

NORME METODOLOGICE din 20 martie 2003 de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață

Ordonanța Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 650/2002, denumită în continuare ordonanță:

PARTEA 1: ORDONANȚĂ

CAPITOLUL I: Dispoziții generale

Art. 1

Prezenta ordonanță stabilește principiile generale privind desfășurarea activității comerciale și urmărește dezvoltarea rețelei de distribuție a produselor și serviciilor de piață, cu respectarea principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului.

Art. 2

Prevederile ordonanței au în vedere realizarea următoarelor obiective:

- a) stimularea dezvoltării activității de comercializare a produselor și serviciilor de piață;
- b) încurajarea liberei inițiative, asigurarea concurenței loiale și a liberei circulații a produselor și serviciilor de piață;
- c) informarea corectă și protejarea intereselor consumatorilor, precum și posibilitatea asigurării produselor și serviciilor de piață în zonele de vecinătate ale acestora;
- d) modernizarea și dezvoltarea formelor de distribuție;
- e) promovarea diverselor tipuri de rețele de distribuție și forme de vânzare;
- f) stimularea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii cu activitate de comercializare a produselor și serviciilor de piață;
- g) susținerea și ocrotirea activității comerciale și de prestări de servicii de piață în zonele defavorizate.

Art. 3

(1) Prezenta ordonanță reglementează activitățile din sectorul comercial și al serviciilor de piață privind cerințele necesare desfășurării acestor activități, structurile de vânzare, practicile comerciale și regulile generale de comercializare, precum și sancțiunile în caz de nerespectare a prevederilor acesteia.

(2) Activitatea comercială, în sensul prezentei ordonanțe, se exercită cu referire la produsele alimentare, nealimentare și la serviciile de piață prevăzute în anexa nr. 3 la prezenta ordonanță.

(3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei ordonanțe activitățile de comercializare având ca obiect:

- a) produsele medicamentoase, dispozitivele medicale;
- b) produsele agricole și agroalimentare vândute de producătorii agricoli individuali în baza certificatului de producător;
- c) combustibilii pentru uzul mijloacelor de transport, inclusiv cei comercializați prin stații de distribuție;
- d) bunurile din producția proprie a meșteșugarilor individuali vândute la locurile de producție;
- e) lucrările, brevetele și invențiile, precum și publicațiile de natură științifică sau informativă realizate de titularii acestora;
- f) tipăriturile, pliantele, broșurile și albumele, realizate în scopul prezentării patrimoniului cultural deținut de muzee, centre de cultură, teatre sau alte instituții similare acestora, ori bunurile culturale sau cu caracter promoțional specifice activității instituțiilor culturale, și comercializate prin fondul propriu al fiecărei instituții culturale sau cu prilejul unor manifestări cultural-artistice organizate de acestea;
- g) mărfurile vândute către vizitatori, în cadrul festivalurilor, târgurilor, saloanelor sau al altor manifestări expoziționale, cu condiția ca acestea să facă obiectul manifestărilor respective;
- h) produsele confiscate și valorificate conform dispozițiilor legale în vigoare;
- i) produsele și serviciile de piață reglementate prin acte normative speciale.

(4) Dispozițiile prezentei ordonanțe se aplică activităților comerciale desfășurate și serviciilor prestate pe teritoriul României.

Litera e) a alineatului (3) al articolului 3 se abrogă. (Legea nr. 650/2002).

Art. 4

În înțelesul prezentei ordonanțe, următorii termeni se definesc astfel:

- a) consumator - orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care cumpără, dobândește, utilizează ori consumă produse sau servicii în afara activității profesionale;
- b) comerciant - persoana fizică sau juridică autorizată să desfășoare activități de comercializare a produselor și serviciilor de piață;
- c) comerț cu ridicata/de gros - activitatea desfășurată de comercianții care cumpără produse în cantități mari în scopul revânzării acestora în cantități mai mici altor comercianți sau utilizatori profesionali și colectivi;
- d) comerț cu amănuntul/de detail - activitatea desfășurată de comercianții care vând produse, de regulă, direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora;
- e) comerț de gros cash and carry/formă de comerț cu autoservire pe bază de legitimație de acces - activitatea desfășurată de comercianții care vând mărfuri prin sistemul de autoservire către persoane juridice sau persoane fizice autorizate și asociații familiale autorizate conform legii, înregistrate în baza de date a vânzătorului, în scopul revânzării și/sau prelucrării, precum și al utilizării acestora ca produse consumabile;
- f) comerț ambulant - activitatea de comercializare cu amănuntul realizată prin trecere dintr-un loc în altul, în rulote mobile, standuri mobile, chioșcuri mobile sau în vehicule special amenajate;
- g) serviciu de alimentație publică - activitatea de pregătire, preparare, prezentare și servire a produselor și a băuturilor pentru consumul acestora în unități specializate sau la domiciliul/locul de muncă al consumatorilor;
- h) exercițiu comercial - una sau mai multe activități de comercializare cu ridicata, cu amănuntul, de tip cash and carry, de alimentație publică, precum și a serviciilor desfășurate de un comerciant. Obiectul activităților de comercializare îl constituie produsele și serviciile cuprinse în anexa nr. 3 la prezenta ordonanță;
- i) serviciu de piață - orice acțiune sau prestație care face obiectul vânzării-cumpărării pe piața și care nu are drept consecință transferul proprietății asupra unui bun corporal, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor;
- j) structură de vânzare - spațiul de desfășurare a unuia sau mai multor exerciții comerciale;
- k) suprafață de vânzare - suprafața destinată accesului consumatorilor pentru achiziționarea produsului/serviciului, expunerii produselor oferite, plății acestora și circulației personalului angajat pentru derularea activității. Nu constituie suprafețe de vânzare cele destinate depozitării și păstrării mărfurilor, producției, birourilor și anexelor;
- l) structură de vânzare cu suprafață mică - structură de vânzare având o suprafață de vânzare de până la 400 m²

inclusiv;

m) structură de vânzare cu suprafață medie - structură de vânzare având o suprafață de vânzare cuprinsă între 400-1.000 m² inclusiv;

n) structură de vânzare cu suprafață mare - structură de vânzare având o suprafață de vânzare mai mare de 1.000 m²;

o) centru comercial - structura de vânzare cu suprafață medie sau mare în care se desfășoară activități de comercializare cu amănuntul de produse, servicii de piață și de alimentație publică, ce utilizează o infrastructură comună și utilități adecvate. Suprafața de vânzare a unui centru comercial este rezultată din suma suprafețelor de vânzare cu amănuntul de produse și servicii de piață și de alimentație publică cuprinse în acesta;

p) comerț în zone publice - activitatea de comercializare a produselor și serviciilor, desfășurată permanent sau sezonier în piețe, târguri, oboare, pasaje publice, porturi, aeroporturi, gări, aut ogari, drumuri publice și străzi sau orice zonă de altă natură destinată folosinței publice.

CAPITOLUL II: Cerințe și criterii necesare desfășurării activității comerciale

Art. 5

(1) Orice exercițiu comercial se desfășoară numai de către comercianți autorizați în condițiile legii.

