inclusiv în documente normative de standardizare;

*durată de funcționare* - perioadă de timp, stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs) în documentele normative pentru produsele de folosință îndelungată, în cadrul căreia produsele, altele decît cele pentru care a fost stabilit termen de valabilitate, trebuie să-și mențină caracteristicile specifice cu condiția respectării regulilor de transport, manipulare, depozitare, păstrare, exploatare și consum;

*termen de valabilitate* - perioadă de timp, stabilită de către agentul economic care fabrică un produs perisabil sau un produs care, în scurt timp, poate deveni periculos pentru sănătatea consumatorilor, în cadrul căreia produsul trebuie să-și păstreze caracteristicile specifice, cu condiția respectării regulilor de transport, manipulare, depozitare, păstrare, utilizare și consum. Pentru produsele alimentare și medicamente, termenul de valabilitate este data-limită de consum;

*termen de garanție* - perioadă de timp, prescrisă sau declarată, care curge de la data achiziționării produsului, serviciului și în cadrul căreia produsul, serviciul trebuie să-și păstreze caracteristicile prescrise sau declarate, iar producătorul, vânzătorul, prestatorul își asumă responsabilitatea remedierii sau înlocuirii pe cheltuiala sa a produsului, serviciului necorespunzător dacă deficiențele nu sînt imputabile consumatorului. Pentru producția alcoolică, termen de garanție constituie perioada de timp, stabilită de producător în documentele normative,

care curge de la data îmbutelierii și în cadrul căreia produsul achiziționat trebuie să-și păstreze caracteristicile prescrise sau declarate;

*calitate* - ansamblu de caracteristici ale unui produs, serviciu, care îi conferă aptitudinea de a satisface, conform destinației, necesitățile explicite sau implicite;

*declarație de conformitate* - declarație scrisă, făcută de producător, prestator sau reprezentantul oficial al acestora, prin care aceștia declară, pe propria răspundere, că produsul, serviciul este conform condițiilor prescrise;

*clauză abuzivă* - clauză contractuală care, nefiind negociată în mod individual cu consumatorul, creează, contrar cerințelor bunei-credințe, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, în detrimentul consumatorului, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților ce apar din contract;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

*plasare pe piață* - acțiune de a face disponibile produsele pe piața Republicii Moldova, inclusiv păstrarea lor în scopul distribuirii, oferirii prin vânzare sau prin oricare altă formă de transmitere contra plată ori cu titlu gratuit;

*produs falsificat (contrafăcut)* - produs, fabricat din alți componenți, în alte proporții sau în alte condiții decât cele stabilite în documentele normative, care este prezentat drept veritabil;

*produs, serviciu necorespunzător (defectuos)* - produs, serviciu care nu corespunde cerințelor prescrise sau declarate;

*viciu (deficiență)* - defect al unui produs, serviciu, care le face necorespunzătoare cerințelor prescrise sau declarate și care se manifestă și poate fi constatat numai în timpul utilizării și/sau păstrării aceluși produs, serviciu;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

*viciu (deficiență) ascuns* - defect al calității unui produs, serviciu, care, existând la momentul livrării produsului, prestării serviciului, nu a fost cunoscut de către consumator și nici nu a putut fi depistat prin mijloace obișnuite de control;

*prejudiciu* - daună materială și/sau morală adusă consumatorului prin distrugerea, deteriorarea sau diminuarea averii, precum și daună cauzată vieții, sănătății și eredității lui în urma consumului și/sau utilizării produselor, serviciilor necorespunzătoare ori în urma refuzului sau tergiversării neîntemeiate a încheierii contractului de prestare a serviciului;

*interes economic* - totalitatea cerințelor înaintate de consumator față de vânzător, prestator privind remedierea sau înlocuirea gratuită ori obținerea contravalorii produsului, serviciului necorespunzător și privind repararea prejudiciului cauzat, precum și alte cerințe ce țin de interesul material al consumatorului;

*asociație obștească de consumatori* – asociație obștească care are ca scop unic apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii săi;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

*cod de conduită* – acord sau totalitate de reguli, neimpuse prin legislație sau prin dispoziții administrative, ce definesc comportamentul comercianților care se angajează să le respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale ori în unul sau mai multe sectoare de activitate;

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

[Art.1 noțiunea "contract de adeziune" exclus prin LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12]

[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]

*decizie de tranzacționare* – orice decizie pe care o ia un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, privind modalitatea de plată (integrală sau parțială) pentru un produs, privind păstrarea ori renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul, decizie ce poate conduce la acțiunea ori la inacțiunea

consumatorului;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*denaturarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor* – folosirea unei practici comerciale ce afectează considerabil capacitatea consumatorilor de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-i astfel să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*diligență profesională* – nivel de competență specializată și de considerare pe care comerciantul poate să îl exercite în mod rezonabil față de consumatori, în conformitate cu practica comercială corectă și/sau cu principiul general al bunei-credințe în domeniul de activitate al comerciantului;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*distribuitor* – agent economic din lanțul de distribuție, altul decât producătorul sau importatorul, care plasează produse pe piață și asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la consumator;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*invitație de a cumpăra* – comunicare comercială în care se menționează caracteristicile și prețul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor de comunicare comercială utilizate pentru aceasta și care îl determină pe consumator să cumpere un produs;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

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

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*practici comerciale (practici ale comercianților în relația cu consumatorii)* – orice acțiune, omisiune, comportament, declarație sau comunicare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

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

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*executant* – orice persoană fizică sau juridică, autorizată pentru activitate de întreprinzător, care efectuează lucrări în relațiile cu consumatorii;

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

*comerciant* – orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale, de producție sau artisanale, precum și orice persoană care acționează în scop comercial, în numele sau în beneficiul unui comerciant.

*[noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

## **Articolul 2. Domeniul de aplicare**

(1) Prezenta lege stabilește cerințele generale de protecție a consumatorilor, de asigurare a cadrului necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării complete asupra caracteristicilor esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor în cazul unor practici comerciale incorecte, participării acestora la fundamentarea și luarea de decizii ce îi interesează în calitate de consumatori.

(2) Prezenta lege se aplică practicilor comerciale incorecte ale comercianților față de consumatori, specificate la art. 13, înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură

cu un produs, cu un serviciu.

(3) Prezenta lege nu aduce atingere:

- a) dispozițiilor legale privind aspectele de sănătate a consumatorilor și de siguranță a produselor;
- b) dispozițiilor legale ce stabilesc competența instanțelor judecătorești;
- c) dispozițiilor legale ce reglementează probarea și marcarea articolelor din metale prețioase;
- d) prevederilor specifice în anumite domenii privind practicile comerciale incorecte. În cazul în care astfel de prevederi există în legile speciale, acestea se aplică ca cerințe suplimentare celor prevăzute de prezenta lege, iar în cazul în care legile speciale conțin cerințe mai restrictive privind practicile comerciale incorecte, se aplică cerințele legilor speciale.

*[Art.2 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 3.** Reglementarea juridică a raporturilor în domeniul protecției consumatorilor

Raporturile în domeniul protecției consumatorilor se reglementează prin prezenta lege, Codul civil, alte legi și acte normative în domeniul respectiv.

**Articolul 4.** Acorduri internaționale

Dacă acordurile internaționale la care Republica Moldova este parte prevăd alte norme decât cele care se conțin în legislația națională cu privire la protecția consumatorilor, se aplică normele acordurilor internaționale.

**Articolul 5.** Clauze abuzive

În conformitate cu prevederile Legii privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii, se interzice comercianților a include clauze abuzive în astfel de contracte.

*[Art.5 în redacția LP23 din 01.03.12, MO54-59/23.03.12 art.172; în vigoare 23.06.12]*

*[Art.5 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 6.** Drepturile fundamentale ale consumatorilor

Orice consumator are dreptul la:

- a) protecția drepturilor sale de către stat;
- b) protecție împotriva riscului de a achiziționa un produs, un serviciu care ar putea să-i afecteze viața, sănătatea, ereditatea sau securitatea ori să-i prejudicieze drepturile și interesele legitime;
- c) remedierea sau înlocuirea gratuită, restituirea contravalorii produsului, serviciului ori reducerea corespunzătoare a prețului, repararea prejudiciului, inclusiv moral, cauzat de produsul, serviciul necorespunzător;
- d) informații complete, corecte și precise privind produsele, serviciile achiziționate;
- e) instruire în domeniul drepturilor sale;
- f) organizare în asociații obștești pentru protecția consumatorilor;
- g) adresare în autoritățile publice și reprezentarea în ele a intereselor sale;
- h) sesizarea asociațiilor pentru protecția consumatorilor și autorităților publice asupra încălcării drepturilor și intereselor sale legitime, în calitate de consumator, și la înaintarea de propuneri referitoare la îmbunătățirea calității produselor, serviciilor.

## **Capitolul II**

### **PROTECȚIA VIEȚII, SĂNĂTĂȚII, EREDITĂȚII ȘI SECURITĂȚII CONSUMATORULUI**

**Articolul 7.** Prevederi specifice privind protecția vieții, sănătății, eredității și securității consumatorului

(1) Guvernul, prin organele administrației publice centrale, stabilește norme și reglementări specifice pentru protecția vieții, sănătății, eredității și securității consumatorilor în următoarele cazuri:

- a) producerea, importul, conservarea, ambalarea, etichetarea, manipularea, transportul, depozitarea, pregătirea pentru vânzare și vânzarea produselor;

b) furnizarea și utilizarea produselor, precum și prestarea serviciilor.

(2) Produsele plasate pe piață trebuie să fie însoțite de certificate de conformitate sau de declarații de conformitate, de alte documente conform legii.

(3) Se interzice producerea, depozitarea, plasarea pe piață și comercializarea produselor, prestarea serviciilor care nu corespund cerințelor obligatorii stabilite în documentele normative sau care, utilizate în condiții normale, pot pune în pericol viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor.

(4) Se interzice producerea, importul, plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor falsificate (contrafăcute).

(5) Se interzice producerea, plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor, prestarea serviciilor cu încălcarea cerințelor de calitate stabilite de documentele normative.

(6) Se interzice plasarea pe piață, depozitarea, expunerea în comercializare și comercializarea produselor, prestarea serviciilor în lipsa certificatului de conformitate sau declarației de conformitate, precum și în lipsa documentelor de proveniență, dacă legislația prevede aceasta, sau cu utilizarea ilegală a mărcii de conformitate.

*[Art.7 alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(7) Se interzice importul, plasarea pe piață și comercializarea produselor cu termenul de valabilitate expirat.

(8) Se interzice modificarea termenului de valabilitate indicat pe produs, pe etichetă, pe ambalaj sau în documentația de însoțire.

(9) Producătorul este obligat să indice în documentația de însoțire a produsului, serviciului, pe etichetă, sau prin alte modalități, regulile de utilizare, depozitare și transport în siguranță a produsului, serviciului, iar vânzătorul, prestatorul trebuie să le aducă la cunoștința consumatorului.

#### **Articolul 8.** Obligațiile producătorului

Producătorul este obligat:

a) să plaseze pe piață numai produse inofensive care trebuie să fie însoțite de certificate de conformitate, de alte documente, conform legislației, și produse care corespund cerințelor prescrise sau declarate;

b) să oprească livrările, respectiv să retragă de pe piață sau de la consumatori produsele la care organele de control sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea cerințelor prescrise sau declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc prin care pot fi eliminate neconformitățile respective;

c) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;

d) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de produsul necorespunzător pe toată durata de funcționare sau a termenului de valabilitate stabilite, cu condiția respectării de către consumator a regulilor de transport, depozitare, păstrare, utilizare și consum.

#### **Articolul 9.** Obligațiile vânzătorului

Vânzătorul este obligat:

a) să se asigure că produsele oferite spre comercializare sînt inofensive și corespund cerințelor prescrise sau declarate;

b) să nu comercializeze produse despre care deține informații că sînt periculoase sau care se consideră periculoase;

c) să anunțe, imediat, autoritățile competente, precum și producătorul respectiv, despre existența pe piață a oricărui produs de care are cunoștință că este periculos și/sau falsificat (contrafăcut);

d) să retragă din comercializare produsele la care organele de control sau specialiștii proprii au constatat neîndeplinirea cerințelor prescrise sau declarate sau care ar putea afecta viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor, dacă această măsură constituie singurul mijloc



prin care pot fi eliminate neconformitățile respective;

- e) să asigure respectarea condițiilor tehnice stabilite de producător pentru produs;
- f) să înmâneze bon de casă sau un alt document, care confirmă faptul cumpărării produsului, conform unui regulament aprobat de Guvern;
- g) să dețină registrul de reclamații la un loc vizibil și să înregistreze reclamațiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern;

*[Art.9 lit.(g) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

- h) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;
- i) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de produsul necorespunzător, pe toată durata de funcționare sau a termenului de valabilitate stabilite, cu condiția respectării de către consumator a regulilor de transport, depozitare, păstrare, utilizare și consum.

#### **Articolul 10. Obligațiile prestatorului**

Prestatorul este obligat:

- a) să folosească, la prestarea serviciilor, numai produse și proceduri inofensive care, dacă legislația prevede aceasta, trebuie să fie certificate;
  - b) să anunțe imediat autoritățile competente, precum și producătorul respectiv, despre existența oricărui produs folosit la prestarea serviciului de care are cunoștință că este periculos și/sau falsificat (contrafăcut);
  - c) să presteze numai servicii care nu afectează viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorilor ori interesele economice ale acestora;
  - d) să respecte cerințele prescrise sau declarate, precum și clauzele contractuale;
  - e) să asigure, la prestarea serviciilor, respectarea condițiilor tehnice stabilite de producător pentru produs;
  - f) să înmâneze bon de casă sau un alt document, care confirmă faptul prestării serviciului, conform unui regulament aprobat de Guvern;
  - g) să asigure prestarea serviciului (în cazul în care serviciul conține elemente vorbite sau textuale scrise) în limba moldovenească conform unui regulament aprobat de Guvern;
  - h) să dețină registrul de reclamații la un loc vizibil și să înregistreze pretențiile consumatorilor conform unui regulament aprobat de Guvern;
- [Art.10 lit.(h) modificată din 1 ianuarie 2012]*
- i) să asigure respectarea condițiilor igienico-sanitare;
  - j) să răspundă pentru prejudiciul cauzat de serviciul prestat necorespunzător.

#### **Articolul 11. Obligațiile agenților economici în cazul produselor de folosință îndelungată**

Agenții economici care importă și/sau comercializează produse de folosință îndelungată și piese de schimb aferente sînt obligați să încheie cu întreprinderile specializate în deservirea tehnică și reparația produselor respective contracte pentru deservirea tehnică a produselor comercializate pe teritoriul țării în perioada de garanție și postgaranție. Întreprinderile producătoare pot efectua de sine stătător reparația și deservirea produselor de folosință îndelungată.

### **Capitolul III PROTECȚIA INTERESELOR ECONOMICE ALE CONSUMATORILOR**

#### **Articolul 12. Prevederi specifice privind protecția intereselor economice ale consumatorilor**

(1) Guvernul aprobă reglementări în scopul prevenirii și combaterii practicilor ce dăunează intereselor economice ale consumatorilor.

(2) Agentul economic este obligat să importe și/sau să plaseze pe piață numai produse ce corespund cerințelor prescrise sau declarate, să presteze servicii, inclusiv servicii comunale, numai în bază de contract negociat individual cu consumatorii și/sau cu reprezentanții legali ai

acestora.

*[Art.12 alin.(2) în redacția LP37 din 19.03.15, MO94-97/17.04.15 art.145]*

*[Art.12 alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(3) Vânzătorul este obligat, la cererea consumatorului, să prezinte dovezi de efectuare a controlului calității produsului, serviciului, dacă acestea sînt prevăzute de actele normative.

(4) Consumatorul este în drept să pretindă vânzătorului, prestatorului remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, precum și despăgubiri pentru pierderile suferite ca urmare a deficiențelor constatate în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, cu condiția respectării de către consumator a instrucțiunilor de instalare, utilizare și a regulilor de păstrare, prevăzute în documentația de însoțire.

(5) Consumatorul, după expirarea termenului de garanție, poate pretinde vânzătorului, prestatorului remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului care nu pot fi folosite potrivit scopului pentru care au fost vîndute, ca urmare a unor vicii ascunse apărute pe durata de funcționare a acestora.

(6) Prestatorul este obligat, la prestarea serviciilor, inclusiv a serviciilor comunale, să utilizeze mijloace de măsurare, adecvate, legalizate, verificate metrologic, în modul stabilit, conform cerințelor prescrise.

*[Art.12 alin.(6) modificat prin LP37 din 19.03.15, MO94-97/17.04.15 art.145]*

*[Art.12 alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(7) Vânzătorul este obligat să măsoare produsele oferite consumatorilor cu mijloace de măsurare proprii, adecvate, legalizate, verificate metrologic, în modul stabilit. Indicațiile mijloacelor de măsurare trebuie să fie explicite și la vederea consumatorului.

