

PRACTICI COMERCIALE INCORECTE ȘI AGRESIVE ÎN RAPORTURILE CU CONSUMATORII, REGLEMENTATE PRIN O.U.G. NR. 58/2022

Lect. univ. dr. Camelia SPASICI

Abstract

Recently was adopted O.U.G. nr. ANRE President's Order no. 58/2022 for amending and supplementing some normative acts in the field of consumer protection, including Law no. Regulation (EC) No 363/2007 on combating unfair practices by traders in relation to consumers.

Since preventing and combating practices that harm the economic interests of consumers is an important objective in the economy of consumer law, we consider that a brief analysis of the new legislative framework is useful.

A commercial practice is unfair when it is contrary to the requirements of professional diligence essentially distorting the economic behaviour of the average consumer and is addressed to a certain group of consumers (Art. para. 1 of Law no. 363/2007).

In the special context of the changes brought in the field by O.U.G. nr. No 58/2022, the approach insists on commercial practices 'deemed unfair in any event' divided into two categories: misleading commercial practices and aggressive commercial practices.

The study is structured in three sections: "Incorrect practices that harm the economic interests of consumers, under the conditions of O.G. nr. 21/1992", "The new provisions of O.U.G. no. 58/2022 on unfair commercial practices" and "Unfair practices in all circumstances. Misleading and aggressive commercial practices".

Key words: "unfair practices", "deceptive practices", "aggressive practices".

Legislație relevantă: Legea nr. 296/2004 (Codul consumului); O.G. nr. 21/1992; Legea nr. 363/2007; O.U.G. nr. 58/2022.

I. Practici incorecte ce dăunează „intereselor economice ale consumatorilor”, în condițiile O.G. nr. 21/1992

Primul act legislativ semnificativ, de reglementare a raporturilor juridice de consumație, a fost O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor (denumită în continuare „Ordonanță”)¹.

¹ O.G. nr. 21/1992 a fost republicată în M.O. nr. 208 din 28 martie 2008 (și a intrat în vigoare la 28 august 1992).

Scopul declarat al principalului act normativ a fost *prevenirea și combaterea practicilor ce dăunează intereselor economice* ale consumatorilor.

Potrivit Ordonanței, statul protejează consumatorii, asigurând cadrul necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării lor complete despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale acestora *împotriva unor practici incorecte* [art. 1 alin. (1)]².

În sensul Ordonanței, părțile raporturilor juridice de consumație sunt:

a). *Consumatorul*, orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori libérale;

b). *Operatorul economic* (producătorul, distribuitorul, vânzătorul, prestatorul) este persoana fizică sau juridică, autorizată, care în cadrul activității sale profesionale fabrică, importă, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii.

Operatorii economici sunt obligați să pună pe piață numai produse sau servicii care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate și să se comporte în mod corect în relațiile cu consumatorii (art. 9 din Ordonanță).

Potrivit art. 3 din Ordonanță, *principalele drepturi ale consumatorilor* sunt:

a) de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime ;

b) de a fi informați complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori ;

c) de a avea acces la piețe care le asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;

d) de a fi despăgubiți pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;

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

Practicile sunt diferențiate în raport de serviciul operatorului economic, după cum urmează:

a). În cazul *serviciilor financiare*, consumatorul are dreptul de a fi informat în mod corect, încă din faza precontractuală, asupra tuturor condițiilor contractuale³.

² Guvernul adoptă reglementări specifice în scopul prevenirii și combaterii practicilor ce dăunează intereselor economice ale consumatorilor (art. 8 din Ordonanță).

³ La solicitarea unei *oferte de credit*, furnizorul de servicii financiare are obligația de a oferi gratuit consumatorului, pe hârtie sau pe alt suport durabil, un grafic de rambursare ori alt document care să menționeze costurile totale ce vor fi suportate de consumator și un exemplar al proiectului contractului de credit (art. 9¹ din Ordonanță).

