

Tabel comparativ
la proiectul de lege pentru modificarea unor acte normative
(consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi și promovarea reparării bunurilor)

Prevedere actuală	Modificare propusă	Prevederea după modificare
1	2	3
Codul civil al Republicii Moldova nr. 1107/2002		
<p>Articolul 1013. Definiția unor termeni În sensul prezentei secțiuni, următoarele noțiuni se definesc după cum urmează: <i>bunuri</i> – orice obiect corporal mobil, cu excepția obiectelor vândute prin executare silită sau altfel, prin autoritatea legii; apa, gazul și energia electrică sînt considerate bunuri în sensul prezentei secțiuni atunci cînd acestea sînt puse în vânzare în volum limitat sau în cantitate fixă; <i>contract la distanță</i> – orice contract negociat și încheiat între profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, pînă la și în momentul în care este încheiat contractul, inclusiv orice comandă făcută de consumator care produce efecte obligatorii asupra lui; <i>contract negociat în afara spațiilor comerciale</i> – contract între un profesionist și un consumator, care întrunește una din următoarele condiții: a) este încheiat în prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului într-un loc care nu este spațiul comercial al profesionistului; b) pentru acest contract consumatorului i s-a făcut o ofertă în aceleași circumstanțe ca cele menționate la lit. a); c) este încheiat în spațiile comerciale ale profesionistului sau prin utilizarea mijloacelor de</p>	<p>Art. I. – Codul civil al Republicii Moldova nr. 1107/2002 (republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2019, nr. 66–75, art. 132), cu modificările ulterioare, se modifică după cum urmează: 1. La articolul 1013: după noțiunea „<i>garanție comercială</i>” se completează cu noțiunea „<i>garanție comercială de durabilitate</i>”, cu următorul cuprins: „<i>garanție comercială de durabilitate</i> - garanția comercială de durabilitate a unui producător menționată la art. 24 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, în temeiul căreia producătorul este direct răspunzător față de consumator pe întreaga perioadă a garanției comerciale de durabilitate respective pentru repararea sau înlocuirea bunurilor în conformitate cu art. 20 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, ori de câte ori bunurile nu își mențin durabilitatea;” după noțiunea „<i>licitație deschisă</i>” se completează cu noțiunea „<i>punctaj al posibilității de reparare</i>”, cu următorul cuprins: „<i>punctaj al posibilității de reparare</i> - un punctaj care exprimă capacitatea unui bun de a fi reparat, pe baza unor cerințe stabilite de legislație;”</p>	<p>Articolul 1013. Definiția unor termeni În sensul prezentei secțiuni, următoarele noțiuni se definesc după cum urmează: <i>bunuri</i> – orice obiect corporal mobil, cu excepția obiectelor vândute prin executare silită sau altfel, prin autoritatea legii; apa, gazul și energia electrică sînt considerate bunuri în sensul prezentei secțiuni atunci cînd acestea sînt puse în vânzare în volum limitat sau în cantitate fixă; <i>contract la distanță</i> – orice contract negociat și încheiat între profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, pînă la și în momentul în care este încheiat contractul, inclusiv orice comandă făcută de consumator care produce efecte obligatorii asupra lui; <i>contract negociat în afara spațiilor comerciale</i> – contract între un profesionist și un consumator, care întrunește una din următoarele condiții: a) este încheiat în prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului într-un loc care nu este spațiul comercial al profesionistului; b) pentru acest contract consumatorului i s-a făcut o ofertă în aceleași circumstanțe ca cele menționate la lit. a); c) este încheiat în spațiile comerciale ale profesionistului sau prin utilizarea mijloacelor de</p>

comunicare la distanță, imediat după ce consumatorul a fost abordat în mod personal și individual, într-un loc care nu este spațiul comercial al profesionistului, în prezența fizică simultană a acestuia și a consumatorului, cu excepția simplei distribuții a informației promoționale în apropiere de spațiile comerciale ale profesionistului;

d) este încheiat în cursul unei deplasări organizate de profesionist în scopul sau urmărind efectul de a promova și a vinde consumatorului bunurile sau serviciile respective;

funcționalitate – modul în care poate fi utilizat conținutul digital, de exemplu:

a) limba conținutului și, dacă diferă, limba oricăror instrucțiuni incluse în conținut;

b) metoda de furnizare a conținutului, cum ar fi: flux continuu, online, descărcare unică, acces la descărcare pe o perioadă determinată;

c) durata de redare a conținutului pentru fișierele video sau audio;

d) tipul și dimensiunea fișierului pentru fișierele descărcabile;

e) dacă există sau nu un angajament din partea profesionistului sau a unei părți terțe de a întreține sau actualiza bunul;

f) orice condiții de utilizare a bunului care nu sînt direct legate de interoperabilitate, precum:

– urmărirea și/sau personalizarea;

– necesitatea unei conexiuni la internet pentru utilizarea bunului și a caracteristicilor sale tehnice (de exemplu viteza minimă de descărcare și încărcare);

– necesitatea pentru alți utilizatori de a avea un anumit software instalat (de exemplu software de comunicare);

g) orice limitări privind utilizarea bunului:

– limite privind durata în care un bun digital poate fi vizionat, citit sau utilizat ori privind numărul de utilizări;

comunicare la distanță, imediat după ce consumatorul a fost abordat în mod personal și individual, într-un loc care nu este spațiul comercial al profesionistului, în prezența fizică simultană a acestuia și a consumatorului, cu excepția simplei distribuții a informației promoționale în apropiere de spațiile comerciale ale profesionistului;

d) este încheiat în cursul unei deplasări organizate de profesionist în scopul sau urmărind efectul de a promova și a vinde consumatorului bunurile sau serviciile respective;

funcționalitate – modul în care poate fi utilizat conținutul digital, de exemplu:

a) limba conținutului și, dacă diferă, limba oricăror instrucțiuni incluse în conținut;

b) metoda de furnizare a conținutului, cum ar fi: flux continuu, online, descărcare unică, acces la descărcare pe o perioadă determinată;

c) durata de redare a conținutului pentru fișierele video sau audio;

d) tipul și dimensiunea fișierului pentru fișierele descărcabile;

e) dacă există sau nu un angajament din partea profesionistului sau a unei părți terțe de a întreține sau actualiza bunul;

f) orice condiții de utilizare a bunului care nu sînt direct legate de interoperabilitate, precum:

– urmărirea și/sau personalizarea;

– necesitatea unei conexiuni la internet pentru utilizarea bunului și a caracteristicilor sale tehnice (de exemplu viteza minimă de descărcare și încărcare);

– necesitatea pentru alți utilizatori de a avea un anumit software instalat (de exemplu software de comunicare);

g) orice limitări privind utilizarea bunului:

– limite privind durata în care un bun digital poate fi vizionat, citit sau utilizat ori privind numărul de utilizări;

– limite privind reutilizarea conținutului, de exemplu în scopul realizării de copii private;

– restricții pe baza locației dispozitivului consumatorului;

– orice funcționalități condiționate de achiziții suplimentare, precum conținutul plătit, calitatea de membru al unui club sau componentele hardware ori software suplimentare;

garanție comercială – orice angajament din partea profesionistului sau a unui producător față de consumator, în plus față de obligațiile legale referitoare la garanția de conformitate, de a restitui prețul plătit sau de a înlocui, a repara sau a întreține bunurile în orice mod în cazul în care acestea nu corespund specificațiilor sau oricărei alte cerințe care nu este legată de conformitatea din certificatul de garanție sau din publicitatea relevantă disponibilă în momentul sau înaintea încheierii contractului;

interoperabilitate – informații referitoare la echipamentul hardware și mediul software standard cu care este compatibil conținutul digital, cum ar fi sistemul de operare, versiunea necesară, anumite caracteristici ale echipamentului hardware;

licitație deschisă – metodă de vânzare prin care profesionistul oferă bunuri sau servicii consumatorilor care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană (cu prezența fizică) la licitație, prin intermediul unei proceduri de licitare transparente, concurențiale, condusă de un adjudecător, în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze bunurile sau serviciile;

spațiu comercial:

a) orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul în care profesionistul sau persoana care acționează în numele profesionistului își desfășoară activitatea permanent; sau

b) orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul în care profesionistul sau persoana care

– limite privind reutilizarea conținutului, de exemplu în scopul realizării de copii private;

– restricții pe baza locației dispozitivului consumatorului;

– orice funcționalități condiționate de achiziții suplimentare, precum conținutul plătit, calitatea de membru al unui club sau componentele hardware ori software suplimentare;

garanție comercială – orice angajament din partea profesionistului sau a unui producător față de consumator, în plus față de obligațiile legale referitoare la garanția de conformitate, de a restitui prețul plătit sau de a înlocui, a repara sau a întreține bunurile în orice mod în cazul în care acestea nu corespund specificațiilor sau oricărei alte cerințe care nu este legată de conformitatea din certificatul de garanție sau din publicitatea relevantă disponibilă în momentul sau înaintea încheierii contractului;

garanție comercială de durabilitate - garanția comercială de durabilitate a unui producător menționată la art. 24 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, în temeiul căreia producătorul este direct răspunzător față de consumator pe întreaga perioadă a garanției comerciale de durabilitate respective pentru repararea sau înlocuirea bunurilor în conformitate cu art. 20 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, ori de câte ori bunurile nu își mențin durabilitatea;

interoperabilitate – informații referitoare la echipamentul hardware și mediul software standard cu care este compatibil conținutul digital, cum ar fi sistemul de operare, versiunea necesară, anumite caracteristici ale echipamentului hardware;

licitație deschisă – metodă de vânzare prin care profesionistul oferă bunuri sau servicii consumatorilor care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană (cu prezența fizică) la

<p>acționează în numele profesionistului își desfășoară activitatea în mod obișnuit, inclusiv sezonier, și care este în mod clar identificată ca spațiu pentru vânzări către public.</p>		<p>licitație, prin intermediul unei proceduri de licitare transparente, concurențiale, condusă de un judecător, în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze bunurile sau serviciile; punctaj al posibilității de reparare - un punctaj care exprimă capacitatea unui bun de a fi reparat, pe baza unor cerințe stabilite de legislație; <i>spațiu comercial:</i> a) orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul în care profesionistul sau persoana care acționează în numele profesionistului își desfășoară activitatea permanent; sau b) orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul în care profesionistul sau persoana care acționează în numele profesionistului își desfășoară activitatea în mod obișnuit, inclusiv sezonier, și care este în mod clar identificată ca spațiu pentru vânzări către public.</p>
<p>Articolul 1014. Cerințe în materie de informare în cazul contractelor, altele decât contractile la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale</p> <p>(1) Înainte ca un contract, altul decât un contract la distanță sau un contract negociat în afara spațiilor comerciale, sau orice ofertă similară să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, profesionistul îi furnizează consumatorului într-un mod clar și inteligibil următoarele informații, dacă acestea nu reies în mod evident din context:</p> <p>a) principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, în mod corespunzător cu mijlocul de comunicare utilizat și cu bunurile sau serviciile în cauză;</p> <p>b) denumirea completă sau prescurtată, în limba română, și numărul de identificare de stat (IDNO) ale profesionistului persoană juridică ori,</p>	<p>2. La articolul 1014 alineatul (1): litera e) va avea următorul cuprins:</p> <p>„e) o mențiune privind existența garanției legale de conformitate pentru bunuri și privind principalele sale elemente, inclusiv durata sa minimă de doi ani astfel cum se prevede la art. 23 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, într-un mod vizibil, utilizând notificarea armonizată prevăzută în anexa nr. 10 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;”</p> <p>se completează cu literele e¹)-e⁴) cu următorul cuprins:</p> <p>„e¹) în cazul în care producătorul oferă consumatorului o garanție comercială de durabilitate fără costuri suplimentare, care acoperă întregul bun și cu o durată mai mare de</p>	<p>Articolul 1014. Cerințe în materie de informare în cazul contractelor, altele decât contractile la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale</p> <p>(1) Înainte ca un contract, altul decât un contract la distanță sau un contract negociat în afara spațiilor comerciale, sau orice ofertă similară să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, profesionistul îi furnizează consumatorului într-un mod clar și inteligibil următoarele informații, dacă acestea nu reies în mod evident din context:</p> <p>a) principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, în mod corespunzător cu mijlocul de comunicare utilizat și cu bunurile sau serviciile în cauză;</p> <p>b) denumirea completă sau prescurtată, în limba română, și numărul de identificare de stat (IDNO) ale profesionistului persoană juridică ori,</p>

<p>respectiv, numele, prenumele și numărul de identificare de stat (IDNP) ale profesionistului persoană fizică, precum și adresa sediului la care este stabilit și numărul de telefon;</p> <p>c) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare ori taxele poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator;</p> <p>d) acolo unde este cazul, modalitățile de plată, livrare și executare, data pînă la care sau termenul în care profesionistul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile, inclusiv termenul standard de livrare stabilit la art. 863 alin. (1) lit. a), și politica profesionistului de soluționare a reclamațiilor;</p> <p>e) în plus față de o mențiune a existenței unei garanții legale de conformitate pentru bunuri, mențiunea privind existența serviciilor prestate după vânzare și a garanțiilor comerciale, după caz, precum și condițiile aferente acestora (în special, adresa sediului în care se oferă serviciile prestate după vânzare și cine suportă cheltuielile de transport, dacă acestea sînt aplicabile);</p> <p>f) durata de valabilitate a contractului sau, pentru un contract cu o durată nedeterminată ori un contract care urmează să fie prelungit de plin drept, condițiile de rezoluțiune;</p> <p>g) acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;</p> <p>h) acolo unde este cazul, orice interoperabilitate relevantă a conținutului digital cu componentele hardware și software despre care profesionistul deține informații sau despre care se poate</p>	<p>doi ani, iar producătorul pune aceste informații la dispoziția profesionistului, informațiile conform cărora bunul în cauză beneficiază de o astfel de garanție, durata acesteia și o mențiune cu privire la existența garanției legale de conformitate, într-un mod vizibil, utilizând eticheta armonizată prevăzută în anexa nr. 11 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;</p> <p>e²⁾ o mențiune privind existența garanției legale de conformitate pentru conținutul digital și serviciile digitale;</p> <p>e³⁾ dacă este cazul, existența și condițiile aplicabile serviciilor postvânzare și garanțiilor comerciale;</p> <p>e⁴⁾ pentru bunurile cu elemente digitale, pentru conținutul digital și pentru serviciile digitale, în cazul în care producătorul sau furnizorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, perioada minimă, exprimată fie ca perioadă de timp, fie prin referire la o dată, în care producătorul sau furnizorul furnizează actualizări de software;”;</p> <p>se completează cu literele i) și j) cu următorul cuprins:</p> <p>„i) dacă este cazul, punctajul posibilității de reparare al bunurilor;</p> <p>j) în cazul în care litera i) nu se aplică, iar producătorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, informațiile cu privire la disponibilitatea, costul estimat și procedura de comandare a pieselor de schimb care sunt necesare pentru a menține conformitatea bunurilor, cu privire la disponibilitatea instrucțiunilor de reparare și întreținere, precum</p>	<p>respectiv, numele, prenumele și numărul de identificare de stat (IDNP) ale profesionistului persoană fizică, precum și adresa sediului la care este stabilit și numărul de telefon;</p> <p>c) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare ori taxele poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator;</p> <p>d) acolo unde este cazul, modalitățile de plată, livrare și executare, data pînă la care sau termenul în care profesionistul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile, inclusiv termenul standard de livrare stabilit la art. 863 alin. (1) lit. a), și politica profesionistului de soluționare a reclamațiilor;</p> <p>e) o mențiune privind existența garanției legale de conformitate pentru bunuri și privind principalele sale elemente, inclusiv durata sa minimă de doi ani astfel cum se prevede la art. 23 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, într-un mod vizibil, utilizând notificarea armonizată prevăzută în anexa nr. 10 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;</p> <p>e¹⁾ în cazul în care producătorul oferă consumatorului o garanție comercială de durabilitate fără costuri suplimentare, care acoperă întregul bun și cu o durată mai mare de doi ani, iar producătorul pune aceste informații la dispoziția profesionistului,</p>
---	--	--

<p>presupune, în mod rezonabil, că acesta deține informații.</p>	<p>și informații privind restricțiile de reparare.”</p>	<p>informațiile conform cărora bunul în cauză beneficiază de o astfel de garanție, durata acesteia și o mențiune cu privire la existența garanției legale de conformitate, într-un mod vizibil, utilizând eticheta armonizată prevăzută în anexa nr. 11 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;</p> <p>e²) o mențiune privind existența garanției legale de conformitate pentru conținutul digital și serviciile digitale;</p> <p>e³) dacă este cazul, existența și condițiile aplicabile serviciilor postvânzare și garanțiilor comerciale;</p> <p>e⁴) pentru bunurile cu elemente digitale, pentru conținutul digital și pentru serviciile digitale, în cazul în care producătorul sau furnizorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, perioada minimă, exprimată fie ca perioadă de timp, fie prin referire la o dată, în care producătorul sau furnizorul furnizează actualizări de software;</p> <p>f) durata de valabilitate a contractului sau, pentru un contract cu o durată nedeterminată ori un contract care urmează să fie prelungit de plin drept, condițiile de rezoluțiune;</p> <p>g) acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;</p> <p>h) acolo unde este cazul, orice interoperabilitate relevantă a conținutului digital cu componentele hardware și software despre care profesionistul deține informații sau despre care se poate presupune, în mod rezonabil, că acesta deține informații.</p> <p>i) dacă este cazul, punctajul posibilității de</p>
--	---	--

		<p>reparare al bunurilor; j) în cazul în care litera i) nu se aplică, iar producătorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, informațiile cu privire la disponibilitatea, costul estimat și procedura de comandare a pieselor de schimb care sunt necesare pentru a menține conformitatea bunurilor, cu privire la disponibilitatea instrucțiunilor de reparare și întreținere, precum și informații privind restricțiile de reparare.</p>
<p>Articolul 1015. Cerințe de conținut al informațiilor în cazul contractelor la distanță și celor negociate în afara spațiilor comerciale (1) Înainte ca un contract la distanță sau un contract negociat în afara spațiilor comerciale ori orice ofertă similară să producă efecte obligatorii pentru consumator, profesionistul trebuie să furnizeze consumatorului într-un mod clar și inteligibil următoarele informații: a) principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, corespunzător cu mijlocul de comunicare utilizat și cu bunurile sau serviciile în cauză; b) denumirea completă sau prescurtată, în limba română, și numărul de identificare de stat (IDNO) ale profesionistului persoană juridică ori, respectiv, numele, prenumele și numărul de identificare de stat (IDNP) ale profesionistului persoană fizică; c) adresa sediului la care este stabilit profesionistul, numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia, în cazul în care sînt disponibile, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu profesionistul și să comunice cu acesta în mod eficient, și, dacă este cazul, adresa sediului și identitatea profesionistului în numele căruia acționează intermediarul;</p>	<p>3. La articolul 1015 alineatul (1): la litera g) textul „, , livrare” se substituie cu textul „și de livrare, inclusiv, dacă sunt disponibile, modalitățile de livrare ecologice,” litera l) va avea următorul cuprins: „l) o mențiune a existenței garanției legale de conformitate pentru bunuri și a principalelor sale elemente, inclusiv durata sa minimă de doi ani, astfel cum se prevede în art. 23 alin. (1) din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, într-un mod vizibil, utilizând notificarea armonizată prevăzută în anexa nr. 10 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;” se completează cu literele l¹)-l³) cu următorul cuprins: „l¹) în cazul în care producătorul îi oferă consumatorului o garanție comercială de durabilitate fără costuri suplimentare, care acoperă întregul bun și cu o durată mai mare de doi ani, iar producătorul pune aceste informații la dispoziția profesionistului, informațiile conform cărora bunul în cauză beneficiază de o astfel de garanție, privind durata acesteia și o mențiune cu</p>	<p>Articolul 1015. Cerințe de conținut al informațiilor în cazul contractelor la distanță și celor negociate în afara spațiilor comerciale (1) Înainte ca un contract la distanță sau un contract negociat în afara spațiilor comerciale ori orice ofertă similară să producă efecte obligatorii pentru consumator, profesionistul trebuie să furnizeze consumatorului într-un mod clar și inteligibil următoarele informații: a) principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, corespunzător cu mijlocul de comunicare utilizat și cu bunurile sau serviciile în cauză; b) denumirea completă sau prescurtată, în limba română, și numărul de identificare de stat (IDNO) ale profesionistului persoană juridică ori, respectiv, numele, prenumele și numărul de identificare de stat (IDNP) ale profesionistului persoană fizică; c) adresa sediului la care este stabilit profesionistul, numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia, în cazul în care sînt disponibile, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu profesionistul și să comunice cu acesta în mod eficient, și, dacă este cazul, adresa sediului și identitatea profesionistului în numele căruia acționează intermediarul;</p>

