

INTRODUCERE	5
1. Dreptul consumatorului	5
2. Definiția dreptului consumatorului	5
3. Principii	8
4. Izvoarele dreptului consumatorului	10
5. Părțile confruntării: agent economic și consumator	13
6. Produse și servicii	21
6.1. Produse și servicii	21
6.2. Produs nou, produs folosit, produs recondiționat	23
6.3. Din punct de vedere al siguranței	23
6.4. Din punct de vedere al conformității	24
6.5. După modul de comercializare	25
6.6. Și serviciile cunosc mai multe categorii	25
PARTEA I. DREPTURILE	27
1. Dreptul la informare	27
1.1. Noțiuni generale	27
1.2. Dreptul la informare privind anumite categorii de produse sau servicii	30
1.3. Inscriptionare și prezentare	39
1.4. Prețul	43
2. Publicitatea	46
2.1. Noțiuni generale	46
2.2. Publicitatea înșelătoare	48
2.3. Publicitatea subliminală	51

2.4. Publicitate contrară demnității și moralei publice	52
2.5. Publicitatea comparativă	52
2.6. Răspunderea juridică	53
2.7. Alte forme de publicitate prohibite	54
2.8. Reguli speciale pentru publicitatea televizată sau radiodifuzată	58
3. Vânzările în alt loc decât localul comercial	66
3.1. Reguli generale	66
3.2. Dreptul de denunțare unilaterală a contractului	68
4. Vânzările la distanță	70
4.1. Noțiuni generale	70
4.2. Dreptul de denunțare unilaterală	71
5. Comerțul electronic	73
6. Practici comerciale ilicite	77
6.1. Refuzul sau condiționarea vânzării sau a prestării serviciului ..	77
6.2. Vânzări fără comandă prealabilă	78
7. Clauzele abuzive	78
7.1. Drepturile consumatorilor la încheierea contractelor	78
7.2. Regimul juridic al clauzelor abuzive	81
7.2.1. Preliminarii	81
7.2.2. Noțiunea de consumator	85
7.2.3. Condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o clauză pentru a fi abuzivă	86
7.2.4. Sancțiunea aplicată clauzelor abuzive	88
7.2.5. Categoriile de clauze abuzive	90
8. Serviciile financiare	96
8.1. Dispozițiile generale	96
8.1.1. Faza precontractuală	96
8.1.2. Reguli privind publicitatea	96
8.1.3. Reguli privind contractele	97
8.2. Servicii financiare încheiate la distanță	100
8.2.1. Informarea	100
8.2.2. Încheierea contractului	105
8.2.3. Dreptul la denunțare unilaterală	105
8.3. Creditul ipotecar	108
8.4. Drepturile consumatorului în raporturile de credit	109

8.4.1. Norme privind publicitatea	110
8.4.2. Informații precontractuale	111
8.4.3. Obligația de a evalua bonitatea consumatorului	118
8.4.4. Drepturi privind contractele de credit	118
8.4.5. Informații ce trebuie incluse în contractele de credit	124
8.4.6. Informații privind rata dobânzii aferente creditului	128
8.4.7. Contractele de credit pe durată nedeterminată	129
8.4.8. Dreptul de retragere și dreptul de rambursare anticipată	130
8.4.9. Cesiunea de drepturi	133
8.4.10. Dobânda anuală efectivă	134
8.4.11. Locul încheierii contractului	135
8.4.12. Reguli de interpretare	135
8.4.13. Competență, sesizare și control	135
8.4.14. Aplicarea față de contractele încheiate anterior intrării în vigoare a Ordonanței	136
8.5. Practica judiciară	137
8.6. Alte servicii financiare	141
9. Conformitatea și securitatea produselor și serviciilor	143
9.1. Preliminarii	143
9.2. Evaluarea conformității produselor	146
9.3. Protecția vieții, sănătății și securității consumatorilor	150
9.4. Garanții legale și convenționale	156
9.4.1. Garanțiile legale	156
9.4.2. Garanțiile convenționale	162
PARTEA A II-A. CADRUL INSTITUȚIONAL	167

CAPITOLUL I

Cadrul instituțional al politicii de protecție

a consumatorilor	167
1. Asociațiile pentru protecția consumatorilor	167
1.1. Preliminarii	167
1.2. Noțiunea și scopul asociațiilor de consumatori	168
1.3. Constituirea asociațiilor de consumatori și procedura privind dobândirea personalității juridice	169