(8) Se interzice producerea sau vînzarea materialelor de referință și producerea, repararea, vînzarea, închirierea mijloacelor de măsurare fără aviz legal de activitate metrologică.

### **Articolul 13. Practici comerciale incorecte**

(1) Se interzic practicile comerciale incorecte.

(2) O practică comercială este incorectă dacă:

a) este contrară cerințelor diligenței profesionale; și

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

(3) Practicile comerciale care pot denatura, 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 mintală sau fizică, de vîrstă sau de credulitate, comportamentul economic al acestuia putînd 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 sînt destinate a fi luate ca atare.

(4) Practicile comerciale incorecte sînt, în special, cele:

a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin. (5)–(12);

b) agresive, în sensul prevederilor alin. (13)–(15).

(5) Practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare.

(6) O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare în cazul în care conține informații false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu și, în orice situație, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care nu ar fi luat-o în altă situație, chiar dacă informația este corectă de fapt cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente:

a) existența sau natura produsului;

b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, eventualele riscuri previzibile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vînzare și



soluționarea reclamațiilor, modul și data fabricării sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, termenul de valabilitate, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizare, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;

c) amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct ori indirect acordat comerciantului sau produsului;

d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;

e) necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii;

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 intelectuală sau comercială ori recompensele și distincțiile primite;

g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de remediere, de înlocuire sau de restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, reducerea prețului ca urmare a rezilierii contractului în condițiile art. 18.

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

a) orice activitate comercială privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creînd o confuzie cu un alt produs, cu o altă marcă, cu 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:

– angajamentul său nu este o aspirație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată; și

– în cadrul unei practici comerciale, el indică că s-a angajat să respecte codul respectiv.

(8) O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele de spațiu și de timp impuse mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, această practică 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 consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(9) O practică comercială este considerată, de asemenea, ca fiind omisiune înșelătoare în cazul când, ținând cont de aspectele prevăzute la alin. (8), un comerciant ascunde o informație esențială sau o oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu sau în contratimp ori nu își declară intenția comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în orice situație, consumatorul mediu este determinat sau poate fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(10) În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spațiu ori în timp, în momentul determinării practicii ca fiind sau nefiind 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.

(11) În cazul unei invitații de a cumpăra, pentru determinarea practicilor comerciale incorecte, se consideră esențiale următoarele informații, dacă acestea 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 el acționează în

numele altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare ale acestuia;

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

d) modalitățile de plată, de livrare, de executare și de examinare a reclamațiilor, în cazul în care acestea diferă de cerințele diligenței profesionale;

e) menționarea dreptului de renunțare sau de reziliere, în cazul produselor și tranzacțiilor ce implică acest drept.

(12) Sînt considerate ca fiind înșelătoare, în orice situație, următoarele practici comerciale:

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

b) afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obținută autorizația necesară;

c) afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unei entități publice sau a unei alte entități 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 condițiile necesare pentru agrearea, aprobarea sau autorizarea obținută;

e) lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț în cazul în care comerciantul nu dezvăluie în invitație existența unor motive rezonabile în a căror bază 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 rezonabilă, avîndu-se în vedere produsul, amploarea publicității și prețul oferit;

f) lansarea de către comerciant a unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în scopul promovării unui produs similar, pentru a recurge ulterior la una din următoarele acțiuni: să refuze prezentarea produsului ce a făcut obiectul publicității; să refuze preluarea comenzii privind respectivul produs sau livrarea lui într-un termen rezonabil; să prezinte un eșantion 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 condiții, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și lipirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză;

h) angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvînzare către consumatori fără a-i informa în mod clar pe aceștia, înainte de angajarea lor în tranzacție, referitor la limba în care furnizează serviciul în situația în care, înaintea încheierii tranzacției, comerciantul a comunicat cu consumatorul în altă limbă decît limba oficială a statului în care se prestează serviciul;

i) afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi vîndut în mod legal în situația 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 ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată);

l) lansarea de afirmații nefondate cu privire la natura și amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia în situația în care consumatorul nu achiziționează produsul;

m) promovarea de către comerciant, cu intenția de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un produs similar fabricat de un producător anume, astfel încît

consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător;

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

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

p) afirmarea că un produs poate spori șansele de câștig la jocurile de noroc;

q) afirmarea neîntemeiată că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații;

r) transmiterea de informații inexacte cu privire la condițiile oferite de piață sau cu privire la posibilitatea achiziționării produsului cu intenția de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiții mai puțin favorabile decât în condițiile normale ale pieței;

s) afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoționale 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 și 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 acțiunile comerciantului nu sînt legate de activitățile sale comerciale, industriale, de producție sau artizanale ori falsa prezentare a sa în calitate de consumator;

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

(13) O practică comercială este considerată ca fiind agresivă dacă, în contextul situației de fapt și ținînd cont de toate caracteristicile și circumstanțele, această practică limitează sau este susceptibilă să limiteze considerabil libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu în privința produsului prin hărțuire, constrîngere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influență nejustificată, și, prin urmare, practica dată îl determină sau este susceptibilă să îl determine pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

(14) Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrîngere, inclusiv la forță fizică sau la influență nejustificată, se ia în considerare:

a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata practicii comerciale;

b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau la un comportament abuziv;

c) exploatarea de către comerciant, în cunoștință de cauză, a oricărui eveniment nefast sau a oricărei situații deosebit de grave care afectează modul de a judeca al consumatorului mediu pentru a influența decizia consumatorului cu privire la produs;

d) orice obstacol oneros sau disproporționat, neprevăzut în contract, impus de comerciant, atunci când consumatorul dorește să își exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia contractul, 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.

(15) Sînt considerate ca fiind agresive, în orice situație, următoarele practici comerciale:

a) crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului pînă cînd nu se încheie un contract;

b) efectuarea de vizite personale la domiciliul consumatorului, ignorînd solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu reveni, cu excepția cazului în care legea permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei obligații contractuale și în măsura în care o permite;

c) solicitarea insistentă și nedorită prin telefon, fax, email sau prin alt mijloc de comunicare la distanță, cu excepția cazului în care legea permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei

obligății contractuale și în măsura în care o permite;

d) solicitarea de la un consumator care dorește să execute o poliță de asigurare de a prezenta documente care, în mod rezonabil, nu pot fi considerate relevante pentru a stabili dacă pretenția este validă sau ignorarea sistematică a corespondenței pertinente cu scopul de a-l determina pe consumator să renunțe la exercitarea drepturilor sale contractuale;

e) includerea într-o publicitate a unui îndemn direct adresat minorilor de a cumpăra produsele promovate ori de a convinge părinții sau alți adulți să cumpere produsele promovate;

f) solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiții sigure a produsului care a fost furnizat de comerciant, dar pe care consumatorul nu l-a solicitat;

g) informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul ori serviciul, comerciantul riscă să își piardă serviciul sau mijloacele de trai;

h) crearea falsei impresii consumatorului că a câștigat sau va câștiga un premiu sau un alt beneficiu echivalent ori că va câștiga dacă va întreprinde o anumită acțiune, când, în realitate, nu există nici un premiu sau un alt beneficiu echivalent, când intrarea în posesia premiului sau a altui beneficiu echivalent este condiționată de plata unei sume de bani ori de suportarea unui cost de către consumator.

*[Art.13 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

#### **Articolul 14.** Competențe și drept de sesizare referitor la practicile comerciale incorecte

(1) În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau autoritățile care, potrivit legii, au un interes legitim pot:

a) să inițieze o acțiune în instanță;

b) să sesizeze Agenția pentru Protecția Consumatorilor pentru ca aceasta fie să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze acțiuni în instanță împotriva comercianților care au săvârșit ori sînt susceptibili să săvârșescă practici comerciale incorecte.

(2) Comercianții, în cazul în care nu sînt de acord cu sesizarea, trebuie să prezinte dovezi privind incorectitudinea afirmațiilor expuse în sesizare în legătură cu practica comercială întreprinsă și sînt obligați, la solicitarea instanțelor judecătorești sau a Agenției pentru Protecția Consumatorilor, să le pună acestora la dispoziție documente probatoare.

(3) În cazul în care documentele specificate la alin. (2) nu sînt prezentate într-un termen rezonabil, dar nu mai mare de 15 zile calendaristice, și/sau dacă sînt recunoscute insuficiente, afirmațiile expuse în sesizare se consideră fondate.

(4) Comercianții concurenți pot informa Consiliul Concurenței în legătură cu practicile comerciale incorecte sau pot iniția acțiuni în instanță împotriva comercianților care au săvârșit ori sînt susceptibili să săvârșescă practici comerciale incorecte.

*[Art.14 al.(4) modificat prin LP38 din 27.03.14, MO92-98/18.04.14 art.228]*

*[Art.14 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

#### **Articolul 15.** Răspunderi și sancțiuni pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte

(1) Ținînd cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Agenția pentru Protecția Consumatorilor:

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

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

c) solicită prezentarea de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în termen de 5 zile lucrătoare, a datelor de identificare a persoanelor fizice sau juridice implicate în realizarea

publicității audiovizuale, considerată a fi o practică comercială incorectă, precum și a unei copii a materialului publicitar difuzat.

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

- a) publicarea hotărîrii/deciziei, integral sau parțial, în forma pe care o consideră adecvată;
- b) publicarea unui comunicat suplimentar privind măsurile de redresare.

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

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

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

*[Art.15 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

#### **Articolul 16.** Încheierea contractelor

Consumatorul, la încheierea contractelor, are următoarele drepturi:

a) de a lua liber decizii la achiziționarea produsului, serviciului, fără a i se impune în contracte clauze abuzive sau care pot favoriza folosirea unor practici comerciale incorecte, de natură a influența opțiunea acestuia;

*[Art.16 lit.a în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

b) de a beneficia de o redactare clară și precisă a clauzelor contractuale, inclusiv a celor privind caracteristicile calitative și condițiile de garanție, indicarea exactă a prețului sau tarifului, precum și stabilirea cu exactitate a condițiilor de credit și a dobânzilor;

c) de a lua cunoștință, în prealabil, de textul contractului pe care intenționează să îl încheie;

*[Art.16 lit.c în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

d) de a fi exonerat de plata pentru produsele, serviciile care nu au fost solicitate;

e) de a fi despăgubit pentru daunele cauzate de produsele, serviciile care nu corespund cerințelor prescrise sau declarate ori clauzelor contractuale;

f) de a i se asigura deservirea tehnică necesară și piese de schimb pe toată durata de funcționare a produsului, stabilită în documentele normative sau declarată de către producător ori convenită de părți;

g) de a plăti pentru produsele, serviciile de care beneficiază sume stabilite cu exactitate, în prealabil; majorarea prețului inițial este posibilă numai cu acordul consumatorului.

#### **Articolul 17.** Stabilirea duratei de funcționare, termenului de valabilitate, termenului de garanție

(1) Producătorul, prestatorul sînt obligați să stabilească o durată de funcționare pentru produsele de folosință îndelungată, inclusiv pentru componentele și accesoriile acestora care, după expirarea unei anumite perioade de timp, pot prezenta pericol pentru viața, sănătatea, ereditatea și securitatea consumatorului sau pot provoca prejudicii bunurilor acestuia sau mediului înconjurător.

(2) Producătorul este obligat să stabilească în documentul normativ respectiv termenul de valabilitate pentru produsele alimentare, articolele de parfumerie, cosmetice, medicamente, articolele chimice de uz casnic și alte produse perisabile.

(3) Producătorul, prestatorul sînt obligați să stabilească pentru produsul, serviciul oferit un termen de garanție. Dacă termenul de garanție este stabilit de producător, vânzătorul nu poate stabili un termen mai mic. Lista produselor, serviciilor pentru care este obligatorie stabilirea

termenului de garanție se aprobă de Guvern.

(4) În cazul în care producătorul nu a stabilit un termen de garanție pentru produsele de folosință îndelungată, consumatorul beneficiază de drepturile prevăzute la art. 18 alin.(1) dacă deficiențele produsului au apărut pe parcursul a 2 ani de la data procurării lui.

(5) Vânzătorul, producătorul sînt obligați să asigure posibilitatea utilizării produselor de folosință îndelungată pe toată durata de funcționare, stabilită în documentul normativ. În acest scop, ei au obligația să asigure reparația și deservirea tehnică a lor, precum și să asigure piese de schimb și componente în volumul și sortimentul necesar, pe toată durata de funcționare, iar în cazul în care durata de funcționare nu este prevăzută - în decurs de 10 ani de la data vânzării. Dacă data vânzării nu poate fi determinată, durata de funcționare se calculează de la data fabricării.

(6) Vânzătorul produselor de folosință îndelungată, în cazul încetării activității sale în domeniul respectiv, este obligat să transmită persoanei fizice sau juridice care devine succesor obligațiile sale de asigurare a posibilității de utilizare a produselor de folosință îndelungată pe toată durata de funcționare în perioada termenului de garanție.

*[Art.17 alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 18.** Remedierea, înlocuirea, restituirea  
contravalorii produsului, serviciului  
necorespunzător, reducerea prețului

(1) Remedierea gratuită a deficiențelor apărute la produs, serviciu, înlocuirea gratuită sau restituirea contravalorii produsului, serviciului necorespunzător în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, deficiențe care nu sînt imputabile consumatorului, se face necondiționat de către vânzător, prestator într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării reclamației de către consumator sau în termenul stabilit prin contract.

(2) Dacă vânzătorul, prestatorul refuză să satisfacă reclamația consumatorului conform prevederilor alin. (1), ei sînt obligați să dovedească vina consumatorului în ceea ce privește deficiențele apărute la produsul vîndut, serviciul prestat prin expertiza tehnică efectuată de o terță parte competentă în domeniu, abilitată în conformitate cu legislația, într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării pretenției de către consumator. În caz contrar, ei sînt obligați să îndeplinească cerințele prevăzute la alin.(1).

(3) În cazul unor vicii ascunse, apărute după expirarea termenului de garanție, termenul stabilit la alin.(1) curge de la data finalizării expertizei tehnice efectuate de o terță parte competentă în domeniu, abilitată în conformitate cu legislația.

(4) În cazul produselor alimentare, farmaceutice sau cosmetice necorespunzătoare cerințelor prescrise sau declarate, vânzătorul este obligat, la cererea și opțiunea consumatorului, să le înlocuiască sau să restituie contravaloarea acestora.

(5) Vânzătorul, prestatorul restituie contravaloarea produsului vîndut, serviciului prestat imediat după constatarea imposibilității folosirii acestora dacă deficiența nu este imputabilă consumatorului și dacă consumatorul a refuzat remedierea sau înlocuirea produsului, serviciului.

(6) La restituirea contravalorii se va lua în calcul prețul produsului la data examinării reclamației - în cazul în care prețul lui s-a majorat, și prețul la data procurării - în cazul în care prețul lui s-a micșorat.

(7) Reducerea prețului la produsul, serviciul necorespunzător se face la înțelegerea părților.

(8) Timpul în decursul căruia produsul nu a fost utilizat din cauza remedierii deficiențelor prelungește, în mod corespunzător, termenul de garanție. El curge din momentul sesizării vânzătorului pînă la aducerea produsului în stare de funcționare corespunzătoare.

(9) În cazul produselor electrice de uz casnic, vânzătorul este obligat, la înaintarea de către consumator a cerinței întemeiate privind remedierea, să pună la dispoziția acestuia gratuit, în termen de 3 zile, pe perioada remedierii, un produs similar, suportînd cheltuielile de transport.

(10) Agentul economic are aceleași obligații pentru produsul, serviciul înlocuit ca și pentru



produsul vândut, serviciul prestat inițial.

(11) Vânzătorul, prestatorul asigură toate operațiunile și suportă toate cheltuielile necesare repunerii în funcțiune, remedierii, înlocuirii sau restituirii contravalorii produselor, serviciilor necorespunzătoare în cadrul termenului de garanție sau termenului de valabilitate, iar pentru vicii ascunse - în cadrul duratei de funcționare, precum și cheltuielile ocazionate de transportul, manipularea, diagnosticarea, expertizarea, demontarea, ceea ce nu îl exonerează pe producător de răspundere în relația sa cu vânzătorul, prestatorul.

*[Art.18 alin.(11) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(12) În cazul serviciilor, prevederile stabilite la alin. (1) se aplică la constatarea deficiențelor în timpul prestării sau recepționării serviciului ori în cadrul termenului de garanție.

(13) Consumatorul este în drept să rezilieze contractul de prestare a serviciului de calitate corespunzătoare în orice moment, cu condiția că achită prestatorului o parte din preț, proporțională cu partea din serviciul prestat pînă la primirea de către prestator a avizului de reziliere a contractului, dacă contractul nu prevede altfel.

*[Art.18 alin.(14) în vigoare pînă la 1 ianuarie 2012]*

*[Art.18 alin.(14) abrogat din 1 ianuarie 2012]*

(15) În cazul refuzului de a satisface reclamația consumatorului prin remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, vânzătorul, prestatorul prezintă acestuia refuzul în scris.