<p>d) adresa locului în care profesionistul își desfășoară activitatea, în cazul în care aceasta este diferită de adresa furnizată în conformitate cu lit. c), și, după caz, adresa poștală a profesionistului în numele căruia acționează intermediarul, la care consumatorul poate trimite eventualele reclamații;</p> <p>e) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care costul nu poate fi calculat din timp în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor ori a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale ori de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate din timp în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator. În cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. Dacă aceste contracte sînt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu poate fi calculat din timp, trebuie indicată modalitatea de calcul al prețului;</p> <p>f) costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, atunci cînd acesta este calculat pe baza unui alt tarif decît tariful de bază;</p> <p>g) modalitățile de plată, livrare, executare, data pînă la care sau termenul în care profesionistul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și, acolo unde este cazul, procedura de soluționare a reclamațiilor derulată de profesionist;</p> <p>h) în cazul în care există un drept de revocare, condițiile, termenul și procedurile de exercitare a dreptului respectiv conform art. 1053 și art. 1062 alin. (1), precum și formularul standard de revocare prevăzut în anexa nr. 6 la Legea nr.</p>	<p>privire la existența garanției legale de conformitate, într-un mod vizibil, utilizând eticheta armonizată prevăzută în anexa nr. 11 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;</p> <p>l²) o mențiune referitoare la existența unei garanții legale de conformitate pentru conținutul digital și serviciile digitale;</p> <p>l³) pentru bunurile cu elemente digitale, pentru conținutul digital și pentru serviciile digitale, în cazul în care producătorul sau furnizorul pune la dispoziție astfel de informații profesionistului, perioada minimă, exprimată fie ca perioadă de timp, fie prin referire la o dată, în care producătorul sau furnizorul furnizează actualizări de software;”</p> <p>se completează cu literele u) și v) cu următorul cuprins:</p> <p>„u) dacă este cazul, punctajul posibilității de reparare al bunurilor;</p> <p>v) în cazul în care litera u) nu se aplică, iar producătorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, informațiile cu privire la disponibilitatea, costul estimat și procedura de comandare a pieselor de schimb care sunt necesare pentru a menține conformitatea bunurilor, cu privire la disponibilitatea instrucțiunilor de reparare și întreținere, precum și informații privind restricțiile de reparare.”</p>	<p>d) adresa locului în care profesionistul își desfășoară activitatea, în cazul în care aceasta este diferită de adresa furnizată în conformitate cu lit. c), și, după caz, adresa poștală a profesionistului în numele căruia acționează intermediarul, la care consumatorul poate trimite eventualele reclamații;</p> <p>e) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care costul nu poate fi calculat din timp în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor ori a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale ori de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate din timp în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator. În cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. Dacă aceste contracte sînt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu poate fi calculat din timp, trebuie indicată modalitatea de calcul al prețului;</p> <p>f) costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, atunci cînd acesta este calculat pe baza unui alt tarif decît tariful de bază;</p> <p>g) modalitățile de plată, și de livrare, inclusiv, dacă sunt disponibile, modalitățile de livrare ecologice, executare, data pînă la care sau termenul în care profesionistul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și, acolo unde este cazul, procedura de soluționare a reclamațiilor derulată de profesionist;</p> <p>h) în cazul în care există un drept de revocare, condițiile, termenul și procedurile de exercitare a dreptului respectiv conform art. 1053 și art. 1062 alin. (1), precum și formularul standard de</p>
---	--	--

1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;

i) acolo unde este cazul, faptul că consumatorul va trebui să suporte costul aferent returnării bunurilor în caz de revocare și, pentru contractele la distanță, dacă bunurile, prin însăși natura lor, nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă, costul aferent returnării bunurilor;

j) în cazul în care consumatorul își exercită dreptul de revocare după formularea unei cereri conform art. 1016 alin. (3) sau art. 1017 alin. (10), informația potrivit căreia consumatorul este obligat să achite profesionistului costuri rezonabile potrivit art. 1064 alin. (6);

k) în cazul în care dreptul de revocare nu este prevăzut în conformitate cu dispozițiile art. 1065, informația conform căreia consumatorul nu va beneficia de un drept de revocare sau, acolo unde este cazul, circumstanțele în care consumatorul își pierde dreptul de revocare;

l) o mențiune referitoare la existența unei garanții legale privind conformitatea bunurilor;

m) acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare (inclusiv adresa sediului la care se prestează și cine suportă cheltuielile de transport, dacă acestea sînt aplicabile) și garanțiile comerciale;

n) existența codurilor de conduită relevante, astfel cum sînt definite de legislația privind protecția consumatorilor, și modalitatea în care pot fi obținute copii de pe acestea, după caz;

o) acolo unde este cazul, durata contractului sau, dacă contractul este încheiat pe o durată nedeterminată ori urmează să fie reînnoit de plin drept, condițiile de rezoluțiune;

p) acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului;

q) acolo unde este cazul, existența și condițiile

revocare prevăzut în anexa nr. 6 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;

i) acolo unde este cazul, faptul că consumatorul va trebui să suporte costul aferent returnării bunurilor în caz de revocare și, pentru contractele la distanță, dacă bunurile, prin însăși natura lor, nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă, costul aferent returnării bunurilor;

j) în cazul în care consumatorul își exercită dreptul de revocare după formularea unei cereri conform art. 1016 alin. (3) sau art. 1017 alin. (10), informația potrivit căreia consumatorul este obligat să achite profesionistului costuri rezonabile potrivit art. 1064 alin. (6);

k) în cazul în care dreptul de revocare nu este prevăzut în conformitate cu dispozițiile art. 1065, informația conform căreia consumatorul nu va beneficia de un drept de revocare sau, acolo unde este cazul, circumstanțele în care consumatorul își pierde dreptul de revocare;

l) l) o mențiune a existenței garanției legale de conformitate pentru bunuri și a principalelor sale elemente, inclusiv durata sa minimă de doi ani, astfel cum se prevede în art. 23 alin. (1) din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, într-un mod vizibil, utilizând notificarea armonizată prevăzută în anexa nr. 10 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;

l¹) în cazul în care producătorul îi oferă consumatorului o garanție comercială de durabilitate fără costuri suplimentare, care acoperă întregul bun și cu o durată mai mare de doi ani, iar producătorul pune aceste informații la dispoziția profesionistului, informațiile conform cărora bunul în cauză beneficiază de o astfel de garanție, privind durata acesteia și o mențiune cu privire la

<p>aferente avansurilor (cauțiunile, inclusiv blocarea unor sume pe contul de card al consumatorului) sau altor garanții financiare care trebuie plătite ori oferite de consumator la cererea profesionistului;</p> <p>r) acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;</p> <p>s) acolo unde este cazul, orice interoperabilitate pertinentă a conținutului digital cu componentele hardware și software despre care profesionistul deține informații sau despre care se poate presupune în mod rezonabil că acesta deține informații;</p> <p>t) acolo unde este cazul, posibilitatea și modalitatea de a recurge la o procedură extrajudiciară de depunere și soluționare a reclamațiilor, căreia i se supune profesionistul.</p>		<p>existența garanției legale de conformitate, într-un mod vizibil, utilizând eticheta armonizată prevăzută în anexa nr. 11 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova;</p> <p>l²) o mențiune referitoare la existența unei garanții legale de conformitate pentru conținutul digital și serviciile digitale;</p> <p>l³) pentru bunurile cu elemente digitale, pentru conținutul digital și pentru serviciile digitale, în cazul în care producătorul sau furnizorul pune la dispoziție astfel de informații profesionistului, perioada minimă, exprimată fie ca perioadă de timp, fie prin referire la o dată, în care producătorul sau furnizorul furnizează actualizări de software;</p> <p>m) acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare (inclusiv adresa sediului la care se prestează și cine suportă cheltuielile de transport, dacă acestea sînt aplicabile) și garanțiile comerciale;</p> <p>n) existența codurilor de conduită relevante, astfel cum sînt definite de legislația privind protecția consumatorilor, și modalitatea în care pot fi obținute copii de pe acestea, după caz;</p> <p>o) acolo unde este cazul, durata contractului sau, dacă contractul este încheiat pe o durată nedeterminată ori urmează să fie reînnoit de plin drept, condițiile de rezoluțiune;</p> <p>p) acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului;</p> <p>q) acolo unde este cazul, existența și condițiile aferente avansurilor (cauțiunile, inclusiv blocarea unor sume pe contul de card al consumatorului) sau altor garanții financiare care trebuie plătite ori oferite de consumator la cererea profesionistului;</p> <p>r) acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv</p>
--	--	--

		<p>aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;</p> <p>s) acolo unde este cazul, orice interoperabilitate pertinentă a conținutului digital cu componentele hardware și software despre care profesionistul deține informații sau despre care se poate presupune în mod rezonabil că acesta deține informații;</p> <p>t) acolo unde este cazul, posibilitatea și modalitatea de a recurge la o procedură extrajudiciară de depunere și soluționare a reclamațiilor, căreia i se supune profesionistul;</p> <p>u) dacă este cazul, punctajul posibilității de reparare al bunurilor;</p> <p>v) în cazul în care litera u) nu se aplică, iar producătorul pune astfel de informații la dispoziția profesionistului, informațiile cu privire la disponibilitatea, costul estimat și procedura de comandare a pieselor de schimb care sunt necesare pentru a menține conformitatea bunurilor, cu privire la disponibilitatea instrucțiunilor de reparare și întreținere, precum și informații privind restricțiile de reparare.”</p>
<p>Articolul 1017. Cerințe de formă față de informații în cazul contractelor la distanță</p> <p>(1) În cazul contractelor la distanță, profesionistul trebuie să transmită informațiile prevăzute la art. 1015 alin. (1) sau să pună la dispoziția consumatorului respectivele informații în mod corespunzător cu mijlocul de comunicare la distanță utilizat, folosind un limbaj clar și inteligibil. În măsura în care informația respectivă este prezentată pe un suport durabil, aceasta va fi lizibilă.</p> <p>(2) Dacă un contract la distanță care urmează să fie încheiat prin mijloace electronice obligă consumatorul la plata unor sume, profesionistul</p>	<p>4. La articolul 1017 alineatul (2) după textul „a), e),” se introduce textul „l’),”</p>	<p>Articolul 1017. Cerințe de formă față de informații în cazul contractelor la distanță</p> <p>(1) În cazul contractelor la distanță, profesionistul trebuie să transmită informațiile prevăzute la art. 1015 alin. (1) sau să pună la dispoziția consumatorului respectivele informații în mod corespunzător cu mijlocul de comunicare la distanță utilizat, folosind un limbaj clar și inteligibil. În măsura în care informația respectivă este prezentată pe un suport durabil, aceasta va fi lizibilă.</p> <p>(2) Dacă un contract la distanță care urmează să fie încheiat prin mijloace electronice obligă consumatorul la plata unor sume, profesionistul</p>

<p>trebuie să aducă la cunoștința consumatorului de o manieră clară și foarte vizibilă, imediat înainte ca acesta să facă comanda, informațiile prevăzute la art. 1015 alin. (1) lit. a), e), o) și p). În cazul contractelor încheiate prin intermediul unor pagini web, respectivele informații se afișează în imediata apropiere a confirmării solicitate pentru efectuarea comenzii.</p>		<p>trebuie să aducă la cunoștința consumatorului de o manieră clară și foarte vizibilă, imediat înainte ca acesta să facă comanda, informațiile prevăzute la art. 1015 alin. (1) lit. a), e), I¹), o) și p). În cazul contractelor încheiate prin intermediul unor pagini web, respectivele informații se afișează în imediata apropiere a confirmării solicitate pentru efectuarea comenzii.</p>
<p>Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova</p>		
	<p>Art. II. - Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2019, nr. 69-75, art. 133), cu modificările ulterioare, se completează cu anexele nr. 10 - nr. 12 cu următorul cuprins:</p> <p style="text-align: right;">„Anexa nr. 10</p> <p style="text-align: center;">NOTIFICAREA ARMONIZATĂ PRIVIND GARANȚIA LEGALĂ DE CONFORMITATE</p>	<p style="text-align: right;">„Anexa nr. 10</p> <p style="text-align: center;">NOTIFICAREA ARMONIZATĂ PRIVIND GARANȚIA LEGALĂ DE CONFORMITATE</p>
	<p style="text-align: right;">„Anexa nr. 11</p> <p style="text-align: center;">ETICHETA ARMONIZATĂ PENTRU GARANȚIA COMERCIALĂ DE DURABILITATE</p>	<p style="text-align: right;">„Anexa nr. 11</p> <p style="text-align: center;">ETICHETA ARMONIZATĂ PENTRU GARANȚIA COMERCIALĂ DE DURABILITATE</p>
	<p style="text-align: right;">„Anexa nr. 12</p> <p style="text-align: center;">FORMULAR EUROPEAN DE INFORMAȚII PRIVIND REPARAREA</p>	<p style="text-align: right;">„Anexa nr. 12</p> <p style="text-align: center;">FORMULAR EUROPEAN DE INFORMAȚII PRIVIND REPARAREA</p>

Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor

Articolul 1. Noțiuni utilizate

În scopul aplicării prezentei legi se utilizează noțiunile din Legea nr. 279/2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare, din Legea nr. 235/2011 privind activitățile de acreditare și de evaluare a conformității și, adițional, se definesc următoarele noțiuni principale:

acțiuni de verificare – activitate de verificare coordonată a piețelor de consum în cadrul cooperării transfrontaliere prin acțiuni simultane de control coordonate pentru verificarea respectării legislației ce protejează interesele consumatorilor sau pentru detectarea încălcărilor acesteia;

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);

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;

autoritate competentă – orice autoritate publică desemnată la nivel național care are competențe specifice de asigurare a respectării actelor normative care protejează interesele consumatorilor;

autoritate solicitantă – autoritate competentă care formulează o cerere de asistență reciprocă;

autoritate solicitată – autoritate competentă care primește o cerere de asistență reciprocă;

birou unic de legătură – autoritate publică

Art. III. – Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2024, nr. 122–124, art. 195), cu modificările ulterioare, se modifică după cum urmează:

1. La articolul 1:

după noțiunea „*acțiuni de verificare*” se completează cu noțiunile „*actualizare de software*”, „*afirmație generică legată de mediu*” și „*afirmație legată de mediu*”, cu următorul cuprins:

„*actualizare de software* - o actualizare, necesară pentru a menține conformitatea bunurilor cu elemente digitale, conținut digital și servicii digitale în conformitate cu prevederile prezentei legi sau a Legii nr. 247/2024 privind contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale, inclusiv o actualizare de securitate, sau o actualizare a funcționalităților”

„*afirmație generică legată de mediu* - orice afirmație legată de mediu formulată în scris sau verbal, inclusiv prin intermediul mijloacelor audiovizuale, care nu este inclusă pe o etichetă de durabilitate și în cazul în care specificația afirmației nu este furnizată în termeni clari și vizibili pe același suport;

„*afirmație legată de mediu* - orice mesaj sau reprezentare care nu este obligatorie în temeiul legislației, sub orice formă, inclusiv text, imagine, reprezentare grafică sau simbolică, cum ar fi etichete, mărci, denumiri de societăți sau

Articolul 1. Noțiuni utilizate

În scopul aplicării prezentei legi se utilizează noțiunile din Legea nr. 279/2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare, din Legea nr. 235/2011 privind activitățile de acreditare și de evaluare a conformității și, adițional, se definesc următoarele noțiuni principale:

***actualizare de software* - o actualizare, necesară pentru a menține conformitatea bunurilor cu elemente digitale, conținut digital și servicii digitale în conformitate cu prevederile prezentei legi sau a Legii nr. 247/2024 privind contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale, inclusiv o actualizare de securitate, sau o actualizare a funcționalităților**

acțiuni de verificare – activitate de verificare coordonată a piețelor de consum în cadrul cooperării transfrontaliere prin acțiuni simultane de control coordonate pentru verificarea respectării legislației ce protejează interesele consumatorilor sau pentru detectarea încălcărilor acesteia;

***afirmație generică legată de mediu* - orice afirmație legată de mediu formulată în scris sau verbal, inclusiv prin intermediul mijloacelor audiovizuale, care nu este inclusă pe o etichetă de durabilitate și în cazul în care specificația afirmației nu este furnizată în termeni clari și vizibili pe același suport;**

***afirmație legată de mediu* - orice mesaj sau reprezentare care nu este obligatorie în temeiul legislației, sub orice formă, inclusiv**

<p>desemnată la nivel național, responsabilă de coordonarea cooperării privind încălcările transfrontaliere în domeniul protecției consumatorilor;</p> <p><i>calitate</i> – ansamblu de caracteristici ale unui produs, serviciu, care îi conferă aptitudinea de a satisface, conform destinației, necesitățile explicite sau implicite;</p> <p><i>cerințe declarate</i> – orice declarații publice privind caracteristicile principale ale produselor făcute de vânzător, producător sau reprezentantul autorizat al acestuia, în special prin publicitate sau prin etichetare;</p> <p><i>clauză abuzivă</i> – 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;</p> <p><i>cod de conduită</i> – 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;</p> <p><i>comerciant</i> – 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;</p> <p><i>compatibilitate</i> – capacitatea bunurilor de a funcționa cu componente hardware sau software care sunt utilizate în mod normal pentru bunurile de același tip, fără a fi necesară conversia bunurilor sau a componentelor hardware sau software;</p> <p><i>consumator</i> – orice persoană fizică ce</p>	<p>denumiri de produse, în contextul unei comunicări comerciale, și care afirmă sau implică faptul că un produs, o categorie de produse, o marcă sau un comerciant are un impact pozitiv sau nu are niciun impact asupra mediului sau este mai puțin dăunător pentru mediu decât alte produse, categorii de produse, mărci sau alți comercianți ori și-a îmbunătățit impactul în timp;”</p> <p>după noțiunea „<i>compatibilitate</i>” se completează cu noțiunea „<i>consumabil</i>”, cu următorul cuprins: „<i>consumabil</i> - orice componentă a unui bun care este utilizată în mod repetat și care trebuie înlocuită sau reîncărcată pentru ca bunul să funcționeze conform destinației;”</p> <p>după noțiunea „<i>durată de funcționare</i>” se completează cu noțiunea „<i>etichetă de durabilitate</i>”, cu următorul cuprins: „<i>etichetă de durabilitate</i> - orice marcă de încredere voluntară, marcă de calitate sau echivalent al acestora, publică sau privată, care urmărește să distingă și să promoveze un produs, un proces sau o întreprindere prin referire la caracteristicile sale de mediu sau sociale sau ambele, și care exclude orice etichetă obligatorie necesară în temeiul legislației;”</p> <p>după noțiunea „<i>executant</i>” se completează cu noțiunea „<i>funcționalitate</i>”, cu următorul cuprins: „<i>funcționalitate</i> - capacitatea bunurilor de a își îndeplini funcțiile, având în vedere scopul lor;”</p> <p>după noțiunea „<i>reclamație</i>” se completează cu noțiunea „<i>recondiționare</i>”, cu următorul cuprins: „<i>recondiționare</i> - acțiunile efectuate pentru pregătirea, curățarea, testarea, service-ul și, dacă</p>	<p>text, imagine, reprezentare grafică sau simbolică, cum ar fi etichete, mărci, denumiri de societăți sau denumiri de produse, în contextul unei comunicări comerciale, și care afirmă sau implică faptul că un produs, o categorie de produse, o marcă sau un comerciant are un impact pozitiv sau nu are niciun impact asupra mediului sau este mai puțin dăunător pentru mediu decât alte produse, categorii de produse, mărci sau alți comercianți ori și-a îmbunătățit impactul în timp;</p> <p><i>agent economic</i> – orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care fabrică, transportă, comercializează produse ori părți din produse, prestează servicii (execută lucrări);</p> <p><i>asociație obștească de consumatori</i> – asociație obștească care are ca scop unic apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii săi;</p> <p><i>autoritate competentă</i> – orice autoritate publică desemnată la nivel național care are competențe specifice de asigurare a respectării actelor normative care protejează interesele consumatorilor;</p> <p><i>autoritate solicitantă</i> – autoritate competentă care formulează o cerere de asistență reciprocă;</p> <p><i>autoritate solicitată</i> – autoritate competentă care primește o cerere de asistență reciprocă;</p> <p><i>birou unic de legătură</i> – autoritate publică desemnată la nivel național, responsabilă de coordonarea cooperării privind încălcările transfrontaliere în domeniul protecției consumatorilor;</p> <p><i>calitate</i> – ansamblu de caracteristici ale unui produs, serviciu, care îi conferă aptitudinea de a</p>
---	---	---