(2) Exercițierea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică necesită cunoștințe de specialitate și se efectuează cu personal calificat, conform normelor de aplicare, a prezentei ordonanțe.

(3) În termen de un an de la data intrării în vigoare a prezentei ordonanțe, personalul angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică va trebui să îndeplinească una dintre următoarele cerințe profesionale:

a) să fi absolvit un curs de specialitate pentru comercializarea produselor alimentare și/sau de alimentație publică, organizat conform legislației în vigoare;

b) să fi desfășurat cel puțin 2 ani de activitate profesională de comercializare de produse alimentare și/sau de alimentație publică și să fi absolvit un curs de noțiuni fundamentale de igienă, organizat în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare.

Art. 6

(1) Comerțul în zone publice se desfășoară în structuri de vânzare cu sediu fix sau ambulant.

(2) Exercițierea activității de comercializare în zone publice este supusă acordului autorităților administrațiilor publice locale sau ale sectoarelor municipiului București, după caz, cu respectarea regulamentelor proprii ale acestora și a planurilor de urbanism.

(3) Prevederile alin. (2) se aplică și în cazul transferului, mutării sau extinderii unui exercițiu comercial, precum și în cazul modificărilor aduse structurii de vânzare.

PARTEA 1¹: NORME METODOLOGICE

1. În conformitate cu prevederile ordonanței, pe teritoriul României pot desfășura unul sau mai multe exerciții comerciale persoanele fizice și juridice care îndeplinesc următoarele condiții:

a) sunt constituite și înregistrate legal;

b) au ca obiect de activitate principal sau secundar comercializarea produselor și serviciilor de piață;

c) dețin autorizațiile de funcționare eliberate în conformitate cu reglementările legale în vigoare;

d) au acordul primarului comunei, orașului, municipiului sau sectorului municipiului București pentru exercitarea activităților comerciale în zone publice în structuri de vânzare cu sediu fix sau ambulant, permanent sau, după caz, sezonier.

2. Persoanele juridice, respectiv societățile comerciale, regiile autonome și organizațiile cooperatiste, se autorizează în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 76/2001 privind simplificarea unor formalități administrative pentru înregistrarea și autorizarea funcționării comercianților, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

3. Persoanele fizice și asociațiile familiale se autorizează în conformitate cu prevederile Legii nr. 507/2002 privind organizarea și desfășurarea unor activități economice de către persoane fizice și ale Hotărârii Guvernului nr. 58/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 507/2002 privind organizarea și desfășurarea unor activități economice de către persoane fizice.

4. Ocupațiile pentru care personalul angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică trebuie să îndeplinească în termen de un an de la intrarea în vigoare a ordonanței una dintre cerințele profesionale prevăzute la art. 5 alin. (3) din ordonanță sunt:

a) pentru comerț cu amănuntul și alimentație publică: șef de magazin; vânzător de produse alimentare; vânzător ambulanți și asimilați; vânzători la domiciliul clientului sau la comandă prin telefon; măcelar; șef de unitate de alimentație publică și șef de sală; ospătar; barman; barman-ospătar; bucătar; carmangier; cofetar; patiser; cofetar-patiser;

b) pentru comerț cu ridicata: șef de depozit; gestionar.

5. Cunoștințele de specialitate ale personalului angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică pot fi dovedite cu unul dintre următoarele documente:

a) diploma/certificatul de absolvire a unei instituții de învățământ preuniversitar, eliberată/eliberat în condițiile legii, pentru una sau, după caz, mai multe ocupații prevăzute la pct. 4;

b) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregătire profesională pentru una sau, după caz, mai multe ocupații prevăzute la pct. 4, organizată cu respectarea prevederilor art. 16 din ordonanță;

c) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregătire profesională pentru una sau, după caz, mai multe ocupații prevăzute la pct. 4, eliberată/eliberat de un organism acreditat în una dintre țările membre ale Uniunii Europene;

d) un document legal prin care se atestă exercitarea activității de cel puțin 2 ani în meseria respectivă, în condițiile legii, în cazul în care persoana a lucrat într-o țară membră a Uniunii Europene, împreună cu o diplomă/certificat de absolvire a unui curs de noțiuni fundamentale de igienă, organizat în conformitate cu legislația națională în vigoare;

e) document care să ateste vechimea angajatului în conformitate cu prevederile Codului muncii;

f) diploma/certificatul de absolvire eliberată/eliberat de angajatorii care organizează programe de pregătire profesională pentru angajații proprii, pentru ocupațiile prevăzute la pct. 4, efectuate cu personal de specialitate și care trebuie să respecte prevederile art. 16 alin. (2) din ordonanță; în acest caz diplomele/certIFICATELE de absolvire vor fi recunoscute conform legislației în vigoare.

PARTEA 2: ORDONANȚĂ**Art. 8¹**

Acordul prevăzut la art. 6 alin. (2) nu se eliberează în următoarele cazuri:

- a) contravine planului general de dezvoltare urbană și criteriilor generale privind determinarea zonelor și locurilor de vânzare din localități;
 - b) aduce prejudicii spațiilor aflate în incinta sau în apropierea unor clădiri de valoare arhitectonică deosebită ori cu valoare de patrimoniu;
 - c) exercițiul comercial se face în spații improvizate;
 - d) se încalcă dispozițiile prezentei ordonanțe.
- Articolele 7, 8 și 9 se abrogă. (Legea nr. 650/2002)

CAPITOLUL III: Orarele de funcționare**Art. 10**

Structurile de vânzare cu amănuntul și cele în care se prestează servicii de piață pot fi deschise publicului în toate zilele săptămânii. Fiecare comerciant își stabilește orarul de funcționare cu respectarea prevederilor înscrise în legislația muncii și cu condiția respectării reglementărilor în vigoare privind liniștea și ordinea publică și în conformitate cu solicitările autorităților administrației publice locale privind continuitatea unor activități comerciale sau de prestări de servicii, în funcție de necesitățile consumatorilor.

Art. 11

Orarul de funcționare se afișează la intrarea în unitate, în mod vizibil din exterior, comerciantul fiind obligat să asigure respectarea acestuia.

Art. 12

Structurile de vânzare cu amănuntul din sectorul alimentar nu pot fi închise mai mult de două zile consecutive, cu excepția unor cauze obiective de nefuncționare.

PARTEA 2¹: NORME METODOLOGICE

6. Pentru continuitatea unor activități comerciale sau de prestări de servicii, în funcție de necesitățile consumatorilor, consiliul local poate stabili orare de funcționare prin regulamentele elaborate pentru exercitarea activităților de comercializare în zone publice.

7. În cazul centrelor comerciale orarul de funcționare este stabilit de administratorul centrului, în funcție de necesitățile consumatorilor și cu consultarea comercianților care își desfășoară activitatea în acestea.

8. În măsura în care comerciantul este de acord, orarul de funcționare pentru unitățile de alimentație publică în care sunt organizate evenimente poate fi depășit la solicitarea clienților, cu respectarea prevederilor legale privind liniștea și ordinea publică. În cazul în care localul respectiv este rezervat în totalitate pentru astfel de evenimente, comerciantul este obligat să afișeze vizibil, lângă orarul de funcționare, anunțul "REZERVAT", cu indicarea perioadei de rezervare.