*[Art.18 alin.(15) în vigoare pînă la 1 ianuarie 2012]*

(15) În cazul refuzului de a satisface reclamația consumatorului prin remedierea sau înlocuirea gratuită ori restituirea contravalorii produsului, serviciului, vânzătorul, prestatorul prezintă acestuia refuzul în scris. Neprezentarea refuzului în termenul stabilit de lege se consideră refuz tacit.

*[Art.18 alin.(15) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(16) Regulile de înlocuire a produselor nealimentare, precum și lista produselor care nu pot fi înlocuite, se aprobă de Guvern.

#### **Articolul 19. Înlocuirea produsului de calitate corespunzătoare**

(1) Consumatorul este în drept să ceară vânzătorului, în termen de 14 zile, înlocuirea unui produs nealimentar de calitate corespunzătoare cu un produs similar celui procurat dacă acest produs nu-i convine ca formă, gabarite, model, mărime, culoare sau dacă nu-l poate utiliza conform destinației din alte cauze.

(2) Dacă produsul necesar pentru înlocuire lipsește, consumatorul are dreptul să rezilieze contractul, iar vânzătorul este obligat să-i restituie contravaloarea produsului.

(3) Cererea consumatorului de a i se înlocui produsul sau de a i se restitui contravaloarea lui urmează să fie executată dacă produsul nu este utilizat, nu și-a pierdut calitățile de consum și dacă există probe că a fost cumpărat de la vânzătorul respectiv.

#### **Articolul 20. Repararea prejudiciului**

(1) Consumatorul este în drept să pretindă repararea prejudiciului cauzat de produsele, serviciile necorespunzătoare indiferent de faptul dacă s-a aflat sau nu în relații contractuale cu vânzătorul, prestatorul.

(2) Prejudiciul se repară de către vânzător, prestator și în cazul în care livrarea produsului, prestarea serviciului se fac în mod gratuit sau la preț redus ori dacă produsul a fost comercializat ca piese de schimb sau distribuit sub altă formă.

(3) Prejudiciul (inclusiv moral) se repară de către vânzător, prestator dacă a fost cauzat pe parcursul:

- a) termenului de valabilitate - la produsele pentru care se stabilește acest termen;
- b) duratei de funcționare - la produsele de folosință îndelungată;
- c) a 2 ani - la produsele pentru care nu este prevăzută stabilirea termenului de valabilitate sau

duratei de funcționare.

(4) Prejudiciul moral cauzat consumatorului de către producător, vânzător, prestator prin încălcarea drepturilor lui prevăzute de prezenta lege, precum și de alte acte normative, se repară în mărimea stabilită de instanța judecătorească.

(5) Prejudiciul moral se repară indiferent de repararea prejudiciului material cauzat consumatorului.

(6) Pentru repararea prejudiciului cauzat consumatorului, acesta trebuie să facă dovada prejudiciului.

#### **Capitolul IV** **PREVEDERI SPECIFICE PRIVIND PRESTAREA** **SERVICIILOR (EXECUTAREA LUCRĂRILOR)**

**Articolul 21.** Obligațiile prestatorului (executantului) la prestarea serviciului (executarea lucrării)

(1) Prestatorul (executantul) este obligat să asigure prestarea serviciului (executarea lucrării) în termenele și condițiile stabilite în reglementările specifice în domeniu sau stipulate în contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării).

(2) Dacă prestatorul (executantul) nu a început la timp prestarea serviciului (executarea lucrării) sau dacă, în timpul prestării serviciului (executării lucrării), a devenit clar că serviciul (lucrarea) nu va fi îndeplinit în termenul stabilit, sau dacă termenul de prestare a serviciului (executare a lucrării) a expirat, consumatorul este în drept, opțional:

a) să fixeze prestatorului (executantului) un nou termen, în cadrul căruia el trebuie să înceapă și să finalizeze prestarea serviciului (executarea lucrării), și să ceară reducerea prețului pentru serviciu (lucrare);

b) să rezilieze contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) și să revendice repararea prejudiciului cauzat prin încălcarea termenelor de începere și/sau finalizare a prestării serviciului (executării lucrării).

(3) Termenele noi de prestare a serviciului (executare a lucrării) stabilite de consumator se stipulează în contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării).

(4) Reclamațiile consumatorului privind nerespectarea termenelor de prestare a serviciului (executare a lucrării) nu vor fi satisfăcute dacă prestatorul (executantul) va face dovada că tergiversarea s-a produs din motive de forță majoră.

(5) În momentul finalizării lucrării, prestatorul (executantul) întocmește un act de finalizare a lucrărilor, ce urmează a fi semnat de consumator cu sau fără rezerve.

*[Art.21 alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(6) Prestarea serviciilor de întreținere și reparație a elementelor constructive ale blocurilor locative constituie obligația gestionarilor blocurilor respective și se efectuează conform tarifelor stabilite în modul corespunzător.

*[Art.21 alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 22.** Prestarea serviciului (executarea lucrării) din materialul prestatorului (executantului)

(1) Prestatorul (executantul) este obligat să presteze serviciul (să execute lucrarea), conform contractului, din materialele și cu mijloacele proprii dacă consumatorul nu cere prestarea (executarea) lui din materialul său.

(2) Prestatorul (executantul) răspunde pentru calitatea materialului său.

(3) Materialul prestatorului (executantului), uneltele, mijloacele tehnice și altele asemenea, necesare pentru prestarea serviciului (executarea lucrării), sînt transportate la locul de prestare a serviciului (executare a lucrării) de către prestator (executant).

**Articolul 23.** Prestarea serviciului (executarea lucrării) din materialul (cu obiectul) consumatorului

(1) Dacă serviciul se prestează (lucrarea se execută) integral sau parțial din materialul (cu

obiectul) consumatorului, prestatorul (executantul) răspunde pentru integritatea acestui material (obiect) și pentru utilizarea lui corectă.

(2) Prestatorul (executantul) este obligat să prevină consumatorul că materialul (obiectul) transmis de acesta conține defecte sau este necalitativ, fapt ce se consemnează în contract, precum și să prezinte un raport asupra utilizării materialului (obiectului) și să-i restituie partea rămasă.

(3) În cazul pierderii (deteriorării) totale sau parțiale a materialului (obiectului) preluat de la consumator, prestatorul (executantul) este obligat, cu acordul consumatorului, să-l înlocuiască, în termen de 10 zile, cu un material (obiect) similar de aceeași calitate, iar dacă acesta lipsește - să restituie consumatorului costul dublu al materialului (obiectului), precum și cheltuielile suportate.

(4) Necunoașterea de către prestator (executant) a proprietăților specifice ale materialului (obiectului) nu îl exonerează de răspundere.

(5) Costul materialului (obiectului) predat prestatorului (executantului) se stabilește de către consumator și se consemnează în contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) sau într-un alt document (chitanță, comandă).

(6) Prestatorul (executantul) nu răspunde de pierderea (deteriorarea) totală sau parțială a materialului (obiectului) preluat de la consumator dacă acesta a fost prevenit în scris referitor la proprietățile specifice ale materialului (obiectului), care pot determina pierderea (deteriorarea) lui totală sau parțială.

(7) Prestatorul (executantul) este obligat să informeze la timp consumatorul asupra circumstanțelor care pot influența calitatea serviciului prestat (lucrării executate).

(8) Prestatorul (executantul) este în drept să rezilieze contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) și să ceară compensarea integrală a cheltuielilor suportate dacă consumatorul, deși a fost informat la timp și în modul corespunzător, nu va înlocui într-un termen rezonabil materialul cu defecte sau necalitativ, nu va modifica indicațiile privind modul de prestare a serviciului (executare a lucrării) sau nu va înlătura alte circumstanțe care pot reduce calitatea serviciului prestat (lucrării executate).

## **Capitolul V**

### **INFORMAREA CONSUMATORILOR**

#### **Articolul 24. Dreptul consumatorilor la informare**

Consumatorii au dreptul de a fi informați, în mod complet, corect și precis, asupra caracteristicilor produselor și serviciilor oferite de către agenții economici astfel încât să aibă posibilitatea de a face o alegere rațională, în conformitate cu interesele lor, între produsele și serviciile oferite și să fie în măsură să le utilizeze, potrivit destinației acestora, în deplină securitate.

#### **Articolul 25. Obligațiile agenților economici privind informarea consumatorilor**

(1) Informarea consumatorilor despre produsele, serviciile oferite se realizează, în mod obligatoriu, prin elemente de identificare și prin indicarea caracteristicilor acestora, care se înscriu la vedere și explicit pe produs, etichetă, ambalaj sau în cartea tehnică, în instrucțiunile de exploatare ori în altă documentație de însoțire a produsului, serviciului, după caz, în funcție de destinația acestora. Textul informației va fi lizibil, imprimat cu litere și caractere distincte pentru consumator.

*[Art.25 alin.(1) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(2) Se interzice importul și plasarea pe piață a produselor, prestarea serviciilor în lipsa informației complete, veridice și corecte în limba moldovenească sau în limbile moldovenească și rusă.

(3) Producătorul (ambalatorul) trebuie să prezinte informații despre denumirea produsului, denumirea și marca producătorului (sau denumirea importatorului), să indice adresa acestuia

(numărul de telefon, după caz), masa/volumul, principalele caracteristici calitative, compoziția, aditivii folosiți, eventualele riscuri, modul de utilizare, de manipulare, de depozitare, de conservare sau de păstrare, contraindicațiile, precum și valoarea energetică la produsele alimentare preambalate, țara producătoare, termenul de garanție, durata de funcționare, termenul de valabilitate și data fabricării, în conformitate cu reglementările tehnice și standardele naționale în vigoare.

(4) Produsele de folosință îndelungată trebuie să fie însoțite de certificatul de garanție, precum și de cartea tehnică ori de instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, elaborate de către producătorul nemijlocit.

(5) Vânzătorii și prestatorii de servicii trebuie să informeze consumatorii despre prețul de vânzare al produsului și prețul pe unitatea de măsură a produsului (când este aplicabil) sau despre tariful serviciului prestat, să ofere toate informațiile specificate la alin. (3), să ofere date despre evaluarea conformității și, după caz, documentele tehnice care trebuie să însoțească produsul ori serviciul.

*[Art.25 alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(6) Toate informațiile, inclusiv cele verbale, referitoare la produsele, serviciile oferite consumatorilor, documentația de însoțire, precum și contractele încheiate, trebuie să fie prezentate în limba moldovenească sau în limba moldovenească și în una din limbile de circulație internațională.

(7) Informațiile referitoare la serviciile prestate trebuie să cuprindă, conform reglementărilor în vigoare, categoria calitativă respectivă a serviciului, termenul de prestare, termenul de garanție, tarifele, eventualele riscuri și declarația de conformitate sau certificatul de conformitate.

(8) Agenții economici sînt obligați să demonstreze consumatorilor, la cererea acestora, modul de utilizare și funcționalitatea produselor de folosință îndelungată ce urmează a fi vîndute.

(9) Se interzice prezentarea, prin orice mijloace, a unor afirmații și caracteristici care nu sînt conforme parametrilor reali ce caracterizează produsele, serviciile.

(10) Prețurile și tarifele trebuie indicate la vedere într-o formă clară și explicită. Regulamentul privind modul de indicare a prețurilor oferite consumatorilor se aprobă de Guvern.

*[Art.25 alin.(10) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(11) Vânzătorul, prestatorul sînt obligați să comercializeze produse și să presteze servicii numai în locuri și în spații autorizate, conform reglementărilor legale.

(12) Vânzătorul, prestatorul sînt obligați să afișeze la vedere adresa și numărul de telefon al autorității abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor, informația privind termenul de garanție la produsele, serviciile oferite, precum și informația despre obligativitatea prezenței bonului de casă sau a unui alt document, care confirmă faptul cumpărării produsului, prestării serviciului, la examinarea reclamației. Formatul și structura unificate ale panoului informativ al consumatorului se stabilesc de Agenția pentru Protecția Consumatorilor și se plasează pe pagina web a acesteia.

*[Art.25 alin.(12) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(13) Vânzătorul, prestatorul, inclusiv în cazul în care desfășoară activitate comercială în afara localului autorizat, sînt obligați să afișeze la vedere denumirea lor, autorizația de funcționare, licența dacă obligativitatea acesteia este prevăzută de legislație, precum și să afișeze programul de lucru și să îl respecte.

#### **Articolul 26. Instruirea în domeniul protecției consumatorilor**

(1) Instruirea în domeniul protecției consumatorilor se asigură prin instituirea unor sisteme de informare a consumatorilor privind drepturile lor, prin realizarea măsurilor necesare pentru protecția acestor drepturi, prin organizarea de seminare, editarea de publicații cu tematică respectivă și prin alte acțiuni întreprinse de organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor și de structurile neguvernamentale, precum și prin mass-media și alte organe

interesate.

(2) Instruirea (educarea) consumatorilor face parte din programa de învățământ.  
*[Art.26 alin.(2) noțiunea în vigoare din 1 ianuarie 2012, alineatul unic devine alineatul (1)]*

## **Capitolul VI** **ORGANELE ABILITATE CU FUNCȚII DE PROTECȚIE** **A CONSUMATORILOR**

**Articolul 27.** Autoritățile administrației publice centrale  
cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor

*[Titlul art.27 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(1) Protecția drepturilor consumatorilor de către stat se realizează prin elaborarea și promovarea la nivel de stat a politicii în domeniul protecției drepturilor consumatorilor, elaborarea și aprobarea legilor și altor acte normative în domeniu, prin organizarea și exercitarea controlului și supravegherii de stat asupra respectării legislației în domeniu, precum și a cerințelor prescise sau declarate referitoare la produse, servicii.

(2) Organul central de specialitate al administrației publice responsabil de elaborarea politicii de stat în domeniul protecției consumatorilor este Ministerul Economiei, care are următoarele atribuții principale în domeniul protecției consumatorilor:

- a) coordonează și promovează politica statului în domeniul protecției consumatorilor;
- b) asigură dezvoltarea cadrului legislativ în domeniul protecției consumatorilor, inclusiv prin transpunerea directivelor europene relevante în legislația națională;
- c) coordonează activitatea organelor administrației publice abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor specificate la art. 28;
- d) coordonează activitățile de informare și de educare a cetățenilor în ceea ce privește drepturile pe care le au în calitate de consumatori;
- e) organizează activitatea Consiliului Coordonator în domeniul Protecției Consumatorilor, organ consultativ care întrunește reprezentanți ai autorităților administrației publice centrale și locale, ai asociațiilor obștești de consumatori;
- f) reprezintă Republica Moldova în organismele internaționale de protecție a consumatorilor.

*[Art.27 alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(3) Agenția pentru Protecția Consumatorilor are următoarele atribuții principale:

- a) implementează politica în domeniul protecției consumatorilor în comun cu organele centrale de specialitate ale administrației publice, cu autoritățile administrației publice locale cu atribuții în domeniu și cu asociațiile obștești de consumatori;
- b) examinează și înaintează propuneri la proiecte de acte legislative sau de alte acte normative în domeniul protecției consumatorilor referitor la fabricarea, ambalarea, etichetarea, conservarea, depozitarea, transportarea, importul și comercializarea produselor, referitor la prestarea serviciilor, astfel încât acestea să nu pună în pericol viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor, să nu afecteze drepturile și interesele lor legitime, precum și referitor la regulile de desfășurare a activităților de comerț;
- c) participă, în colaborare cu organizații și instituții din țară și din străinătate, la realizarea programelor interne și internaționale în domeniul protecției consumatorilor în limita competențelor ce îi revin conform legii;
- d) organizează activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor în ceea ce privește drepturile lor legitime;
- e) colaborează cu asociațiile obștești de consumatori în vederea informării consumatorilor asupra drepturilor lor legitime și a modalității de apărare a acestora;
- f) informează consumatorii asupra produselor și serviciilor ce prezintă riscuri pentru sănătatea și securitatea lor, precum și asupra practicilor comerciale incorecte care le pot afecta interesele economice;
- g) efectuează controlul respectării prevederilor legislației în domeniul protecției



consumatorilor, reglementărilor tehnice și altor acte normative ce stabilesc cerințe obligatorii privind securitatea produselor și a serviciilor, controlul corespunderii produselor și serviciilor plasate pe piață cerințelor prescrise și/sau declarate, cu excepția controalelor privind respectarea regulilor sanitaro-igienice și sanitar-veterinare de către producătorii de produse alimentare;

h) efectuează prelevări de probe la produsele plasate pe piață pentru analize și încercări de laborator în laboratoare acreditate;

i) efectuează controlul metrologic legal, inclusiv supravegherea metrologică a respectării de către persoanele juridice și/sau fizice a prevederilor actelor legislative și altor acte normative în domeniul metrologiei legale;

j) prezintă periodic rapoarte și sinteze Ministerului Economiei și autorităților administrației publice centrale interesate referitor la activitatea proprie în domeniul protecției consumatorilor și referitor la rezultatele supravegherii pieței;

k) constată contravenții, examinează cauze contravenționale și aplică sancțiuni în conformitate cu prevederile Codului contravențional;

l) emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, de reducere a prețului acestora, conform art. 18, ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data recepționării de către agentul economic;

m) emite decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte;

n) emite decizii de interzicere a practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost aplicate, dar acest lucru este iminent;

o) solicită informații privind măsurile întreprinse de către agenții economici în vederea remedierii neajunsurilor depistate;

p) sesizează autoritatea de licențiere și/sau autoritățile administrației publice locale în cazul constatării cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase ori în cazul altor încălcări, în scopul suspendării sau retragerii licenței, autorizației de amplasare și funcționare ori a certificatului de clasificare;

q) sesizează organismele de evaluare a conformității, în baza constatărilor proprii, sesizărilor consumatorilor sau sesizărilor asociațiilor obștești de consumatori, în ceea ce privește neconformitatea produselor și serviciilor plasate pe piață, însoțite de certificate de conformitate;

r) examinează reclamațiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor legitime ale acestora;

s) realizează protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor prin mijloacele prevăzute de lege;

t) acordă persoanelor fizice și juridice consultanță de specialitate în domeniul protecției consumatorilor;

u) îndeplinește alte sarcini stabilite prin lege în domeniul său de activitate.