<p>intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător, industrială, artizanală sau profesională;</p> <p><i>conținut digital</i> – date care sunt produse și furnizate în format digital;</p> <p><i>decizie de tranzacționare</i> – 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;</p> <p><i>declarație de conformitate</i> – asigurare scrisă, bazată pe o decizie luată în urma unei evaluări, prin care producătorul sau reprezentantul său autorizat confirmă cu certitudine că produsul este conform cu cerințele specificate;</p> <p><i>denaturarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor</i> – 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;</p> <p><i>diligență profesională</i> – 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;</p> <p><i>distribuitor</i> – agent economic din lanțul de distribuție, altul decât producătorul sau importatorul, care pune la dispoziție pe piață produse și asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la</p>	<p>este necesar, repararea unui produs sau a unui produs eliminat pentru a restabili performanța sau funcționalitatea acestuia în cadrul utilizării preconizate și a gamei de performanță concepute inițial în etapa de proiectare la momentul introducerii pe piață a produsului;”</p> <p>după noțiunea „reparație” se completează cu noțiunile „reparare” și „reparator”, cu următorul cuprins:</p> <p>„reparare - una sau mai multe acțiuni efectuate pentru a readuce un produs defect sau un deșeu la o stare în care acesta îndeplinește scopul prevăzut;</p> <p><i>reparator</i> - orice persoană fizică sau juridică care, în legătură cu activitatea sa comercială, industrială, meșteșugărească sau profesională, furnizează un serviciu de reparare, inclusiv producătorii și vânzătorii care furnizează servicii de reparare și furnizorii de servicii de reparare, indiferent dacă sunt independenți sau afiliați acestor producători sau vânzători”;</p> <p>după noțiunea „serviciu digital” se completează cu noțiunea „sistem de certificare”, cu următorul cuprins:</p> <p>„sistem de certificare - un sistem de verificare de către o parte terță care certifică faptul că un produs, un proces sau o întreprindere respectă anumite cerințe, care permite utilizarea unei etichete de durabilitate corespunzătoare, și ai cărui termeni, inclusiv cerințele, sunt disponibili publicului și îndeplinesc următoarele criterii:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sistemul este deschis în condiții transparente, echitabile și nediscriminatorii tuturor comercianților care doresc și sunt în măsură să respecte cerințele sistemului; 	<p>satisface, conform destinației, necesitățile explicite sau implicite;</p> <p><i>cerințe declarate</i> – orice declarații publice privind caracteristicile principale ale produselor făcute de vânzător, producător sau reprezentantul autorizat al acestuia, în special prin publicitate sau prin etichetare;</p> <p><i>clauză abuzivă</i> – 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;</p> <p><i>cod de conduită</i> – 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;</p> <p><i>comerciant</i> – orice persoană fizică sau juridică care, în practicile comerciale ce fac obiectul prezentei legi, acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale, de producție sau artizanale, precum și orice persoană care acționează în scop comercial, în numele sau în beneficiul unui comerciant;</p> <p><i>compatibilitate</i> – capacitatea bunurilor de a funcționa cu componente hardware sau software care sunt utilizate în mod normal pentru bunurile de același tip, fără a fi necesară conversia bunurilor sau a componentelor hardware sau software;</p> <p>consumabil - orice componentă a unui bun care este utilizată în mod repetat și care trebuie înlocuită sau reîncărcată pentru ca bunul să funcționeze conform destinației;</p> <p><i>consumator</i> – orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care</p>
---	---	--

<p>consumator;</p> <p><i>durabilitate</i> – capacitatea bunurilor de a își menține funcțiile și performanța necesare în cursul utilizării normale;</p> <p><i>durată de funcționare</i> – perioadă de timp, stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs), în cadrul căreia produsele de folosință îndelungată trebuie să-și mențină caracteristicile funcționale, cu condiția respectării regulilor de transportare, manipulare, depozitare și utilizare;</p> <p><i>executant</i> – orice persoană fizică sau juridică, autorizată pentru activitate de întreprinzător, care efectuează lucrări în relațiile cu consumatorii;</p> <p><i>garanție comercială</i> – orice angajament din partea vânzătorului sau a unui producător (denumit în continuare garant) față de consumator, prevăzut în certificatul de garanție sau în publicitatea relevantă disponibilă în momentul sau înaintea încheierii contractului, în plus față de obligațiile legale care îi revin vânzătorului referitoare la garanția de conformitate, de rambursare a prețului plătit sau de înlocuire, reparare sau întreținere a produsului în orice mod în cazul în care acesta nu corespunde specificațiilor sau oricărei alte cerințe care nu este legată de conformitate;</p> <p><i>garanție legală de conformitate</i> – protecție juridică a consumatorului, rezultată prin efectul legii în raport cu lipsa de conformitate, care reprezintă obligația legală a vânzătorului sau a producătorului față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de a aduce produsul la conformitate și care include restituirea prețului plătit de consumator, înlocuirea, repararea sau întreținerea produsului;</p> <p><i>ierarhie a produselor prezentate consumatorului</i> – vizibilitate relativă conferită produselor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către comerciant, indiferent de</p>	<p>- cerințele sistemului sunt elaborate de proprietarul sistemului în consultare cu experții și părțile interesate relevante;</p> <p>- sistemul stabilește proceduri de abordare a nerespectării cerințelor sistemului și prevede retragerea sau suspendarea utilizării etichetei de durabilitate de către comerciant în cazul nerespectării cerințelor sistemului; și</p> <p>- monitorizarea respectării de către comerciant a cerințelor sistemului face obiectul unei proceduri obiective și este efectuată de o parte terță a cărei competență și independență atât față de proprietarul sistemului, cât și față de comerciant se bazează pe standarde și proceduri internaționale, ale Uniunii sau naționale;”</p>	<p>comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător, industrială, artizanală sau profesională;</p> <p><i>conținut digital</i> – date care sunt produse și furnizate în format digital;</p> <p><i>decizie de tranzacționare</i> – 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;</p> <p><i>declarație de conformitate</i> – asigurare scrisă, bazată pe o decizie luată în urma unei evaluări, prin care producătorul sau reprezentantul său autorizat confirmă cu certitudine că produsul este conform cu cerințele specificate;</p> <p><i>denaturarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor</i> – 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;</p> <p><i>diligență profesională</i> – 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;</p> <p><i>distribuitor</i> – agent economic din lanțul de distribuție, altul decât producătorul sau importatorul, care pune la dispoziție pe piață produse și asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la consumator;</p>
---	--	--

mijloacele tehnologice utilizate pentru o astfel de prezentare, organizare sau comunicare;

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;

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;

interesele colective ale consumatorilor – interesele unui anumit număr de consumatori care au suferit sau sunt susceptibili să sufere un prejudiciu din cauza unei încălcări;

interfață online – orice software, inclusiv un site sau o parte a unui site, ori o aplicație, care este operat de către sau în numele unui comerciant și care servește pentru a oferi consumatorilor acces la bunurile sau serviciile comerciantului;

interoperabilitate – capacitatea bunurilor de a funcționa cu componente hardware sau software diferite de cele care sunt utilizate în mod normal pentru bunurile de același tip;

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;

încălcare pe scară largă:

a) orice acțiune sau omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor care își

durabilitate – capacitatea bunurilor de a își menține funcțiile și performanța necesare în cursul utilizării normale;

durată de funcționare – perioadă de timp, stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs), în cadrul căreia produsele de folosință îndelungată trebuie să-și mențină caracteristicile funcționale, cu condiția respectării regulilor de transportare, manipulare, depozitare și utilizare;

***etichetă de durabilitate* - orice marcă de încredere voluntară, marcă de calitate sau echivalent al acestora, publică sau privată, care urmărește să distingă și să promoveze un produs, un proces sau o întreprindere prin referire la caracteristicile sale de mediu sau sociale sau ambele, și care exclude orice etichetă obligatorie necesară în temeiul legislației;**

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

***funcționalitate* - capacitatea bunurilor de a își îndeplini funcțiile, având în vedere scopul lor;**

garanție comercială – orice angajament din partea vânzătorului sau a unui producător (denumit în continuare garant) față de consumator, prevăzut în certificatul de garanție sau în publicitatea relevantă disponibilă în momentul sau înaintea încheierii contractului, în plus față de obligațiile legale care îi revin vânzătorului referitoare la garanția de conformitate, de rambursare a prețului plătit sau de înlocuire, reparare sau întreținere a produsului în orice mod în cazul în care acesta nu corespunde specificațiilor sau oricărei alte cerințe care nu este legată de conformitate;

garanție legală de conformitate – protecție

au reședința în cel puțin două state diferite de statul: în care își are originea sau a avut loc acțiunea sau omisiunea în cauză; pe teritoriul căruia este stabilit comerciantul responsabil de acțiunea sau omisiunea în cauză; în care se găsesc mijloacele de probă sau activele comerciantului care au legătură cu acțiunea sau omisiunea respectivă; sau

b) orice acțiune ori omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor, care au caracteristici comune, cum ar fi aceeași practică ilegală, încălcarea aceluiași interes, și care survin în același timp, fiind comise de același comerciant, în cel puțin trei state;

încălcare transfrontalieră – orice acțiune sau omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor care își au reședința într-un stat diferit de cel în care își are originea ori a avut loc acțiunea sau omisiunea în cauză, pe teritoriul căruia este stabilit comerciantul responsabil de acțiunea sau omisiunea în cauză sau în care se găsesc mijloacele de probă ori activele comerciantului care au legătură cu acțiunea sau omisiunea respectivă;

licitație deschisă – metodă de vânzare prin care comerciantul oferă produse sau servicii consumatorilor, care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană la licitație, prin intermediul unei proceduri de licitare transparentă, concurențială, condusă de un judecător și în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze produsele sau serviciile;

litigiu intern – litigiu contractual care rezultă dintr-un contract de vânzare-cumpărare sau prestare de servicii în cazul în care consumatorul, în momentul în care comandă produsele sau

juridică a consumatorului, rezultată prin efectul legii în raport cu lipsa de conformitate, care reprezintă obligația legală a vânzătorului sau a producătorului față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de a aduce produsul la conformitate și care include restituirea prețului plătit de consumator, înlocuirea, repararea sau întreținerea produsului;

ierarhie a produselor prezentate consumatorului – vizibilitate relativă conferită produselor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către comerciant, indiferent de mijloacele tehnologice utilizate pentru o astfel de prezentare, organizare sau comunicare;

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;

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;

interesele colective ale consumatorilor – interesele unui anumit număr de consumatori care au suferit sau sunt susceptibili să sufere un prejudiciu din cauza unei încălcări;

interfață online – orice software, inclusiv un site sau o parte a unui site, ori o aplicație, care este operat de către sau în numele unui comerciant și care servește pentru a oferi consumatorilor acces la bunurile sau serviciile comerciantului;

interoperabilitate – capacitatea bunurilor de a funcționa cu componente hardware sau software diferite de cele care sunt utilizate în mod normal

serviciile, și comerciantul au reședința și sediul în Republica Moldova;

litigiu transfrontalier – litigiu contractual care rezultă dintr-un contract de vânzare-cumpărare sau de prestare de servicii în cazul în care consumatorul, în momentul în care comandă produsele sau serviciile, își are reședința într-un alt stat decât cel în care este stabilit comerciantul;

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

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

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;

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;

prejudiciu adus intereselor colective ale consumatorilor – prejudiciu real sau potențial adus intereselor unui anumit număr de consumatori.

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

producător:

pentru bunurile de același tip;

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;

încălcare pe scară largă:

a) orice acțiune sau omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor care își au reședința în cel puțin două state diferite de statul: în care își are originea sau a avut loc acțiunea sau omisiunea în cauză; pe teritoriul căruia este stabilit comerciantul responsabil de acțiunea sau omisiunea în cauză; în care se găsesc mijloacele de probă sau activele comerciantului care au legătură cu acțiunea sau omisiunea respectivă; sau

b) orice acțiune ori omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor, care au caracteristici comune, cum ar fi aceeași practică ilegală, încălcarea aceluiași interes, și care survin în același timp, fiind comise de același comerciant, în cel puțin trei state;

încălcare transfrontalieră – orice acțiune sau omisiune care contravine legislației ce protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor care își au reședința într-un stat diferit de cel în care își are originea ori a avut loc acțiunea sau omisiunea în cauză, pe teritoriul căruia este stabilit comerciantul responsabil de acțiunea sau omisiunea în cauză sau în care se găsesc mijloacele de probă ori activele comerciantului care au legătură cu acțiunea sau omisiunea respectivă;

- 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;
produs:
– bun destinat consumului sau utilizării individuale;
– orice obiect corporal mobil care include un conținut digital sau un serviciu digital ori este interconectat cu acesta, astfel încât, în absența respectivului conținut digital sau serviciu digital, bunul nu și-ar putea îndeplini funcțiile („bunuri cu elemente digitale”);
– energia electrică, gazele naturale și apa atunci când sunt puse în vânzare în volum limitat sau în cantitate fixă.
În cadrul practicilor comerciale se consideră produs orice bun sau serviciu, inclusiv bunurile imobile, conținutul digital și serviciile digitale, precum și drepturile și obligațiile aferente;
produs falsificat (contrafăcut) – produs, fabricat din alți componenți, în alte proporții sau în alte condiții decât cele stabilite în specificațiile tehnice, care este prezentat drept veritabil;
produs de folosință îndelungată – produs tehnic

licitație deschisă – metodă de vânzare prin care comerciantul oferă produse sau servicii consumatorilor, care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană la licitație, prin intermediul unei proceduri de licitare transparentă, concurențială, condusă de un adjudecător și în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze produsele sau serviciile;
litigiu intern – litigiu contractual care rezultă dintr-un contract de vânzare-cumpărare sau prestare de servicii în cazul în care consumatorul, în momentul în care comandă produsele sau serviciile, și comerciantul au reședința și sediul în Republica Moldova;
litigiu transfrontalier – litigiu contractual care rezultă dintr-un contract de vânzare-cumpărare sau de prestare de servicii în cazul în care consumatorul, în momentul în care comandă produsele sau serviciile, își are reședința într-un alt stat decât cel în care este stabilit comerciantul;
lucrare – ansamblu de acțiuni prin care se obține un produs sau se modifică caracteristicile acestuia;
piață online – serviciu care utilizează software, inclusiv un site de internet sau o parte a unui site de internet ori o aplicație gestionată de către comerciant sau în numele acestuia, care le permite consumatorilor să încheie contracte la distanță cu alți comercianți sau consumatori;
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;
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

<p>complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata de funcționare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere. Nu sunt de folosință îndelungată produsele care nu sunt constituite dintr-un ansamblu de piese, al căror schimb permite reparația și întreținerea, și care, fiind utilizate conform destinației, în cadrul termenului de uzură își pot schimba structura, culoarea, forma sau compoziția, restabilirea acestora la starea inițială necesitând un efort disproporționat;</p> <p><i>produs, serviciu inofensiv (sigur)</i> – produs, serviciu care nu prezintă risc pentru viața, sănătatea, ereditatea și bunurile consumatorilor sau mediul înconjurător;</p> <p><i>produs, serviciu periculos</i> – produs, serviciu care nu poate fi definit ca inofensiv;</p> <p><i>produs, serviciu necorespunzător (defectuos)</i> – produs, serviciu care nu corespunde cerințelor stabilite în actele normative sau declarate;</p> <p><i>punere la dispoziție pe piață</i> – furnizare pe piață a unui produs pentru distribuție, consum sau utilizare în cadrul unei activități comerciale în schimbul unei plăți sau în mod gratuit;</p> <p><i>reclamație</i> – declarație scrisă, susținută de documente probatoare, prin care un comerciant a comis sau este susceptibil să comită o încălcare a actelor normative care protejează interesele consumatorilor;</p> <p><i>reparație</i> – în caz de neconformitate, aducere a unui produs în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare;</p> <p><i>responsabil de codul de conduită</i> – 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;</p> <p><i>serviciu</i> – activitate, alta decât cea din care</p>		<p>și/sau utilizării produselor, serviciilor necorespunzătoare ori în urma refuzului sau tergiversării neîntemeiate a încheierii contractului de prestare a serviciului;</p> <p><i>prejudiciu adus intereselor colective ale consumatorilor</i> – prejudiciu real sau potențial adus intereselor unui anumit număr de consumatori.</p> <p><i>prestator</i> – orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care prestează servicii;</p> <p><i>producător:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>- reprezentant, înregistrat în Republica Moldova, al unui agent economic al cărui sediu se află în afara Republicii Moldova;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p><i>produs:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – bun destinat consumului sau utilizării individuale; – orice obiect corporal mobil care include un conținut digital sau un serviciu digital ori este interconectat cu acesta, astfel încât, în absența respectivului conținut digital sau serviciu digital, bunul nu și-ar putea îndeplini funcțiile („bunuri cu elemente digitale”);
---	--	---

rezultă produse, desfășurată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

serviciu digital:

– serviciu care permite consumatorului crearea, prelucrarea, stocarea sau accesarea datelor în format digital; sau

– serviciu care permite schimbul de date în format digital încărcate sau create de consumator sau de alți utilizatori ai serviciului respectiv ori orice altă interacțiune cu aceste date;

support durabil – orice instrument care permite consumatorului sau vânzătorului să stocheze informații ce îi sunt adresate personal, într-un mod accesibil pentru referințe ulterioare, pentru o perioadă adecvată scopului informațiilor și care permite reproducerea neschimbată a informațiilor stocate;

termen de valabilitate/dată de minimă durabilitate – perioadă de timp/dată stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs) pentru un produs nealimentar, altul decât cel pentru care este stabilită o durată de funcționare, în cadrul căreia/până la care produsul trebuie să-și păstreze caracteristicile specifice inițiale, cu condiția respectării regulilor de transportare, manipulare, depozitare și utilizare;

termen de garanție – perioadă de timp, stabilită de prezenta lege sau declarată, care curge de la data livrării produsului, serviciului și în cadrul căreia vânzătorul, prestatorul sau producătorul se angajează față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de a restitui prețul plătit, de a înlocui, de a repara sau întreține produsul cumpărat, serviciul prestat ori de a se ocupa de produse, servicii în orice mod dacă acestea nu corespund condițiilor enunțate în declarațiile referitoare la garanție sau în publicitatea aferentă;

vânzător – orice persoană juridică sau fizică

– energia electrică, gazele naturale și apa atunci când sunt puse în vânzare în volum limitat sau în cantitate fixă.