1.4. Organizarea asociațiilor de consumatori	172
1.5. Rolul de „partener social”	174
1.6. Rolul consultativ al asociațiilor de consumatori	177
1.7. Rolul informativ al asociațiilor de consumatori	178
1.8. Recunoașterea asociației de consumatori ca fiind de utilitatea publică	180
2. Centrele de consultanță și informare ale consumatorilor	182
2.1. Activitatea centrelor de consultanță și informare a consumatorilor	182
2.2. Finanțarea centrelor de consultanță și informare a consumatorilor	185
3. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor	189
3.1. Preliminarii	189
3.2. Obiectivele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	189
3.3. Atribuțiile și competențele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	190
3.4. Structura organizatorică a Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	195
3.4.1. Președintele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	197
3.4.1.1. Directorul de Cabinet are următoarele atribuții:	198
3.4.1.2. Rolul Consilierului personal	199
3.4.1.3. Asistentul personal	200
3.4.1.4. Secretar personal	201
3.4.2. Vicepreședinții Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	201
3.4.3. Secretarul General al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor	202
3.4.4. Compartimentul de Audit Public Intern	203
3.4.5. Direcția Buget, Administrare și Resurse Umane	204
3.4.5.1. Serviciul Finanțe – Contabilitate	204
3.4.5.2. Compartiment Resurse Umane și Formare Profesională	206
3.4.5.3. Compartiment Analize și Sinteze	207
3.5. Direcția Generală Metale Prețioase, Pietre Prețioase și Proces Kimberley are în subordinea sa două servicii:	208

4. Comisariatele Județene pentru Protecția Consumatorilor	217
5. Consiliul consultativ	222
6. Centrului Național pentru Încercarea și Expertizarea Produselor „Larex”	223
7. Rețeaua Centrelor Europene al Consumatorilor (ECC-Net)	225
8. FIN-NET - Rețeaua europeană pentru soluționarea pe cale extrajudiciară a litigiilor financiare transfrontaliere	226

CAPITOLUL II

Accesul consumatorilor la justiție	228
1. Preliminarii	228
2. Procedura privind cercetarea și rezolvarea sesizărilor și reclamațiilor primite direct de la persoane fizice sau prin asociațiile pentru protecția consumatorilor, referitoare la calitatea produselor și serviciilor	235
2.1. Scopul	235
2.2. Procedura soluționării reclamațiilor formulate de consumatori	235
2.2.1. Înregistrarea petițiilor	235
2.2.2. Desfășurarea cercetării	238
2.2.3. Stabilirea măsurilor și încheierea procesului-verbal de constatare-contravenție	240
3. Acțiunea în justiție pentru protecția dreptului consumatorului	243
3.1. Preliminarii	243
3.2. Acțiunea introdusă direct de consumatorul prejudiciat	246
3.3. Acțiunea în justiție introdusă de asociațiile de consumatori în apărarea unui interes colectiv	247
3.4. Reprimarea unor clauze abuzive pe calea acțiunii în justiție promovată de o asociație de consumatori	248
3.5. Intervenția asociațiilor de consumatori în procesul civil	250
3.6. Acțiunile în co-reprezentare în dreptul francez al consumului	254
3.7. Protecția accesului consumatorilor la justiție în dreptul comunitar	256

4. Conflictul de legi în soluționarea litigiilor de consum cu element de extraneitate	259
4.1. Conflictul de legi în situația litigiilor de consum de natură contractuală	261
4.2. Legea aplicabilă contractelor încheiate de consumatori, resortisanți ai Statelor membre ale Uniunii Europene - Regulamentul Roma I	264
4.3. Conflictul de legi în situația litigiilor de consum de natură delictuală	269
4.4. Situația instanțelor străine sesizate de un consumator român	270
4.5. Legea aplicabilă răspunderii delictuale pentru produse defectuoase, între resortisanți ai Statelor membre ale Uniunii Europene - Regulamentul Roma II	273
5. Convenția de la Haga privind răspunderea pentru produse defectuoase	277
CAPITOLUL III	
Legătura dintre regimul răspunderii pentru produse defectuoase și piața asigurărilor	281
BIBLIOGRAFIE	287

Felix Tudoriu

Cristina Aurora Popârțac



Drepturile consumatorului
O provocare pentru afaceri

Felix Tudoriu
Cristina Aurora Popîrțac

Drepturile consumatorului
O provocare pentru afaceri



□ 1. *Dreptul consumatorului*

Dreptul consumatorului s-a născut din dezvoltarea mișcării consumeriste, în scopul de a proteja consumatorul în raporturile sale cu întreprinderile producătoare. Pentru prima dată dreptul consumatorului a fost afirmat în Statele Unite odată cu mișcarea lui Ralph Nader îndreptată în particular împotriva producătorilor de automobile. Treptat, s-a dezvoltat o legislație proprie menită să apere consimțământul consumatorului și să asigure siguranța consumatorului.

În România, problema protecției consumatorului a apărut abia după 1989. Măsurile legislative au fost timide la început. Abia după anul 2000, când s-a pus în termeni concreți problema aderării României la Uniunea Europeană, fiind necesară armonizarea legislației românești cu dreptul comunitar, au apărut reglementări importante în materie.