Orice formă de publicitate⁴ referitoare la *contractele de credit*⁵, care indică o rată a dobânzii sau orice alte cifre referitoare la costul creditului pentru consumator, va cuprinde următoarele informații standard, prin intermediul unui exemplu reprezentativ:

- rata dobânzii aferente creditului, fixă sau variabilă, împreună cu informații privind orice costuri incluse în costul total al creditului pentru consumator;

- valoarea totală a creditului;

- dobânda anuală efectivă, conform prevederilor legale specifice;

- durata contractului de credit;

- valoarea totală plătită de consumator.

Potrivit art. 9³ din Ordonanță, *furnizorii de servicii financiare sunt obligați să respecte (printre altele) mai multe reguli contractuale, precum :*

- contractele vor fi redactate în scris, vizibil și ușor de citit, cu o mărime a fontului utilizat de minimum 10, pe hârtie sau pe alt suport durabil, în cel puțin două exemplare, fiind remis câte un exemplar original fiecărei părți ;

- comisionul de rambursare anticipată a creditului se determină în strânsă legătură cu pierderile creditorului aferente rambursării anticipate;

- pe parcursul derulării contractului se interzice *majorarea* comisioanelor, taxelor, tarifelor, spezelor bancare sau a oricăror altor costuri menționate în contract și *introducerea* (sau perceperea) de noi taxe, comisioane, tarife, speze bancare sau orice alte costuri care nu au fost menționate în contract;

- se va menționa tipul de dobândă, variabilă sau fixă, iar dacă dobânda este fixă numai pentru o anumită perioadă, aceasta va fi precizată cu exactitate;

- sunt interzise clauzele contractuale care dau dreptul furnizorului de servicii financiare să modifice unilateral clauzele contractuale (fără încheierea unui act adițional, acceptat de consumator);

- pentru orice modificare a nivelului costurilor creditului, conform condițiilor contractuale, furnizorul de servicii financiare este obligat să notifice consumatorul, în funcție de opțiunea scrisă a acestuia, exprimată în contract⁶;

- furnizorul de servicii financiare va lua toate măsurile necesare pentru a efectua repararea în termen de maximum 15 zile a eventualelor prejudicii cauzate consumatorului prin nerespectarea obligațiilor asumate prin contract;

- la încetarea contractului, inclusiv prin ajungere la termen, reziliere sau denunțare unilaterală din partea consumatorului, furnizorul de servicii financiare

⁴ În orice formă de publicitate, *informațiile referitoare la costuri* vor fi scrise vizibil și ușor de citit, în același câmp vizual și cu caractere de aceeași mărime.

⁵ Vezi și A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca, *Dreptul consumației*, Ed. Hamangiu, București, 2012, p. 19.

⁶ Vezi și L. Bercea, *Protecția consumatorilor prin conversia creditelor în valută*, în RRDP, nr. 6/2016, p. 86; E. Mihai, *Contractul de credit pentru consum în viziunea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 50/2010*, în R.R.D.A. nr. 5/2012, p. 65 ș urm.

va oferi gratuit consumatorului un document care să ateste faptul că au fost stinse toate obligațiile dintre părți⁷.

b). În cazul serviciilor de *intermediere imobiliară*, consumatorul va fi informat în scris, corect, complet și precis, încă din faza precontractuală, cu privire la:

- prețurile practicate în piață pentru tipul de imobil ce urmează a face obiectul intermedierii imobiliare, conform informațiilor existente în baza de date a agenției imobiliare;

- deficiențe și alte inconveniente cunoscute de agenția imobiliară sau pe care în mod rezonabil putea să le cunoască;

- nivelul comisionului practicat de agenția imobiliară;

- situația juridică a imobilului⁸;

- nivelul estimativ al costurilor ce urmează să fie suportate de consumator⁹.