În cadrul practicilor comerciale se consideră produs orice bun sau serviciu, inclusiv bunurile imobile, conținutul digital și serviciile digitale, precum și drepturile și obligațiile aferente;

produs falsificat (contrafăcut) – produs, fabricat din alți componenți, în alte proporții sau în alte condiții decât cele stabilite în specificațiile tehnice, care este prezentat drept veritabil;

produs de folosință îndelungată – produs tehnic complex, constituit din piese și subansambluri, proiectat și construit pentru a putea fi utilizat pe durata de funcționare și asupra căruia se pot efectua reparații sau activități de întreținere. Nu sunt de folosință îndelungată produsele care nu sunt constituite dintr-un ansamblu de piese, al căror schimb permite reparația și întreținerea, și care, fiind utilizate conform destinației, în cadrul termenului de uzură își pot schimba structura, culoarea, forma sau compoziția, restabilirea acestora la starea inițială necesitând un efort disproporționat;

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, serviciu necorespunzător (defectuos) – produs, serviciu care nu corespunde cerințelor stabilite în actele normative sau declarate;

punere la dispoziție pe piață – furnizare pe piață a unui produs pentru distribuție, consum sau utilizare în cadrul unei activități comerciale în schimbul unei plăți sau în mod gratuit;

reclamație – declarație scrisă, susținută de documente probatoare, prin care un comerciant a comis sau este susceptibil să comită o încălcare a

autorizată pentru activitate de întreprinzător, care acționează, inclusiv în numele sau în contul acesteia prin intermediul unei alte persoane, în scopuri ce țin de activitatea comercială, industrială, artizanală sau profesională a persoanei juridice sau fizice respective în relațiile cu consumatorii;

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

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 verificare.

actelor normative care protejează interesele consumatorilor;

recondiționare - acțiunile efectuate pentru pregătirea, curățarea, testarea, service-ul și, dacă este necesar, repararea unui produs sau a unui produs eliminat pentru a restabili performanța sau funcționalitatea acestuia în cadrul utilizării preconizate și a gamei de performanță concepute inițial în etapa de proiectare la momentul introducerii pe piață a produsului;

reparație – în caz de neconformitate, aducere a unui produs în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare;

reparare - una sau mai multe acțiuni efectuate pentru a readuce un produs defect sau un deșeu la o stare în care acesta îndeplinește scopul prevăzut;

reparator - orice persoană fizică sau juridică care, în legătură cu activitatea sa comercială, industrială, meșteșugărească sau profesională, furnizează un serviciu de reparare, inclusiv producătorii și vânzătorii care furnizează servicii de reparare și furnizorii de servicii de reparare, indiferent dacă sunt independenți sau afiliați acestor producători sau vânzători;

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;

serviciu – activitate, alta decât cea din care rezultă produse, desfășurată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;

serviciu digital:

– serviciu care permite consumatorului crearea,

		<p>prelucrarea, stocarea sau accesarea datelor în format digital; sau</p> <ul style="list-style-type: none">– serviciu care permite schimbul de date în format digital încărcate sau create de consumator sau de alți utilizatori ai serviciului respectiv ori orice altă interacțiune cu aceste date; <p>sistem de certificare - un sistem de verificare de către o parte terță care certifică faptul că un produs, un proces sau o întreprindere respectă anumite cerințe, care permite utilizarea unei etichete de durabilitate corespunzătoare, și ai cărui termeni, inclusiv cerințele, sunt disponibili publicului și îndeplinesc următoarele criterii:</p> <ul style="list-style-type: none">- sistemul este deschis în condiții transparente, echitabile și nediscriminatorii tuturor comercianților care doresc și sunt în măsură să respecte cerințele sistemului;- cerințele sistemului sunt elaborate de proprietarul sistemului în consultare cu experții și părțile interesate relevante;- sistemul stabilește proceduri de abordare a nerespectării cerințelor sistemului și prevede retragerea sau suspendarea utilizării etichetei de durabilitate de către comerciant în cazul nerespectării cerințelor sistemului; și- monitorizarea respectării de către comerciant a cerințelor sistemului face obiectul unei proceduri obiective și este efectuată de o parte terță a cărei competență și independență atât față de proprietarul sistemului, cât și față de comerciant se bazează pe standarde și proceduri internaționale, ale Uniunii sau naționale. <p><i>suport durabil</i> – orice instrument care permite consumatorului sau vânzătorului să stocheze</p>
--	--	---

		<p>informații ce îi sunt adresate personal, într-un mod accesibil pentru referințe ulterioare, pentru o perioadă adecvată scopului informațiilor și care permite reproducerea neschimbată a informațiilor stocate;</p> <p><i>termen de valabilitate/dată de minimă durabilitate</i> – perioadă de timp/dată stabilită de către producător (agentul economic care fabrică un produs) pentru un produs nealimentar, altul decât cel pentru care este stabilită o durată de funcționare, în cadrul căreia/până la care produsul trebuie să-și păstreze caracteristicile specifice inițiale, cu condiția respectării regulilor de transportare, manipulare, depozitare și utilizare;</p> <p><i>termen de garanție</i> – perioadă de timp, stabilită de prezenta lege sau declarată, care curge de la data livrării produsului, serviciului și în cadrul căreia vânzătorul, prestatorul sau producătorul se angajează față de consumator, fără solicitarea unor costuri suplimentare, de a restitui prețul plătit, de a înlocui, de a repara sau întreține produsul cumpărat, serviciul prestat ori de a se ocupa de produse, servicii în orice mod dacă acestea nu corespund condițiilor enunțate în declarațiile referitoare la garanție sau în publicitatea aferentă;</p> <p><i>vânzător</i> – orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care acționează, inclusiv în numele sau în contul acesteia prin intermediul unei alte persoane, în scopuri ce țin de activitatea comercială, industrială, artizanală sau profesională a persoanei juridice sau fizice respective în relațiile cu consumatorii;</p> <p><i>viciu (deficiență)</i> – defect al unui produs, serviciu, care le face necorespunzătoare cerințelor stabilite în actele normative sau declarate și care se manifestă și poate fi constatat numai în timpul utilizării și/sau păstrării celui</p>
--	--	---

		<p>produs, serviciu; <i>viciu (deficiență) ascuns</i> – 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 verificare.</p>
<p>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 când 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 vârstă sau de credulitate, comportamentul economic al acestuia putând fi, în mod rezonabil, prevăzut de comerciant. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sunt destinate a fi luate ca atare. (4) Practicile comerciale incorecte sunt, în special, cele: a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin. (5)–</p>	<p>2. La articolul 13: alineatul (6) litera b) va avea următorul cuprins: „b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi disponibilitatea, avantajele, riscurile, execuția, compoziția, caracteristicile sociale sau de mediu, accesoriile, aspectele legate de circularitate, cum ar fi durabilitatea, posibilitatea de reparare sau de reciclare, asistența acordată după vânzare consumatorilor, soluționarea reclamațiilor, metoda și data fabricației sau furnizării, livrarea, adecvarea pentru utilizarea preconizată, utilizarea, cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială sau rezultatele care pot fi așteptate în urma utilizării sau rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului.” alineatul (7) se completează cu literele d) și e) cu următorul cuprins: „d) formularea unei afirmații legate de mediu cu privire la performanța de mediu viitoare fără angajamente clare, obiective, puse la dispoziția publicului și verificabile, stabilite într-un plan de punere în aplicare detaliat și realist care include ținte măsurabile și încadrate în timp și alte elemente relevante necesare pentru a sprijini punerea sa în aplicare, cum ar fi alocarea de resurse, și care este verificat periodic de un expert terț independent, ale cărui rezultate sunt puse la</p>	<p>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 când 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 vârstă sau de credulitate, comportamentul economic al acestuia putând fi, în mod rezonabil, prevăzut de comerciant. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sunt destinate a fi luate ca atare. (4) Practicile comerciale incorecte sunt, în special, cele: a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin. (5)–</p>

<p>(14); b) agresive, în sensul prevederilor alin. (15)–(17). Practicile comerciale incorecte menționate nu vor fi interpretate ca exhaustive. (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 vânzare și soluționarea reclamațiilor, modul și data fabricării sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, termenul de valabilitate/data de minimă durabilitate sau data durabilității minimale/data-limită de consum, 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</p>	<p>dispoziția consumatorilor; e) publicitatea beneficiilor pentru consumatori care sunt irelevante și care nu rezultă din nicio caracteristică a produsului sau a întreprinderii.” se completează cu alineatul (13¹) cu următorul cuprins: „(13¹) În cazul în care un comerciant furnizează un serviciu care compară produsele și oferă consumatorului informații privind caracteristicile sociale sau de mediu sau privind aspectele legate de circularitate, cum ar fi durabilitatea, posibilitatea de reparare sau de reciclare ale produselor sau ale furnizorilor respectivelor produse, informațiile privind metoda de comparare, produsele care fac obiectul comparației și furnizorii produselor respective, precum și măsurile instituite de actualizare a informațiilor sunt considerate informații semnificative.” alineatul (14): se completează cu litera b¹) cu următorul cuprins: „b¹) afișarea unei etichete de durabilitate care nu se bazează pe un sistem de certificare sau nu este stabilită de autorități publice;” se completează cu literele d¹) - d³) cu următorul cuprins: „d¹) formularea unei afirmații generice legată de mediu pentru care comerciantul nu poate demonstra o performanță de mediu excelentă recunoscută, relevantă pentru afirmație; d²) formularea unei afirmații legate de mediu cu privire la întregul produs sau la întreaga activitate a comerciantului, atunci când aceasta se referă doar la un anumit aspect al produsului sau la o componentă specifică a activității</p>	<p>(14); b) agresive, în sensul prevederilor alin. (15)–(17). Practicile comerciale incorecte menționate nu vor fi interpretate ca exhaustive. (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, riscurile, execuția, compoziția, caracteristicile sociale sau de mediu, accesoriile, aspectele legate de circularitate, cum ar fi durabilitatea, posibilitatea de reparare sau de reciclare, asistența acordată după vânzare consumatorilor, soluționarea reclamațiilor, metoda și data fabricației sau furnizării, livrarea, adecvarea pentru utilizarea preconizată, utilizarea, cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială sau rezultatele care pot fi așteptate în urma utilizării sau rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului. c) amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura</p>
--	---	---

<p>sponsorizarea sau sprijinul direct ori indirect acordat comerciantului sau produsului;</p> <p>d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;</p> <p>e) necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii;</p> <p>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;</p> <p>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. 20 și 21.</p> <p>(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:</p> <p>a) orice activitate comercială privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creând o confuzie cu un alt produs, cu o altă marcă, cu numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;</p> <p>b) nerespectarea de către comerciant a obligațiilor prevăzute în codul de conduită pe care s-a angajat să îl respecte, dacă:</p>	<p>comerciantului;</p> <p>d³) formularea unei afirmații pe baza compensării emisiilor de gaze cu efect de seră, că un produs are un impact neutru, redus sau pozitiv asupra mediului în ceea ce privește emisiile de gaze cu efect de seră;"</p> <p>se completează cu litera j¹) cu următorul cuprins: „j¹) prezentarea cerințelor impuse prin lege pentru toate produsele din categoria de produse relevantă de pe piața Uniunii Europene ca o caracteristică distinctivă a ofertei comerciantului;"</p> <p>se completează cu literele bb) - hh) cu următorul cuprins:</p> <p>„bb) neinformarea consumatorului cu privire la faptul că o actualizare de software va avea un impact negativ asupra funcționării bunurilor cu elemente digitale sau asupra utilizării conținutului digital sau a serviciilor digitale;</p> <p>cc) prezentarea unei actualizări de software ca fiind necesară atunci când aceasta se limitează la îmbunătățirea unor funcționalități;</p> <p>dd) comunicarea comercială cu privire la un bun care conține o caracteristică introdusă cu scopul de a-i limita durabilitatea, în ciuda faptului că informațiile referitoare la caracteristica respectivă și la efectele sale asupra durabilității bunului se află la dispoziția comerciantului.</p> <p>ee) susținerea în mod fals a faptului că, în condiții normale de utilizare, un bun are o anumită durabilitate în ceea ce privește utilizarea acestuia în timp sau intensitatea utilizării</p> <p>ff) prezentarea unui bun ca permițând repararea atunci când acest lucru nu este posibil.</p> <p>gg) incitarea consumatorului să înlocuiască sau</p>	<p>procesului de vânzare, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct ori indirect acordat comerciantului sau produsului;</p> <p>d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;</p> <p>e) necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii;</p> <p>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;</p> <p>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. 20 și 21.</p> <p>(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:</p> <p>a) orice activitate comercială privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creând o confuzie cu un alt produs, cu o altă marcă, cu numele sau cu alte semne distinctive ale unui concurent;</p> <p>b) nerespectarea de către comerciant a</p>
--	--	---

<p>- angajamentul său nu este o aspirație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată; și</p> <p>- în cadrul unei practici comerciale, el indică că s-a angajat să respecte codul respectiv;</p> <p>c) orice activitate de comercializare a unui produs pe teritoriul Republicii Moldova ca fiind identic cu un produs comercializat în alt stat, deși produsul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, cu excepția cazului în care acest lucru este justificat de factori legitimi și obiectivi.</p> <p>(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.</p> <p>(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</p>	<p>să reîncarce consumabilele unui produs mai devreme decât este necesar din motive tehnice.</p> <p>hh) nefurnizarea informațiilor cu privire la deprecierea funcționalității unui bun atunci când se utilizează consumabile, piese de schimb sau accesorii care nu sunt furnizate de producătorul original sau a susține în mod fals că o astfel de depreciere se va produce.”</p>	<p>obligațiilor prevăzute în codul de conduită pe care s-a angajat să îl respecte, dacă:</p> <p>- angajamentul său nu este o aspirație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată; și</p> <p>- în cadrul unei practici comerciale, el indică că s-a angajat să respecte codul respectiv;</p> <p>c) orice activitate de comercializare a unui produs pe teritoriul Republicii Moldova ca fiind identic cu un produs comercializat în alt stat, deși produsul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, cu excepția cazului în care acest lucru este justificat de factori legitimi și obiectivi;</p> <p>d) formularea unei afirmații legate de mediu cu privire la performanța de mediu viitoare fără angajamente clare, obiective, puse la dispoziția publicului și verificabile, stabilite într-un plan de punere în aplicare detaliat și realist care include ținte măsurabile și încadrate în timp și alte elemente relevante necesare pentru a sprijini punerea sa în aplicare, cum ar fi alocarea de resurse, și care este verificat periodic de un expert terț independent, ale cărui rezultate sunt puse la dispoziția consumatorilor;</p> <p>e) publicitatea beneficiilor pentru consumatori care sunt irelevante și care nu rezultă din nicio caracteristică a produsului sau a întreprinderii.</p> <p>(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</p>
---	---	---

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 soluționare 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

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

implică acest drept;

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

(12) Atunci când consumatorii au posibilitatea de a căuta produse oferite de diferiți comercianți sau de consumatori pe baza unei căutări sub formă de cuvinte-cheie, fraze sau alte date de intrare, indiferent de locul în care se încheie tranzacțiile în cele din urmă, sunt considerate semnificative informațiile generale puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate rezultatele căutării, precum și informațiile privind principalii parametri de stabilire a ierarhiei produselor prezentate consumatorului ca urmare a căutării efectuate și privind importanța relativă a acestor parametri, prin raportare la alți parametri. Prezentul alineat nu se aplică furnizorilor de motoare de căutare online.

(13) În cazul în care un comerciant oferă acces la recenziile consumatorilor privind produsele, sunt considerate semnificative informațiile care indică cum garantează comerciantul și dacă garantează că recenziile publicate provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul.

(14) Sunt 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;

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 taxe postale 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 soluționare 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;

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

(12) Atunci când consumatorii au posibilitatea de a căuta produse oferite de diferiți comercianți sau de consumatori pe baza unei căutări sub formă de cuvinte-cheie, fraze sau alte date de intrare, indiferent de locul în care se încheie tranzacțiile în cele din urmă, sunt considerate semnificative informațiile generale puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate rezultatele căutării, precum și informațiile privind principalii parametri de

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, avându-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 lipșirii

stabilire a ierarhiei produselor prezentate consumatorului ca urmare a căutării efectuate și privind importanța relativă a acestor parametri, prin raportare la alți parametri. Prezentul alineat nu se aplică furnizorilor de motoare de căutare online.

(13) În cazul în care un comerciant oferă acces la recenziile consumatorilor privind produsele, sunt considerate semnificative informațiile care indică cum garantează comerciantul și dacă garantează că recenziile publicate provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul.

(13¹) În cazul în care un comerciant furnizează un serviciu care compară produsele și oferă consumatorului informații privind caracteristicile sociale sau de mediu sau privind aspectele legate de circularitate, cum ar fi durabilitatea, posibilitatea de reparare sau de reciclare ale produselor sau ale furnizorilor respectivelor produse, informațiile privind metoda de comparare, produsele care fac obiectul comparației și furnizorii produselor respective, precum și măsurile instituite de actualizare a informațiilor sunt considerate informații semnificative.”

(14) Sunt 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;

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 postvânzare 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, înainte încheierii tranzacției, comerciantul a comunicat cu consumatorul în altă limbă decât limba oficială a statului în care se prestează serviciul;

i) afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi vândut în mod legal în 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 încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător;

b¹) afișarea unei etichete de durabilitate care nu se bazează pe un sistem de certificare sau nu este stabilită de autorități publice;

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;

d¹) formularea unei afirmații generice legată de mediu pentru care comerciantul nu poate demonstra o performanță de mediu excelentă recunoscută, relevantă pentru afirmație;

d²) formularea unei afirmații legate de mediu cu privire la întregul produs sau la întreaga activitate a comerciantului, atunci când aceasta se referă doar la un anumit aspect al produsului sau la o componentă specifică a activității comerciantului;

d³) formularea unei afirmații pe baza compensării emisiilor de gaze cu efect de seră, că un produs are un impact neutru, redus sau pozitiv asupra mediului în ceea ce privește emisiile de gaze cu efect de seră;"

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-

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

o cantitate rezonabilă, avându-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 postvânzare 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 decât limba oficială a statului în care se prestează serviciul;

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

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

j¹) prezentarea cerințelor impuse prin lege pentru toate produsele din categoria de

acțiunile comerciantului nu sunt 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 postvânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decât cel în care produsul este vândut;

y) furnizarea de rezultate ca răspuns la o căutare efectuată online de către un consumator fără a menționa în mod clar existența oricărei publicități plătite sau a oricărei plăți specifice pentru asigurarea unei încadrări pe o poziție mai bună în ierarhie a produselor în cadrul rezultatelor căutării;

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

z) afirmarea faptului că recenzii privind un produs provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, fără a lua măsuri rezonabile și proporționale pentru a verifica dacă aceste recenzii provin de la consumatorii respectivi;

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

(15) O practică comercială este considerată ca

produse relevantă de pe piața Uniunii Europene ca o caracteristică distinctivă 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 încât 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

fiind agresivă dacă, în contextul situației de fapt și ținând 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, constrângere, 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.

(16) Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, constrângere, 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.