9. În situația aprovizionării structurii de vânzare în timpul programului de funcționare, sunt interzise întreruperea servirii consumatorilor și/sau închiderea structurii de vânzare, dacă acest lucru nu este menționat în orarul de funcționare afișat.

10. În sensul art. 12 din ordonanță, următoarele situații pot constitui cauze obiective de nefuncționare:

- a) decesul asociatului unic, administratorului, managerului, șefului structurii de vânzare cu amănuntul sau al altui angajat care lucrează în aceasta, după caz;
- b) concediul personalului angajat în structura de vânzare respectivă;
- c) inventar;
- d) închiderea structurii de vânzare pentru lucrări de igienizare, reparații, reamenajări sau modificări ale condițiilor de exploatare a acesteia, după caz;
- e) schimbarea profilului structurii de vânzare, suspendarea sau înlocuirea unei activități comerciale desfășurate în acea structură;
- f) încetarea definitivă a activității comerciantului în structura de vânzare respectivă;
- g) întreruperea activității comerciale sezoniere în structura de vânzare respectivă;
- h) suspendarea activității ca urmare a deciziei organelor de control abilitate;
- i) cazuri de forță majoră.

Comercianții sunt obligați să anunțe consumatorilor motivul și perioada închiderii.

11. Structurile de vânzare cu amănuntul din sectorul alimentar care nu pot fi închise mai mult de două zile consecutive sunt magazinele specializate în care se comercializează produse alimentare, precum și magazinele nespecializate în care se comercializează predominant produse alimentare.

PARTEA 3: ORDONANȚĂ**CAPITOLUL IV: Obligațiile și răspunderile autorităților administrației publice centrale și locale****Art. 13**

Autoritățile administrației publice asigură dezvoltarea armonioasă a rețelei și tipurilor de distribuție și promovarea întreprinderilor mici și mijlocii cu activitate de comercializare a produselor și serviciilor de piață.

Art. 14

(1) Autoritățile administrației publice locale stabilesc strategia de dezvoltare a rețelei de distribuție, având drept obiective:

- a) sprijinirea creării unei rețele de distribuție care să asigure servicii de calitate consumatorilor și care să răspundă necesităților de consum ale acestora și marcarea acesteia în documentațiile de urbanism întocmite;
- b) dezvoltarea armonioasă a rețelei și tipurilor de distribuție cu respectarea principiului liberei concurențe;
- c) armonizarea principiilor urbanismului cu cele de mediu;
- d) protejarea patrimoniului arhitectural, istoric și de mediu prin menținerea caracterului sitului;
- e) dezvoltarea și revigorarea rețelei de distribuție în zonele montane, rurale și defavorizate și susținerea creării de servicii de piață în aceste zone;
- f) stimularea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii cu activitate comercială în scopul creșterii competitivității acestora și gradului de ocupare a forței de muncă;
- g) asigurarea și dezvoltarea unui sistem de baze de date privind rețeaua de distribuție;
- h) respectarea legislației în vigoare din domeniul urbanismului pentru structurile de vânzare și de prestări de servicii de piață.

(2) Autoritățile administrației publice locale stabilesc criteriile de dezvoltare urbanistică a sectorului comercial pentru determinarea:

- a) suprafețelor destinate activităților comerciale, în special pentru cele cu structuri de vânzare cu suprafață medie și mare;
- b) modului de încadrare a suprafețelor structurilor de vânzare pentru protejarea lucrărilor de artă, a edificiilor cu valoare arhitectonică, istorică sau arheologică, precum și a mediului în centrele istorice și în localitățile de interes turistic;
- c) amplasamentelor spațiilor de parcare aferente diverselor structuri de vânzare, conform reglementărilor legale în vigoare.

(3) Autoritățile administrației publice locale asigură corelarea autorizării desfășurării unui exercițiu comercial într-o structură de vânzare, cu conținutul certificatului de urbanism și al autorizației de construire.

(4) Autoritățile administrației publice locale, în stabilirea strategiei de dezvoltare conform alin. (1), au în vedere următoarele caracteristici teritoriale:

- a) zone urbane omogene, prin realizarea unei corelări integrate între centru și periferie;
- b) zone periferice pentru care trebuie individualizate criteriile de dezvoltare omogenă, în scopul integrării acestora într-un cadru urbanistic coerent;
- c) centre istorice, în scopul promovării unor activități comerciale adecvate și al protejării zonelor cu valoare istorică și artistică;
- d) zone cu mică concentrare demografică, în scopul dezvoltării și/sau îmbunătățirii infrastructurii;
- e) zone situate pe traseele autostrăzilor și drumurilor naționale, în scopul dezvoltării structurilor de vânzare;
- f) zone defavorizate.

(5) În zonele publice autoritățile administrației publice locale, în scopul satisfacerii intereselor consumatorilor, stabilesc, cu respectarea dispozițiilor legale în vigoare:

- a) criteriile generale ce trebuie respectate în determinarea zonelor și amplasamentelor structurilor de vânzare din localități;
- b) modalitățile de organizare a piețelor și târgurilor;
- c) periodicitatea și tipologia piețelor și târgurilor;
- d) criteriile de atribuire a amplasamentelor structurilor de vânzare.

(6) În scopul promovării și protejării activității comerciale în zonele periferice ale orașelor, precum și în zonele rurale, montane sau defavorizate, autoritățile administrației publice locale, prin hotărâri ale consiliilor locale, pot acorda, în condițiile legii, înlesniri la plata impozitelor și taxelor datorate bugetelor locale.

(7) Pentru elaborarea strategiilor și criteriilor, conform prezentului articol, autoritățile administrației publice locale consultă asociațiile profesionale, asociațiile consumatorilor, organizațiile patronale, reprezentanți ai societăților comerciale și ai camerelor de comerț și industrie teritoriale.

Art. 15

Pentru zone sau edificii cu valoare arhitectonică, istorică sau arheologică și pentru zone turistice, autoritățile administrației publice locale pot acorda, în limita competențelor legale, facilități financiare comercianților care contribuie prin efort propriu la reabilitarea sau la restaurarea acestora.

Art. 16

(1) Autoritățile administrației publice, camerele de comerț și industrie și societățile comerciale, precum și alte persoane fizice sau juridice interesate pot să organizeze cursuri de pregătire și perfecționare profesională în domeniul comercializării produselor și serviciilor de piață prevăzute în anexa nr. 3, cu condiția ca acestea să fie autorizate conform legislației în vigoare.

(2) Cursul profesional va conține ca obiecte de studiu materii adecvate pentru a garanta însușirea normelor și reglementărilor cu privire la sănătatea, securitatea și informarea consumatorilor, la comercializarea produselor și serviciilor de piață, precum și însușirea noțiunilor fundamentale de igienă.

Art. 17¹

Examinarea și avizarea implantării structurilor de vânzare cu suprafață mare se vor realiza pe baza criteriilor elaborate de către ministerul cu atribuții în domeniul comerțului interior.