Potrivit art. 9⁵ din Ordonanță contractul de intermediere imobiliară va cuprinde *cel puțin următoarele elemente*: datele de identificare a părților; obiectul contractului/natura serviciului prestat; prețul solicitat de proprietar și prețul pe care este dispus să îl plătească cumpărătorul; termenul de valabilitate al contractului; condițiile în care contractul poate fi denunțat unilateral; condițiile în care contractul poate fi reziliat; nivelul maxim al comisionului datorat de consumator agenției imobiliare pentru contractul ce urmează să se încheie; clauza de exclusivitate, în cazul în care aceasta a fost acceptată de părți; precizarea situațiilor în care consumatorul datorează comision agenției imobiliare; drepturile și obligațiile părților; situațiile de forță majoră și data încheierii contractului¹⁰.

În plus, contractele de intermediere imobiliară în care consumatorul are calitatea de *potențial cumpărător* vor conține alte două elemente:

- caracteristicile generale ale imobilului (incluzând nivelul de finisare, dimensiuni, vechime și poziționarea față de punctele cardinale);

- tarifele pentru serviciile prestate.

⁷ Totodată, se vor închide și conturile aferente serviciului financiar de bază furnizat, fără a fi necesară depunerea unei alte cereri de către consumator și fără plata unor costuri suplimentare. Contul nu va fi închis în situația în care acesta este poprit sau indisponibilizat, conform legii, pentru îndeplinirea de către consumator a unor obligații asumate față de furnizorul de servicii financiare însuși sau față de terți.

⁸ Cu privire la practicile creditului imobiliar de consumație, în doctrina franceză ; vezi Y. Picod, N. Picod, *Droit de la consommation*, Sirey, Paris, 2021, p. 283 și urm. J. Calais-Auloy, H. Temple, M. Depince, *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, 2020, p. 391 și urm.

⁹ Vezi și M. Dinu, *Aspecte procesuale referitoare la cererile în justiție în raportul dintre profesioniști și consumatori*, în P.R. nr. 5/2019, p. 37 și urm.

¹⁰ Potrivit art. 9⁸ din Ordonanță, contractul de intermediere imobiliară nu poate conține clauze penale care să oblige consumatorul (care nu își îndeplinește angajamentele contractuale) la plata unei sume mai mari decât onorariul pe care l-ar fi plătit în cazul încheierii tranzacției.

Agenția imobiliară nu poate solicita consumatorului plata comisionului următoarele situații:

- când între consumator și agenția imobiliară nu este încheiat un contract de intermediere;
- când contractul de vânzare sau de închiriere nu s-a încheiat;
- când contractul nu are stipulată clauza de exclusivitate, iar tranzacția s-a realizat fără participarea agenției imobiliare¹¹.

Potrivit legii, tranzacția imobiliară se consideră încheiată în momentul în care vânzătorul și cumpărătorul au *semnat actul de vânzare-cumpărare* (art. 97 din Ordonanță).

c). În cazul *produselor alimentare* (sau pentru care se stabilește termen de valabilitate), care pot afecta viața sau sănătatea consumatorilor, vânzătorul este obligat, la cererea consumatorului:

- să le înlocuiască de îndată,
- să le refacă sau
- să restituie contravaloarea acestora¹².

Dacă este cazul remedierii ori al înlocuirii produselor sau serviciilor necorespunzătoare, consumatorul poate solicita *plata unor despăgubiri*, potrivit clauzelor contractuale sau dispozițiilor legale [art. 16 alin. (1) din Ordonanță].

În cadrul obligației de garanție, prestatorii de servicii *asigură toate operațiunile necesare remedierii deficiențelor* constatate la serviciile prestate sau înlocuirii produselor utilizate în cadrul serviciilor respective (art. 17 din Ordonanță).

II. Noile dispoziții ale O.U.G. nr. 58/2022 privind]practicile comerciale incorecte“

Prin dispozițiile O.U.G. nr. 58/2022 pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul protecției consumatorilor¹³ au fost operate *modificări substanțiale* în cadrul Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale

¹¹ Potrivit art. 9¹⁰ din Ordonanță, nu se permite plata în avans a comisionului, parțială sau totală, decât cu acordul scris al consumatorului și cu precizarea situațiilor în care agenția imobiliară este obligată să înapoieze consumatorului sumele primite în avans.