(17) Sunt considerate ca fiind agresive, în orice

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 sunt 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 postvânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decât cel în care produsul este vândut;

y) furnizarea de rezultate ca răspuns la o căutare efectuată online de către un consumator fără a menționa în mod clar existența oricărei publicități plătite sau a oricărei plăți specifice pentru asigurarea unei încadrări pe o poziție mai bună în ierarhie a produselor în cadrul rezultatelor căutării;

situație, următoarele practici comerciale:

- a) crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului până când nu se încheie un contract;
- b) efectuarea de vizite personale la domiciliul consumatorului, ignorând 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 obligații 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 produsul care a fost furnizat de comerciant, dar pe care consumatorul nu l-a solicitat, ori solicitarea returnării sau a păstrării, în condiții sigure, a produsului (vânzare nesolicitată);
- g) informarea explicită a consumatorului că, în cazul în care acesta nu cumpără produsul ori

- x) revânzarea de bilete către consumatori, în cazul în care comerciantul le-a achiziționat utilizând mijloace automate pentru a eluda orice limitare impusă privind numărul de bilete pe care o persoană le poate cumpăra sau orice altă regulă aplicabilă achiziționării de bilete;
- z) afirmarea faptului că recenziile privind un produs provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, fără a lua măsuri rezonabile și proporționale pentru a verifica dacă aceste recenzii provin de la consumatorii respectivi;
- aa) prezentarea sau însărcinarea unei alte persoane juridice sau fizice cu prezentarea de recenzii sau recomandări false ca venind din partea unor consumatori ori prezentarea înșelătoare a recenziilor sau a recomandărilor unor consumatori pe platformele de comunicare socială pentru a promova anumite produse;
- bb) neinformarea consumatorului cu privire la faptul că o actualizare de software va avea un impact negativ asupra funcționării bunurilor cu elemente digitale sau asupra utilizării conținutului digital sau a serviciilor digitale;**
- cc) prezentarea unei actualizări de software ca fiind necesară atunci când aceasta se limitează la îmbunătățirea unor funcționalități;**
- dd) comunicarea comercială cu privire la un bun care conține o caracteristică introdusă cu scopul de a-i limita durabilitatea, în ciuda faptului că informațiile referitoare la caracteristica respectivă și la efectele sale asupra durabilității bunului se află la dispoziția comerciantului.**

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.

ee) susținerea în mod fals a faptului că, în condiții normale de utilizare, un bun are o anumită durabilitate în ceea ce privește utilizarea acestuia în timp sau intensitatea utilizării

ff) prezentarea unui bun ca permițând repararea atunci când acest lucru nu este posibil.

gg) incitarea consumatorului să înlocuiască sau să reîncarce consumabilele unui produs mai devreme decât este necesar din motive tehnice.

hh) nefurnizarea informațiilor cu privire la deprecierea funcționalității unui bun atunci când se utilizează consumabile, piese de schimb sau accesorii care nu sunt furnizate de producătorul original sau a susține în mod fals că o astfel de depreciere se va produce.”

(15) O practică comercială este considerată ca fiind agresivă dacă, în contextul situației de fapt și ținând 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, constrângere, 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.

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

		<p>a) momentul, locul desfășurării, natura și/sau durata practicii comerciale;</p> <p>b) recurgerea la amenințare, la un limbaj sau la un comportament abuziv;</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>e) orice amenințare cu măsuri în situația în care acestea nu pot fi luate în mod legal.</p> <p>(17) Sunt considerate ca fiind agresive, în orice situație, următoarele practici comerciale:</p> <p>a) crearea impresiei consumatorului că nu poate părăsi sediul comerciantului până când nu se încheie un contract;</p> <p>b) efectuarea de vizite personale la domiciliul consumatorului, ignorând 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;</p> <p>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 obligații contractuale și în măsura în care o permite;</p> <p>d) solicitarea de la un consumator care dorește să</p>
--	--	---

		<p>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;</p> <p>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;</p> <p>f) solicitarea unei plăți, imediate sau ulterioare, pentru produsul care a fost furnizat de comerciant, dar pe care consumatorul nu l-a solicitat, ori solicitarea returnării sau a păstrării, în condiții sigure, a produsului (vânzare nesolicitată);</p> <p>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;</p> <p>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.</p>
<p>Articolul 17. Conformitatea produselor cu specificațiile cuprinse în contractul de vânzare-cumpărare (1) Vanzătorul este obligat să livreze</p>	<p>3. La articolul 17: la alineatul (3) litera d) după cuvintele „în materie de durabilitate,” se introduce textul „potențial de reparare.”.</p>	<p>Articolul 17. Conformitatea produselor cu specificațiile cuprinse în contractul de vânzare-cumpărare (1) Vanzătorul este obligat să livreze</p>

consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare.

(2) Pentru a fi în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare, produsele îndeplinesc, în special, următoarele cerințe subiective de conformitate:

a) respectă descrierea, tipul, cantitatea și calitatea și dețin funcționalitatea, compatibilitatea, interoperabilitatea și alte caracteristici prevăzute în contractul de vânzare-cumpărare;

b) corespund scopului special pentru care consumatorul le solicită, pe care consumatorul l-a adus la cunoștința vânzătorului cel târziu în momentul încheierii contractului și pe care vânzătorul l-a acceptat;

c) sunt livrate împreună cu toate accesoriile și cu toate instrucțiunile, inclusiv de instalare, prevăzute în contract;

d) sunt furnizate cu actualizări conform dispozițiilor contractului de vânzare-cumpărare.

(3) Pe lângă respectarea cerințelor subiective de conformitate, produsele îndeplinesc următoarele cerințe obiective de conformitate:

a) corespund scopurilor pentru care s-ar utiliza în mod normal produse de același tip, ținând seama de reglementările în vigoare, de standardele tehnice sau, în absența unor standarde tehnice, de codurile de conduită aplicabile în domeniu și specifice sectorului;

b) după caz, posedă calitatea și corespund descrierii unei mostre sau unui model pe care vânzătorul l-a pus la dispoziția consumatorului înainte de încheierea contractului;

c) dacă este cazul, sunt livrate împreună cu accesoriile, inclusiv ambalajul, instrucțiunile de instalare sau alte instrucțiuni pe care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil să le primească;

d) respectă cantitatea și dețin calitățile și alte caracteristici, inclusiv în materie de durabilitate,

consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare.

(2) Pentru a fi în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare, produsele îndeplinesc, în special, următoarele cerințe subiective de conformitate:

a) respectă descrierea, tipul, cantitatea și calitatea și dețin funcționalitatea, compatibilitatea, interoperabilitatea și alte caracteristici prevăzute în contractul de vânzare-cumpărare;

b) corespund scopului special pentru care consumatorul le solicită, pe care consumatorul l-a adus la cunoștința vânzătorului cel târziu în momentul încheierii contractului și pe care vânzătorul l-a acceptat;

c) sunt livrate împreună cu toate accesoriile și cu toate instrucțiunile, inclusiv de instalare, prevăzute în contract;

d) sunt furnizate cu actualizări conform dispozițiilor contractului de vânzare-cumpărare.

(3) Pe lângă respectarea cerințelor subiective de conformitate, produsele îndeplinesc următoarele cerințe obiective de conformitate:

a) corespund scopurilor pentru care s-ar utiliza în mod normal produse de același tip, ținând seama de reglementările în vigoare, de standardele tehnice sau, în absența unor standarde tehnice, de codurile de conduită aplicabile în domeniu și specifice sectorului;

b) după caz, posedă calitatea și corespund descrierii unei mostre sau unui model pe care vânzătorul l-a pus la dispoziția consumatorului înainte de încheierea contractului;

c) dacă este cazul, sunt livrate împreună cu accesoriile, inclusiv ambalajul, instrucțiunile de instalare sau alte instrucțiuni pe care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil să le primească;

d) respectă cantitatea și dețin calitățile și alte caracteristici, inclusiv în materie de durabilitate,

<p>funcționalitate, compatibilitate și securitate, care sunt normale pentru produsele de același tip și la care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil având în vedere natura produselor și ținând seama de orice declarație publică făcută de vânzător sau în numele acestuia ori de alte persoane situate în amonte în cadrul lanțului de tranzații, inclusiv de către producător, mai ales în anunțuri publicitare sau pe etichetă. [...]</p>		<p>potențial de reparare, funcționalitate, compatibilitate și securitate, care sunt normale pentru produsele de același tip și la care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil având în vedere natura produselor și ținând seama de orice declarație publică făcută de vânzător sau în numele acestuia ori de alte persoane situate în amonte în cadrul lanțului de tranzații, inclusiv de către producător, mai ales în anunțuri publicitare sau pe etichetă. [...]</p>
<p>Articolul 20. Drepturile consumatorului în cazul neconformității produsului (1) Vânzătorul este răspunzător față de consumator pentru orice neconformitate existentă la momentul când a fost livrat produsul. Prevederile prezentului alineat se aplică și produselor cu elemente digitale. (2) În cazul unei neconformități, consumatorul are dreptul de a solicita vânzătorului să i se aducă produsul la conformitate gratuit, prin reparare sau înlocuire, conform alin. (3)–(15), ori să beneficieze de reducerea corespunzătoare a prețului sau restituirea contravalorii pentru acest produs prin rezoluțiunea contractului, în condițiile alin. (17)–(19) și (23). (3) Consumatorul are dreptul, la opțiunea sa, de a solicita vânzătorului în primul rând repararea produsului sau înlocuirea acestuia, gratuit în fiecare caz, cu excepția situației în care măsura reparatorie respectivă este imposibilă sau disproporționată. (4) Termenul „gratuit”, prevăzut la alin. (2) și (3), se referă la toate costurile necesare aducerii produsului la conformitate, inclusiv costurile</p>	<p>4. La articolul 20: la alineatul (3), (5) și (6), cuvântul „reparatorie” la orice formă gramaticală, se substituie cu cuvântul „corectivă”, la forma gramaticală corespunzătoare. articolul se completează cu alineatul (3¹) cu următorul cuprins: „(3¹) Înainte să furnizeze măsura corectivă pentru a aduce produsul în conformitate, vânzătorul informează consumatorul cu privire la dreptul acestuia din urmă de a alege între reparare și înlocuire, precum și cu privire la eventuala prelungire a perioadei de răspundere contractuală, prevăzută la art. 23 alin. (18).” la alineatul (4) și (8) cuvântul „mărfuri” la orice formă gramaticală, se substituie cu cuvântul „produse”, la forma gramaticală corespunzătoare. alineatul (24) va avea următorul cuprins: (24) În timpul reparării, în funcție de particularitățile categoriei relevante de produse, în special de nevoia consumatorului de a dispune permanent de produsele respective, vânzătorul îi poate furniza consumatorului gratuit un produs</p>	<p>Articolul 20. Drepturile consumatorului în cazul neconformității produsului (1) Vânzătorul este răspunzător față de consumator pentru orice neconformitate existentă la momentul când a fost livrat produsul. Prevederile prezentului alineat se aplică și produselor cu elemente digitale. (2) În cazul unei neconformități, consumatorul are dreptul de a solicita vânzătorului să i se aducă produsul la conformitate gratuit, prin reparare sau înlocuire, conform alin. (3)–(15), ori să beneficieze de reducerea corespunzătoare a prețului sau restituirea contravalorii pentru acest produs prin rezoluțiunea contractului, în condițiile alin. (17)–(19) și (23). (3) Consumatorul are dreptul, la opțiunea sa, de a solicita vânzătorului în primul rând repararea produsului sau înlocuirea acestuia, gratuit în fiecare caz, cu excepția situației în care măsura corectivă respectivă este imposibilă sau disproporționată. (3¹) Înainte să furnizeze măsura corectivă pentru a aduce produsul în conformitate, vânzătorul informează consumatorul cu</p>

<p>poștale, de transport, manipulare, diagnosticare, expertizare, demontare, montare, manoperă, pentru materialele utilizate și ambalare.</p> <p>În cazul produselor cu greutatea mai mare de 10 kg sau ale căror înălțime și circumferință depășesc în sumă 200 cm, transportarea către vânzător pentru reparația, înlocuirea, reducerea prețului și restituirea contravalorii acestor mărfuri se efectuează cu forțele și mijloacele vânzătorului, căruia i s-a adresat consumatorul, în limitele localității în care este amplasată unitatea de comerț de unde a fost procurat produsul, precum și din localitatea de reședință a consumatorului.</p> <p>În cazul în care vânzătorul/producătorul nu îndeplinește această prevedere, transportarea și returnarea mărfurilor le poate efectua consumatorul pe contul vânzătorului/producătorului.</p> <p>Vânzătorul/producătorul restituie cheltuielile rezonabile pentru transportarea și returnarea mărfurilor în baza documentelor justificative prezentate de către consumator.</p> <p>(5) O măsură reparatorie se consideră ca disproporționată în cazul în care impune vânzătorului costuri nerezonabile în comparație cu cealaltă măsură reparatorie, luându-se în considerare:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) valoarea produsului, dacă nu ar fi existat neconformitatea; b) importanța neconformității; c) posibilitatea realizării altei măsuri reparatorii fără vreun inconvenient semnificativ pentru consumator; d) apariția în mod repetat a unei neconformități la 	<p>de înlocuire, inclusiv un bun recondiționat, cu titlul de împrumut.</p> <p>articolul se completează cu alin. (24¹) cu următorul cuprins:</p> <p>(24¹) La cererea consumatorului, vânzătorul poate furniza un bun recondiționat pentru a-și îndeplini obligația de înlocuire a bunului.</p>	<p>privire la dreptul acestuia din urmă de a alege între reparare și înlocuire, precum și cu privire la eventuala prelungire a perioadei de răspundere contractuală, prevăzută la art. 23 alin. (18).</p> <p>(4) Termenul „gratuit”, prevăzut la alin. (2) și (3), se referă la toate costurile necesare aducerii produsului la conformitate, inclusiv costurile poștale, de transport, manipulare, diagnosticare, expertizare, demontare, montare, manoperă, pentru materialele utilizate și ambalare.</p> <p>În cazul produselor cu greutatea mai mare de 10 kg sau ale căror înălțime și circumferință depășesc în sumă 200 cm, transportarea către vânzător pentru reparația, înlocuirea, reducerea prețului și restituirea contravalorii acestor produse se efectuează cu forțele și mijloacele vânzătorului, căruia i s-a adresat consumatorul, în limitele localității în care este amplasată unitatea de comerț de unde a fost procurat produsul, precum și din localitatea de reședință a consumatorului.</p> <p>În cazul în care vânzătorul/producătorul nu îndeplinește această prevedere, transportarea și returnarea produselor le poate efectua consumatorul pe contul vânzătorului/producătorului.</p> <p>Vânzătorul/producătorul restituie cheltuielile rezonabile pentru transportarea și returnarea produselor în baza documentelor justificative prezentate de către consumator.</p> <p>(5) O măsură corectivă se consideră ca disproporționată în cazul în care impune vânzătorului costuri nerezonabile în comparație cu cealaltă măsură corectivă, luându-se în</p>
--	---	---

produs după efectuarea deja a unei reparații.

(6) O măsură reparatorie se consideră ca imposibilă dacă vânzătorul nu poate asigura produse identice pentru înlocuire sau piese de schimb pentru reparație, inclusiv în cazul lipsei utilajelor sau a tehnologiei aferente.

(7) Vânzătorul poate refuza să aducă în conformitate produsele dacă reparația sau înlocuirea este imposibilă ori i-ar impune costuri care ar fi disproporționate, luând în considerare toate circumstanțele, inclusiv cele menționate la alin. (5) lit. a) și b).

(8) Orice reparație sau înlocuire a produselor este făcută în cadrul unei perioade de timp rezonabile, stabilite de comun acord, în scris, între vânzător și consumator, fără niciun inconvenient semnificativ pentru consumator, luându-se în considerare natura produsului și scopul pentru care consumatorul a solicitat produsul. Perioada de timp stabilită nu poate depăși 14 zile calendaristice de la data la care consumatorul a adus la cunoștință vânzătorului neconformitatea produsului și l-a predat vânzătorului ori persoanei desemnate de acesta în baza unui document de predare-primire. Acest termen poate fi prelungit, cu acordul consumatorului, cu până la 14 zile în cazul mărfurilor a căror reparare sau preschimbare necesită import de piese ori de produse similare.

(9) În cazul reparării produsului, în acesta se montează numai piese noi.

(10) În cazul în care o reparație necesită demontarea produselor care au fost instalate într-un mod compatibil cu natura și cu destinația lor înainte ca neconformitatea să fie constatată sau în

considerare:

a) valoarea produsului, dacă nu ar fi existat neconformitatea;

b) importanța neconformității;

c) posibilitatea realizării altei măsuri **corective** fără vreun inconvenient semnificativ pentru consumator;

d) apariția în mod repetat a unei neconformități la produs după efectuarea deja a unei reparații.

(6) O măsură **corectivă** se consideră ca imposibilă dacă vânzătorul nu poate asigura produse identice pentru înlocuire sau piese de schimb pentru reparație, inclusiv în cazul lipsei utilajelor sau a tehnologiei aferente.

(7) Vânzătorul poate refuza să aducă în conformitate produsele dacă reparația sau înlocuirea este imposibilă ori i-ar impune costuri care ar fi disproporționate, luând în considerare toate circumstanțele, inclusiv cele menționate la alin. (5) lit. a) și b).

(8) Orice reparație sau înlocuire a produselor este făcută în cadrul unei perioade de timp rezonabile, stabilite de comun acord, în scris, între vânzător și consumator, fără niciun inconvenient semnificativ pentru consumator, luându-se în considerare natura produsului și scopul pentru care consumatorul a solicitat produsul. Perioada de timp stabilită nu poate depăși 14 zile calendaristice de la data la care consumatorul a adus la cunoștință vânzătorului neconformitatea produsului și l-a predat vânzătorului ori persoanei desemnate de acesta în baza unui document de predare-primire. Acest termen poate fi prelungit, cu acordul consumatorului, cu până la 14 zile în cazul **produselor** a căror reparare sau

cazul în care produsele respective urmează să fie înlocuite, obligația de a repara sau a înlocui produsele include demontarea produselor neconforme și instalarea produselor de înlocuire sau a produselor reparate ori suportarea costurilor aferente demontării și instalării.

(11) În cazul reținerii produsului pentru reparare sau înlocuire, vânzătorul este obligat să elibereze consumatorului o dovadă în formă scrisă, care să conțină elementele de identificare a sa și a produsului reținut, precum și termenul de soluționare a reclamației.

(12) În cazul în care consumatorul a solicitat înlocuirea de către vânzător a produsului cu neconformitate cu un produs similar de alt model, se recalculează prețul de cumpărare.

(13) Consumatorul nu este obligat să plătească pentru utilizarea normală a produselor înlocuite în perioada care a precedat înlocuirea acestora.

(14) În cazul în care, la momentul adresării consumatorului, agentul economic nu dispune de un produs similar cu cel returnat, consumatorul este în drept să ceară restituirea contravalorii produsului, iar vânzătorul este obligat să primească produsul respectiv și să restituie suma plătită.

(15) În cazul în care în locul reparării produsului vânzătorul livrează un produs conform sau restituie contravaloarea produsului, acesta poate cere consumatorului restituirea produsului cu neconformitate potrivit regulilor privind efectele rezoluției contractului.

(16) Consumatorul nu poate solicita înlocuirea produselor în cazul produselor second-hand.

(17) Consumatorul poate solicita o reducere

preschimbare necesită import de piese ori de produse similare.

(9) În cazul reparării produsului, în acesta se montează numai piese noi.

(10) În cazul în care o reparație necesită demontarea produselor care au fost instalate într-un mod compatibil cu natura și cu destinația lor înainte ca neconformitatea să fie constatată sau în cazul în care produsele respective urmează să fie înlocuite, obligația de a repara sau a înlocui produsele include demontarea produselor neconforme și instalarea produselor de înlocuire sau a produselor reparate ori suportarea costurilor aferente demontării și instalării.

(11) În cazul reținerii produsului pentru reparare sau înlocuire, vânzătorul este obligat să elibereze consumatorului o dovadă în formă scrisă, care să conțină elementele de identificare a sa și a produsului reținut, precum și termenul de soluționare a reclamației.