*[Art.27(22) alin.(3) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(4) Regulamentul Agenției pentru Protecția Consumatorilor, precum și Regulamentul privind modul de efectuare a activităților de supraveghere a pieței se aprobă de Guvern.

*[Art.27 alin.(4) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(5) Pentru coordonarea activității de protecție a consumatorilor se creează, prin hotărâre de Guvern, Consiliul Coordonator în domeniul Protecției Consumatorilor, care:

a) contribuie la promovarea politicii statului în domeniul protecției consumatorilor;

b) participă la elaborarea programelor naționale de protecție a consumatorilor pe termen scurt și pe termen lung;

c) coordonează activitățile desfășurate în domeniul protecției consumatorilor de către autoritățile administrației publice cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor;

d) participă la procesul de armonizare a legislației naționale cu legislația Uniunii Europene în domeniul protecției consumatorilor;

e) coordonează activitatea de implementare și realizare a prevederilor legislației în domeniul



protecției consumatorilor;

f) coordonează activitățile de examinare și soluționare a petițiilor consumatorilor care depășesc competența unui singur organ sau care abordează probleme cu caracter general, ce pot avea un impact negativ asupra societății, cu implicarea specialiștilor din diferite domenii.

*[Art.27 alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 28.** Alte organe ale administrației publice abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor

Organe ale administrației publice abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor, de asemenea, sînt:

- a) în domeniul protecției vieții și sănătății consumatorilor - Ministerul Sănătății;
- b) în domeniul transportului interurban și internațional - organul de specialitate al administrației publice centrale în domeniul transporturilor;
- c) în domeniul construcțiilor - organul administrației publice centrale specializat în domeniul construcțiilor;
- d) în domeniul turismului - Agenția Turismului;
- e) în domeniile energetic și de alimentare cu apă și de canalizare – organul de stat abilitat cu funcții de reglementare în energetică și în domeniul de alimentare cu apă și de canalizare;
- f) în domeniul telecomunicațiilor - organul de stat abilitat cu funcții de reglementări în telecomunicații;
- g) în domeniul asigurărilor - organul de stat abilitat cu funcții de supraveghere a asigurărilor;
- h) în domeniul serviciilor bancare - Banca Națională;
- i) în domeniul produselor alimentare, la toate etapele lanțului alimentar – Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor.

*[Art.28 lit.e) în redacția LP37 din 19.03.15, MO94-97/17.04.15 art.145]*

**Articolul 29.** Atribuțiile autorităților administrației publice locale privind protecția consumatorilor

În scopul protecției consumatorilor, autoritățile administrației publice locale, în raza unității teritorial-administrative respective, în conformitate cu legislația, au obligația:

a) să informeze consumatorii și să le acorde consultații, să examineze, în limita competenței lor, reclamațiile acestora referitor la:

- transportul local;
- serviciile comunale;
- activitățile pentru care, conform legislației, ele acordă autorizații și licențe;

b) să readreseze reclamațiile către organul abilitat cu funcții de protecție a consumatorilor în domeniul respectiv în cazul în care obiectul reclamației depășește limita competenței lor;

c) să informeze neîntârziat autoritățile competente despre cazurile de constatare a produselor, serviciilor falsificate (contrafăcute) sau periculoase, precum și despre alte cazuri de necorespondere cerințelor prescrise sau declarate;

d) să retragă, în mod obligatoriu, la sesizarea organelor indicate la art.27 și 28, autorizația sau licența, eliberată de către autoritățile administrației publice locale agentului economic, în cazul depistării de produse, servicii falsificate (contrafăcute) sau periculoase;

e) să contribuie prin mijloace posibile la înființarea și funcționarea asociațiilor obștești de consumatori.

**Articolul 30 .** Asociațiile obștești de consumatori

*[Titlul art.30 în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(1) Cetățenii sînt în drept de a se organiza benevol în asociații obștești de consumatori, care își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația.

(2) Asociațiile obștești de consumatori au dreptul:

- a) să înainteze în instanțe judecătorești acțiuni pentru protecția drepturilor și intereselor

legitime ale consumatorilor, fără achitarea taxei de stat;

*[Art.30 alin.(2) lit.a) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

b) să adreseze, atât organelor de control, cât și organelor procuraturii, propuneri privind tragerea la răspundere a persoanelor vinovate de producerea și comercializarea produselor, prestarea serviciilor care nu corespund cerințelor prescrise sau declarate, precum și de nerespectarea drepturilor consumatorilor, prevăzute de legislație;

c) să informeze, în baza reclamațiilor primite de la consumatori, organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor despre produsele, serviciile necorespunzătoare;

d) să solicite instanței de contencios administrativ competente anularea în tot sau în parte a actelor, emise de autoritățile publice, care lezează drepturile și interesele legitime ale consumatorilor și care contravin legislației;

e) să organizeze, în modul stabilit de lege, efectuarea expertizei produselor, serviciilor în ceea ce privește conformitatea lor cerințelor prescrise sau declarate;

*[Art.30 alin.(2) lit.e) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

f) să înainteze agenților economici și organelor abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor propuneri privind îmbunătățirea calității produselor, serviciilor și interzicerea comercializării produselor necorespunzătoare;

g) să sesizeze organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor referitor la produsele, serviciile necorespunzătoare sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, referitor la clauze abuzive în contracte și practicile incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii;

*[Art.30 alin.(2) lit.g) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

h) să primească de la organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor informații și răspunsuri referitor la propunerile și sesizările înaintate;

i) să organizeze chestionarea consumatorilor în scopul elucidării opiniei publice despre calitatea produselor comercializate și prețurile lor;

j) să informeze consumatorii, prin intermediul mass-media, despre calitatea produselor, serviciilor, încălcarea drepturilor și intereselor lor legitime, despre rezultatele consultării opiniei publice;

k) să întrețină relații de colaborare internațională în domeniul protecției consumatorilor;

l) să înainteze autorităților administrației publice propuneri pentru modificarea legislației în vigoare în domeniul protecției consumatorilor;

m) să efectueze activități de informare și de consiliere în domeniul protecției consumatorilor;

*[Art.30 alin.(2) lit.m) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

n) să reprezinte interesele consumatorilor în procedura de mediere la soluționarea litigiilor dintre consumator și vânzător/prestator.

*[Art.30 alin.(2) lit.n) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(3) Programele, proiectele și activitățile de informare a consumatorilor propuse de asociațiile obștești de consumatori de utilitate publică pot fi finanțate de stat, conform legii, în cazul în care asociațiile respective:

a) acționează exclusiv în numele și în interesul consumatorilor;

b) sînt economic independente de producători, importatori, distribuitori și vânzători.

*[Art.30 alin.(3) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(4) Procedura finanțării prevăzută la alin. (3) se stabilește și se aprobă de Ministerul Economiei, care monitorizează utilizarea mijloacelor financiare alocate pentru scopuri de informare a consumatorilor. Criteriile pentru determinarea volumului de finanțare sînt:

a) volumul și numărul de publicații diseminate în scopul protecției consumatorilor;

b) periodicitatea campaniilor informaționale desfășurate pentru consumatori;

c) numărul de acțiuni înaintate în instanțele judecătorești în scopul protecției consumatorilor;

d) deținerea unui birou de consultanță sau a unei linii telefonice directe pentru consultarea

consumatorilor din cel puțin o treime de unități administrative teritoriale.

*[Art.30 alin.(4) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

## **Capitolul VII** **ACȚIUNI PRIVIND PROTECȚIA DREPTURILOR** **CONSUMATORILOR**

**Articolul 31.** Acțiuni privind protecția drepturilor consumatorilor

(1) Acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor pot fi depuse la instanța judecătorească de către consumatorii înșiși sau reprezentanții acestora, de către autoritățile administrației publice abilitate sau de către asociațiile obștești de consumatori.

*[Art.31 alin.(1) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(2) Acțiunile privind protecția drepturilor consumatorilor se depun la instanța judecătorească în conformitate cu termenul prevăzute de legislație. Consumatorii sînt scutiți de taxa de stat în acțiunile privind protecția drepturilor sale.

*[Art.31 alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(3) Organele abilitate cu funcții de protecție a consumatorilor pot reprezenta interesele consumatorilor în instanța de judecată în scopul protecției drepturilor consumatorilor.

(4) Vînzătorul, prestatorul vor fi exonerati de răspundere pentru neîndeplinirea obligațiilor lor sau pentru îndeplinirea lor neconformă, sau pentru cauzarea prejudiciului dacă vor face dovada că aceste fapte s-au produs din motive de forță majoră.

(5) Pentru soluționarea litigiilor ce țin de protecția drepturilor consumatorilor, consumatorii și agenții economici pot iniția benevol procedura de mediere ca o modalitate alternativă de soluționare.

*[Art.31 alin.(5) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

(6) Procedura de mediere, în cazul soluționării litigiilor ce țin de protecția drepturilor consumatorilor, este reglementată de lege.

*[Art.31 alin.(6) în vigoare din 1 ianuarie 2012]*

**Articolul 32.** Responsabilitatea vînzătorului, prestatorului pentru încălcarea termenelor stabilite

(1) Pentru încălcarea termenelor prevăzute la art.18 alin.(1), vînzătorul, prestatorul achită consumatorului pentru fiecare zi (oră, dacă termenul a fost stabilit în ore) depășită o penalitate în mărime de 5% din prețul produsului, serviciului în vigoare la data examinării reclamației consumatorului.

(2) În cazul încălcării termenelor stabilite, conform art. 21, de începere și finalizare a prestării serviciului (executării lucrării) sau termenelor noi fixate de consumator, prestatorul (executantul) achită consumatorului pentru fiecare zi (oră, dacă termenul a fost stabilit în ore) depășită o penalitate în mărime de 10% din prețul serviciului (lucrării).

(3) Prin contractul de prestare a serviciului (executare a lucrării) se poate stabili o penalitate mai mare.

(4) Plata penalităților și repararea prejudiciului nu exonerează vînzătorul, prestatorul (executantul) de îndeplinirea obligațiilor ce îi revin față de consumator.

(5) Pretențiile consumatorului privind repararea prejudiciului și achitarea penalităților, prevăzute de prezenta lege sau de contract, se soluționează de vînzător, prestator pe cale amiabilă sau pe cale judiciară, conform legislației.

(6) La efectuarea controlului de către organul abilitat, în baza reclamației consumatorului, vînzătorul, prestatorul suportă cheltuielile aferente, inclusiv pentru expertize și încercări (testări), dacă acestea confirmă necorespunderea produsului, serviciului cerințelor prescrise sau declarate.

**Articolul 33.** Răspunderea pentru încălcarea prevederilor prezentei legi

(1) Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspundere conform legislației în vigoare.

(2) Examinarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor contravenționale pentru nerespectarea prezentei legi se efectuează conform procedurilor și atribuțiilor stabilite de Codul contravențional.

*[Art.33 alin.(2) în vigoare din 1 ianuarie 2012, alineatul unic devine alineatul (1)]*

## **Capitolul VIII DISPOZIȚII FINALE**

### **Articolul 34**

(1) Prezenta lege intră în vigoare la expirarea a 4 luni de la data publicării.

(2) La data intrării în vigoare a prezentei legi, se abrogă Legea nr.1453-XII din 25 mai 1993 privind protecția consumatorilor.

### **Articolul 35**

Guvernul, în termen de 2 luni:

a) va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în vigoare în conformitate cu prezenta lege;

b) va aduce actele sale normative în conformitate cu prezenta lege.

**PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI**

**Eugenia OSTAPCIUC**

**Nr.105-XV. Chișinău, 13 martie 2003.**



Республика Молдова

ПАРЛАМЕНТ

ЗАКОН Nr. 105  
от 13.03.2003

**о защите прав потребителей\***

Опубликован : 21.10.2011 в Monitorul Oficial Nr. 176-181    статья № : 513    Дата  
вступления в силу : 28.10.2003

**ИЗМЕНЕН**

[ЗП 37 от 17.04.2015, МО 94-97 / 19.03.2015, ст.145](#)

[ЗП38 от 27.03.14, МО92-98/18.04.14 ст.228](#)

[ЗП318 от 27.12.12, МО49-55/08.03.13 ст.152](#)

[ЗП23 от 01.03.12, МО54-59/23.03.12 ст.172; в силу с 23.06.12](#)

---

\* Повторно опубликован на основании ч. (2) ст. VI Закона № 140 от 28 июля 2011 г. – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011 г., №146, ст.446.

Изменен и дополнен законами Республики Молдова:

- 1) № 526-XV от 18.12.2003 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004 г., №.13-15, ст.104;
- 2) № 60-XVI от 28.04.2005 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2005 г., №.92-94, ст.431;
- 3) № 64-XVI от 30.03.2006 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006 г., №.66-69, ст.273 ;
- 4) № 148-XVI от 8.06.2006 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006 г., №.98-101, ст.459;
- 5) № 280-XVI от 14.12.2007– Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2008 г., №.94-96, ст.349;
- 6) № 131-XVIII от 23.12.2009 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010 г., №.23-24, ст.35;
- 7) № 109 от 4.06.2010 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010 г., №.131-134, ст.443;
- 8) № 140 от 28.07.2011 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011, №.146, ст.446; вступает в силу с 1 января 2012.

Настоящий закон устанавливает правовые основы защиты государством лиц, выступающих в качестве потребителей, и воплощает Директиву 2005/29/ЕС Европейского Парламента и Совета от 11 мая 2005 года о недобросовестных коммерческих практиках предприятий на внутреннем рынке по отношению к потребителям и изменении Директивы 84/450/ЕЭС Совета и директив 97/7/ЕС, 98/27/ЕС и 2002/65/ЕС Европейского Парламента и Совета, а также Регламента (ЕС) № 2006/2004 Европейского Парламента и Совета, опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза (JO), № L 149/22 от 11 июня 2005 года.

*[Преамбул вступает в силу с 1 января 2012]*

Парламент принимает настоящий органический закон.