¹² Vezi și M. Dinu, *Răspunderea producătorului pentru calitatea produselor alimentare*, Ed. Hamangiu, București, 2016, p. 8 și urm; M.G. Iliescu, *Dreptul protecției consumatorilor. Introducere în materia suguranței alimentare*, Ed. Hamangiu, București, 2014, p. 26 și urm.

¹³ O.U.G nr. 58/2022 transpune în plan național prevederile art. 1, 3 și 4 din Directiva (UE) 2019/2.161 a Parlamentului European și a Consiliului din 27 noiembrie 2019 de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivelor 98/6/CE, 2005/29/CE și 2011/83/UE ale Parlamentului European și ale Consiliului în ceea ce privește o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii Europene în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme.

O.U.G nr. 58/2022 a fost publicată în M.O., Partea I nr. 456 din 06 mai 2022 și a intrat în vigoare la 28 mai 2022.

comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor¹⁴.

În contextul european, Directiva (UE) 2019/2.161 a introdus dreptul la *măsuri reparatorii individuale* pentru acoperirea prejudiciului suferit de consumatorii afectați de practici comerciale incorecte.

Noua reglementare are la bază constatarea potrivit căreia consumatorii se confruntă cu o varietate de oferte din partea *furnizorilor terți* de produse sau serviciile pe piața online¹⁵.

În aceste condiții, consumatorii nu știu întotdeauna de la cine cumpără: de la comercianți profesioniști sau de la alți consumatori.

În consecință, consumatorii pot crede (în mod eronat) că au de-a face cu comercianți profesioniști și deci, că beneficiază de drepturile consumatorilor.

În contextul de mai sus, ne propunem să prezentăm succint *noile modificări ale Legii 363/2007* (introduse prin O.U.G. nr. 58/2022), cu *impact major în protecția consumatorilor*.

a). Articolul 2 din Lege se modifică cu următoarele definiții:

- *produsul* este „orice bun sau serviciu, inclusiv bunuri imobile, servicii digitale și conținut digital, precum și drepturi și obligații;

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

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

b). Articolul 6 introduce două paragrafe noi, cu următorul cuprins.

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

¹⁴ Legea 363/2007 transpune în plan național prevederile Directivei 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului, și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”), publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene (JOCE) nr. L 149 din 11 iunie 2005. Legea nr. 363/2007 a fost publicată în MO, Partea I, nr. 899 din 28 decembrie 2007 și a intrat în vigoare la 31 decembrie 2007.

¹⁵ Pentru definirea „practicilor comerciale neloiale în raporturile business-to-consumer”, vezi și J. Goicovici, *Dreptul relațiilor dintre profesioniști și consumatori*, Ed. Hamangiu, București, 2022, pp. 130-131.

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

Potrivit art. 6¹ din Lege, în cazul unei activități de comercializare a unui bun pe teritoriul României ca fiind identic cu un bun comercializat în alte state membre ale Uniunii Europene, *deși bunul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, comercianții au obligația de a pune la dispoziția consumatorilor informații cu privire la aceste situații, într-un mod care să le permită accesul la acestea, cu privire la diferențierea bunurilor ca urmare a unor factori legitimi și obiectivi, astfel încât această diferențiere să poată fi identificată de către consumatori*".

c). Articolul 7 din Lege se modifică după cum urmează.

În cazul unei *invitații de a cumpăra* (oferta de cumpărare, s.n.), următoarele informații sunt considerate esențiale (printre altele, s.n.) modalitățile de plată, livrare și executare, dacă acestea diferă de condițiile cerute de diligența profesională.