- Articolul 17 se abrogă. (Legea nr. 650/2002)

CAPITOLUL V: Practici comerciale

Art. 18

Prin vânzări cu preț redus, în sensul prezentei ordonanțe, se înțelege:

- a) vânzări de lichidare;
- b) vânzări de soldare;
- c) vânzări efectuate în structuri de vânzare, denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică.
- d) vânzări promoționale;
- e) vânzări ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorului, după ce evenimentul a trecut și este evident că produsele respective nu mai pot fi vândute în condiții comerciale normale;

PARTEA 3¹: NORME METODOLOGICE

12. Sunt considerate produse destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale produsele care se comercializează cu ocazia unor sărbători, cum ar fi, dar fără a se limita la: jucării tematice, globuri, ornamente sau artificii, pentru pomul de Crăciun; mărtișoare sau alte produse personalizate pentru ziua de 1 Martie sau 8 Martie; iepurași și ouă de ciocolată sau alte produse specifice sărbătorilor de Paști și alte asemenea cazuri ori cu prilejul unor manifestări culturale, expoziționale sau sportive, cum ar fi, dar fără a se limita la: confecții și tricotaje inscripționate cu diverse înscrisuri și/sau însemne care fac referire la acea manifestare.

PARTEA 4: ORDONANȚĂ

f) vânzări ale produselor care într-o perioadă de 3 luni de la aprovizionare nu au fost vândute;

g) vânzări accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapidă sau a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate;

PARTEA 4¹: NORME METODOLOGICE

13. În această categorie intră:

- a) produsele agroalimentare și produsele horticoale, inclusiv semințe, atunci când acestea sunt amenințate de o alterare rapidă datorită apropierii datei de depășire a termenului de valabilitate sau, după caz, a datei durabilității minime, precum și produsele agroalimentare perisabile, cum ar fi, dar fără a se limita la: carne și preparate din carne, pește și fructe de mare, lapte și preparate din lapte, unt, ouă, produse de cofetărie-patiserie și preparate culinare care necesită păstrarea în vitrine, alte spații frigorifice sau sisteme de climatizare, a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate datorită defectării din cauze obiective, independente de voința comerciantului sau a personalului din structura de vânzare respectivă, a spațiilor frigorifice în care acestea sunt păstrate;
- b) unele produse nealimentare, cum ar fi, dar fără să se limiteze la: lacuri și vopsele, atunci când acestea sunt susceptibile de o deteriorare rapidă datorită apropierii datei de depășire a termenului de valabilitate.

PARTEA 5: ORDONANȚĂ

- h) vânzarea unui produs la un preț aliniat la cel legal practicat de ceilalți comercianți din aceeași zonă comercială, pentru același produs, determinat de mediul concurențial;

PARTEA 5¹: NORME METODOLOGICE

14. În înțelesul art. 18 lit. h) din ordonanță, "zona comercială" poate fi asimilată unei arii geografice în care funcționează structuri de vânzare asemănătoare în condiții de concurență relativ omogene.

PARTEA 6: ORDONANȚĂ

- i) vânzarea produselor cu caracteristici identice, ale căror prețuri de reprovizionare s-au diminuat.

Art. 19

Este interzis oricărui comerciant să ofere sau să vândă produse în pierdere, cu excepția situațiilor prevăzute la art. 18 lit. a)-c), e)-i), precum și în cazul produselor aflate în pachete de servicii. Prin vânzare în pierdere, în sensul prezentei ordonanțe, se înțelege orice vânzare la un preț egal sau inferior costului de achiziție, astfel cum acesta este definit în reglementările legale în vigoare.

PARTEA 6¹: NORME METODOLOGICE

15. În categoria produselor aflate în pachete de servicii intră: pâinea sau apa minerală oferite gratuit consumatorilor, în cazul serviciilor de alimentație publică, telefonul oferit gratuit consumatorilor, în cazul pachetelor de servicii telefonice sau alte asemenea cazuri.

16. Costul de achiziție al unui produs este egal cu prețul de cumpărare, taxele nerecuperabile, cheltuielile de transport-aprovizionare și alte cheltuieli accesorii necesare pentru punerea în stare de utilitate sau intrarea în gestiune a produsului respectiv.

PARTEA 7: ORDONANȚĂ

Art. 20

Potrivit prezentei ordonanțe, prin vânzare de lichidare se înțelege orice vânzare precedată sau însoțită de publicitate și anunțată sub denumirea de "lichidare" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a totalității sau numai a unei părți din stocul de produse dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în una dintre următoarele situații:

- a) încetarea definitivă a activității comerciantului, inclusiv în cazul schimbării proprietarului, chiriașului, locatarului sau mandatarului, după caz, care exploatează structura de vânzare, cu excepția cazurilor în care aceasta este vândută, cedată sau închiriată unei persoane juridice administrate de vechiul proprietar (utilizator) sau în care acesta este acționar;
- b) încetarea din proprie inițiativă a activității comerciantului în structura de vânzare respectivă sau ca urmare a anulării contractului de închiriere, locație sau mandat, în baza unei hotărâri judecătorești rămase definitive sau în baza unei hotărâri judecătorești de evacuare silită;
- c) întreruperea activității comerciale sezoniere pentru o perioadă de cel puțin 5 luni după terminarea operațiunilor de lichidare;
- d) schimbarea profilului structurii de vânzare, suspendarea sau înlocuirea unei activități comerciale desfășurate în acea structură;
- e) modificarea condițiilor de exploatare a suprafeței de vânzare, dacă lucrările de transformare și amenajare depășesc 30 de zile și sunt efectuate în interiorul acesteia, structura de vânzare fiind închisă în toată această perioadă, sau modificarea condițiilor de exercitare a activității în cazul încheierii ori anulării unui contract de distribuție având o clauză de aprovizionare exclusivă;
- f) vânzarea stocului de produse de către moștenitorii legali ai comerciantului defunct;
- g) deteriorarea gravă, din cauza unor calamități sau acte de vandalism, a unei părți sau, după caz, a întregului stoc de produse, exclusiv cele alimentare.

PARTEA 7¹: NORME METODOLOGICE

17. Vânzările anunțate sub denumirea de lichidare/lichidări sau o altă denumire echivalentă, cum ar fi: "închidere definitivă - totul trebuie să dispară - mari reduceri de prețuri", se definesc prin desfacerea accelerată, la preț redus, a totalității sau a unei părți din mărfurile dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, precedată sau însoțită de publicitate, numai în una dintre situațiile menționate la art. 20 lit. a)-g) din ordonanță. Vânzările de lichidare pot fi efectuate pentru totalitatea sau numai pentru o parte a mărfurilor noi ori folosite dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, cu respectarea condițiilor stipulate de art. 22 și 23 din ordonanță.

PARTEA 8: ORDONANȚĂ

Art. 21

- (1) Vânzările de lichidare sunt supuse notificării în baza unui inventar detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant, care este obligat să justifice cu documente legale proveniența produselor respective. Notificarea se face la primăria localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare sau, după caz, la primăriile sectoarelor municipiului București, cu cel puțin 15 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare în situațiile prevăzute la art. 20 lit. a), d) și e) și cu cel puțin 5 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare în situațiile prevăzute la art. 20 lit. b), c), f) și g). Perioada pentru care se notifică vânzările de lichidare este de maximum:

- a) 90 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20 lit. a) și f);
- b) 60 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20 lit. b), d), e) și g);
- c) 15 zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 20 lit. c).