(12) În cazul în care consumatorul a solicitat înlocuirea de către vânzător a produsului cu neconformitate cu un produs similar de alt model, se recalculează prețul de cumpărare.

(13) Consumatorul nu este obligat să plătească pentru utilizarea normală a produselor înlocuite în perioada care a precedat înlocuirea acestora.

(14) În cazul în care, la momentul adresării consumatorului, agentul economic nu dispune de un produs similar cu cel returnat, consumatorul este în drept să ceară restituirea contravalorii produsului, iar vânzătorul este obligat să primească produsul respectiv și să restituie suma plătită.

(15) În cazul în care în locul reparării produsului

corespunzătoare a prețului sau restituirea contravalorii produsului prin rezoluțiunea contractului în oricare dintre următoarele cazuri:

- a) vânzătorul nu a finalizat reparația sau înlocuirea ori, după caz, nu a finalizat reparația sau înlocuirea în conformitate cu alin. (3) și (8);
- b) vânzătorul a refuzat să aducă în conformitate produsul în condițiile alin. (7);
- c) se constată aceeași neconformitate, în pofida eforturilor vânzătorului de a o remedia;
- d) neconformitatea este de o asemenea gravitate încât justifică o reducere de preț sau dreptul la încetarea imediată a contractului de vânzare-cumpărare;
- e) vânzătorul a declarat că nu va aduce produsele în conformitate într-un termen rezonabil sau fără inconveniente semnificative pentru consumator ori acest lucru reiese clar din circumstanțele cazului.

(18) Reducerea de preț este proporțională cu diminuarea valorii produselor primite de consumator în comparație cu valoarea pe care produsele ar avea-o dacă ar fi în conformitate. Suma reducerii prețului la produsele neconforme se stabilește cu acordul ambelor părți (vânzător și consumator).

(19) Consumatorul nu are dreptul să solicite restituirea contravalorii produsului prin rezoluțiunea contractului dacă neconformitatea este minoră. Se consideră minoră neconformitatea care nu exercită o influență substanțială asupra utilizării produsului. Sarcina probei cu privire la caracterul minor al neconformității revine vânzătorului.

(20) Consumatorul își exercită dreptul de

vânzătorul livrează un produs conform sau restituie contravaloarea produsului, acesta poate cere consumatorului restituirea produsului cu neconformitate potrivit regulilor privind efectele rezoluțiunii contractului.

(16) Consumatorul nu poate solicita înlocuirea produselor în cazul produselor second-hand.

(17) Consumatorul poate solicita o reducere corespuanzătoare a prețului sau restituirea contravalorii produsului prin rezoluțiunea contractului în oricare dintre următoarele cazuri:

- a) vânzătorul nu a finalizat reparația sau înlocuirea ori, după caz, nu a finalizat reparația sau înlocuirea în conformitate cu alin. (3) și (8);
- b) vânzătorul a refuzat să aducă în conformitate produsul în condițiile alin. (7);
- c) se constată aceeași neconformitate, în pofida eforturilor vânzătorului de a o remedia;
- d) neconformitatea este de o asemenea gravitate încât justifică o reducere de preț sau dreptul la încetarea imediată a contractului de vânzare-cumpărare;
- e) vânzătorul a declarat că nu va aduce produsele în conformitate într-un termen rezonabil sau fără inconveniente semnificative pentru consumator ori acest lucru reiese clar din circumstanțele cazului.

(18) Reducerea de preț este proporțională cu diminuarea valorii produselor primite de consumator în comparație cu valoarea pe care produsele ar avea-o dacă ar fi în conformitate. Suma reducerii prețului la produsele neconforme se stabilește cu acordul ambelor părți (vânzător și consumator).

(19) Consumatorul nu are dreptul să solicite

rezoluțiune a contractului de vânzare-cumpărare printr-o declarație către vânzător.

(21) În cazul produselor alimentare, farmaceutice necorespunzătoare cerințelor stabilite în actele normative sau declarate, vânzătorul este obligat, la cererea și opțiunea consumatorului, să le înlocuiască sau să restituie contravaloarea acestora.

(22) Vânzătorul, prestatorul au aceleași obligații pentru produsul, serviciul înlocuit ca și pentru produsul vândut, serviciul prestat inițial.

(23) Reducerea corespunzătoare a prețului sau restituirea contravalorii produsului în cadrul termenului de garanție, în caz de deficiențe care nu sunt imputabile consumatorului, se face necondiționat de către vânzător într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării reclamației de către consumator sau în termenul stabilit în contract, în condițiile menționate la alin.(17)– (21).

(24) În cazul produselor electrice de uz casnic, vânzătorul este obligat, la înaintarea de către consumator a cerinței întemeiate conform prevederilor alin. (2), să pună la dispoziția acestuia gratuit, în termen de 3 zile, pe perioada remedierii, un produs similar, suportând cheltuielile de transport.

(25) În cazul depistării deficiențelor la produse constituite din elemente separate în diverse garnituri, seturi, care au termenele lor de garanție, consumatorul are dreptul să înainteze una din revendicările stipulate la alin.(2) atât în privința întregii garnituri, întregului set, cât și a unor piese defectate.

(26) În cazul în care neconformitatea se referă

restituirea contravalorii produsului prin rezoluțiunea contractului dacă neconformitatea este minoră. Se consideră minoră neconformitatea care nu exercită o influență substanțială asupra utilizării produsului. Sarcina probei cu privire la caracterul minor al neconformității revine vânzătorului.

(20) Consumatorul își exercită dreptul de rezoluțiune a contractului de vânzare-cumpărare printr-o declarație către vânzător.

(21) În cazul produselor alimentare, farmaceutice necorespunzătoare cerințelor stabilite în actele normative sau declarate, vânzătorul este obligat, la cererea și opțiunea consumatorului, să le înlocuiască sau să restituie contravaloarea acestora.

(22) Vânzătorul, prestatorul au aceleași obligații pentru produsul, serviciul înlocuit ca și pentru produsul vândut, serviciul prestat inițial.

(23) Reducerea corespunzătoare a prețului sau restituirea contravalorii produsului în cadrul termenului de garanție, în caz de deficiențe care nu sunt imputabile consumatorului, se face necondiționat de către vânzător într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data înaintării reclamației de către consumator sau în termenul stabilit în contract, în condițiile menționate la alin.(17)– (21).

(24) În timpul reparării, în funcție de particularitățile categoriei relevante de produse, în special de nevoia consumatorului de a dispune permanent de produsele respective, vânzătorul îi poate furniza consumatorului gratuit un produs de înlocuire, inclusiv un bun recondiționat, cu

doar la unele dintre produsele livrate în temeiul contractului de vânzare-cumpărare și există un motiv de rezoluțiune a contractului de vânzare-cumpărare în temeiul alin. (17), consumatorul poate obține rezoluțiunea contractului de vânzare-cumpărare numai în raport cu produsele respective, precum și cu orice alte produse pe care consumatorul le-a achiziționat împreună cu produsele neconforme, în cazul în care consumatorului nu i se poate pretinde în mod rezonabil să accepte păstrarea doar a produselor conforme.

(27) În cazul în care consumatorul obține rezoluțiunea contractului de vânzare-cumpărare în ansamblu sau în conformitate cu alin. (26), în raport cu unele dintre produsele livrate în temeiul contractului de vânzare-cumpărare:

- a) consumatorul returnează vânzătorului produsele, pe cheltuiala acestuia din urmă; și
- b) vânzătorul îi rambursează consumatorului prețul plătit pentru produse la primirea produselor sau a unei dovezi prezentate de consumator că produsele au fost returnate.

(28) Consumatorul are dreptul de a suspenda plata unei părți restante din prețul produsului sau a unei părți a acesteia până în momentul în care vânzătorul își îndeplinește obligațiile care îi revin în temeiul prezentei legi.

titlul de împrumut.

(24¹) La cererea consumatorului, vânzătorul poate furniza un bun recondiționat pentru a-și îndeplini obligația de înlocuire a bunului.

(25) În cazul depistării deficiențelor la produse constituite din elemente separate în diverse garnituri, seturi, care au termenele lor de garanție, consumatorul are dreptul să înainteze una din revendicările stipulate la alin.(2) atât în privința întregii garnituri, întregului set, cât și a unor piese defectate.

(26) În cazul în care neconformitatea se referă doar la unele dintre produsele livrate în temeiul contractului de vânzare-cumpărare și există un motiv de rezoluțiune a contractului de vânzare-cumpărare în temeiul alin. (17), consumatorul poate obține rezoluțiunea contractului de vânzare-cumpărare numai în raport cu produsele respective, precum și cu orice alte produse pe care consumatorul le-a achiziționat împreună cu produsele neconforme, în cazul în care consumatorului nu i se poate pretinde în mod rezonabil să accepte păstrarea doar a produselor conforme.

(27) În cazul în care consumatorul obține rezoluțiunea contractului de vânzare-cumpărare în ansamblu sau în conformitate cu alin. (26), în raport cu unele dintre produsele livrate în temeiul contractului de vânzare-cumpărare:

- a) consumatorul returnează vânzătorului produsele, pe cheltuiala acestuia din urmă; și
- b) vânzătorul îi rambursează consumatorului prețul plătit pentru produse la primirea produselor sau a unei dovezi prezentate de consumator că produsele au fost returnate.

		(28) Consumatorul are dreptul de a suspenda plata unei părți restante din prețul produsului sau a unei părți a acesteia până în momentul în care vânzătorul își îndeplinește obligațiile care îi revin în temeiul prezentei legi.
<p>Articolul 23. Termene</p> <p>(1) Vânzătorul răspunde față de consumator pentru orice neconformitate existentă în momentul livrării produsului și/sau prestării serviciului, constatată în termen de doi ani de la data livrării.</p> <p>În cazul în care vânzătorul a stabilit un termen de garanție comercială mai mare decât cel de garanție legală de conformitate de 2 ani, răspunderea vânzătorului, conform prevederilor art. 20, este angajată dacă neconformitatea apare în cadrul termenului de garanție comercială oferit.</p> <p>(2) Pentru produsele a căror durată de funcționare este mai mică de 2 ani, termenul prevăzut la alin.(1) se reduce la această durată.</p> <p>(3) Pentru produsele altele decât cele de folosință îndelungată, răspunderea vânzătorului este angajată dacă neconformitatea apare într-un termen de 30 de zile de la data vânzării acestora.</p> <p>(4) În cazul produselor second-hand, vânzătorul și consumatorul pot conveni asupra unor condiții contractuale sau acorduri având o perioadă de răspundere contractuală sau un termen de prescripție mai scurt decât cel menționat la alin. (1), (2), (16) și (17), cu condiția ca astfel de perioade ori termene mai scurte să aibă o durată de minimum un an.</p> <p>(5) Consumatorul trebuie să informeze</p>	<p>5. Articolul 23 se completează cu alineatul (18) cu următorul cuprins:</p> <p>„(18) În cazul în care, în conformitate cu art. 20 alin. (3) și (5), repararea are loc ca măsură corectivă pentru a aduce bunurile în conformitate, perioada de răspundere contractuală se prelungește o singură dată cu 12 luni.”</p>	<p>Articolul 23. Termene</p> <p>(1) Vânzătorul răspunde față de consumator pentru orice neconformitate existentă în momentul livrării produsului și/sau prestării serviciului, constatată în termen de doi ani de la data livrării.</p> <p>În cazul în care vânzătorul a stabilit un termen de garanție comercială mai mare decât cel de garanție legală de conformitate de 2 ani, răspunderea vânzătorului, conform prevederilor art. 20, este angajată dacă neconformitatea apare în cadrul termenului de garanție comercială oferit.</p> <p>(2) Pentru produsele a căror durată de funcționare este mai mică de 2 ani, termenul prevăzut la alin.(1) se reduce la această durată.</p> <p>(3) Pentru produsele altele decât cele de folosință îndelungată, răspunderea vânzătorului este angajată dacă neconformitatea apare într-un termen de 30 de zile de la data vânzării acestora.</p> <p>(4) În cazul produselor second-hand, vânzătorul și consumatorul pot conveni asupra unor condiții contractuale sau acorduri având o perioadă de răspundere contractuală sau un termen de prescripție mai scurt decât cel menționat la alin. (1), (2), (16) și (17), cu condiția ca astfel de perioade ori termene mai scurte să aibă o durată de minimum un an.</p> <p>(5) Consumatorul trebuie să informeze</p>

vânzătorul despre neconformitate în termen de până la 2 luni de la data la care a constatat-o.

(6) Orice neconformitate care este constatată în termen de un an de la data la care produsele au fost livrate este prezumată a fi existat deja în momentul livrării produselor, până la proba contrarie sau cu excepția cazului în care această prezumție este incompatibilă cu natura produselor sau cu natura neconformității.

(7) Prevederile alin. (6) se aplică și produselor cu elemente digitale.

(8) În cazul produselor cu elemente digitale pentru care contractul de vânzare-cumpărare prevede furnizarea continuă de conținut digital sau de servicii digitale pentru o anumită perioadă, sarcina probei cu privire la conformitatea conținutului digital sau a serviciului digital pe parcursul perioadei indicate la alin. (16) și (17) îi revine vânzătorului în cazul unei neconformități care este constatată pe parcursul perioadei menționate la alineatele respective.

(9) La înlăturarea deficiențelor prin înlocuirea unei piese de schimb sau a unei părți componente a produsului, pentru care sunt stabilite termene de garanție, termenul de garanție pentru noile piese de schimb sau părți componente se calculează din ziua eliberării produsului reparat către consumator.

(10) Pentru produsele de sezon (încălțăminte, articole vestimentare, produse din blană etc.) procurate până la începerea sezonului respectiv, termenul de garanție se calculează de la începutul sezonului: pentru perioada de iarnă – de la 1 octombrie, pentru perioada de vară – de la 1 aprilie, răspunderea vânzătorului fiind angajată în

vânzătorul despre neconformitate în termen de până la 2 luni de la data la care a constatat-o.

(6) Orice neconformitate care este constatată în termen de un an de la data la care produsele au fost livrate este prezumată a fi existat deja în momentul livrării produselor, până la proba contrarie sau cu excepția cazului în care această prezumție este incompatibilă cu natura produselor sau cu natura neconformității.

(7) Prevederile alin. (6) se aplică și produselor cu elemente digitale.

(8) În cazul produselor cu elemente digitale pentru care contractul de vânzare-cumpărare prevede furnizarea continuă de conținut digital sau de servicii digitale pentru o anumită perioadă, sarcina probei cu privire la conformitatea conținutului digital sau a serviciului digital pe parcursul perioadei indicate la alin. (16) și (17) îi revine vânzătorului în cazul unei neconformități care este constatată pe parcursul perioadei menționate la alineatele respective.

(9) La înlăturarea deficiențelor prin înlocuirea unei piese de schimb sau a unei părți componente a produsului, pentru care sunt stabilite termene de garanție, termenul de garanție pentru noile piese de schimb sau părți componente se calculează din ziua eliberării produsului reparat către consumator.

(10) Pentru produsele de sezon (încălțăminte, articole vestimentare, produse din blană etc.) procurate până la începerea sezonului respectiv, termenul de garanție se calculează de la începutul sezonului: pentru perioada de iarnă – de la 1 octombrie, pentru perioada de vară – de la 1 aprilie, răspunderea vânzătorului fiind angajată în

conformitate cu prevederile alin. (3).

(11) Data achiziționării produsului se stabilește în baza bonului de casă sau a oricărui alt document care confirmă achiziționarea produsului ori în baza altor mijloace de probă (inclusiv depozițiile martorilor) care pot permite stabilirea datei și a locului de achiziționare.

(12) Perioada în decursul căreia produsul nu a fost utilizat din cauza remedierii deficiențelor prelungește, în mod corespunzător, termenul de garanție. Curgerea termenului de garanție se suspendă din momentul sesizării vânzătorului până la aducerea produsului în stare de funcționare corespunzătoare.

(13) În cazul unor vicii ascunse, apărute după expirarea termenului de garanție, termenul stabilit la art. 20 alin. (8) și (23) curge de la data finalizării expertizei tehnice efectuate în conformitate cu art. 25 alin. (3) și (5).

(14) În cazul serviciilor de reparație a produselor de folosință îndelungată în perioada postgaranție, termenul minim de garanție constituie 6 luni.

(15) Produsele de folosință îndelungată defectate, din motive care nu sunt imputabile consumatorului, în termenul prevăzut la alin. (1)–(4) sau în termenul de garanție stabilit în conformitate cu art. 24 alin. (5) lit.b), atunci când nu pot fi reparate sau când durata cumulată de nefuncționare din cauza deficiențelor apărute depășește 10% din durata acestui termen, la cererea consumatorului, vor fi înlocuite de către vânzător, iar dacă nu pot fi înlocuite, acesta va restitui consumatorului contravaloarea produsului respectiv.

(16) În cazul produselor cu elemente digitale

conformitate cu prevederile alin. (3).

(11) Data achiziționării produsului se stabilește în baza bonului de casă sau a oricărui alt document care confirmă achiziționarea produsului ori în baza altor mijloace de probă (inclusiv depozițiile martorilor) care pot permite stabilirea datei și a locului de achiziționare.

(12) Perioada în decursul căreia produsul nu a fost utilizat din cauza remedierii deficiențelor prelungește, în mod corespunzător, termenul de garanție. Curgerea termenului de garanție se suspendă din momentul sesizării vânzătorului până la aducerea produsului în stare de funcționare corespunzătoare.

(13) În cazul unor vicii ascunse, apărute după expirarea termenului de garanție, termenul stabilit la art. 20 alin. (8) și (23) curge de la data finalizării expertizei tehnice efectuate în conformitate cu art. 25 alin. (3) și (5).

(14) În cazul serviciilor de reparație a produselor de folosință îndelungată în perioada postgaranție, termenul minim de garanție constituie 6 luni.

(15) Produsele de folosință îndelungată defectate, din motive care nu sunt imputabile consumatorului, în termenul prevăzut la alin. (1)–(4) sau în termenul de garanție stabilit în conformitate cu art. 24 alin. (5) lit.b), atunci când nu pot fi reparate sau când durata cumulată de nefuncționare din cauza deficiențelor apărute depășește 10% din durata acestui termen, la cererea consumatorului, vor fi înlocuite de către vânzător, iar dacă nu pot fi înlocuite, acesta va restitui consumatorului contravaloarea produsului respectiv.