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

În situația în care se oferă consumatorilor posibilitatea de a căuta produse oferite de diferiți comercianți sau de consumatori pe baza unei căutări sub formă de cuvinte-cheie, fraze sau alte date de intrare, indiferent de locul în care se încheie tranzacțiile în cele din urmă, *sunt considerate esențiale informațiile generale*, puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate rezultatele căutării¹⁶.

Comerciantul oferă acces consumatorilor la toate recenzii privind produsele și indică dacă și modul în care acesta garantează faptul că recenzii publicate provin de la consumatorii care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, acestea fiind considerate informații esențiale.

d). Articolul 12¹ din Lege are următorul cuprins.

Consumatorii afectați de practicile comerciale incorecte au dreptul la *măsuri de remediere* pentru a se elimina toate efectele respectivelor practici incorecte, fără costuri, după cum urmează:

- înlocuirea, reducerea prețului sau încetarea contractului și restituirea contravalorii produsului sau serviciului, după caz;
- despăgubiri pentru prejudiciul suferit de consumator;

¹⁶ Prevederile de mai sus nu se aplică furnizorilor de motoare de căutare online, astfel cum sunt definiți la art. 2 pct. 6 din Regulamentul (UE) 2019/1.150 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 iunie 2019 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online [art. 7 alin. (4)² din Lege].

- în cazul în care se constată deficiențe în primele 30 de zile de la achiziția produsului sau serviciului, se dispune direct înlocuirea acestora¹⁷.

Sunt *luate în considerare* pentru stabilirea măsurilor de remediere:

- gravitatea și natura practicii comerciale incorecte;
- prejudiciul suferit de consumator.

e). Articolul 13¹ se completează cu următorul cuprins.

În măsura în care se consideră necesar, ținând cont de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, instanțele judecătorești competente sau Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor vor dispune măsuri, în procedură de urgență, chiar fără a exista o dovadă a unei pierderi sau a unui prejudiciu efectiv ori a intenției sau a neglijenței comerciantului.

Măsurile dispuse se realizează de către *președintele* Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau de către *conducătorii unităților* cu personalitate juridică din subordinea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, la propunerea agentului constatat, în termen de maximum 5 zile lucrătoare¹⁸.

f). Articolul 15 se modifică și completează, cu următorul cuprins.

Utilizarea de către comercianți a unor practici comerciale incorecte este interzisă, constituie contravenție și se sancționează după cum urmează:

- cu amendă de la 10.000 lei la 100.000 lei, pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte;

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

- cu amendă de la 10.000 lei la 100.000 lei, pentru utilizarea practicilor comerciale agresive.

În cazul utilizării de către comercianți a unor practici comerciale incorecte care afectează un număr mai mare de 100 de consumatori, limita minimă și *limita maximă a sancțiunilor se dublează*.

Contravențiile prevăzute de prezenta lege se constată la sesizarea consumatorilor, a asociațiilor care, potrivit legii, au un interes legitim ori din oficiu, de către reprezentanții împuterniciți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor¹⁹.

¹⁷ Potrivit art. 12¹ din Lege, măsurile prevăzute mai sus nu înlătură aplicarea altor măsuri de remediere aflate la dispoziția consumatorilor, cum ar fi O.U.G. nr. 140/2021 privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri și O.U.G. nr. 141/2021 privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale.

¹⁸ Ordinul emis de către președintele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor produce efecte asupra tuturor sediilor sau punctelor de lucru ale comercianților.

¹⁹ Odată cu aplicarea sancțiunii amenzii contravenționale, agentul constatat poate propune în cadrul documentului de control ca sancțiune complementară suspendarea prestării serviciilor, furnizării bunurilor sau activității până la încetarea practicii comerciale incorecte sau până la ducerea la îndeplinire a măsurilor dispuse potrivit (art. 13 din Lege).

Potrivit art. 15¹ din Lege, „Odată cu aplicarea sancțiunii amenzii contravenționale, agentul constatatator poate dispune ca sancțiune complementară una dintre măsurile de remediere”.