PARTEA 8¹: NORME METODOLOGICE

18. Formularul notificării vânzărilor de lichidare și al listei de inventar pentru mărfurile de lichidat sunt prevăzute în anexa nr. 1 și, respectiv, anexa nr. 2 la prezentele norme metodologice.

Formularul notificării vânzărilor de lichidare se adresează primarului și se poate completa și depune la sediul primăriei localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare, iar în cazul municipiului București, la sediul primăriilor de sector, după caz, sau se poate transmite prin scrisoare recomandată cu confirmare de primire.

În ambele cazuri notificarea va fi însoțită și de lista de inventar pentru mărfurile de lichidat.

Comerciantul sau persoana împuternicită de acesta va completa câte două formulare de notificare și două liste de inventar pentru mărfurile de lichidat. Un exemplar din notificare, la care se anexează lista de inventar, se depune/se transmite la sediul primăriei respective, iar al doilea exemplar din fiecare formular, împreună cu dovada/confirmarea de primire, se păstrează la sediul structurii de vânzare sau, după caz, la adresa amplasamentului unde se vor organiza vânzările de lichidare.

PARTEA 9: ORDONANȚĂ

(2) La cererea organelor de control abilitate comerciantul este obligat să justifice cu documente legale situația care a motivat vânzarea de lichidare, în termen de maximum 10 zile de la finalizarea operațiunilor de lichidare pentru situațiile prevăzute la art. 20 lit. a)-d), f) și g) și, respectiv, de maximum 45 de zile în cazul situațiilor prevăzute la art. 20 lit. e).

(3) Orice anunț sau altă formă de publicitate privind vânzarea de lichidare trebuie să specifice în mod obligatoriu data de debut a vânzării și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus vânzării de lichidare, în cazul în care operațiunea nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare.

PARTEA 9¹: NORME METODOLOGICE

19. În termen de maximum 10 zile calendaristice de la finalizarea operațiunilor de lichidare, la cererea organelor de control abilitate, comerciantul este obligat să justifice cu documente legale următoarele situații care au motivat vânzarea de lichidare, după caz:

19.1. În cazul încetării definitive a activității comerciantului, documentul legal justificativ este declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

19.2. Schimbarea proprietarului/chiriașului/locatarului/mandatarului, după caz, care exploatează structura de vânzare. Comerciantul care preia de la un alt comerciant exploatarea unei/unor structuri de vânzare, inclusiv stocul de mărfuri, și nu dorește să continue să vândă aceeași gamă sortimentală poate recurge la organizarea unei vânzări de lichidare pentru o parte sau întregul stoc de marfă preluat. În acest caz vânzarea de lichidare nu se poate realiza decât pentru produsele preluate de la comerciantul cedent. Produsele cumpărate în această perioadă de comerciantul care a preluat structurile de vânzare nu pot face obiectul vânzării de lichidare.

În această ipoteză documentele legale justificative sunt: declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică, precum și contractul/contractele de vânzare-cumpărare/închiriere/locăție/mandat, după caz, pentru structura/structurile de vânzare respectivă/respective.

19.3. Încetarea din proprie inițiativă a activității comerciantului în structura de vânzare respectivă. În aceasta ipoteză documentul legal justificativ este declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

19.4. Anularea contractului de închiriere/locăție/mandat, pentru structura de vânzare respectivă. Documentele legale justificative sunt, după caz: hotărârea judecătorească rămasă definitivă și/sau hotărârea judecătorească de evacuare silită, în cazul anulării contractului, contractul de închiriere/locăție/mandat, însoțit de procesul-verbal de predare a structurii de vânzare, dacă este cazul, în situația încetării contractului.

19.5. Întreruperea activității comerciale sezoniere în structura de vânzare respectivă, pentru o perioadă de cel puțin 5 luni după terminarea operațiunilor de lichidare

În acest caz documentul legal justificativ este declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

19.6. Schimbarea profilului structurii de vânzare

Atunci când comerciantul decide să schimbe complet obiectul activităților de comercializare ale exercițiului comercial desfășurat într-o structură de vânzare cu amănuntul, acesta poate recurge la organizarea unei vânzări de lichidare în vederea desfacerii accelerate a totalității stocului de produse din acea structură de vânzare.

În acest caz documentul legal justificativ este declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

19.7. Suspendarea sau înlocuirea unei activități comerciale desfășurate în structura de vânzare

Comerciantul care decide să suspende sau să înlocuiască obiectul activităților de comercializare ale exercițiului comercial desfășurat într-o structură de vânzare cu amănuntul poate recurge la organizarea unei vânzări de lichidare. Această ipoteză vizează cazurile în care comerciantul decide să înlocuiască produsele vândute în unul sau mai multe raioane din cadrul unei structuri de vânzare cu amănuntul cu alte produse, cum ar fi, dar fără a se limita la: raion de tricotaje - raion de confecții; raion de dulciuri - raion de preparate și semipreparate culinare; raion de electrice - raion pentru produse menajere și uz casnic; raion de carne și preparate din carne - raion de lapte și preparate din lapte sau alte cazuri similare.

În acest caz documentul legal justificativ este declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

19.8. Vânzarea stocului de produse din structura de vânzare de către moștenitorii legali ai comerciantului defunct

În urma decesului comerciantului persoană fizică sau, după caz, a asociatului unic, moștenitorii legali ai acestuia pot organiza o vânzare de lichidare în cazul în care nu doresc să continue activitatea comerciantului defunct.

Documentele legale justificative sunt: declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a reprezentantului desemnat de moștenitorii legali ai comerciantului, precum și certificatul de moștenitor.

19.9. Deteriorarea gravă, din cauza unor calamități sau acte de vandalism, a produselor nealimentare din structura de vânzare.

Comerciantul poate recurge la o vânzare de lichidare pentru produsele nealimentare deteriorate din cauza unor calamități, cum ar fi: inundație, cutremur, incendiu, furtună, sau din cauza unor acte de vandalism, cu condiția ca aceste produse să fie sigure pentru sănătatea, securitatea și viața consumatorilor.

Documentele legale justificative sunt:

a) în cazul calamităților, declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică;

b) în cazul actelor de vandalism, declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică și actele de constatare emise de organele abilitate, din care să reiasă că produsele respective au fost deteriorate.

20. În termen de maximum 45 de zile calendaristice de la finalizarea operațiunilor de lichidare, la cererea organelor de control abilitate, comerciantul este obligat să justifice cu documente legale următoarele situații care au motivat vânzarea de lichidare, după caz:

20.1. Modificarea condițiilor de exploatare a suprafeței de vânzare

Comerciantul care decide modificarea structurii de vânzare, inclusiv extinderea acesteia, poate organiza o vânzare de lichidare pentru stocul de produse din acea structură, cu condiția ca lucrările de transformare și amenajare să depășească 30 de zile calendaristice, să cuprindă și perimetrul suprafeței de vânzare, iar structura de vânzare să fie închisă accesului consumatorilor în toată această perioadă.