## Глава I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### Статья 1. Используемые понятия

Используемые в настоящем законе понятия имеют следующие значения:

*потребитель* - любое физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее или использующее продукты, услуги для нужд, не связанных с предпринимательской или профессиональной деятельностью;

*хозяйствующий субъект* - любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые производят, транспортируют, реализуют продукты или их составные части, оказывают услуги (выполняют работы);

производитель:

- хозяйствующий субъект, который производит конечный продукт, его составную часть или сырье;

- хозяйствующий субъект, который ставит на продукт свое имя, торговый или другой отличительный знак;

- хозяйствующий субъект, который восстанавливает продукт;

- хозяйствующий субъект, который изменяет характеристики продукта;

- зарегистрированный в Республике Молдова представитель хозяйствующего субъекта с местонахождением вне пределов Республики Молдова;

- хозяйствующий субъект, который импортирует продукты;

- дистрибьютор или продавец импортного продукта в случае, когда импортер неизвестен;

- дистрибьютор или продавец продукта в случае, когда невозможно установить импортера, если он в 30-дневный срок после подачи заявления не сообщил пострадавшему лицу об установлении импортера;

*продавец* - любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые осуществляют коммерческую деятельность по отношению к потребителям;

*исполнитель* - любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые оказывают услуги;

*продукт* – ценность, предназначенная для индивидуального потребления или использования; продуктами считаются также электрическая и тепловая энергия, газ, вода, поставляемые для индивидуального потребления. В рамках коммерческих практик продуктом является любая ценность или услуга, в том числе недвижимость, связанные с продуктом права и обязанности;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*услуга* - деятельность, иная, чем та, результатом которой является продукт, осуществляемая с целью удовлетворения потребностей потребителей;

*работа* - совокупность действий, в результате которых получается продукт или



изменяются его характеристики;

*безопасные продукт, услуга* - продукт, услуга, которые не представляют опасности для жизни, здоровья, наследственности и имущества потребителей или окружающей среды;

*опасные продукт, услуга* - продукт, услуга, которые не могут быть определены как безопасные;

*продукт длительного пользования* - технически сложный продукт, состоящий из деталей и частей, спроектированный и сконструированный для использования в период срока службы, который может быть подвергнут ремонту или деятельности по поддержанию;

*установленные требования* - требования, установленные в нормативных документах, в том числе в нормативных документах по стандартизации;

*срок службы* - период времени, установленный производителем (хозяйствующим субъектом, который производит продукт) в нормативных документах для продуктов длительного пользования, в течение которого продукты, иные, чем те, для которых установлен срок годности, должны сохранять специфические характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения, эксплуатации и потребления;

*срок годности* - период времени, установленный хозяйствующим субъектом, производящим скоропортящийся продукт или продукт, в короткий срок могущий стать опасным для здоровья потребителей, в течение которого продукт должен сохранять специфические характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения, использования и потребления. Для пищевых продуктов и лекарств сроком годности является предельная дата потребления;

*гарантийный срок* - период времени, установленный или заявленный, который исчисляется со дня приобретения продукта, услуги и в течение которого продукт, услуга должны сохранять установленные или заявленные для них характеристики, а производитель, продавец, исполнитель берут на себя ответственность за устранение недостатков или замену несоответствующих продукта, услуги за свой счет при условии, что эти недостатки возникли не по вине потребителя. Для алкогольной продукции гарантийным сроком является период времени, установленный производителем в нормативных документах, который исчисляется со дня розлива и в течение которого приобретенная продукция должна сохранять установленные или заявленные характеристики;

*качество* - совокупность характеристик продукта, услуги, относящихся к их способности удовлетворять в соответствии с назначением выраженные или предполагаемые потребности;

*декларация о соответствии* - письменная декларация производителя, исполнителя или их официального представителя, посредством которой они заявляют под свою ответственность о том, что продукт, услуга соответствуют установленным требованиям;

*неправомерное условие* – условие договора, которое, будучи индивидуально не согласованным с потребителем, создает вопреки требованиям здравого смысла само по себе или совместно с другими требованиями договора в ущерб потребителю существенный дисбаланс между вытекающими из договора правами и обязанностями сторон;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*поставка на рынок* - действие, направленное на размещение продуктов на рынке Республики Молдова, в том числе их хранение в целях распространения, предложения посредством продажи или любой другой формы передачи продукции, платной или безвозмездной;

*фальсифицированный (поддельный) продукт* - продукт, изготовленный из иных

компонентов, в иных пропорциях или в иных условиях, чем те, которые установлены в нормативных документах, представляемый как подлинный;

*несоответствующие продукт, услуга* - продукт, услуга, которые не соответствуют установленным или заявленным требованиям;

*недостаток* - изъян продукта, услуги, который делает их не соответствующими установленным или заявленным требованиям и который проявляется и может быть определен только при использовании и/или хранении данного товара, услуги;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*скрытый недостаток* - качественный изъян продукта, услуги, который, хотя и существовал в момент поставки продукта, оказания услуги, не был известен потребителю и не мог быть обнаружен им обычными способами проверки;

*ущерб* - материальный и/или моральный вред, причиненный потребителю в результате разрушения, повреждения или уменьшения его имущества, а также вред, причиненный его жизни, здоровью и наследственности в результате употребления и/или использования несоответствующих продуктов, услуг либо вследствие отказа или необоснованного затягивания заключения договора об оказании услуги;

*экономический интерес* - совокупность требований, выдвинутых потребителем продавцу, исполнителю, по бесплатному устранению недостатков, бесплатной замене или возврату стоимости несоответствующих продукта, услуги и возмещению причиненного ущерба, а также другие требования, связанные с материальным интересом потребителя.

*общественное объединение потребителей* – общественное объединение, единственной целью которого является защита прав и законных интересов потребителей без извлечения выгоды для своих членов;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*кодекс поведения* – договор или совокупность правил, не предусмотренных законодательством или административными распоряжениями, определяющих поведение коммерсантов, обязующихся их соблюдать в связи с одной или несколькими коммерческими практиками либо в одном или нескольких секторах деятельности;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*[Ст.1 понятие "договор присоединения" исключено ЗПЗ от 01.03.12, МО54-59/23.03.12 ст.172; в силу с 23.06.12]*

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*коммерческое решение* – любое принятое потребителем решение о целесообразности, способе и условиях приобретения продукта, полной или частичной форме его оплаты, сохранении продукта или отказе от него либо о выполнении договорного права в отношении продукта, которое может привести потребителя к действию или воздержанию от него;

*[понятие вступает в силу с 1.01.2012]*

*существенное искажение экономического подхода потребителей* – использование коммерческой практики, существенно влияющей на способность потребителей принимать осознанное решение по делу и предопределяющей таким образом принятие коммерческого решения, которое в ином случае не было бы принято;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*профессиональное мастерство* – уровень специализированной компетенции и рассудительности, который коммерсант может разумно использовать по отношению к потребителям в соответствии с добросовестной коммерческой практикой и/или с общим принципом здравого смысла в области своей деятельности;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*дистрибьютор* – хозяйствующий субъект дистрибьюторной цепи, иной, чем производитель или импортер, который поставяет продукцию на рынок и обеспечивает

перевод права собственности на нее от производителя к потребителю;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*покупательское приглашение* – коммерческое сообщение, посредством которого указываются характеристики и цена продукта в порядке, соответствующем используемым для этого средствам коммерческих коммуникаций, и которое побуждает потребителя к покупке данного продукта;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*необоснованное воздействие* – использование позиции силы по отношению к потребителю в виде оказания давления на него, даже не прибегая к физической силе или угрозе ее применения, в порядке, существенно ограничивающем способность потребителя принимать осознанное решение;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*коммерческие практики* (практики коммерсантов во взаимоотношениях с потребителями) – любое действие, опущение, поведение, заявление или коммерческое сообщение, включая рекламу и продажу, осуществленные коммерсантом в тесной связи с продвижением, продажей или поставкой товара потребителям;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*ответственный за кодекс поведения* – любое лицо, в том числе коммерсант или группа коммерсантов, ответственное за составление и пересмотр кодекса поведения и/или надзор за его соблюдением теми, кто обязался таковой соблюдать;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*исполнитель* – любое физическое или юридическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которое выполняет работы во взаимоотношениях с потребителями;

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

*коммерсант* – любое физическое или юридическое лицо, которое в коммерческих практиках, являющихся предметом настоящего закона, действует в рамках своей коммерческой, промышленной, производственной или кустарной деятельности, а также любое лицо, которое действует в коммерческих целях от имени или в пользу какого-либо коммерсанта.

*[понятие вступает в силу с 1 января 2012]*

## **Статья 2 (1<sup>1</sup>). Область применения**

(1) Настоящий закон определяет общие требования по защите потребителей, обеспечению необходимых условий для их неограниченного доступа к продуктам и услугам, для полного информирования об основных характеристиках продуктов и услуг, защиты и обеспечения прав и законных интересов потребителей в связи с недобросовестными коммерческими практиками, а также для участия потребителей в обосновании и принятии решений, интересующих их в качестве потребителей.

(2) Настоящий закон применяется к определенным статьей (13) 101 недобросовестным коммерческим практикам коммерсантов в отношении потребителей до, во время и после торговой сделки, связанной с продуктом, услугой.

(3) Настоящий закон не затрагивает:

a) законодательные положения, касающиеся аспектов здоровья потребителей и безопасности товаров;

b) законодательные положения, определяющие подсудность судебных инстанций;

c) законодательные положения, регулирующие опробование и клеймение изделий из драгоценных металлов;

d) специфические положения в определенных областях, относящиеся к недобросовестным коммерческим практикам. Если такие положения существуют в специальных законах, они применяются как дополнительные требования к

предусмотренным настоящим законом, а в случае, если в специальных законах содержатся более ограничительные требования в отношении недобросовестных коммерческих практик, применяются указанные ограничительные требования.

*[Ст. 2 (1<sup>1</sup>) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 3 (2).** Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей  
Отношения в области защиты прав потребителей регулируются настоящим законом, Гражданским кодексом, иными законами и другими нормативными актами в соответствующей области.

**Статья 4 (3).** Международные соглашения

Если международными соглашениями, стороной которых является Республика Молдова, предусмотрены иные нормы, чем те, которые содержатся в национальном законодательстве о защите прав потребителей, применяются нормы международных соглашений.

**Статья 5.** Неправомерные условия

В соответствии с положениями Закона о неправомерных условиях в договорах, заключенных с потребителями, запрещается включение коммерсантами неправомерных условий в такого рода договоры.

*[Ст.5 в редакции ЗП23 от 01.03.12, МО54-59/23.03.12 ст.172; в силу с 23.06.12]*

*[Ст.5 (4) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 6 (5).** Основные права потребителей

Каждый потребитель имеет право на:

- a) защиту своих прав государством;
- b) защиту от риска приобретения продукта, услуги, которые могут причинить вред его жизни, здоровью, наследственности или безопасности либо нанести ущерб его правам и законным интересам;
- c) бесплатное устранение недостатков, бесплатную замену, возврат стоимости продукта, услуги или соответствующее уменьшение цены, возмещение ущерба, в том числе морального, причиненного несоответствующими продуктом, услугой;
- d) полную, достоверную и точную информацию о приобретаемых продуктах, услугах;
- e) просвещение в области своих прав;
- f) организацию в общественные объединения по защите прав потребителей;
- g) обращение в органы публичной власти и представление своих интересов в них;
- h) обращение в объединения по защите прав потребителей и органы публичной власти по поводу нарушения своих прав и законных интересов в качестве потребителя и представление предложений об улучшении качества продуктов, услуг.

## Глава II

### ЗАЩИТА ЖИЗНИ, ЗДОРОВЬЯ, НАСЛЕДСТВЕННОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

**Статья 7 (6).** Специфические требования по защите жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителя

(1) Правительство через органы центрального публичного управления устанавливает специфические нормы и регламенты по защите жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителей в следующих случаях:

- a) производство, импорт, консервация, упаковка, этикетирование, манипулирование, транспортирование, хранение, подготовка к продаже и продажа продуктов;
- b) поставка и использование продуктов, а также оказание услуг.

(2) Продукты, поставляемые на рынок, должны сопровождаться сертификатами соответствия или декларациями о соответствии, другими документами согласно закону.

(3) Запрещаются производство, хранение, поставка на рынок и реализация продуктов, оказание услуг, которые не соответствуют обязательным требованиям, установленным в

нормативных документах, или которые в нормальных условиях их использования могут подвергнуть опасности жизнь, здоровье, наследственность и безопасность потребителей.

(4) Запрещаются производство, импорт, поставка на рынок, хранение, выставление на продажу и реализация фальсифицированных (поддельных) продуктов.

(5) Запрещаются производство, поставка на рынок, хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг с нарушением установленных в нормативных документах требований качества.

(6) Запрещаются поставка на рынок, хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг без сертификата соответствия или декларации о соответствии, а также без документов о происхождении, если это предусмотрено законодательством, либо с незаконным использованием знака соответствия.

*[Ст.7 (6) ч.(6) вступает в силу с 1 января 2012]*

(7) Запрещаются импорт, поставка на рынок и реализация продуктов с истекшим сроком годности.

(8) Запрещается изменение срока годности, указанного на продукте, на этикетке, упаковке или в сопроводительной документации.

(9) Производитель обязан указать в сопроводительной документации к продукту, услуге, на этикетке или иным образом правила безопасного использования, хранения и транспортирования продукта, услуги, а продавец, исполнитель должен довести их до сведения потребителя.

#### **Статья 8 (7). Обязанности производителя**

Производитель обязан:

а) поставлять на рынок только безопасные продукты, которые должны сопровождаться сертификатами соответствия, другими документами согласно законодательству, и продукты, которые соответствуют установленным или заявленным требованиям;

б) приостанавливать поставку, соответственно изымать с рынка или у потребителей продукты при установлении контролирующими органами или собственными специалистами того, что они не соответствуют установленным или заявленным требованиям либо могут причинить вред жизни, здоровью, наследственности и безопасности потребителей, если это является единственно возможной мерой для устранения выявленных несоответствий;

с) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

д) отвечать за причиненный несоответствующим продуктом ущерб в течение всего установленного срока службы или срока годности при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения, использования и потребления.

#### **Статья 9 (8). Обязанности продавца**

Продавец обязан:

а) удостовериться в безопасности предлагаемых для продажи продуктов и их соответствии установленным или заявленным требованиям;

б) не продавать продукты, в отношении которых располагает информацией о том, что они представляют опасность, или которые считаются опасными;

с) безотлагательно информировать компетентные органы, а также соответствующего производителя о наличии на рынке продукта, который известен ему как опасный и/или фальсифицированный (поддельный);

д) изымать из продажи продукты при установлении контролирующими органами или собственными специалистами того, что они не соответствуют установленным или заявленным требованиям либо могут причинить вред жизни, здоровью, наследственности и безопасности потребителей, если это является единственно возможной мерой для устранения выявленных несоответствий;

е) обеспечивать соблюдение технических условий, установленных производителем для



продукта;

f) выдавать кассовый чек или иной документ, удостоверяющий факт покупки продукта, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) хранить книгу жалоб на видном месте и регистрировать жалобы потребителей в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

*[Ст.9 (8) пкт. g) вступает в силу с 1 января 2012]*

h) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

i) отвечать за причиненный несоответствующим продуктом ущерб в течение всего установленного срока службы или срока годности при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения, использования и потребления.

#### **Статья 10 (9). Обязанности исполнителя**

Исполнитель обязан:

a) использовать при оказании услуг только безопасные продукты и процессы, которые, если это предусмотрено законодательством, должны быть сертифицированы;

b) безотлагательно информировать компетентные органы, а также соответствующего производителя о наличии любого используемого при оказании услуги продукта, который известен ему как опасный и/или фальсифицированный (поддельный);

c) оказывать только услуги, не представляющие опасность для жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителей или их экономических интересов;

d) соблюдать установленные или заявленные требования, а также предусмотренные договорами условия;

e) обеспечивать при оказании услуг соблюдение технических условий, установленных производителем для продуктов;

f) выдавать кассовый чек или иной документ, удостоверяющий факт оказания услуги, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) обеспечивать оказание услуги (в случае, когда услуга содержит разговорные или письменные текстовые элементы) на молдавском языке в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

h) хранить книгу жалоб на видном месте и регистрировать жалобы потребителей в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

*[Ст.10 (9) пкт. h) вступает в силу с 1 января 2012]*

i) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

j) отвечать за причиненный несоответствующе оказанной услугой ущерб.

**Статья 11 (9<sup>1</sup>). Обязанности хозяйствующих субъектов по продуктам длительного пользования**

Хозяйствующие субъекты, импортирующие и/или реализующие продукты длительного пользования и запасные части и детали к ним, обязаны заключать со специализированными предприятиями технического обслуживания и ремонта соответствующих продуктов договоры по техническому обслуживанию реализованных на территории страны продуктов в гарантийный и послегарантийный периоды. Предприятия-производители могут осуществлять ремонт и обслуживание продуктов длительного пользования самостоятельно.

### **Глава III ЗАЩИТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Статья 12 (10). Специфические требования по защите экономических интересов потребителей

(1) Правительство утверждает регламенты в целях предупреждения и борьбы с действиями, ущемляющими экономические интересы потребителей.

(2) Хозяйствующий субъект обязан импортировать и/или поставлять на рынок только



продукты, соответствующие установленным или заявленным требованиям, оказывать услуги, в том числе коммунальные, только на основании договора, индивидуально согласованного с потребителями и/или их законными представителями.

*Ст.12 ч.(2) в редакции ЗП 37 от 17.04.2015, МО 94-97 / 19.03.2015, ст.145*

*[Ст.12 (10) ч.(2) вступает в силу с 1 января 2012]*

(3) Продавец обязан по требованию потребителя представить доказательства проверки качества продукта, услуги, если таковые предусмотрены нормативными актами.

(4) Потребитель вправе требовать у продавца, исполнителя бесплатного устранения недостатков, бесплатной замены или возврата стоимости продукта, услуги, а также возмещения убытков, понесенных вследствие недостатков, обнаруженных в течение гарантийного срока или срока годности, при условии соблюдения потребителем инструкций по установке, использованию и правил хранения, предусмотренных в сопроводительной документации.

(5) Потребитель может по истечении гарантийного срока требовать у продавца, исполнителя бесплатного устранения недостатков, бесплатной замены или возврата стоимости продукта, услуги, которые не могут быть использованы в целях, для которых они были проданы, вследствие скрытых недостатков, обнаруженных в течение срока службы.

(6) Исполнитель обязан использовать при оказании услуг, в том числе коммунальных, соответствующие узаконенные средства измерений, прошедшие метрологическую поверку в установленном порядке, согласно установленным требованиям.