Nerespectarea măsurii prevăzute mai sus, se sancționează cu amendă de la 50.000 lei la 100.000 lei.

Măsura de remediere prevăzută se poate solicita de către consumatorul prejudiciat *direct instanței de judecată* în a cărei circumscripție teritorială își are domiciliul sau reședința acesta (art. 15³ din Lege)²⁰.

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

Nerespectarea dispozițiilor legale, *constituie contravenție*, dacă fapta are *caracter repetat în două acțiuni distincte*, se sancționează cu amendă de la 5.000 lei la 200.000 lei (art. 15⁵ din Lege).

g). Articolul 16 se modifică cu următorul cuprins.

Contravențiilor prevăzute de prezenta lege le sunt aplicabile dispozițiile O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor (aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare).

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

h). Articolul 17 se modifică cu următorul cuprins.

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

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

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

²⁰ În cazul în care se impune aplicarea unor sancțiuni în conformitate cu dispozițiilor art. 21 din Regulamentul (UE) 2017/2.394 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 decembrie 2017 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure respectarea legislației în materie de protecție a consumatorului și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004, cu amendă de la 0,1% până la inclusiv 4% din cifra de afaceri anuală a profesionistului realizată în anul financiar anterior sancționării, realizată pe teritoriul României, pentru încălcările pe scară largă și încălcările pe scară largă cu o dimensiune specifică Uniunii Europene astfel cum sunt definite la art. 3 pct. 3 și 4 din Regulamentul (UE) 2017/2.394 (art. 15⁴ din Lege).

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

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

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

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

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

Contravențiilor săvârșite de către comercianții care au realizat pe teritoriul României în anul financiar anterior sancționării o cifră de afaceri anuală netă de până la 1 milion de euro, echivalent în lei la cursul de schimb comunicat de Banca Națională a României, *le sunt aplicabile prevederile art. 28 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr. 2/2001*²¹.

Sunt criterii exemplificative și orientative luate în considerare pentru aplicarea de sancțiuni:

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

²¹ Potrivit art. 28 alin. (1) din O.G. nr. 2/2001, „Contravenientul poate achita, în termen de cel mult 15 zile de la data înmânării sau comunicării procesului-verbal, jumătate din minimul amenzii prevăzute de actul normativ, agentul constatatator făcând mențiune despre această posibilitate în procesul-verbal”.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor *notifică Comisiei Europene* măsurile prevăzute mai sus și îi comunică acesteia, fără întârziere, orice modificare ulterioară a acestora.

III. „Practici incorecte» în orice situație”. Practici comerciale înșelătoare și agresive

O „practică comercială” este *incorectă* atunci când este contrară cerințelor diligenței profesionale și deformează sau este susceptibilă să deformeze în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia i se adresează ori al membrului mediu al unui grup, atunci când o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori [art. alin. (1) din Legea nr. 363/2007].

Anexa la Legea nr. 363/2007 republicată și modificată recent, prezintă practicile comerciale „considerate incorecte în orice situație” împărțite pe două categorii: practici comerciale înșelătoare și practici comerciale agresive²².

A. Practici comerciale înșelătoare

1. Afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită, în cazul în care nu este.

2. Afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obținut autorizația necesară.

3. Afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unui organism public sau a unui alt organism, în cazul în care aceasta nu a fost primită.

4. Afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau că un produs a fost agreat, aprobat ori autorizat de un organism public sau privat, în cazul în care nu este adevărat, ori afirmarea că a fost agreat, aprobat sau autorizat fără a respecta condițiile de agream, aprobare sau autorizare.

5. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în cazul în care comerciantul nu dezvăluie existența unor motive rezonabile în baza cărora ar aprecia că nu va putea să furnizeze, el însuși sau prin intermediul altui comerciant, acele produse sau produse similare la același preț, pentru o perioadă și într-o cantitate rezonabile, avându-se în vedere produsul, amplasarea reclamei și prețul oferit.

6. Lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, pentru ca apoi, în scopul promovării unui produs diferit, comerciantul să recurgă la una dintre următoarele fapte:

- refuzul prezentării articolului care a făcut obiectul publicității;

²² Cu privire la practicile comerciale înșelătoare și practicile comerciale abuzive în doctrina franceză, vezi S. Le Gac-Pech, *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, 2020, p. 241 și urm.

- refuzul luării comenzii privind respectivul articol sau al livrării în cadrul unui termen rezonabil;

- prezentarea unui eșantion cu defecte.

7. Afirmarea falsă că un produs nu va fi disponibil decât pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că nu va fi disponibil decât în anumite condiții, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și al lipirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză.

8. Angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori, atunci când comerciantul a comunicat cu aceștia, înaintea încheierii tranzacției, într-o limbă ce nu este limba oficială a statului membru în care acesta este stabilit și, ulterior, a furnizat respectivul serviciu numai în altă limbă, fără însă a informa în mod clar consumatorii cu privire la aceasta, înainte de angajarea în tranzacție.

9. Afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi în mod legal vândut, în situația în care acest lucru nu este posibil.

10. Prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului.

11. Utilizarea unui context editorial în mass-media, în vederea promovării unui produs pentru a cărui reclamă comerciantul a plătit, fără însă ca aceasta să se precizeze clar fie în cuprins, fie prin imagini sau sunete ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

26. Afirmarea faptului că 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.

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

B. Practici comerciale agresive

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

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

3. Solicitarea persistentă și nedorită, prin intermediul telefonului, faxului, e-mailului sau prin alte mijloace de comunicare la distanță, cu excepția situațiilor

legitime și în măsură justificată, conform legislației naționale, pentru punerea în aplicare a unei obligații contractuale.

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

5. Includerea într-o reclamă a unui îndemn direct adresat copiilor să cumpere produsele promovate sau să își convingă părinții ori alți adulți să cumpere produsele promovate.

6. Solicitarea unei plăți imediate sau ulterioare pentru returnarea ori păstrarea în condiții sigure a produsului furnizat de comerciant, dar nesolicitat de consumator, cu excepția cazului în care produsul este un înlocuitor furnizat conform cu legea²³.

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

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

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

În concluzie, apreciem că *modificările aduse în plan național, la Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii*, prin O.U.G. nr. 58/2022 pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul protecției consumatorilor, au consistența necesară atingerii scopului propus (inclusiv de legiuitorul european) și anume: *prevenirea și combaterea practicilor ce dăunează intereselor economice ale consumatorilor*.

În condițiile de mai sus, statul a făcut dovada *protejării cetățenilor săi*, asigurându-le legislativ:

- a) *accesul liber* la produse și servicii,
- b) *informarea completă* asupra caracteristicile esențiale ale acestora, precum și
- c) *apărarea și asigurarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici incorecte*.

²³ Vezi O.U.G. nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative.

Bibliografie

1. L. Bercea, *Protecția consumatorilor prin conversia creditelor în valută*, în RRDP, nr. 6/2016;
2. J. Calais-Auloy, H. Temple, M. Depince, *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, 2020;
3. M. Dinu, *Răspunderea producătorului pentru calitatea produselor alimentare*, Ed. Hamangiu, București, 2016;
4. A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca, *Dreptul consumației*, Ed. Hamangiu, București, 2012;
5. J. Goicovici, *Dreptul relațiilor dintre profesioniști și consumatori*, Ed. Hamangiu, București, 2022;
6. M.G. Iliescu, *Dreptul protecției consumatorilor. Introducere în materia suguranței alimentare*, Ed. Hamangiu, București, 2014;
7. S. Le Gac-Pech, *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, 2020 ;
8. E. Mihai, *Contractul de credit pentru consum în viziunea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 50/2010*, în R.R.D.A. nr. 5/2012,
9. Y. Picod, N. Picod, *Droit de la consommation*, Sirey, Paris, 2021.