□ 2. *Definiția dreptului consumatorului*

Definirea dreptului consumatorului poate pleca de la o definiție legală pe care ne-o oferă Legea nr. 296/2004 Codul consumului art. 1:

„Prezenta lege, denumită în continuare Codul, are ca obiect reglementarea raporturilor juridice create între operatorii economici și

consumatori, cu privire la achiziționarea de produse și servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii, informării lor complete și corecte despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.”

Astfel că putem defini dreptul consumatorului ca fiind acea ramură a dreptului care reglementează raporturilor juridice create între operatorii economici și consumatori, cu privire la achiziționarea de produse și servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii, informării lor complete și corecte despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Desigur, această definiție este în primul rând una descriptivă și mai puțin explicativă. Astfel că unele explicații, fără a intra în amănunte, se impun.

În primul rând, trebuie remarcată generalitatea raporturilor juridice care fac obiectul dreptului consumatorului. Dreptul consumatorului este o ramură a dreptului care are ca obiect un evantai de raporturi juridice, care izvorăsc atât din acte juridice (contracte, acte unilaterale) dar și fapte juridice în sensul cel mai larg. Deși, în cele mai multe cazuri raportul juridic de dreptul consumatorului se naște în legătură cu un contract, multe norme ale sale privesc situații din afara relațiilor contractuale (de pildă norme cu privire la informarea corectă, publicitate etc.).

Participanții la aceste raporturi juridice sunt împărțiți în două categorii dihotomice antagoniste: operatorii economici și consumatorii.

Operatorii economici sunt definiți ca fiind persoana fizică sau juridică, autorizată, care în cadrul activității sale profesionale fabrică,

importă, depozitează, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii (Legea nr. 296/2004 anexa 1, pct. 1).

Consumatorii sunt orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale (Legea nr. 296/2004 anexa 1, pct. 13). Se poate observa că în această categorie pot intra doar persoanele fizice persoanele juridice neputând participa la raporturi juridice caracteristice dreptului consumatorilor în calitate de consumator. Doar prin excepție asociațiile de persoane fizice se pot legitima ca fiind consumatori. Pe de altă parte, aceste persoane fizice trebuie să acționeze în afara activităților lor profesionale, fie ele comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale.

Definiția explicită care ar fi ariea de raporturi juridice care fac obiectul dreptului consumatorilor și anume achiziționarea de produse și servicii, inclusiv a serviciilor financiare, asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii, informării lor complete și corecte despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Mai explicit, se pot detalia câteva arii de interes care constituie și principalele ramuri ale dreptului consumatorului:

- Informarea consumatorilor (ex. etichetarea produselor, informarea asupra termenelor de livrare);
- Practici comerciale reglementate (ex. publicitatea, vânzarea la distanță, vânzările directe);
- Practici comerciale ilicite (ex. vânzări fără comandă prealabilă, refuz de a vinde sau presta serviciul sau condiționarea acestora);
- Condiții generale ale contractelor (ex. în special problematica clauzelor abuzive);

- Conformitatea și securitatea produselor și serviciilor (ex. garanțiile legale și convenționale);

- Serviciile financiare (ex. contractele de credit).

La acestea se adaugă aspectele instituționale și procedurale: asociațiile consumatorilor – am remarcat deja posibilitatea consumatorilor de a acționa în cadrul asociațiilor instituțiile implicate și puterile acestora (ex . Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor), proceduri simplificate și aspecte jurisdicționale.

În ansamblu se poate observa că dreptul consumatorului este un drept de protecție. Deși esențialmente este un drept al intereselor private, spre deosebire de dreptul civil tradițional raporturile juridice nu sunt de egalitate, partea consumator fiind prezumată a sta într-o poziție relativ defavorizată față de partea operator economic, poziție care este compensată printr-o serie de dispoziții de favoare care exced principiului egalității părților. În plus, necesitatea protejării consumatorilor impune un rol activ al Statului și autorității publice, de aceea dreptul consumatorilor nu poate fi privit exclusiv ca o parte a dreptului privat, necesitatea intervenției Statului conducând la edictarea unor norme care țin de dreptul consumatorului și care sunt caracterizate de raporturi de putere publică.