Lucrările de igienizare sau renovare care nu aduc modificări structurii de vânzare nu permit organizarea unei vânzări de lichidare.

În acest caz documentele justificative legale sunt devizul pentru lucrările de transformare și amenajare, precum și declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

20.2. Modificarea condițiilor de exercitare a activității comerciale în structura de vânzare, ca urmare încheierii sau anulării/rezilierii unui contract de distribuție având o clauză de aprovizionare exclusivă

Documentele justificative legale sunt, după caz:

a) contractul de distribuție;

b) documentul care reziliază contractul de distribuție;

c) contractul de franciză,

precum și declarația pe propria răspundere, inclusă în notificarea vânzărilor de lichidare, a comerciantului persoană fizică sau, după caz, a reprezentantului asociației familiale ori a împuternicitului comerciantului persoană juridică.

21. Produsele destinate a fi comercializate în cadrul procedurii de vânzare de lichidare, care reprezintă doar o parte a stocului structurii de vânzare, vor fi depozitate separat, iar comercializarea acestora va fi organizată într-un raion/spațiu distinct.

22. În termenul de 15 zile până la începerea vânzării de lichidare notificate în conformitate cu prevederile art. 21 alin. (1) din ordonanță, comerciantul poate reveni asupra deciziei sale și poate anula vânzarea de lichidare astfel:

a) în cazul în care vânzarea de lichidare a fost precedată de publicitate, cu respectarea următoarelor condiții cumulative: anunțarea anulării vânzării de lichidare prin aceleași mijloace prin care a fost promovată - mass-media, anunțuri publicitare în exteriorul sau interiorul structurii de vânzare; înștiințarea primăriei la care s-a făcut notificarea despre anularea vânzării de lichidare;

b) în cazul în care vânzarea de lichidare nu a fost precedată de publicitate, se va înștiința primăria la care s-a făcut notificarea despre anularea vânzării de lichidare.

În ambele cazuri primăria va fi înștiințată în scris printr-o adresă depusă la sediul acesteia sau prin scrisoare recomandată cu confirmare de primire; înștiințările se vor adresa primarului. Dovada/confirmarea de primire va fi păstrată la sediul structurii de vânzare respective pentru prezentarea acesteia la cererea organelor de control abilitate.

PARTEA 10: ORDONANȚĂ

Art. 22

(1) Pe durata vânzărilor de lichidare se pot lichida numai produsele înscrise în lista de inventar aferentă notificării și aflate în stocul unității comerciale la data depunerii/transmiterii notificării. Stocul este format din produsele expuse în spațiile destinate vânzării și cele aflate în depozitele structurii de vânzare; produsele deținute în antrepozite și/sau depozite situate în afara structurii de vânzare pentru care a fost făcută notificarea nu intră în componența stocului de lichidat.

(2) Pot face obiectul vânzărilor de lichidare numai produsele care fac parte din stocul structurii de vânzare și a căror contravaloare a fost achitată de comerciant la data depunerii/transmiterii notificării sau a emiterii hotărârii judecătorești prevăzute la art. 20 lit. b) sau la data evenimentelor prevăzute la art. 20 lit. g).

Art. 23

În afara cazurilor prevăzute la art. 20 lit. b) și g), orice vânzare de lichidare trebuie să aibă loc în structura de vânzare în care produsele au fost vândute în mod obișnuit.

Art. 24

Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea "soldare/soldări/solduri" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri sezoniere dintr-o structură de vânzare cu amănuntul.

Art. 25

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a două perioade pe an, cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie achitate furnizorului de către comerciant cu cel puțin 30 de zile înaintea datei de debut a perioadei de vânzări de soldare și oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Art. 26

Stocul de produse propus pentru soldare trebuie să fie constituit în prealabil în structura de vânzare respectivă, în spațiile de vânzare și depozitele structurii de vânzare, precum și, după caz, în unul sau mai multe depozite ale comerciantului, cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a vânzării de soldare, și nu va fi reînnoit după constituire sau în cursul vânzărilor de soldare.

PARTEA 10¹: NORME METODOLOGICE

23. Vânzările anunțate sub denumirea "soldare/soldări/solduri" se definesc prin desfacerea accelerată, la preț redus, a stocului de mărfuri sezoniere noi sau folosite/de ocazie dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, precedată sau însoțită de publicitate.

24. Pot fi supuse operațiunilor de soldare numai produsele nealimentare a căror desfacere are caracter sezonier. În această categorie se încadrează grupe de produse, cum ar fi, dar fără a se limita la: confecții, inclusiv blănărie, pielărie, produse de marochinărie și galanterie, tricotaje, țesături, încălțăminte, articole sport-turism, cosmetice, aparate de încălzire și climatizare, ventilatoare, precum și alte produse similare.

25. Mărfurile ce fac obiectul soldării vor fi depozitate separat de celelalte produse și vor fi vândute fie în raioane/spații special amenajate pentru această operațiune, fie în cadrul acelorași raioane, caz în care vor fi bine individualizate.

PARTEA 11: ORDONANȚĂ**Art. 27**

Vânzarea de soldare trebuie să aibă loc în structurile de vânzare în care produsele respective erau vândute în mod obișnuit.

Art. 28

Documentele legale justificative care atestă că stocul de produse propus pentru soldare a fost constituit cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a vânzării de soldare și achitat cu cel puțin 30 de zile înainte de această dată vor fi păstrate pentru a putea fi prezentate, ori de câte ori este nevoie, organelor de control abilitate. Dovada achitării contravalorii produselor supuse vânzării de soldare rezultă din examinarea actelor contabile.

Art. 29

(1) Perioadele de soldări prevăzute la art. 25 se stabilesc de comerciant între următoarele limite:

a) perioada 15 ianuarie - 15 aprilie inclusiv, pentru produsele de toamnă-iarnă;

b) perioada 1 august - 31 octombrie inclusiv, pentru produsele de primăvară-vară.

(2) Comercianții au obligația să notifice la primăria în a cărei rază teritorială își desfășoară activitatea perioada în care efectuează vânzările de soldare cu cel puțin 15 zile înainte de începerea operațiunilor.

PARTEA 11¹: NORME METODOLOGICE

26. Formularul notificării vânzărilor de soldare și al listei de inventar pentru mărfurile propuse pentru soldare sunt prevăzute în anexa nr. 3 și, respectiv, anexa nr. 4 la prezentele norme metodologice.

Formularul notificării vânzărilor de soldare se prezintă primarului; formularul se poate completa și depune la sediul primăriei localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare, iar în cazul municipiului București, la sediul primăriilor de sector, după caz, sau se poate transmite prin scrisoare recomandată cu confirmare de primire.

Lista de inventar pentru mărfurile de soldat va fi completată și păstrată la sediul structurii de vânzare respective pentru a putea fi prezentată la solicitarea organelor de control abilitate.