*Ст.12 ч.(6) изменена ЗП 37 от 17.04.2015, МО 94-97 / 19.03.2015, ст.145*

*[Ст.12 (10) ч.(6) вступает в силу с 1 января 2012]*

(7) Продавец обязан измерять продукты, предлагаемые потребителям, соответствующими собственными узаконенными средствами измерений, прошедшими метрологическую поверку в установленном порядке. Показания средств измерений должны быть ясно различимы и находиться на виду у потребителя.

(8) Запрещаются производство или продажа стандартных образцов, а также производство, ремонт, продажа, прокат средств измерений без законного разрешения на метрологическую деятельность.

**Статья 13 (10<sup>1</sup>). Недобросовестные коммерческие практики**

(1) Запрещаются недобросовестные коммерческие практики.

(2) Коммерческая практика считается недобросовестной, если:

а) противоречит требованиям профессионального мастерства; и

б) искажает или способна существенно исказить экономический подход среднего потребителя, которого она затрагивает или на которого направлена, либо среднего члена какой-либо группы в случае, когда коммерческая практика направлена на определенную группу потребителей.

(3) Коммерческие практики, могущие существенно исказить экономический подход какой-либо четко определенной уязвимой группы потребителей, должны оцениваться исходя из среднего члена группы. Группа потребителей является преимущественно уязвимой в отношении данной практики или продукта, к которому эта практика относится, по причинам умственного или физического отклонения, возраста или доверчивости, и ее экономический подход может в пределах разумного прогнозироваться коммерсантом. Данное положение не касается обычных и законных рекламных практик, которые состоят из преувеличенных заявлений или заявлений, не предназначенных быть принятыми во внимание сами по себе.

(4) Недобросовестными коммерческими практиками, в частности, являются:

а) обманные в соответствии с положениями частей (5) – (12);

б) агрессивные в соответствии с положениями частей (13) – (15).

(5) Обманные коммерческие практики могут выражаться в обманных действиях или обманных опущениях.

(6) Коммерческая практика признается обманным действием в случае, если содержит ложную информацию либо любым иным образом, в том числе путем общего представления, вводит или способна ввести в заблуждение среднего потребителя и в любой ситуации заставляет или способна заставить потребителя принять коммерческое решение, которое в ином случае не было бы принято им, даже если эта информация на деле верна относительно одного или нескольких из перечисленных ниже элементов:

а) существование или сущность продукта;

б) главные характеристики продукта, такие как: наличие, преимущества, возможные предвидимые риски, производство, состав, аксессуары, послепродажные услуги и рассмотрение жалоб, способ и дата производства или оказания услуг, поставка, способность соответствовать цели, использование, количество, срок годности, спецификации, географическое или коммерческое происхождение, результаты, которые могут быть достигнуты при использовании, результаты и основные характеристики проведенных испытаний или контроля продукта;

с) степень вовлечения коммерсанта, мотивация коммерческой практики и характер процесса продажи, а также все декларации или все обозначения, побуждающие к спонсорству либо к прямой или косвенной поддержке коммерсанта или продукта;

д) цена или способ исчисления цены либо наличие специфической выгоды, относящейся к цене;

е) потребность в услуге, в какой-либо отдельной детали, замене или ремонте;

ф) сущность, компетенция и права коммерсанта или его представителя, такие как: идентичность и имущество, квалификация, статус, разрешение на деятельность, аффилированность или связи, права в отношении интеллектуальной или коммерческой собственности либо полученные вознаграждения и награды;

г) права потребителя, включая право на ремонт, замену или возврат стоимости несоответствующих продукта, услуги, снижение цены вследствие расторжения договора в соответствии с положениями статьи 18 (13).

(7) Коммерческая практика также признается обманным действием в случае, если в контексте фактической ситуации и с учетом всех ее характеристик и обстоятельств побуждает или способна побудить среднего потребителя к принятию коммерческого решения, которое иначе не было бы принято, а также в случае, если влечет за собой:

а) любую коммерческую деятельность, касающуюся продукта, включая сравнительную рекламу, создающую путаницу с другим продуктом, товарным знаком, наименованием или другими знаками различия конкурента;

б) несоблюдение коммерсантом обязанностей, предусмотренных кодексом поведения, который он обязался соблюдать, если:

- обязательство коммерсанта является не стремлением, а твердо принятым обязательством, которое можно проверить; и

- в рамках коммерческой практики коммерсант указывает, что он обязался соблюдать соответствующий кодекс.

(8) Коммерческая практика признается обманным опущением в случае, если в контексте фактической ситуации и с учетом всех ее характеристик и обстоятельств, а также пространственных и временных ограничений используемых для передачи информации коммуникационных средств опускает существенную информацию, которая, принимая во внимание контекст информации, необходима среднему потребителю для принятия коммерческого решения со знанием дела, и, следовательно, побуждает или способна побудить среднего потребителя к принятию коммерческого решения, которое в ином случае он не принял бы.

(9) Коммерческая практика также признается обманным опущением тогда, когда, учитывая предусмотренные частью (8) аспекты, коммерсант скрывает или представляет в неясном, неразборчивом, двусмысленном виде или не вовремя существенную информацию либо не указывает истинное коммерческое намерение, если таковое не вытекает уже из контекста информации, и когда в любом случае средний потребитель поддастся побуждению или может поддаться побуждению принять коммерческое решение, которое в ином случае он не принял бы.

(10) В случае, если используемые для передачи коммерческих практик коммуникационные средства накладывают ограничения в пространстве или во времени, на этапе определения, является практика обманным опущением или нет, необходимо учитывать данные ограничения, а также любые принятые коммерсантом меры по предоставлению потребителю информации другими средствами.

(11) В случае покупательского приглашения существенной для признания коммерческих практик недобросовестными считается следующая информация, если она не вытекает уже из контекста:

a) основные характеристики продукта, учитывая используемое коммуникационное средство и продукт;

b) местонахождение и другие идентификационные данные коммерсанта, а в случае, если он действует от имени другого коммерсанта, местонахождение и другие идентификационные данные последнего;

c) цена со всеми включенными в нее сборами или способ ее расчета, если цена не может быть предварительно разумно рассчитана, учитывая природу продукта; при необходимости также все дополнительные затраты на транспорт, поставку или почтовые сборы, а в случае, когда эти затраты не могут быть предварительно разумно рассчитаны, уточнение, что могут существовать дополнительные затраты, оплачиваемые потребителем;

d) способы оплаты, поставки, исполнения и рассмотрения жалоб, если таковые отличаются от требований профессионального мастерства;

e) указание права отказа или расторжения, если оно предусмотрено для продуктов и сделок.

(12) Признаются обманными в любой ситуации следующие коммерческие практики:

a) утверждение коммерсанта, что он является одной из сторон, подписавших кодекс поведения, в случае, когда он таковой не является;

b) афиширование какого-либо сертификата, знака качества или какого-либо их эквивалента, не имея на это соответствующего права;

c) утверждение, что какой-либо кодекс поведения был одобрен публичным или другим субъектом, в случае, если одобрение не имело места;

d) утверждение, что какой-либо коммерсант, в том числе его коммерческие практики, или его товар был принят, одобрен или разрешен публичным либо частным субъектом, без наличия на то оснований или без соблюдения условий принятия, одобрения или разрешения;

e) распространение приглашения покупать продукты по определенной цене в случае, когда коммерсант не раскрывает в этом приглашении наличие благоразумных причин, на основании которых можно было бы определить, что он сам или посредством другого коммерсанта не сможет поставлять эти или подобные продукты по той же цене в течение разумного периода времени и в разумном количестве, принимая во внимание продукт, масштаб рекламы и предлагаемую цену;

f) распространение коммерсантом приглашения покупать продукты по определенной цене с целью продвижения подобного продукта, чтобы впоследствии можно было прибегнуть к одному из следующих действий: отказу предъявить продукт, являющийся

предметом рекламы; отказу принять заказ на соответствующий продукт или доставить его в разумный срок; представлению бракованной партии продукта;

g) ложное утверждение о том, что какой-либо продукт будет в наличии только в очень ограниченный период времени или будет в наличии лишь при определенных условиях в очень ограниченный период времени, в целях получения немедленного решения и лишения потребителей других возможностей либо достаточного срока для осуществления осознанного выбора;

h) обязательство коммерсанта предоставить потребителям определенную послепродажную услугу без четкого информирования их до заключения сделки о языке, на котором предоставляется услуга, в случае, если коммерсант общался с потребителем до заключения сделки на языке, не являющемся официальным языком государства, в котором предоставляется услуга;

i) утверждение или создание впечатления, что какой-либо продукт может быть реализован на законных основаниях, в случае, когда это является невозможным;

j) представление законных прав потребителей в качестве прав, предоставляемых исключительно предложением коммерсанта;

k) использование издательского контекста в средствах массовой информации для продвижения какого-либо продукта с оплатой коммерсантом рекламы, но без четкого обозначения таковой в содержании или посредством изобразительно-звукового оформления, легко определяемого потребителем (скрытая реклама);

l) распространение безосновательных утверждений о сущности и масштабе риска для личной безопасности потребителя или безопасности его семьи в случае неприобретения потребителем продукта;

m) продвижение коммерсантом с намерением ввести в заблуждение потребителя какого-либо продукта, подобного другому продукту, изготовляемому определенным производителем, таким образом, чтобы потребитель поверил, что продукт изготовлен данным производителем;

n) создание, оперирование или продвижение промоциональной системы, основанной на пирамидальной схеме, которую потребитель принимает во внимание из-за возможности получить вознаграждение за привлечение в эту систему другого потребителя, а не за продажу или потребление продуктов;

o) утверждение коммерсанта о завершении своей деятельности или о своем обосновании в другом месте, когда это является неправдой;

p) утверждение, что какой-либо продукт способен увеличить шансы выигрыша в азартных играх;

q) необоснованное утверждение, что продукт способен вылечить болезни, устранить дисфункции или опухоли;

r) передача неточных сведений о предоставляемых рынком условиях или о возможности приобретения продукта с намерением побудить потребителя приобрести продукт в менее благоприятных условиях, нежели в нормальных условиях рынка;

s) утверждение в рамках коммерческой практики о проведении конкурса или предоставлении премии в целях продвижения продукта без предоставления обещанной премии либо ее разумного эквивалента;

t) описание какого-либо продукта как “бесплатного”, “без дополнительных затрат” или с использованием аналогичного понятия в случае, когда потребитель должен будет нести и другие затраты, помимо неизбежных затрат, обусловленных коммерческой практикой, в том числе затраты на поставку или получение продукта;

u) включение в рекламные материалы накладной или аналогичного платежного документа, создающего впечатление, что потребитель уже заказал продвигаемый продукт, в то время как фактически он его не заказывал;

v) ложное утверждение или создание впечатления, что действия коммерсанта не связаны с его коммерческой, промышленной, производственной или кустарной деятельностью, либо ложное представление себя в качестве потребителя;

w) создание ложного впечатления о том, что послепродажными услугами в отношении продукта можно располагать в другой стране, нежели та, в которой был продан товар.

(13) Коммерческая практика признается агрессивной, если в реальной ситуации с учетом всех ее характеристик и обстоятельств существенно ограничивает или способна ограничить свободу выбора или подход среднего потребителя в отношении продукта путем домогательства, принуждения, включая применение физической силы или необоснованного воздействия, и, следовательно, побуждает или способна побудить потребителя к принятию коммерческого решения, которое в ином случае он не принял бы.

(14) Чтобы определить, прибегает ли коммерческая практика к домогательству, принуждению, включая физическую силу или необоснованное воздействие, принимаются во внимание:

a) время, место осуществления, сущность и/или продолжительность коммерческой практики;

b) применение угроз, противозаконной лексики или поведения;

c) сознательное использование коммерсантом сложной ситуации или особо тяжелых обстоятельств, влияющих на способность среднего потребителя рассуждать, с целью влияния на принятие потребителем решения в отношении продукта;

d) любое обременительное или несоразмерное препятствие, не предусмотренное договором, навязываемое коммерсантом в случае, когда потребитель желает реализовать свои договорные права, включая право расторгнуть договор или обменять товар либо обратиться к другому коммерсанту;

e) любая угроза принятия мер в ситуации, когда таковые в соответствии с законом не могут быть приняты.

(15) Признаются агрессивными в любой ситуации следующие коммерческие практики:

a) создание у потребителя впечатления, что он не может покинуть местонахождение коммерсанта, пока не будет заключен с ним договор;

b) личные посещения жилья потребителя с игнорированием при этом пожеланий последнего уйти или не приходить более, за исключением случаев, когда законодательством допускаются такие посещения в установленных пределах в целях исполнения договорного обязательства;

c) выражение настойчивого и неуютного требования посредством телефона, факса, электронной почты или других средств коммуникации на расстоянии, за исключением случаев, когда законодательством допускается выражение требования путем использования указанных средств в установленных пределах в целях исполнения договорного обязательства;

d) требование от потребителя, намеренного предъявить к исполнению страховой полис, представления документов, которые не могут считаться разумно необходимыми для установления законности претензии, либо систематическое замалчивание ответа на настойчиво поступающую корреспонденцию с целью побудить потребителя отказаться от осуществления своих договорных прав;

e) включение в рекламу прямого призыва к несовершеннолетним покупать продвигаемые продукты либо убеждать своих родителей или других взрослых покупать таковые;

f) требование немедленной или последующей платы за возврат или хранение в надежных условиях продукта, доставленного коммерсантом, но не заказанного потребителем;

г) четкое информирование потребителя о том, что в случае, если он не купит продукт или услугу, коммерсант рискует потерять работу или средства к существованию;

h) создание у потребителя ложного впечатления, что он уже выиграл, выиграет или выиграет, если выполнит определенные условия, премию либо получит другую аналогичную выгоду, тогда как в действительности не существует никакой премии или другой аналогичной выгоды либо получение премии или другой аналогичной выгоды обусловлено внесением определенной суммы денег или оплатой стоимости потребителем.

*[Ст. 13 (10<sup>1</sup>) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 14 (10<sup>2</sup>).** Компетенция и право обращения  
в связи с недобросовестными  
коммерческими практиками

(1) В целях прекращения и пресечения недобросовестных коммерческих практик лица или органы, которые в соответствии с законодательством имеют законный интерес, могут:

а) предъявить иск в судебную инстанцию;

б) обратиться в Агентство по защите прав потребителей в целях принятия им соответствующего решения или предъявления судебных исков против коммерсантов, осуществлявших или способных осуществлять недобросовестные коммерческие практики.

(2) В случае несогласия с содержанием обращения коммерсанты должны представить доказательства некорректности приведенных в обращении утверждений в связи с осуществляемой ими коммерческой практикой и обязаны по требованию судебных инстанций или Агентства по защите прав потребителей предоставить им документы, подтверждающие необоснованность утверждений.

(3) В случае, если предусмотренные частью (2) документы не представлены в разумный, но не превышающий 15 календарных дней срок и/или если представленные документы признаются недостаточными, приведенные в обращении утверждения считаются обоснованными.

(4) Конкурирующие коммерсанты могут информировать Совет по конкуренции о недобросовестных коммерческих практиках или предъявлять в судебные инстанции иски в отношении коммерсантов, осуществлявших или способных осуществлять недобросовестные коммерческие практики.

*[Ст. 14 (10<sup>2</sup>) изменена ЗПЗ8 от 27.03.14, МО92-98/18.04.14 ст.228]*

*[Ст. 14 (10<sup>2</sup>) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 15 (10<sup>3</sup>).** Ответственность и санкции за  
использование недобросовестных  
коммерческих практик.

(1) Учитывая все касающиеся дела интересы и особенно общественные интересы, компетентные судебные инстанции или Агентство по защите прав потребителей:

а) распоряжаются о прекращении или инициировании соответствующих законных процедур по прекращению недобросовестных коммерческих практик в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях;

б) распоряжаются о запрещении или инициировании соответствующих законных процедур по запрещению недобросовестных коммерческих практик, даже если они еще фактически не применялись, но это является неизбежным, в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях;

с) запрашивают предоставление Координационным советом по телевидению и радио в течение пяти рабочих дней идентификационных данных физических или юридических лиц, причастных к телерадиорекламе, признанной недобросовестной коммерческой практикой, а также копии распространенного рекламного материала.

(2) В случае, когда в целях устранения последствий недобросовестных коммерческих практик предписаны их прекращение или запрет, а постановление/решение



соответствующего органа вступило в законную силу, инстанция, вынесшая окончательное судебное решение, или Агентство по защите прав потребителей могут потребовать от коммерсанта:

- a) частичное или полное опубликование постановления/решения в приемлемой форме;
- b) опубликование дополнительного сообщения о принятых мерах.

(3) Опубликование в соответствии с частью (2) осуществляется во всех случаях в широко распространяемой газете за счет коммерсанта.

(4) Настоящий закон не исключает контроль со стороны ответственных за кодекс поведения, осуществляемый в соответствии с его требованиями, которые коммерсанты обязались выполнять.

(5) Осуществление контроля, предусмотренного частью (4), не исключает и не ограничивает право потребителей, общественных объединений потребителей или право конкурентов обратиться к ответственному за кодекс поведения, а также право потребителей или общественных объединений потребителей обратиться в Агентство по защите прав потребителей или в компетентную судебную инстанцию.