(16) În cazul produselor cu elemente digitale

<p>pentru care contractul de vânzare-cumpărare prevede furnizarea continuă de conținut digital sau de servicii digitale pentru o anumită perioadă, vânzătorul răspunde, de asemenea, pentru orice neconformitate a conținutului digital sau a serviciului digital care intervine sau este constatată în termen de doi ani de la momentul livrării produselor cu elemente digitale.</p> <p>(17) În cazul în care contractul prevede furnizarea continuă pentru o perioadă de peste doi ani, vânzătorul răspunde pentru orice neconformitate a conținutului digital sau a serviciului digital care intervine sau este constatată pe parcursul perioadei în care conținutul digital sau serviciul digital trebuie să fie furnizat conform contractului de vânzare-cumpărare.</p>		<p>pentru care contractul de vânzare-cumpărare prevede furnizarea continuă de conținut digital sau de servicii digitale pentru o anumită perioadă, vânzătorul răspunde, de asemenea, pentru orice neconformitate a conținutului digital sau a serviciului digital care intervine sau este constatată în termen de doi ani de la momentul livrării produselor cu elemente digitale.</p> <p>(17) În cazul în care contractul prevede furnizarea continuă pentru o perioadă de peste doi ani, vânzătorul răspunde pentru orice neconformitate a conținutului digital sau a serviciului digital care intervine sau este constatată pe parcursul perioadei în care conținutul digital sau serviciul digital trebuie să fie furnizat conform contractului de vânzare-cumpărare.</p> <p>(18) În cazul în care, în conformitate cu art. 20 alin. (3) și (5), repararea are loc ca măsură corectivă pentru a aduce bunurile în conformitate, perioada de răspundere contractuală se prelungește o singură dată cu 12 luni.</p>
	<p>6. Se completează cu capitolul III¹ cu următorul cuprins:</p> <p style="text-align: center;">„CAPITOLUL III¹ Repararea produselor</p> <p>Articolul 28¹. Dispoziții generale referitoare la repararea bunurilor</p> <p>(1) Prezentul capitol se aplică reparării bunurilor achiziționate de consumatori în cazul existenței unui defect al bunurilor care survine sau este constatată în afara răspunderii vânzătorului</p>	<p style="text-align: center;">CAPITOLUL III¹ Repararea produselor</p> <p>Articolul 28¹. Dispoziții generale referitoare la repararea bunurilor</p> <p>(1) Prezentul capitol se aplică reparării bunurilor achiziționate de consumatori în cazul existenței unui defect al bunurilor care survine sau este constatată în afara răspunderii vânzătorului prevăzute la articolul 20 și 23.</p> <p>(2) Articolul 28³ se aplică numai produselor</p>

	<p>prevăzute la articolul 20 și 23.</p> <p>(2) Articolul 28³ se aplică numai produselor pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare și numai în măsura în care respectivele cerințe sunt aplicabile.</p> <p>(3) Cerințele privind potențialul de reparare se referă la cerințele prevăzute de lista actelor normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare, inclusiv cerințele privind sporirea ușurinței dezasambării și cerințele privind accesul la piese de schimb, informații și instrumente legate de reparare aplicabile bunurilor sau unor componente specifice ale bunurilor.</p> <p>Articolul 28². Formularul european de informații privind repararea</p> <p>(1) Reparatorii pot pune la dispoziția consumatorului formularul european de informații privind repararea prevăzut în anexa nr. 12 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova.</p> <p>(2) Formularul european de informații privind repararea este pus la dispoziție pe un suport durabil și într-un termen rezonabil, cuprins între momentul solicitării și momentul în care consumatorul își asumă obligații în temeiul unui contract de prestare de servicii de reparare.</p> <p>(3) Formularul european de informații privind repararea este pus la dispoziție în mod gratuit.</p> <p>(4) Prin derogare de la alin. (3), în cazul în care</p>	<p>pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare și numai în măsura în care respectivele cerințe sunt aplicabile.</p> <p>(3) Cerințele privind potențialul de reparare se referă la cerințele prevăzute de lista actelor normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare, inclusiv cerințele privind sporirea ușurinței dezasambării și cerințele privind accesul la piese de schimb, informații și instrumente legate de reparare aplicabile bunurilor sau unor componente specifice ale bunurilor.</p> <p>Articolul 28². Formularul european de informații privind repararea</p> <p>(1) Reparatorii pot pune la dispoziția consumatorului formularul european de informații privind repararea prevăzut în anexa nr. 12 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova.</p> <p>(2) Formularul european de informații privind repararea este pus la dispoziție pe un suport durabil și într-un termen rezonabil, cuprins între momentul solicitării și momentul în care consumatorul își asumă obligații în temeiul unui contract de prestare de servicii de reparare.</p> <p>(3) Formularul european de informații privind repararea este pus la dispoziție în mod gratuit.</p> <p>(4) Prin derogare de la alin. (3), în cazul în care este necesar un serviciu de diagnosticare, inclusiv o examinare fizică sau la distanță, pentru</p>
--	---	--

	<p>este necesar un serviciu de diagnosticare, inclusiv o examinare fizică sau la distanță, pentru a identifica natura defectului și tipul de reparație și pentru a estima prețul reparației, reparatorul îi poate solicita consumatorului să plătească costurile necesare pentru efectuarea acest serviciu.</p> <p>(5) Prevederile alin. (4) nu aduc atingere drepturilor consumatorilor prevăzute la art. 20 și art. 23, în special dreptului de a beneficia de aducerea în conformitate a produsului fără costuri în cazul existenței unei neconformități acoperite de garanția legală sau comercială.</p> <p>(6) Fără a aduce atingere drepturilor consumatorilor la informare prevăzute în Cartea a treia, Titlul II, Capitolul II, Secțiunea a 2-a din Codul Civil, reparatorul informează consumatorul cu privire la costurile serviciului de diagnosticare.</p> <p>(7) Formularul european de informații privind repararea trebuie să specifice următoarele condiții de reparare, într-un mod clar și ușor de înțeles:</p> <p>a) identitatea reparatorului;</p> <p>b) adresa geografică la care este stabilit reparatorul, precum și numărul de telefon și adresa de e-mail ale reparatorului și, dacă sunt disponibile, alte mijloace de comunicare online care îi permit consumatorului să contacteze și să comunice cu reparatorul într-un mod rapid, eficient și accesibil;</p> <p>c) bunul care urmează să fie reparat;</p> <p>d) natura defectului și tipul de reparație sugerat;</p> <p>e) prețul sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil, modul de</p>	<p>a identifica natura defectului și tipul de reparație și pentru a estima prețul reparației, reparatorul îi poate solicita consumatorului să plătească costurile necesare pentru efectuarea acest serviciu.</p> <p>(5) Prevederile alin. (4) nu aduc atingere drepturilor consumatorilor prevăzute la art. 20 și art. 23, în special dreptului de a beneficia de aducerea în conformitate a produsului fără costuri în cazul existenței unei neconformități acoperite de garanția legală sau comercială.</p> <p>(6) Fără a aduce atingere drepturilor consumatorilor la informare prevăzute în Cartea a treia, Titlul II, Capitolul II, Secțiunea a 2-a din Codul Civil, reparatorul informează consumatorul cu privire la costurile serviciului de diagnosticare.</p> <p>(7) Formularul european de informații privind repararea trebuie să specifice următoarele condiții de reparare, într-un mod clar și ușor de înțeles:</p> <p>a) identitatea reparatorului;</p> <p>b) adresa geografică la care este stabilit reparatorul, precum și numărul de telefon și adresa de e-mail ale reparatorului și, dacă sunt disponibile, alte mijloace de comunicare online care îi permit consumatorului să contacteze și să comunice cu reparatorul într-un mod rapid, eficient și accesibil;</p> <p>c) bunul care urmează să fie reparat;</p> <p>d) natura defectului și tipul de reparație sugerat;</p> <p>e) prețul sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil, modul de calcul al prețului și prețul maxim al reparației;</p> <p>f) timpul necesar pentru finalizarea reparației;</p>
--	---	--

	<p>calcul al prețului și prețul maxim al reparației;</p> <p>f) timpul necesar pentru finalizarea reparației;</p> <p>g) disponibilitatea unor bunuri de înlocuire temporară pe durata reparației și costurile înlocuirii temporare, dacă este cazul, pentru consumator;</p> <p>h) locul în care consumatorul predă bunul pentru reparare;</p> <p>i) dacă este cazul, disponibilitatea serviciilor auxiliare, cum ar fi demontarea, instalarea și transportul, oferite de reparator și costurile detaliate ale acestor servicii, dacă este cazul, pentru consumator;</p> <p>j) perioada de valabilitate a formularului european de informații privind repararea;</p> <p>k) alte informații, dacă este cazul.</p> <p>(8) Repatorul nu modifică condițiile de reparare specificate în formularul european de informații privind repararea pentru o perioadă de 30 de zile calendaristice de la data la care formularul respectiv a fost pus la dispoziția consumatorului. Repatorul și consumatorul pot stabili de comun acord o perioadă mai lungă de valabilitate a formularului european de informații privind repararea. În cazul în care consumatorul acceptă, în cursul perioadei de valabilitate, condițiile stabilite în formularul european de informații privind repararea, reparatorul este obligat să efectueze serviciul de reparare în conformitate cu aceste condiții.</p> <p>(9) În cazul în care reparatorul a pus la dispoziția consumatorului un formular european de informații privind repararea complet și exact, se consideră că reparatorul a îndeplinit următoarele cerințe:</p>	<p>g) disponibilitatea unor bunuri de înlocuire temporară pe durata reparației și costurile înlocuirii temporare, dacă este cazul, pentru consumator;</p> <p>h) locul în care consumatorul predă bunul pentru reparare;</p> <p>i) dacă este cazul, disponibilitatea serviciilor auxiliare, cum ar fi demontarea, instalarea și transportul, oferite de reparator și costurile detaliate ale acestor servicii, dacă este cazul, pentru consumator;</p> <p>j) perioada de valabilitate a formularului european de informații privind repararea;</p> <p>k) alte informații, dacă este cazul.</p> <p>(8) Repatorul nu modifică condițiile de reparare specificate în formularul european de informații privind repararea pentru o perioadă de 30 de zile calendaristice de la data la care formularul respectiv a fost pus la dispoziția consumatorului. Repatorul și consumatorul pot stabili de comun acord o perioadă mai lungă de valabilitate a formularului european de informații privind repararea. În cazul în care consumatorul acceptă, în cursul perioadei de valabilitate, condițiile stabilite în formularul european de informații privind repararea, reparatorul este obligat să efectueze serviciul de reparare în conformitate cu aceste condiții.</p> <p>(9) În cazul în care reparatorul a pus la dispoziția consumatorului un formular european de informații privind repararea complet și exact, se consideră că reparatorul a îndeplinit următoarele cerințe:</p> <p>a) cerințele de informare privind principalele caracteristici ale serviciului de reparare prevăzute</p>
--	---	---

	<p>a) cerințele de informare privind principalele caracteristici ale serviciului de reparare prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. a) și la art. 1015 alin. (1) lit. a) din Codul Civil și la art. 21 alin. (1) lit. j) din Legea nr. 282/2024 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii;</p> <p>b) cerințele de informare privind identitatea și datele de contact ale reparatorului prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. b) și la art. 1015 alin. (1) lit. b) și c) din Codul Civil, la art. 21 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 282/2024 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii și la art. 12 alin. (1) lit. a)-c) din Legea nr. 284/2004 privind serviciile societății informaționale;</p> <p>c) cerințele de informare privind prețul prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. c) și la art. 1015 alin. (1) lit. e) din Codul Civil și la art. 21 alin. (1) lit. i) și alin. (3) lit. a) din Legea nr. 284/2004 privind serviciile societății informaționale;</p> <p>d) cerințele de informare privind modalitățile de executare și timpul necesar pentru efectuarea serviciului de reparare prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. d) și la art. 1015 alin. (1) lit. g) din Codul Civil.</p> <p>(10) Reparatul poate oferi consumatorului condiții contractuale mai avantajoase decât cele stabilite de prezentul capitol.</p> <p>Articolul 28³. Obligația de reparare</p> <p>(1) La solicitarea consumatorului, producătorul este obligat să repare bunurile pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de</p>	<p>la art. 1014 alin. (1) lit. a) și la art. 1015 alin. (1) lit. a) din Codul Civil și la art. 21 alin. (1) lit. j) din Legea nr. 282/2024 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii;</p> <p>b) cerințele de informare privind identitatea și datele de contact ale reparatorului prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. b) și la art. 1015 alin. (1) lit. b) și c) din Codul Civil, la art. 21 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 282/2024 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii și la art. 12 alin. (1) lit. a)-c) din Legea nr. 284/2004 privind serviciile societății informaționale;</p> <p>c) cerințele de informare privind prețul prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. c) și la art. 1015 alin. (1) lit. e) din Codul Civil și la art. 21 alin. (1) lit. i) și alin. (3) lit. a) din Legea nr. 284/2004 privind serviciile societății informaționale;</p> <p>d) cerințele de informare privind modalitățile de executare și timpul necesar pentru efectuarea serviciului de reparare prevăzute la art. 1014 alin. (1) lit. d) și la art. 1015 alin. (1) lit. g) din Codul Civil.</p> <p>(10) Reparatul poate oferi consumatorului condiții contractuale mai avantajoase decât cele stabilite de prezentul capitol.</p> <p>Articolul 28³. Obligația de reparare</p> <p>(1) La solicitarea consumatorului, producătorul este obligat să repare bunurile pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern, în măsura în care respectivele cerințe sunt aplicabile. Producătorul este exonerat de</p>
--	--	--

	<p>Guvern, în măsura în care respectivele cerințe sunt aplicabile. Producătorul este exonerat de această obligație doar dacă demonstrează că repararea bunului este imposibilă. Producătorul poate subcontracta serviciile de reparații pentru a-și îndeplini această obligație.</p> <p>(2) Repararea prevăzută la alin. (1) se efectuează în următoarele condiții:</p> <p>a) repararea se efectuează fie gratuit, fie în schimbul unui preț rezonabil;</p> <p>b) repararea se efectuează într-un termen rezonabil de la momentul la care producătorul a intrat fizic în posesia bunului, a primit bunul sau i s-a dat acces la bun de către consumator;</p> <p>c) producătorul îi poate furniza consumatorului cu titlu de împrumut un bun de înlocuire, gratuit sau în schimbul unei sume rezonabile, pe durata reparării;</p> <p>d) în cazurile în care repararea este imposibilă, producătorul îi poate oferi consumatorului un bun recondiționat.</p> <p>(3) În cazul în care producătorul obligat să efectueze repararea în temeiul alin. (1) este stabilit în afara Uniunii, reprezentantul său autorizat în Uniune îndeplinește obligația care îi revine producătorului. În cazul în care producătorul nu are un reprezentant autorizat în Uniune, importatorul bunului în cauză îndeplinește obligația care îi revine producătorului. În cazul în care nu există niciun importator, distribuitorul bunului în cauză îndeplinește obligația care îi revine producătorului. Reprezentantul autorizat, importatorul și distribuitorul pot subcontracta repararea pentru a-și îndeplini obligația de</p>	<p>această obligație doar dacă demonstrează că repararea bunului este imposibilă. Producătorul poate subcontracta serviciile de reparații pentru a-și îndeplini această obligație.</p> <p>(2) Repararea prevăzută la alin. (1) se efectuează în următoarele condiții:</p> <p>a) repararea se efectuează fie gratuit, fie în schimbul unui preț rezonabil;</p> <p>b) repararea se efectuează într-un termen rezonabil de la momentul la care producătorul a intrat fizic în posesia bunului, a primit bunul sau i s-a dat acces la bun de către consumator;</p> <p>c) producătorul îi poate furniza consumatorului cu titlu de împrumut un bun de înlocuire, gratuit sau în schimbul unei sume rezonabile, pe durata reparării;</p> <p>d) în cazurile în care repararea este imposibilă, producătorul îi poate oferi consumatorului un bun recondiționat.</p> <p>(3) În cazul în care producătorul obligat să efectueze repararea în temeiul alin. (1) este stabilit în afara Uniunii, reprezentantul său autorizat în Uniune îndeplinește obligația care îi revine producătorului. În cazul în care producătorul nu are un reprezentant autorizat în Uniune, importatorul bunului în cauză îndeplinește obligația care îi revine producătorului. În cazul în care nu există niciun importator, distribuitorul bunului în cauză îndeplinește obligația care îi revine producătorului. Reprezentantul autorizat, importatorul și distribuitorul pot subcontracta repararea pentru a-și îndeplini obligația de</p> <p>(4) Producătorii care pun la dispoziție piese de</p>
--	---	---

	<p>reparare.</p> <p>(4) Producătorii care pun la dispoziție piese de schimb și instrumente pentru bunurile pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern oferă aceste piese de schimb și instrumente la un preț rezonabil care nu descurajează recurgerea la reparare.</p> <p>(5) Producătorii sau, după caz, reprezentanții autorizați, importatorii sau distribuitorii care au o obligație de reparare în temeiul prezentului articol se asigură că consumatorii pot avea acces, prin intermediul unui site web oficial cu acces liber, la informații privind prețurile orientative care sunt percepute pentru repararea în condiții obișnuite a bunurilor pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern.</p> <p>(6) Producătorii nu utilizează nicio clauză contractuală și nicio tehnică legată de hardware sau de software care să împiedice repararea bunurilor pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern, cu excepția cazului în care acest lucru este justificat de factori legitimi și obiectivi, printre care se numără protecția drepturilor de proprietate intelectuală. În special, producătorii nu împiedică utilizarea de către reparatorii independenți a pieselor de schimb originale sau de ocazie, a pieselor de schimb compatibile și a pieselor de schimb obținute prin imprimare 3D, atunci când respectivele piese de schimb sunt conforme cu cerințele prevăzute de legislație, cum ar fi cerințele privind siguranța produselor</p>	<p>schimb și instrumente pentru bunurile pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern oferă aceste piese de schimb și instrumente la un preț rezonabil care nu descurajează recurgerea la reparare.</p> <p>(5) Producătorii sau, după caz, reprezentanții autorizați, importatorii sau distribuitorii care au o obligație de reparare în temeiul prezentului articol se asigură că consumatorii pot avea acces, prin intermediul unui site web oficial cu acces liber, la informații privind prețurile orientative care sunt percepute pentru repararea în condiții obișnuite a bunurilor pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern.</p> <p>(6) Producătorii nu utilizează nicio clauză contractuală și nicio tehnică legată de hardware sau de software care să împiedice repararea bunurilor pentru care sunt prevăzute cerințe privind potențialul de reparare în actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern, cu excepția cazului în care acest lucru este justificat de factori legitimi și obiectivi, printre care se numără protecția drepturilor de proprietate intelectuală. În special, producătorii nu împiedică utilizarea de către reparatorii independenți a pieselor de schimb originale sau de ocazie, a pieselor de schimb compatibile și a pieselor de schimb obținute prin imprimare 3D, atunci când respectivele piese de schimb sunt conforme cu cerințele prevăzute de legislație, cum ar fi cerințele privind siguranța produselor reglementate de Legea nr. 196/2025 privind siguranța generală a produselor, sau cu drepturile</p>
--	---	---

	<p>reglementate de Legea nr. 196/2025 privind siguranța generală a produselor, sau cu drepturile de proprietate intelectuală. Prezentul alineat nu aduce atingere cerințelor specifice prevăzute de actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern, care prevăd cerințe privind potențialul de reparare pentru bunuri și nici legislației care asigură protecția drepturilor de proprietate intelectuală.</p> <p>(7) Producătorii nu refuză să repara bunurile care fac obiectul actelor prevăzute în Lista actelor normative care prevăd cerința de reparabilitate, exclusiv pentru motivul că o reparație anterioară a fost efectuată de alți reparatori sau de alte persoane.</p> <p>(8) Fără a aduce atingere obligației de reparare prevăzute de prezentul articol, consumatorii îi pot solicita să efectueze repararea oricărui reparator pe care îl aleg.</p> <p>(9) Guvernul va actualiza periodic lista actelor normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare din perspectiva evoluțiilor în materie de reglementare.</p> <p>(10) Producătorul sau, după caz, reprezentantul autorizat, importatorul sau distribuitorul pun gratuit la dispoziție, cel puțin pe întreaga durată a obligației lor de reparare prevăzute de prezentul articol, informații privind serviciile lor de reparare, într-un mod ușor accesibil, clar și ușor de înțeles.</p> <p>Articolul 28⁴. Platforma online pentru reparare</p> <p>(1) Se înființează o platformă online pentru reparare pentru a le permite consumatorilor să</p>	<p>de proprietate intelectuală. Prezentul alineat nu aduce atingere cerințelor specifice prevăzute de actele normative enumerate în lista aprobată de Guvern, care prevăd cerințe privind potențialul de reparare pentru bunuri și nici legislației care asigură protecția drepturilor de proprietate intelectuală.</p> <p>(7) Producătorii nu refuză să repara bunurile care fac obiectul actelor prevăzute în Lista actelor normative care prevăd cerința de reparabilitate, exclusiv pentru motivul că o reparație anterioară a fost efectuată de alți reparatori sau de alte persoane.</p> <p>(8) Fără a aduce atingere obligației de reparare prevăzute de prezentul articol, consumatorii îi pot solicita să efectueze repararea oricărui reparator pe care îl aleg.</p> <p>(9) Guvernul va actualiza periodic lista actelor normative care transpun legislația Uniunii Europene care stabilesc cerințe privind potențialul de reparare din perspectiva evoluțiilor în materie de reglementare.</p> <p>(10) Producătorul sau, după caz, reprezentantul autorizat, importatorul sau distribuitorul pun gratuit la dispoziție, cel puțin pe întreaga durată a obligației lor de reparare prevăzute de prezentul articol, informații privind serviciile lor de reparare, într-un mod ușor accesibil, clar și ușor de înțeles.</p> <p>Articolul 28⁴. Platforma online pentru reparare</p> <p>(1) Se înființează o platformă online pentru reparare pentru a le permite consumatorilor să găsească reparatori și, după caz, vânzători de bunuri recondiționate, cumpărători de bunuri</p>
--	--	--