Comerciantul sau persoana împuternicită de acesta va completa câte două formulare de notificare. Un exemplar din notificare se depune/se transmite la sediul primăriei, iar al doilea exemplar, împreună cu dovada/confirmarea de primire, se păstrează la sediul structurii de vânzare respective.

PARTEA 12: ORDONANȚĂ**Art. 30**

(1) Este interzis să se anunțe o vânzare de soldare în alte cazuri și condiții decât cele prevăzute la art. 25.

(2) Orice anunț sau altă formă de publicitate privind soldarea trebuie să specifice obligatoriu data de debut a vânzării de soldare și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus soldării în cazul în care operațiunea de soldare nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare.

Art. 31

Vânzările efectuate în structuri denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică sunt vânzările din producția proprie, efectuate direct consumatorilor de către producători, aceștia îndeplinind obligațiile ce revin oricărui comerciant care desfășoară comerț cu amănuntul. Vânzările cu preț redus prin magazin sau depozit de fabrică nu sunt supuse notificării.

Art. 32

În cadrul vânzărilor definite la art. 31, cu excepția produselor alimentare, producătorii pot practica vânzări cu preț redus pentru acea parte din producția lor care îndeplinește următoarele condiții asupra cărora consumatorii au fost informați:

a) nu a fost anterior oferită spre vânzare din cauza defectelor de fabricație;

b) face obiectul retururilor din rețeaua comercială;

c) reprezintă stocul din producția sezonului anterior rămas nevândut.

PARTEA 12¹: NORME METODOLOGICE

27. Vânzările sub denumirea "magazin de fabrică" sau "depozit de fabrică" se referă la vânzările realizate de producătorii industriali pentru produsele care nu sunt oferite spre vânzare prin rețeaua comercială.

Vânzările efectuate sub una dintre aceste denumiri sunt realizate de producători care desfac produsele lor direct către consumatori, în absența unui intermediar. Produsele vizate sunt cele care nu au fost anterior oferite spre vânzare din cauza defectelor de fabricație, cele care fac obiectul retururilor din rețeaua comercială, precum și stocul din producția sezonului anterior rămas nevândut.

28. Dacă vânzările sunt efectuate în magazinele de prezentare și desfacere ale producătorului, deschise publicului, stocul de mărfuri vândut sub aceste denumiri trebuie să fie bine individualizat, produsele respective fiind comercializate în raioane/spații special amenajate, separat de celelalte produse oferite consumatorilor, în acest caz producătorul trebuie să îndeplinească obligațiile care îi revin oricărui comerciant cu amănuntul.

Producătorii pot organiza astfel de vânzări și în depozitele sau spațiile special amenajate în acest scop din cadrul unităților de producție, cu condiția ca acestea să fie deschise publicului, în măsura în care vânzările nu sunt organizate numai pentru angajații producătorului.

În ambele cazuri consumatorii trebuie să fie informați în limba română, corect, complet și fără echivoc despre natura produselor oferite spre vânzare, respectiv în ce categorie se încadrează acestea în conformitate cu prevederile lit. a)-c) ale art. 32 din ordonanță.

PARTEA 13: ORDONANȚĂ

Art. 33

Orice producător care vinde cu preț redus o parte a producției sale, conform prevederilor art. 32, este obligat să pună la dispoziție organelor de control abilitate toate documentele legale care justifică originea și data de fabricație a produselor care fac obiectul acestor vânzări.

Art. 34

(1) În sensul prezentei ordonanțe, vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul/vânzările cash and carry/prestările de servicii de piață care pot avea loc în orice perioadă a anului, fără să facă obiectul notificării, cu condiția ca:

- a) să nu fie efectuate în pierdere;
- b) să se refere la produse disponibile sau reprovizionabile, precum și la servicii vândute ori, după caz, prestate în mod curent;
- c) produsele și serviciile promovate trebuie să existe la vânzare pe durata întregii perioade anunțate a vânzărilor promoționale sau comerciantul va informa consumatorii că oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.

(2) În sensul prezentei ordonanțe, nu sunt considerate vânzări promoționale:

- a) acțiunile de promovare efectuate de producători;
- b) acțiunile de lansare de produse/servicii noi pe piață.

PARTEA 13¹: NORME METODOLOGICE

29. În cazul produselor, vânzările promoționale pot avea loc în tot timpul anului și se derulează în mod liber, fără să facă obiectul notificării, dacă sunt îndeplinite următoarele condiții:

- a) vânzările să se facă la preț redus, dar nu în pierdere;
- b) să nu tindă la o vânzare accelerată a unui stoc de mărfuri pe care comerciantul nu îl va mai reproviziona, ca în cazul lichidărilor sau soldărilor;
- c) să se refere la produse disponibile sau care pot fi reprovizionate; comerciantul care dorește să relanseze vânzările dintr-un raion sau să promoveze într-o anumită perioadă o categorie de produse, trebuie să-și reînnoiască stocul și să-l reasorteze în scopul satisfacerii cererilor consumatorilor pe întreaga perioadă anunțată sau să informeze consumatorii că oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.

În cazul promovării prestărilor de servicii, acestea trebuie să fie disponibile pe durata întregii perioade anunțate ca "vânzare promoțională".

În situația în care comerciantul nu anunță consumatorii despre practicarea unor "vânzări promoționale" sau prețuri reduse pentru anumite produse/servicii, acestea pot fi efectuate în orice perioadă a anului, cu respectarea prevederilor art. 19 din ordonanță.

PARTEA 14: ORDONANȚĂ**Art. 35**

(1) Vânzările cu preț redus prevăzute la art. 18, astfel cum sunt definite de prezenta ordonanță, atunci când consumatorii sunt anunțați despre o reducere de prețuri care comportă o comparație exprimată în cifre, sunt supuse următoarelor reguli de fixare și publicitate a prețurilor:

- a) Orice comerciant care anunță o reducere de preț trebuie să o raporteze la prețul de referință practicat în același spațiu de vânzare pentru produse sau servicii identice. Prețul redus trebuie să fie inferior prețului de referință. Prețul de referință reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului redus.
- b) Orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de forma, modul de publicitate și motivația reducerii, trebuie să se adreseze ansamblului consumatorilor și să indice în cifre o reducere în raport cu prețurile de referință, excepție făcând:
 - publicitățile comparative de preț;
 - anunțurile publicitare exclusiv literare, care nu conțin cifre;
 - anunțurile de preț de lansare a unui nou produs pe piață;
 - anunțurile publicitare orale efectuate exclusiv în interiorul magazinului pentru reduceri de prețuri la un anumit raion, pentru o foarte scurtă perioadă a unei zile de vânzare.
- c) Publicitatea prin catalog și ofertele de reducere de prețuri, lansate de comercianții care practică vânzarea prin corespondență, pot fi valabile numai până la epuizarea stocurilor, cu condiția ca această mențiune să figureze vizibil și lizibil în catalog.
- d) Orice anunț de reducere de preț exprimată în valoare absolută sau în procent trebuie efectuat vizibil, lizibil și fără echivoc pentru fiecare produs sau grupă de produse identice:
 - fie prin menționarea noului preț lângă prețul anterior, barat;
 - fie prin mențiunile "preț nou", "preț vechi" lângă sumele corespunzătoare;
 - fie prin menționarea procentului de reducere și a prețului nou care apare lângă prețul anterior, barat.
- e) Se interzice ca o reducere de preț pentru un produs și/sau serviciu să fie prezentată consumatorilor ca o ofertă gratuită a unei părți din produs și/sau serviciu.
- f) Toate documentele justificative legale care atestă veridicitatea prețului de referință trebuie să fie păstrate pentru a putea fi prezentate ori de câte ori este nevoie organelor de control abilitate.
- g) Orice anunț de reducere de prețuri ce nu corespunde reducerii practicate efectiv în raport cu prețul de referință este considerat o formă de publicitate înșelătoare și este sancționat conform reglementărilor legale în vigoare.
- (2)** Aceste reguli nu se aplică atunci când reducerile de preț pe produs rezultă din creșterea cantității de produs conținută în ambalajul utilizat în mod uzual în comercializarea acestora sau din creșterea numărului de produse identice oferite spre vânzare într-un ambalaj colectiv.