*[Ст. 15 (10<sup>3</sup>) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 16 (11). Заключение договоров**

Потребитель при заключении договоров имеет следующие права:

a) свобода в принятии решения о приобретении продукта, услуги без навязывания в договоре неправомерных условий или условий, позволяющих использовать недобросовестные коммерческие практики при продаже, которые могут повлиять на его выбор;

*[Ст.16 (11) пкт.а) вступает в силу с 1 января 2012]*

b) ясное и четкое изложение условий договора, в том числе содержащих качественные характеристики и гарантийные условия, точное указание цены или тарифа, а также установление конкретных условий кредита и процентов;

c) (b<sup>1</sup>)) предварительное ознакомление с текстом договора, который он намерен заключить;

*[Ст.16 (11) пкт. b<sup>1</sup>) вступает в силу с 1 января 2012]*

d) (c)) освобождение от оплаты продуктов, услуг, которые не были заказаны;

e) (d)) возмещение убытков вследствие вреда, причиненного продуктами, услугами, не соответствующими установленным или заявленным требованиям либо условиям договора;

f) (e)) необходимое техническое обслуживание и обеспечение запасными частями на весь срок службы продукта, установленный в нормативных документах или заявленный производителем либо определенный сторонами;

g) (f)) оплата приобретаемых продукта, услуги в размере заранее установленной точной суммы; увеличение первоначальной цены допускается только с согласия потребителя.

**Статья 17 (12). Установление срока службы, срока годности, гарантийного срока**

(1) Производитель, исполнитель обязаны установить срок службы продукта длительного пользования, в том числе комплектующих изделий и деталей, которые по истечении определенного периода времени могут представлять опасность для жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителя либо причинить ущерб его имуществу или окружающей среде.

(2) Производитель обязан установить в соответствующем нормативном документе срок годности на пищевые продукты, парфюмерно-косметические изделия, лекарства, изделия бытовой химии и иные скоропортящиеся продукты.

(3) Производитель, исполнитель обязаны установить на предлагаемые продукт, услугу гарантийный срок. При наличии гарантийного срока, установленного производителем,

продавец не может установить меньший срок. Перечень продуктов, услуг, на которые обязательно установление гарантийного срока, утверждается Правительством.

(4) В случае, когда производитель не установил гарантийный срок на продукт длительного пользования, потребитель пользуется правами, предусмотренными частью (1) статьи 18 (13), если недостатки обнаружены в течение двух лет со дня приобретения продукта.

(5) Продавец, производитель обязаны обеспечить возможность использования продуктов длительного пользования в течение всего срока службы, установленного в нормативном документе. В этих целях они обязаны обеспечить ремонт и техническое обслуживание этих продуктов, а также наличие запасных частей и деталей в необходимом объеме и ассортименте в течение всего срока службы, а при отсутствии такового - в течение 10 лет со дня продажи. Если день продажи не может быть установлен, срок исчисляется со дня изготовления.

(6) Продавец продукта длительного пользования в случае прекращения своей деятельности в данной области обязан передать свои обязанности по обеспечению возможности использования продуктов длительного пользования на протяжении всего периода эксплуатации в течение гарантийного срока другому физическому или юридическому лицу, которое становится его преемником.

*[Ст.17 (12) ч.(6) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 18 (13).** Устранение недостатков, замена,  
возврат стоимости несоответствующих  
продуктов, услуг, уменьшение цены

(1) Бесплатное устранение недостатков, обнаруженных в продуктах, услугах, бесплатная замена или возврат стоимости несоответствующих продукта, услуги в течение гарантийного срока или срока годности, если недостатки возникли не по вине потребителя, производятся продавцом, исполнителем безоговорочно в срок не более 14 календарных дней со дня подачи жалобы потребителем или в установленный договором срок.

(2) Если продавец, исполнитель отказываются удовлетворить жалобу потребителя согласно требованиям части (1), они обязаны в срок не более 14 календарных дней со дня подачи жалобы доказать вину потребителя в возникновении недостатков проданного продукта, оказанной услуги посредством технической экспертизы, проведенной третьей стороной, компетентной в соответствующей области и уполномоченной согласно законодательству. В противном случае они обязаны выполнить требования, предусмотренные частью (1).

(3) В случае обнаруженных по истечении гарантийного срока скрытых недостатков срок, установленный в части (1), исчисляется со дня завершения технической экспертизы, проведенной третьей стороной, компетентной в соответствующей области и уполномоченной согласно законодательству.

(4) В отношении пищевых, фармацевтических или косметических продуктов, не соответствующих установленным или заявленным требованиям, продавец обязан по требованию и выбору потребителя заменить их либо вернуть их стоимость.

(5) Продавец, исполнитель возвращают стоимость проданного продукта, оказанной услуги незамедлительно после установления невозможности их использования, если недостаток возник не по вине потребителя и если потребитель отказался от устранения недостатка или замены продукта, услуги.

(6) При возврате стоимости расчеты производятся в случае повышения цены на продукт исходя из его цены на день рассмотрения жалобы, а в случае снижения цены - из цены на день приобретения.

(7) Уменьшение цены на несоответствующие продукт, услугу производится по

договоренности сторон.

(8) Время, в течение которого продукт не использовался по причине устранения недостатков, продлевает на соответствующий период гарантийный срок. Оно исчисляется с момента обращения к продавцу до приведения продукта в надлежащее рабочее состояние.

(9) В отношении электробытовых приборов продавец по предъявлении потребителем обоснованного требования об устранении недостатков обязан в трехдневный срок бесплатно предоставить на период устранения недостатков аналогичный продукт с доставкой его за свой счет.

(10) Хозяйствующий субъект имеет те же обязанности по замененным продукту, услуге, что и по первоначально проданному продукту, оказанной услуге.

(11) Продавец, исполнитель обеспечивают все операции и несут все расходы, необходимые для приведения в рабочее состояние, устранения недостатков либо замены или возврата стоимости несоответствующих продукта, услуги в течение гарантийного срока или срока годности, а в случае скрытых недостатков - в течение срока службы, а также расходы по транспортированию, манипулированию, диагностике, экспертизе, разборке, что не освобождает производителя от ответственности перед продавцом, исполнителем.

*[Ст.18 (13) ч.(11) вступает в силу с 1 января 2012]*

(12) В отношении услуг требования, установленные в части (1), применяются в случае обнаружения недостатков во время оказания или приемки услуги либо в течение гарантийного срока.

(13) Потребитель вправе в любое время расторгнуть договор об оказании услуги надлежащего качества при условии уплаты исполнителю части цены, пропорциональной части услуги, оказанной до получения уведомления о расторжении договора, если в договоре не предусмотрено иное.

*[Ст.18 (13) ч.(14) считать утратившей силу с 1 января 2012]*

(15) В случае отказа удовлетворить жалобу потребителя путем бесплатного устранения недостатков, бесплатной замены или возврата стоимости продукта, услуги продавец, исполнитель представляют свой отказ в письменном виде. Непредставление отказа в установленный законодательством срок считается безмолвным отказом.

*[Ст.18 (13) ч.(15) вступает в силу с 1 января 2012]*

(16) Правила обмена недовольственных продуктов, а также перечень продуктов, не подлежащих обмену, утверждаются Правительством.

**Статья 19 (14).** Обмен продукта надлежащего качества

(1) Потребитель вправе в течение 14 дней требовать у продавца обмена недовольственного продукта надлежащего качества на аналогичный продукт, если указанный продукт не подошел по форме, габаритам, фасону, размеру, расцветке либо по иным причинам не может быть использован по назначению.

(2) Если необходимый для обмена продукт отсутствует, потребитель вправе расторгнуть договор, а продавец обязан вернуть стоимость продукта.

(3) Требование потребителя по обмену продукта или возврату его стоимости выполняется, если продукт не был в употреблении, не утратил свои потребительские свойства и имеются доказательства приобретения этого продукта у соответствующего продавца.

**Статья 20 (15).** Возмещение ущерба

(1) Потребитель вправе требовать возмещения ущерба, причиненного несоответствующими продуктами, услугами, независимо от того, состоял ли он в договорных отношениях с продавцом, исполнителем.

(2) Ущерб возмещается продавцом, исполнителем и в случае, если поставка продукта,

оказание услуги произведены безвозмездно или по сниженной цене либо если продукт продавался как запасные части или распространялся в другой форме.

(3) Ущерб (в том числе моральный) возмещается продавцом, исполнителем в случае причинения его в течение:

- а) срока годности - по продуктам, на которые установлен этот срок;
- б) срока службы - по продуктам длительного пользования;
- в) двух лет - по продуктам, на которые не предусмотрено установление срока годности или срока службы.

(4) Моральный ущерб, причиненный потребителю производителем, продавцом, исполнителем вследствие нарушения его прав, предусмотренных настоящим законом, а также другими нормативными актами, возмещается в размере, определяемом судебной инстанцией.

(5) Моральный ущерб возмещается независимо от возмещения материального ущерба, причиненного потребителю.

(6) Для возмещения ущерба пострадавший потребитель должен представить доказательства ущерба.

#### **Глава IV** **СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ** **С ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ (ВЫПОЛНЕНИЕМ РАБОТ)**

**Статья 21 (16).** Обязанности исполнителя по оказанию услуги (выполнению работы)

(1) Исполнитель обязан обеспечить оказание услуги (выполнение работы) согласно срокам и условиям, установленным соответствующими специфическими регламентами или определенным в договоре об оказании услуги (выполнении работы).

(2) Если исполнитель не приступил своевременно к оказанию услуги (выполнению работы), или если во время оказания услуги (выполнения работы) становится очевидным, что услуга (работа) не будет выполнена в установленный срок, или если срок оказания услуги (выполнения работы) истек, потребитель вправе по своему выбору:

а) назначить исполнителю новый срок, в течение которого он должен приступить к оказанию услуги (выполнению работы) и закончить оказание услуги (выполнение работы), и потребовать уменьшения цены услуги (работы);

б) расторгнуть договор об оказании услуги (выполнении работы) и потребовать возмещения ущерба, причиненного ему в связи с нарушением сроков начала и/или окончания оказания услуги (выполнения работы).

(3) Назначенные потребителем новые сроки оказания услуги (выполнения работы) указываются в договоре об оказании услуги (выполнении работы).

(4) Жалобы потребителя о несоблюдении сроков оказания услуги (выполнения работы) не подлежат удовлетворению, если исполнитель докажет, что нарушение сроков произошло вследствие форс-мажорных обстоятельств.

(5) По завершении работ исполнитель составляет акт приемки работ, который подписывается потребителем с оговорками или без них.

*[Ст.21 (16) ч.(5) вступает в силу с 1 января 2012]*

(6) Оказание услуг по содержанию и ремонту конструктивных элементов жилых зданий является обязанностью управляющих соответствующими домами и осуществляется по установленным соответствующим образом тарифам.

*[Ст.21 (16) ч.(6) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 22 (17).** Оказание услуги (выполнение работы) из материала исполнителя

(1) Исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), определенную договором, из своего материала и своими средствами, если потребитель не требует оказания услуги

(выполнения работы) из его материала.

(2) Исполнитель несет ответственность за качество своего материала.

(3) Материал исполнителя, инструменты, технические и прочие средства, необходимые для оказания услуги (выполнения работы), доставляются к месту оказания услуги (выполнения работы) исполнителем.

**Статья 23 (18).** Оказание услуги (выполнение работы)  
из материала (с вещью) потребителя

(1) Если услуга оказывается (работа выполняется) полностью или частично из материала (с вещью) потребителя, исполнитель отвечает за сохранность этого материала (вещи) и правильное его использование.

(2) Исполнитель обязан предупредить потребителя о непригодности или недоброкачественности переданного потребителем материала (вещи), что указывается в договоре, а также представить отчет об израсходовании материала (вещи) и вернуть его остаток.

(3) В случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя, исполнитель с согласия потребителя обязан в 10-дневный срок заменить его однородным материалом (вещью) аналогичного качества, а при его отсутствии - возместить потребителю стоимость материала (вещи) в двукратном размере, а также понесенные им расходы.

(4) Незнание исполнителем особых свойств материала (вещи) не освобождает его от ответственности.

(5) Стоимость передаваемого исполнителю материала (вещи) определяется потребителем и указывается в договоре об оказании услуги (выполнении работы) или в ином удостоверяющем документе (квитанции, заказе).

(6) Исполнитель не несет ответственность за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого им от потребителя, если потребитель в письменной форме предупрежден об особых свойствах материала (вещи), которые могут привести к его полной или частичной утрате (повреждению).

(7) Исполнитель обязан своевременно информировать потребителя об обстоятельствах, которые могут повлиять на качество оказываемой услуги (выполняемой работы).

(8) Исполнитель вправе расторгнуть договор об оказании услуги (выполнении работы) и потребовать полного возмещения понесенных расходов, если потребитель, несмотря на своевременное и надлежащее информирование, в разумный срок не заменит непригодный или недоброкачественный материал, не изменит указаний о способе оказания услуги (выполнения работы) либо не устранит иных обстоятельств, которые могут снизить качество оказываемой услуги (выполняемой работы).

## Глава V

### ИНФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**Статья 24 (19).** Право потребителей на информацию

Потребители имеют право на полную, достоверную и точную информацию о свойствах предлагаемых хозяйствующими субъектами продуктов и услуг, обеспечивающую им возможность разумного, в соответствии со своими интересами, выбора из предлагаемых продуктов и услуг и их использования по назначению в полной безопасности.

**Статья 25 (20).** Обязанности хозяйствующих субъектов по информированию потребителей

(1) Информирование потребителей о предлагаемых продуктах, услугах осуществляется в обязательном порядке посредством идентификационных элементов и указания их характеристик, которые приводятся на видном месте и в ясно различимом виде на продукте, этикетке, упаковке или в техническом паспорте, руководстве по эксплуатации или иной сопроводительной документации на продукт, услугу в зависимости от того, что

требуется согласно их назначению. Текст информации и размер букв должны быть легко читаемыми и распознаваемыми для потребителя.

*[Ст.25 (20) ч.(1) вступает в силу с 1 января 2012]*

(2) Запрещаются импорт и поставка на рынок продуктов, оказание услуг в отсутствие полной, достоверной и точной информации на молдавском языке или на молдавском и русском языках.

(3) Производитель (упаковщик) должен представить информацию о наименовании продукта, наименовании и марке производителя (или наименовании импортера), указать его адрес (при необходимости - номер телефона), вес/объем, основные качественные характеристики, состав, используемые добавки, возможные риски, порядок использования, манипулирования, хранения, консервации, противопоказания, а также энергетическую ценность на упакованных пищевых продуктах, страну-производителя, гарантийный срок, срок службы, срок годности и дату изготовления в соответствии с действующими техническими регламентами и национальными стандартами.

(4) Продукты длительного пользования должны сопровождаться гарантийными талонами, а также техническим паспортом или руководством по использованию, установке, эксплуатации, обслуживанию, разработанными непосредственным производителем.

(5) Продавцы и исполнители услуг должны информировать потребителей о продажной цене продукта и о цене единицы измерения продукта (когда это возможно) или о тарифе на оказываемую услугу, предоставлять потребителям всю предусмотренную в части (3) информацию, сведения об оценке соответствия, при необходимости техническую документацию, которая должна сопровождать продукт или услугу.

*[Ст.25 (20) ч.(5) вступает в силу с 1 января 2012]*

(6) Вся информация, в том числе устная, о продуктах, услугах, предлагаемых потребителям, сопроводительная документация, а также заключаемые договоры должны быть представлены на молдавском языке или на молдавском языке и одном из языков международного общения.

(7) Информация об оказываемых услугах должна содержать согласно действующим регламентам соответствующую категорию качества услуги, срок выполнения, гарантийный срок, тарифы, возможные риски и декларацию о соответствии или сертификат соответствия.

(8) Хозяйствующие субъекты обязаны по требованию потребителей демонстрировать им порядок использования и функциональность продуктов длительного пользования, подлежащих продаже.

(9) Запрещается представление какими бы то ни было средствами утверждений и характеристик, не соответствующих действительным показателям, характеризующим продукты, услуги.

(10) Цены и тарифы должны указываться на видном месте и быть четко изложенными и ясно различимыми. Положение о порядке указания цен на товары, предлагаемые для продажи потребителям, утверждается Правительством.

*[Ст.25 (20) ч.(10) вступает в силу с 1 января 2012]*

(11) Продавец, исполнитель обязаны осуществлять реализацию продуктов, оказание услуг только в разрешенных местах и помещениях в установленном законом порядке.

(12) Продавец, исполнитель обязаны поместить на видном месте адрес и номер телефона органа, наделенного функциями по защите прав потребителей, информацию о гарантийных сроках на предлагаемые продукты, услуги, а также информацию об обязательности представления кассового чека или иного документа, удостоверяющего факт покупки продукта, оказания услуги, при рассмотрении жалобы. Единообразные формат и структура информационного панно потребителя устанавливаются Агентством



по защите прав потребителей и размещаются на его web-странице.