□ 3. *Principii*

Codul consumatorului edictează o serie de principii care călăuzesc interpretarea și aplicarea normelor sale.

a) contradictorialitatea - presupune asigurarea posibilității persoanelor aflate pe poziții divergente de a se exprima cu privire la orice act sau fapt care are legătură cu posibila încălcare a dispozițiilor privind protecția consumatorilor;

b) celeritatea procedurii de cercetare - presupune obligația autorității competente în domeniul protecției consumatorilor de a

proceda, fără întârziere, la cercetarea sesizării consumatorilor, cu respectarea drepturilor persoanelor implicate și a regulilor prevăzute de lege;

c) proporționalitatea - conform căreia trebuie respectat un raport corect între gravitatea sau consecințele faptei constatate, circumstanțele săvârșirii acesteia și măsura sancționatorie aplicată;

d) legalitatea măsurilor propuse/dispuse - presupune că autoritățile competente nu pot propune/dispune decât măsurile prevăzute de lege;

e) confidențialitatea - obligația personalului din cadrul autorităților competente de a păstra confidențialitatea datelor, actelor, informațiilor de orice natură, prin a căror divulgare se pot aduce prejudicii persoanelor fizice sau juridice, care sunt sau pot fi menționate în aceste informații;

f) recunoașterea reciprocă - orice produs legal fabricat sau comercializat într-un stat membru al Uniunii Europene sau în Turcia ori fabricat în mod legal într-un alt stat aparținând Spațiului Economic European este admis pe teritoriul României, dacă oferă un grad echivalent de protecție cu cel impus de normele române;

g) protecția consumatorilor nu trebuie să includă bariere în calea liberei circulații a mărfurilor și serviciilor;

h) universalitatea - obligatoriu pentru toți consumatorii și operatorii economici care efectuează acte și fapte de comerț, în condițiile legii.

De asemenea, Codul consumatorului stabilește o serie de sarcini care revin Statului în realizarea unei protecții efective a consumatorilor:

a) protecția consumatorilor 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) promovarea și protecția intereselor economice ale consumatorilor;

c) accesul consumatorilor la informații complete, corecte și precise 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;

d) educarea consumatorilor;

e) despăgubirea efectivă a consumatorilor;

f) sprijinirea consumatorilor sau a altor grupuri sau organizații reprezentative de a se organiza, pentru a-și expune opiniile în procesele de luare a unei decizii care îi privește;

g) promovarea cooperării internaționale în domeniul protecției consumatorilor și participarea la schimburile rapide de informații;

h) prevenirea și combaterea, prin toate mijloacele, a practicilor comerciale abuzive și a prestării serviciilor, inclusiv a celor financiare care pot afecta interesele economice ale consumatorilor.

□ 4. Izvoarele dreptului consumatorului

Principalul izvor de drept pentru drepturile consumatorului este reprezentat de către Legea nr. 296/2004 republicată, intitulată Codul consumului. În ciuda titlului ofertant Codul consumului este departe de a oferi un cadru legal pentru majoritatea instituțiilor de drept care interesează dreptul consumatorului, așa cum o fac Codurile în vigoare în materie civilă sau penală. Multe aspecte extrem de importante pentru dreptul consumatorului, precum clauzele abuzive sau publicitatea sunt în afara ariei de cuprindere a Codului consumului. Pe de altă parte, reglementarea este extrem de puțin sistematizată fiind mai mult o colecție de principii. De aceea, deși se presupune că

dreptul consumatorului este o ramură de drept care se adresează și își propune să protejeze pe cetățeanul obișnuit, Codul consumului lasă o impresie descurajantă la o lectură simplă, de legislație sofisticată și care se adresează unor profesioniști ai dreptului.

Pe de altă parte, în legătură cu aplicarea Codului consumului apare o altă dificultate legată de aplicabilitatea Ordonanței nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor. Și aceasta este o normă care își propune obiective de maximă generalitate în materia dreptului consumatorului, ea însă corespunde unei alte etape istorice de reglementare în domeniu. Prin edictarea Codului consumului, Ordonanța nr. 21/1992 nu a fost abrogată expres, ceea ce înseamnă că această ordonanță continuă să producă efecte juridice. Totuși, acest lucru conduce la dificultăți de interpretare. Codul consumului, cât și Ordonanța nr. 31/1992 sunt, din punct de vedere al caracterului, norme generale, ceea ce face ca regulă că norma specială derogă de la norma generală să fie nefolositoare în acest caz. Totuși, Codul consumului fiind posterior Ordonanței nr. 21/1992, putem interpreta că normele din Codul consumului au abrogat normele din Ordonanța nr. 21/1992 implicit. Totuși, această afirmație nu rezolvă toate dificultățile deoarece terminologia și abordarea diferită a unor drepturi și obligații fac dificilă identificarea corectă a ceea ce a fost abrogat și ce nu.

Așa cum am arătat, arii vaste din dreptul consumatorului nu sunt reglementate de acesta. Astfel:

- dispozițiile privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori se regăsesc în Legea nr. 193/2000 republicată;

- dispozițiile privind publicitatea în Legea nr. 148/2000, cu multiple modificări;

- la aceasta, se adaugă dispozițiile privind publicitatea în audiovizual, dispoziții care se regăsesc în Legea audiovizualului nr. 504/2002, care a cunoscut multe modificări;