	<p>găsească reparatori și, după caz, vânzători de bunuri recondiționate, cumpărători de bunuri defecte în vederea recondiționării.</p> <p>(2) Platforma online pentru reparare include un link către platformă online europeană.</p> <p>(3) Platforma online pentru reparare poate fi publică sau privată.</p> <p>(4) Înregistrarea pe platforma online de reparare este voluntară pentru reparatori și, după caz, pentru vânzătorii de bunuri care au făcut obiectul recondiționării și pentru cumpărătorii de bunuri defecte în vederea recondiționării.</p> <p>(5) Utilizarea platformei online de reparare este gratuită pentru consumatori.</p> <p>(6) Platforma online de reparare:</p> <p>a) include funcții de căutare privind bunurile, localizarea serviciilor de reparare, inclusiv o funcție bazată pe localizarea pe hartă, furnizarea transfrontalieră de servicii, condițiile de reparare, inclusiv timpul necesar pentru finalizarea reparației, disponibilitatea unor bunuri de înlocuire temporară și locul în care consumatorul predă bunurile în vederea reparării, disponibilitatea și condițiile furnizării serviciilor auxiliare, inclusiv demontarea, instalarea și transportul, oferite de reparatori, precum și standardele europene sau naționale privind calitatea reparațiilor aplicabile;</p> <p>b) include după caz, o funcție de căutare care permite găsirea vânzătorilor de bunuri care au făcut obiectul recondiționării, a cumpărătorilor de bunuri defecte în vederea recondiționării;</p> <p>c) permite consumatorilor să solicite formularul european de informații privind repararea de la reparatori care îl pun la dispoziție;</p>	<p>defecte în vederea recondiționării.</p> <p>(2) Platforma online pentru reparare include un link către platformă online europeană.</p> <p>(3) Platforma online pentru reparare poate fi publică sau privată.</p> <p>(4) Înregistrarea pe platforma online de reparare este voluntară pentru reparatori și, după caz, pentru vânzătorii de bunuri care au făcut obiectul recondiționării și pentru cumpărătorii de bunuri defecte în vederea recondiționării.</p> <p>(5) Utilizarea platformei online de reparare este gratuită pentru consumatori.</p> <p>(6) Platforma online de reparare:</p> <p>a) include funcții de căutare privind bunurile, localizarea serviciilor de reparare, inclusiv o funcție bazată pe localizarea pe hartă, furnizarea transfrontalieră de servicii, condițiile de reparare, inclusiv timpul necesar pentru finalizarea reparației, disponibilitatea unor bunuri de înlocuire temporară și locul în care consumatorul predă bunurile în vederea reparării, disponibilitatea și condițiile furnizării serviciilor auxiliare, inclusiv demontarea, instalarea și transportul, oferite de reparatori, precum și standardele europene sau naționale privind calitatea reparațiilor aplicabile;</p> <p>b) include după caz, o funcție de căutare care permite găsirea vânzătorilor de bunuri care au făcut obiectul recondiționării, a cumpărătorilor de bunuri defecte în vederea recondiționării;</p> <p>c) permite consumatorilor să solicite formularul european de informații privind repararea de la reparatori care îl pun la dispoziție;</p> <p>d) permite actualizarea periodică a informațiilor de contact și a serviciilor de către reparatori;</p>
--	--	--

	<p>d) permite actualizarea periodică a informațiilor de contact și a serviciilor de către reparatori;</p> <p>e) permite reparatorilor să indice faptul că respectă standardele de calitate aplicabile;</p> <p>f) asigură accesibilitatea pentru persoanele cu dizabilități; și</p> <p>g) pune la dispoziție formulare de contact pentru ca utilizatorii să raporteze problemele tehnice legate de funcționarea platformei online pentru reparare, precum și inexactitățile referitoare la informațiile furnizate de reparatori și, după caz, de vânzătorii de bunuri care au făcut obiectul recondiționării, de cumpărătorii de bunuri defecte în vederea recondiționării.</p>	<p>e) permite reparatorilor să indice faptul că respectă standardele de calitate aplicabile;</p> <p>f) asigură accesibilitatea pentru persoanele cu dizabilități; și</p> <p>g) pune la dispoziție formulare de contact pentru ca utilizatorii să raporteze problemele tehnice legate de funcționarea platformei online pentru reparare, precum și inexactitățile referitoare la informațiile furnizate de reparatori și, după caz, de vânzătorii de bunuri care au făcut obiectul recondiționării, de cumpărătorii de bunuri defecte în vederea recondiționării.</p>
<p>Articolul 35. Autoritățile administrației publice centrale cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor</p> <p>(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 stabilite în actele normative sau declarate referitoare la produse, servicii.</p> <p>(2) Organul central de specialitate al administrației publice responsabil de elaborarea politicii de stat în domeniul protecției consumatorilor este Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării, care are următoarele atribuții principale în domeniul protecției consumatorilor:</p>	<p>7. La articolul 35 alineatul (2) se completează cu litera h) cu următorul cuprins:</p> <p>„h) îndeplinește rolul de punct național de contact pentru platforma online europeană pentru reparare.”</p>	<p>Articolul 35. Autoritățile administrației publice centrale cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor</p> <p>(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 stabilite în actele normative sau declarate referitoare la produse, servicii.</p> <p>(2) Organul central de specialitate al administrației publice responsabil de elaborarea politicii de stat în domeniul protecției consumatorilor este Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării, care are următoarele atribuții principale în domeniul protecției consumatorilor:</p>

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. 36 alin. (1);

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 pentru protecția consumatorilor și supravegherea pieței (în continuare – *Consiliul coordonator*), organ consultativ care întrunește reprezentanți desemnați ai autorităților administrației publice centrale, ai autorităților de supraveghere a pieței, ai organului vamal, ai asociațiilor obștești de consumatori și ai asociațiilor profesionale sectoriale;

f) reprezintă Republica Moldova în organismele internaționale de protecție a consumatorilor;

g) asigură informarea statelor terțe și a Comisiei Uniunii Europene cu privire la autoritățile competente și a biroului unic de legătură privind cooperarea transfrontalieră în domeniul protecției consumatorului, precum și la modul în care acestea pot fi contactate.

(3) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor este autoritatea administrativă care coordonează la nivel național controlul respectării legislației cu privire la protecția

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. 36 alin. (1);

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 pentru protecția consumatorilor și supravegherea pieței (în continuare – *Consiliul coordonator*), organ consultativ care întrunește reprezentanți desemnați ai autorităților administrației publice centrale, ai autorităților de supraveghere a pieței, ai organului vamal, ai asociațiilor obștești de consumatori și ai asociațiilor profesionale sectoriale;

f) reprezintă Republica Moldova în organismele internaționale de protecție a consumatorilor;

g) asigură informarea statelor terțe și a Comisiei Uniunii Europene cu privire la autoritățile competente și a biroului unic de legătură privind cooperarea transfrontalieră în domeniul protecției consumatorului, precum și la modul în care acestea pot fi contactate.

h) îndeplinește rolul de punct național de contact pentru platforma online europeană pentru reparare.

(3) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția

consumatorilor, având statut de punct de contact național.

(4) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și 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 administrative din subordinea ministerelor și alte autorități administrative centrale din subordinea Guvernului, care au atribuții de control în domeniul protecției consumatorilor, cu autoritățile administrației publice locale cu atribuții în domeniu și cu asociațiile obștești de consumatori;

b) monitorizează activitatea de protecție a consumatorilor desfășurată de autoritățile administrative competente indicate la art. 36 alin. (2);

c) elaborează, în comun cu celelalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, și aprobă metodologii, instrucțiuni, ghiduri, recomandări metodice privind aplicarea cadrului normativ cu privire la protecția consumatorilor;

d) examinează și elaborează, în comun cu celelalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, precum 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, introducerea și/sau punerea la dispoziție pe piață, comercializarea produselor,

Consumatorilor este autoritatea administrativă care coordonează la nivel național controlul respectării legislației cu privire la protecția consumatorilor, având statut de punct de contact național.

(4) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și 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 administrative din subordinea ministerelor și alte autorități administrative centrale din subordinea Guvernului, care au atribuții de control în domeniul protecției consumatorilor, cu autoritățile administrației publice locale cu atribuții în domeniu și cu asociațiile obștești de consumatori;

b) monitorizează activitatea de protecție a consumatorilor desfășurată de autoritățile administrative competente indicate la art. 36 alin. (2);

c) elaborează, în comun cu celelalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, și aprobă metodologii, instrucțiuni, ghiduri, recomandări metodice privind aplicarea cadrului normativ cu privire la protecția consumatorilor;

d) examinează și elaborează, în comun cu celelalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, precum și înaintează propuneri la proiecte de acte legislative sau de alte acte normative în domeniul protecției consumatorilor referitor la fabricarea, ambalarea,

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;

e) 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;

f) organizează activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor în ceea ce privește drepturile lor legitime;

g) colaborează cu asociațiile obștești de consumatori în vederea informării consumatorilor asupra drepturilor lor legitime și a modalității de apărare a acestora;

h) 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;

i) efectuează controlul respectării prevederilor legislației în domeniul protecției consumatorilor, inclusiv al activității în domeniul jocurilor de noroc, controlul respectării cerințelor privind siguranța produselor nealimentare, introduse sau puse la dispoziție pe piață destinate consumatorilor;

j) efectuează supravegherea pieței privind conformitatea produselor nealimentare, introduse sau puse la dispoziție pe piață, cerințelor esențiale aplicabile, precum și controlul conformității serviciilor prestate, inclusiv turistice, cerințelor

etichetarea, conservarea, depozitarea, transportarea, introducerea și/sau punerea la dispoziție pe piață, 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;

e) 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;

f) organizează activități de informare, consiliere și educare a consumatorilor în ceea ce privește drepturile lor legitime;

g) colaborează cu asociațiile obștești de consumatori în vederea informării consumatorilor asupra drepturilor lor legitime și a modalității de apărare a acestora;

h) 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;

i) efectuează controlul respectării prevederilor legislației în domeniul protecției consumatorilor, inclusiv al activității în domeniul jocurilor de noroc, controlul respectării cerințelor privind siguranța produselor nealimentare, introduse sau puse la dispoziție pe piață destinate consumatorilor;

j) efectuează supravegherea pieței privind conformitatea produselor nealimentare, introduse

stabilite în actele normative și/sau declarate, cu excepția domeniilor atribuite competenței altor organe, conform art. 36 alin. (2);

k) efectuează prelevări de probe de produse nealimentare puse la dispoziție pe piață pentru analize și încercări în laboratoare acreditate;

l) efectuează supravegherea metrologică a respectării de către persoanele juridice și/sau fizice a prevederilor actelor legislative și altor acte normative în domeniul metrologiei legale;

m) elaborează, cu participarea celorlalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, și aprobă raportul anual privind activitatea de protecție a consumatorilor, de asemenea asigură publicarea acestuia pe pagina sa web oficială;

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

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

p) emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, conform art. 20, 21 și 25, ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data recepționării de către agentul economic;

q) emite decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte;

r) emite decizii de interzicere a practicilor

sau puse la dispoziție pe piață, cerințelor esențiale aplicabile, precum și controlul conformității serviciilor prestate, inclusiv turistice, cerințelor stabilite în actele normative și/sau declarate, cu excepția domeniilor atribuite competenței altor organe, conform art. 36 alin. (2);

k) efectuează prelevări de probe de produse nealimentare puse la dispoziție pe piață pentru analize și încercări în laboratoare acreditate;

l) efectuează supravegherea metrologică a respectării de către persoanele juridice și/sau fizice a prevederilor actelor legislative și altor acte normative în domeniul metrologiei legale;

m) elaborează, cu participarea celorlalte autorități competente în domeniul protecției consumatorilor, și aprobă raportul anual privind activitatea de protecție a consumatorilor, de asemenea asigură publicarea acestuia pe pagina sa web oficială;

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

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

p) emite decizii de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, conform art. 20, 21 și 25, ce urmează a fi executate în termen de cel mult 14 zile calendaristice de la data recepționării de către agentul economic;

<p>comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost aplicate, dar acest lucru este iminent;</p> <p>s) solicită informații privind măsurile întreprinse de către agenții economici în vederea remedierii neajunsurilor depistate;</p> <p>t) sesizează autoritatea de licențiere în cazul constatării cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase ori în cazul altor încălcări, în scopul suspendării sau retragerii licenței;</p> <p>u) suspendă activitatea unității comerciale în cazul în care agentul economic comercializează produse falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase sau înaintează instanței de judecată cererea de încetare a activității unității comerciale;</p> <p>v) sesizează organismele de evaluare a conformității acreditate, în baza constatărilor proprii, sesizărilor consumatorilor sau sesizărilor asociațiilor obștești de consumatori, în ceea ce privește neconformitatea produselor și serviciilor puse la dispoziție pe piață, însoțite de certificate de conformitate;</p> <p>w) examinează reclamațiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor legitime ale acestora;</p> <p>x) realizează protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor prin mijloacele prevăzute de lege;</p> <p>y) acordă persoanelor fizice și juridice consultanță de specialitate în domeniul protecției consumatorilor;</p> <p>z) acordă autorităților administrative în domeniul protecției consumatorilor asistență metodică privind aplicarea și controlul respectării</p>		<p>q) emite decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte;</p> <p>r) emite decizii de interzicere a practicilor comerciale incorecte, chiar dacă acestea nu au fost aplicate, dar acest lucru este iminent;</p> <p>s) solicită informații privind măsurile întreprinse de către agenții economici în vederea remedierii neajunsurilor depistate;</p> <p>t) sesizează autoritatea de licențiere în cazul constatării cazurilor de comercializare a produselor falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase ori în cazul altor încălcări, în scopul suspendării sau retragerii licenței;</p> <p>u) suspendă activitatea unității comerciale în cazul în care agentul economic comercializează produse falsificate (contrafăcute) și/sau periculoase sau înaintează instanței de judecată cererea de încetare a activității unității comerciale;</p> <p>v) sesizează organismele de evaluare a conformității acreditate, în baza constatărilor proprii, sesizărilor consumatorilor sau sesizărilor asociațiilor obștești de consumatori, în ceea ce privește neconformitatea produselor și serviciilor puse la dispoziție pe piață, însoțite de certificate de conformitate;</p> <p>w) examinează reclamațiile consumatorilor în vederea protejării drepturilor legitime ale acestora;</p> <p>x) realizează protecția drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor prin mijloacele prevăzute de lege;</p> <p>y) acordă persoanelor fizice și juridice consultanță de specialitate în domeniul protecției consumatorilor;</p>
---	--	---

legislației în domeniul protecției consumatorilor;

aa) coordonează activitatea de conlucrare între autoritățile competente din Republica Moldova privind încălcările transfrontaliere în domeniul protecției consumatorilor;

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

(5) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor își exercită atribuțiile prevăzute la alin. (4) lit. h)–k), p)–x) din prezentul articol în alte domenii decât cele atribuite competenței altor organe conform art. 36 alin. (2).

(6) Raportul anual privind activitatea de protecție a consumatorilor se elaborează și se aprobă până la data de 31 martie a anului în curs, pentru anul precedent, iar publicarea acestuia pe pagina web oficială a Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor se face în termen de 5 zile lucrătoare de la data aprobării.

(7) Regulamentul Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor se aprobă de Guvern.

(8) Pentru coordonarea activității de protecție a consumatorilor se creează, prin hotărâre de Guvern, Consiliul coordonator, 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

z) acordă autorităților administrative în domeniul protecției consumatorilor asistență metodică privind aplicarea și controlul respectării legislației în domeniul protecției consumatorilor;

aa) coordonează activitatea de conlucrare între autoritățile competente din Republica Moldova privind încălcările transfrontaliere în domeniul protecției consumatorilor;

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

(5) Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor își exercită atribuțiile prevăzute la alin. (4) lit. h)–k), p)–x) din prezentul articol în alte domenii decât cele atribuite competenței altor organe conform art. 36 alin. (2).

(6) Raportul anual privind activitatea de protecție a consumatorilor se elaborează și se aprobă până la data de 31 martie a anului în curs, pentru anul precedent, iar publicarea acestuia pe pagina web oficială a Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor se face în termen de 5 zile lucrătoare de la data aprobării.

(7) Regulamentul Inspectoratului de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor se aprobă de Guvern.

(8) Pentru coordonarea activității de protecție a consumatorilor se creează, prin hotărâre de Guvern, Consiliul coordonator, 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;

<p>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.</p>		<p>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.</p>
Lege nr. 80/2025 privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor		
<p style="text-align: center;">Anexă</p> <p style="text-align: center;">LISTA</p> <p style="text-align: center;">actelor normative care intră în domeniul de aplicare a Legii privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor</p> <p>3. Legea nr.105/2003 privind protecția consumatorilor (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2024, nr.122–124, art.195), cu modificările ulterioare, care 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 a Regulamentului (CE) nr.2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului (Directiva privind practicile comerciale neloiale), publicată în Jurnalul Oficial</p>	<p>Art. IV. Punctul 3 din Anexa la Legea nr. 80/2025 privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2025, nr. 253-256, art. 291), se completează cu textul, „Directiva (UE) 2024/1799 a Parlamentului European și a Consiliului din 13 iunie 2024 privind normele comune de promovare a reparării bunurilor și de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivelor (UE) 2019/771 și (UE) 2020/1828, , publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L din 10 iulie 2024, CELEX: 32024L1799”</p>	<p>3. Legea nr.105/2003 privind protecția consumatorilor (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2024, nr.122–124, art.195), cu modificările ulterioare, care 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 a Regulamentului (CE) nr.2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului (Directiva privind practicile comerciale neloiale), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 149 din 11 iunie 2005, CELEX: 32005L0029, art.13 din Directiva 2013/11/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 mai 2013 privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum și de modificare a Regulamentului (CE) nr.2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE (Directiva privind SAL în materie de consum), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 165 din 18 iunie</p>

<p>al Uniunii Europene L 149 din 11 iunie 2005, CELEX: 32005L0029, art.13 din Directiva 2013/11/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 mai 2013 privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum și de modificare a Regulamentului (CE) nr.2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE (Directiva privind SAL în materie de consum), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 165 din 18 iunie 2013, CELEX: 32013L0011, și Directiva (UE) 2019/771 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri, de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivei 2009/22/CE și de abrogare a Directivei 1999/44/CE, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 136 din 22 mai 2019, CELEX: 32019L0771.</p>		<p>2013, CELEX: 32013L0011, și Directiva (UE) 2019/771 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri, de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivei 2009/22/CE și de abrogare a Directivei 1999/44/CE, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 136 din 22 mai 2019, CELEX: 32019L0771, Directiva (UE) 2024/1799 a Parlamentului European și a Consiliului din 13 iunie 2024 privind normele comune de promovare a reparării bunurilor și de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivelor (UE) 2019/771 și (UE) 2020/1828, , publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L din 10 iulie 2024, CELEX: 32024L1799</p>
---	--	---