*[Ст.25 (20) ч.(12) вступает в силу с 1 января 2012]*

(13) Продавец, исполнитель, в том числе в случае, когда они осуществляют свою коммерческую деятельность вне разрешенного помещения, обязаны поместить на видном месте свое название, разрешение на деятельность, лицензию, если обязательность таковой предусмотрена законодательством, а также указать режим работы и соблюдать его.

**Статья 26 (21).** Просвещение в области защиты прав потребителей

(1) Просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством создания систем информирования потребителей об их правах, осуществления необходимых действий в защиту этих прав, организации семинаров, выпуска изданий по соответствующей тематике и других мер, предпринимаемых органами, наделенными функциями по защите прав потребителей, и неправительственными структурами, а также через средства массовой информации и другие заинтересованные органы.

(2) Просвещение (воспитание) потребителей является частью программы обучения.

*[Ст.26 (21) ч.(2) вступает в силу с 1 января 2012, действующую часть считать частью (1)]*

## **Глава VI ОРГАНЫ, НАДЕЛЕННЫЕ ФУНКЦИЯМИ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**Статья 27 (22).** Органы центрального публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей

*[наименование ст.27( 22) вступает в силу с 1 января 2012]*

(1) Защита прав потребителей государством осуществляется через разработку и реализацию на государственном уровне политики в области защиты прав потребителей, разработку и утверждение законов и других нормативных актов в данной области, через организацию и осуществление государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства в данной области, а также установленных или заявленных требований для продуктов и услуг.

(2) Центральным отраслевым органом публичного управления, ответственным за разработку государственной политики в области защиты прав потребителей, является Министерство экономики, которое осуществляет следующие основные функции в области защиты прав потребителей:

а) координирует и продвигает политику государства в области защиты прав потребителей;

б) обеспечивает развитие законодательной базы в области защиты прав потребителей, в том числе путем внесения положений соответствующих европейских директив в национальное законодательство;

с) координирует деятельность органов публичного управления, наделенных функциями по защите прав потребителей, предусмотренных статьей 28 (23);

д) координирует деятельность по информированию и просвещению граждан об их правах в качестве потребителей;

е) организует деятельность Координационного совета в области защиты прав потребителей – консультативного органа, в состав которого входят представители органов центрального и местного публичного управления, общественных объединений потребителей;

ф) представляет Республику Молдова в международных организациях по защите прав потребителей.

*[Ст.27 (22) ч.(2) вступает в силу с 1 января 2012]*

(3) Агентство по защите прав потребителей осуществляет следующие основные функции:

а) внедряет политику в области защиты прав потребителей совместно с центральными отраслевыми органами публичного управления, органами местного публичного управления, наделенными соответствующими функциями, и общественными объединениями потребителей;

б) рассматривает и вносит предложения по проектам законодательных или других нормативных актов в области защиты прав потребителей относительно производства, упаковки, этикетирования, сохранения, складирования, перевозки, импорта и продажи продуктов, относительно оказания услуг таким образом, чтобы они не могли причинить вред жизни, здоровью или безопасности потребителей либо нанести ущерб их правам и законным интересам, а также относительно правил осуществления коммерческой деятельности;

в) участвует в сотрудничестве с отечественными и зарубежными организациями и учреждениями в реализации внутренних и международных программ в области защиты прав потребителей в пределах своей компетенции в соответствии с законодательством;

г) организует деятельность по информированию, консультированию и просвещению потребителей об их законных правах;

д) сотрудничает с общественными объединениями потребителей с целью информирования потребителей об их законных правах и способах защиты прав;

е) информирует потребителей о продуктах и услугах, представляющих риск для их здоровья и безопасности, а также о недобросовестных коммерческих практиках, могущих нанести ущерб их экономическим интересам;

ж) осуществляет контроль за соблюдением положений законодательства в области защиты прав потребителей, технических регламентов и других нормативных актов, определяющих обязательные требования по безопасности продуктов и услуг, контроль соответствия поставляемых на рынок продуктов и услуг установленным и/или заявленным требованиям, за исключением контроля соблюдения санитарно-гигиенических и ветеринарно-санитарных норм производителями пищевых продуктов;

з) осуществляет отбор проб поставляемых на рынок продуктов для лабораторных анализов и испытаний в аккредитованных лабораториях;

и) осуществляет законодательный метрологический контроль, в том числе метрологический надзор за соблюдением юридическими и/или физическими лицами положений законодательных и других нормативных актов в области законодательной метрологии;

к) представляет периодически Министерству экономики и заинтересованным органам центрального публичного управления отчеты и сводки о собственной деятельности в области защиты прав потребителей и о результатах надзора за рынком;

л) устанавливает правонарушения, рассматривает дела о правонарушениях и назначает наказания в соответствии с Кодексом о правонарушениях;

м) принимает решения об устранении недостатков, замене, возврату стоимости несоответствующих продукта, услуги, уменьшении их цены в соответствии со статьей 18 (13), которые подлежат исполнению в течение не более 14 календарных дней со дня получения их хозяйствующим субъектом;

н) принимает решение о прекращении недобросовестных коммерческих практик;

о) принимает решение о запрещении недобросовестных коммерческих практик, даже если они еще фактически не применялись, но это является неизбежным;

п) запрашивает информацию о принятых хозяйствующим субъектом мерах по устранению выявленных недостатков;

р) информирует лицензирующий орган и/или органы местного публичного управления о выявлении случаев реализации фальсифицированной (поддельной) и/или опасной продукции либо о выявлении других нарушений с целью приостановления или

аннулирования лицензии, разрешения на размещение и функционирование или свидетельства о присвоении категории;

q) информирует органы оценки соответствия на основании выявленных им нарушений или на основании сведений, полученных от потребителей или общественных объединений потребителей, о несоответствии поставленных на рынок продуктов и услуг, сопровождаемых сертификатом соответствия;

r) рассматривает жалобы потребителей в целях защиты их законных прав;

s) защищает права и законные интересы потребителей предусмотренными законодательством средствами;

t) предоставляет юридическим и физическим лицам специализированные консультации в области защиты прав потребителей;

u) выполняет другие установленные законодательством задачи в области своей деятельности.

*[Ст. 27 (22) ч.(3) вступает в силу с 1 января 2012]*

(4) Положение об Агентстве по защите прав потребителей, а также Положение о порядке осуществления деятельности по надзору за рынком утверждаются Правительством.

*[Ст.27 (22) ч.(4) вступает в силу с 1 января 2012]*

(5) Для координации деятельности по защите прав потребителей постановлением Правительства создается Координационный совет в области защиты прав потребителей, который:

a) содействует продвижению политики государства в области защиты прав потребителей;

b) участвует в разработке краткосрочных и долгосрочных национальных программ по защите прав потребителей;

c) координирует деятельность в области защиты прав потребителей, осуществляемую органами публичного управления, наделенными функциями по защите прав потребителей;

d) участвует в процессе гармонизации национального законодательства с законодательством Европейского Союза в области защиты прав потребителей;

e) координирует деятельность по внедрению и реализации положений законодательства в области защиты прав потребителей;

f) координирует деятельность по рассмотрению и разрешению жалоб потребителей, превышающих пределы компетенции одного отдельного органа или поднимающих проблемы общего характера, которые могут иметь негативные последствия для общества, с привлечением специалистов из разных областей.

*[Ст.27 (22) ч.(5) вступает в силу с 1 января 2012]*

**Статья 28 (23).** Другие органы публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей

Органами публичного управления, наделенными функциями по защите прав потребителей, также являются:

a) в области защиты жизни и здоровья потребителей - Министерство здравоохранения;

b) в области междугородного и международного транспорта - центральный отраслевой орган публичного управления в области транспорта;

c) в области строительства - орган центрального публичного управления, специализированный в области строительства;

d) в области туризма - Агентство туризма;

e) в областях энергетики, водоснабжения и канализации – государственный орган, наделенный функциями по регламентированию в энергетике и в области водоснабжения и канализации;

*Ст.28 пкт.е) в редакции ЗП 37 от 17.04.2015, МО 94-97 / 19.03.2015, ст.145*

f) в области связи - государственный орган, наделенный функциями по регламентированию в области связи;

g) в области страхования - государственный орган, наделенный функциями по надзору за страхованием;

h) в области банковских услуг - Национальный банк.

i) в области пищевых продуктов на всех этапах продовольственной цепи – Национальное агентство по безопасности пищевых продуктов.

*[Ст.28 пкт.и) введен ЗПЗ18 от 27.12.12, МО49-55/08.03.13 ст.152]*

**Статья 29 (24).** Функции органов местного публичного управления по защите прав потребителей

В целях защиты прав потребителей органы местного публичного управления в пределах соответствующей административно-территориальной единицы согласно законодательству обязаны:

a) информировать и консультировать потребителей, рассматривать в пределах своей компетенции их жалобы в отношении:

- местного транспорта;

- коммунальных услуг;

- деятельности, на которую ими согласно законодательству выдаются разрешения и лицензии;

b) переадресовывать жалобы органу, наделенному функциями по защите прав потребителей в соответствующей области, в случае, если предмет жалобы выходит за пределы их компетенции;

c) безотлагательно информировать компетентные органы о случаях выявления фальсифицированных (поддельных) или опасных продуктов, услуг, а также о других случаях несоответствия установленным или заявленным требованиям;

d) аннулировать в обязательном порядке по обращению органов, указанных в статьях 27 (22) и 28 (23), разрешение или лицензию, выданные органами местного публичного управления хозяйствующему субъекту, в случае выявления фальсифицированных (поддельных) или опасных продуктов, услуг;

e) всячески содействовать формированию и функционированию общественных объединений потребителей.

**Статья 30 (25).** Общественные объединения потребителей

*[наименование ст.30 ( 25) вступает в силу с 1 января 2012]*

(1) Граждане вправе организовываться на добровольной основе в общественные объединения потребителей, осуществляющие свою деятельность в соответствии с законодательством.

(2) Общественные объединения потребителей вправе:

a) предъявлять иски в судебные инстанции в защиту прав и законных интересов потребителей без уплаты государственной пошлины;

*[Ст.30 (25) ч.(2) пкт. а) вступает в силу с 1 января 2012]*

b) обращаться как в контролирующие органы, так и в органы прокуратуры с предложением о привлечении к ответственности лиц, виновных в производстве и реализации продуктов, оказании услуг, не соответствующих установленным или заявленным требованиям, а также в нарушении предусмотренных законодательством прав потребителей;

c) информировать на основании полученных от потребителей жалоб органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, о несоответствующих продуктах, услугах;

d) обращаться в компетентный административный суд с требованием полной или частичной отмены изданных органами публичной власти актов, ущемляющих права и

законные интересы потребителей и противоречащих законодательству;

е) организовывать проведение в установленном законом порядке экспертизы продуктов, услуг на предмет их соответствия установленным или заявленным требованиям;

*[Ст.30 (25) ч.(2) пкт. е) вступает в силу с 1 января 2012]*

ф) направлять хозяйствующим субъектам и органам, наделенным функциями по защите прав потребителей, предложения по повышению качества продуктов, услуг и запрете реализации несоответствующих продуктов;

г) информировать органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, о несоответствующих продуктах, услугах или продуктах, услугах, ставящих под угрозу жизнь, здоровье или безопасность потребителей, о неправомерных условиях договоров и недобросовестных практиках коммерсантов по отношению к потребителям;

*[Ст.30 (25) ч.(2) пкт. г) вступает в силу с 1 января 2012]*

h) получать от органов, наделенных функциями по защите прав потребителей, информацию и ответы на свои предложения и обращения;

и) организовывать опрос потребителей в целях выяснения общественного мнения по вопросам качества реализуемых продуктов и их цены;

j) информировать через средства массовой информации потребителей о качестве продуктов, услуг, о нарушении их прав и законных интересов, о результатах опроса общественного мнения;

к) осуществлять международное сотрудничество в области защиты прав потребителей;

l) направлять органам публичного управления предложения об изменении действующего законодательства в области защиты прав потребителей.

m) осуществлять деятельность по информированию и консультированию в области защиты прав потребителей;

*[Ст.30 (25) ч.(2) пкт. т) вступает в силу с 1 января 2012]*

n) представлять интересы потребителей в процессе медиации при разрешении конфликтов между потребителем и продавцом/исполнителем.

*[Ст.30 (25) ч.(2) пкт. п) вступает в силу с 1 января 2012]*

(3) Программы, проекты и деятельность по информированию потребителей, предлагаемые общественно-полезными общественными объединениями потребителей, могут финансироваться государством на основании закона в случае, если эти объединения:

а) действуют исключительно от имени и в интересах потребителей;

б) являются экономически независимыми от производителей, импортеров, дистрибьюторов и продавцов.

*[Ст.30 (25) ч.(3) вступает в силу с 1 января 2012]*

(4) Процедура предусмотренного частью (3) финансирования устанавливается и утверждается Министерством экономики, осуществляющим мониторинг использования выделенных в целях информирования потребителей финансовых средств. Критериями для определения объема финансирования являются:

а) объем и число распространенных в целях защиты прав потребителей публикаций;

б) периодичность проведения информационных кампаний для потребителей;

с) число предъявленных в судебные инстанции исков в защиту прав потребителей;

д) владение консультационным бюро или прямой телефонной линией для консультирования потребителей, охватывающей не менее одной трети административно-территориальных единиц.

*[Ст.30 (25) ч.(4) вступает в силу с 1 января 2012]*

## Глава VII ИСКИ В ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### **Статья 31 (26).** Иски в защиту прав потребителей

(1) Иски в защиту прав потребителей могут предъявляться в судебную инстанцию самими потребителями или их представителями, уполномоченными органами публичного управления или общественными объединениями потребителей.

*[Ст.31 (26) ч.(1) вступает в силу с 1 января 2012]*

(2) Иски в защиту прав потребителей предъявляются в судебные инстанции в соответствии с предусмотренными законодательством сроками. Потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины по искам в защиту прав потребителей.

*[Ст.31 (26) ч.(2) вступает в силу с 1 января 2012]*

(3) Органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, могут представлять интересы потребителей в судебной инстанции в целях защиты прав потребителей.

(4) Продавец, исполнитель освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей либо за причинение ущерба, если докажут, что эти факты произошли вследствие форс-мажорных обстоятельств.

(5) Потребители и хозяйствующие субъекты в целях разрешения споров, касающихся защиты прав потребителей, могут добровольно начать процедуру медиации в качестве альтернативного способа разрешения спора.

*[Ст.31 (26) ч.(5) вступает в силу с 1 января 2012]*

(6) Процедура медиации в случае разрешения споров, касающихся защиты прав потребителей, регламентируется законом.

*[Ст.31 (26) ч.(6) вступает в силу с 1 января 2012]*

### **Статья 32 (27).** Ответственность продавца, исполнителя за нарушение установленных сроков

(1) За нарушение сроков, предусмотренных частью (1) статьи 18 (13), продавец, исполнитель уплачивают потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере 5 процентов цены продукта, услуги, действующей на день рассмотрения жалобы потребителя.

(2) В случае нарушения установленных согласно статье 21 (16) сроков начала и окончания оказания услуги (выполнения работы) или назначенных потребителем новых сроков исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере 10 процентов цены услуги (работы).

(3) Договором об оказании услуги (выполнении работы) может быть установлен более высокий размер неустойки.

(4) Уплата неустойки и возмещение ущерба не освобождают продавца, исполнителя от исполнения возложенных на него обязательств перед потребителем.

(5) Требования потребителя о возмещении ущерба и уплате неустойки, предусмотренной настоящим законом или договором, подлежат удовлетворению продавцом, исполнителем по обоюдному согласию или в судебном порядке в соответствии с законодательством.

(6) При осуществлении уполномоченным органом контроля по жалобе потребителя продавец, исполнитель несут связанные с этим расходы, в том числе по проведению экспертизы и испытаний (тестирования), если последние подтверждают несоответствие продукта, услуги установленным или заявленным требованиям.

### **Статья 33 (28).** Ответственность за нарушение положений настоящего закона

(1) Нарушение положений настоящего закона влечет ответственность в соответствии с действующим законодательством.



(2) Рассмотрение правонарушений и назначение наказаний за правонарушения в случае нарушения настоящего закона осуществляются в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях.

*[Ст.33 (28) ч.(2) вступает в силу с 1 января 2012, действующую часть считать частью (1)]*

## **Глава VIII ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **Статья 34 (29)**

(1) Настоящий закон вступает в силу по истечении четырех месяцев со дня опубликования.

(2) Со дня вступления в силу настоящего закона признать утратившим силу Закон о защите прав потребителей № 1453-ХІІ от 25 мая 1993 года.

### **Статья 35 (30)**

Правительству в двухмесячный срок:

- а) представить Парламенту предложения по приведению действующего законодательства в соответствие с настоящим законом;
- б) привести свои нормативные акты в соответствие с настоящим законом.

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПАРЛАМЕНТА**

**Еуджениа ОСТАПЧУК**

**№ 105-ХV. Кишинэу, 13 марта 2003 г.**