PARTEA 14¹: NORME METODOLOGICE

30. Orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de: formă - afișe pe vitrine, prospecte, anunțuri în presă, radio, televiziune sau orice altă formă; modul de publicitate - scrisă, orală sau orice alt mod; motivația reducerii - soldări, lichidări sau orice altă motivație, care se adresează consumatorilor și care comportă o comparație exprimată în cifre, indiferent dacă acesta se realizează în afara sau în interiorul structurii de vânzare, trebuie să precizeze:

- a) reducerea efectivă în raport cu prețul de referință care reprezintă cel mai scăzut preț practicat în aceeași suprafață de vânzare, pentru produse sau servicii identice, în perioada ultimelor 30 de zile calendaristice înainte de data aplicării prețului redus;
- b) produsele sau serviciile ori categoriile de produse sau servicii la care se referă anunțul publicitar;

c) perioada pentru care produsele sau serviciile respective sunt oferite la preț redus; în cazul lichidărilor și soldărilor această condiție poate fi înlocuită de mențiunea: "până la epuizarea stocului". Această mențiune poate fi folosită și în cazul vânzărilor promoționale.

31. Indicarea, respectiv marcarea sau, după caz, afișarea prețurilor pentru produsele cu prețuri reduse care intră sub incidența prevederilor legale în vigoare cu privire la indicarea prețurilor pentru produsele oferite consumatorilor spre vânzare va indica prețul de referință al produsului, prețul redus anunțat și prețul pe unitatea de măsură corespunzător prețului redus.

32. Orice produs/serviciu comandat în perioada indicată în anunțul publicitar privind prețul sau reducerea de preț trebuie să fie livrat/prestat sau furnizat la prețul indicat în anunțul respectiv chiar dacă livrarea/prestarea sau furnizarea se face după terminarea perioadei din anunțul publicitar respectiv.

33. Nici o publicitate de preț sau reducere de preț care se adresează consumatorilor nu poate fi efectuată pentru produse care nu sunt disponibile la vânzare sau pentru servicii care nu pot fi prestate/Furnizate în timpul perioadei la care se raportează această publicitate, cu excepția lichidărilor și soldărilor, caz în care perioada de reduceri este considerată terminată la epuizarea stocului de mărfuri declarat, în limita perioadei de reduceri anunțate și notificate.

PARTEA 15: ORDONANȚĂ

Art. 36

Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului și a comerciantului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă, care, în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță.

- Articolele 37-41 se abrogă. (Legea nr. 650/2002)

Art. 42

(1) Vânzarea directă este acea practică comercială prin care produsele sau serviciile sunt desfăcute de către comerciant direct consumatorilor, în afara spațiilor de vânzare cu amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare.

(2) Vânzarea prin rețele (multilevel marketing) este o formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți care primesc un comision atât pentru vânzările proprii, cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți pe care i-au recrutat personal.

Art. 43

Sunt considerate practici comerciale interzise:

a) vânzarea piramidală, vânzarea practică prin procedeul denumit "bulgăre de zăpadă" sau orice alte procedee similare care constau în special în a oferi produse/servicii consumatorilor făcându-i să sperie că le vor obține fie cu titlu gratuit, fie la un preț redus față de valoarea lor reală și condiționând vânzările de plasarea contra plată de bonuri, tichete, cupoane ori a altor titluri similare către terți sau de colectarea de adeziuni sau subscrieri;

b) faptul de a propune unei persoane să colecteze adeziuni sau să se înscrie pe o listă, făcând-o să sperie câștiguri financiare rezultate din creșterea numărului de persoane recrutate sau înscrise.

Art. 44

(1) În cazul rețelelor de vânzare constituite prin recrutarea aderenților sau afiliaților este interzis să se solicite aderențului sau afiliatului rețelei plata unei sume aferente dreptului de intrare în rețea, cu excepția contravalorii materialelor sau a serviciilor de natură pedagogică, formativă, demonstrativă ori de vânzare sau a oricărui alt material sau serviciu similar.

(2) În cadrul aceleiași rețele este, de asemenea, interzis să se impună unui aderent sau afiliat achiziționarea unui stoc de produse destinat vânzării ulterioare, fără obligația ca stocul de produse nevândute de aderent/afiliat să fie reprimat de titularul rețelei.

Art. 45

(1) Vânzările în afara spațiilor comerciale sunt acele vânzări directe realizate de comercianți în următoarele situații:

a) în timpul unei deplasări organizate de comerciant în afara spațiilor sale comerciale;

b) în timpul unei vizite efectuate de comerciant, dacă aceasta nu a avut loc la solicitarea expresă a consumatorului:

- la locuința unui consumator, unde pot fi încheiate contracte și cu alte persoane prezente;

- la locul de muncă al consumatorului sau în locul în care acesta se găsește, chiar temporar, pentru motive de lucru, studiu sau tratament;

c) în orice alte locuri publice sau destinate publicului, în care comerciantul prezintă o ofertă pentru produsele sau serviciile pe care le furnizează, în vederea acceptării acestora de către consumator.

(2) Comercianții care efectuează vânzări în afara spațiilor comerciale răspund civil față de efectele activității vânzătorilor direcți.

Art. 46

Comercianții sunt obligați să elibereze legitimații pentru vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare. Legitimațiile trebuie să conțină numele, prenumele și fotografia vânzătorului, denumirea și sediul comerciantului, semnătura administratorului/directorului și vor fi vizate trimestrial. Legitimațiile vor fi retrase imediat ce deținătorii acestora își pierd calitatea de vânzători direcți.

Art. 47

Vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare, sunt obligați să se legitimeze înaintea prezentării produselor/serviciilor oferite, precum și la solicitarea consumatorilor.

Art. 48

(1) Loteria publicitară este acea practică de promovare a produselor/serviciilor care tinde să stimuleze în rândul participanților speranța unui câștig prin tragere la sorți.

(2) Loteriile publicitare sunt admise numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartidă nici b cheltuială directă sau indirectă, suplimentară achiziționării produsului/serviciului.

(3) Cheltuielile efectuate de către participanți pentru achiziționarea de efecte și servicii poștale și pentru tarifele telefonice normale, referitoare la participarea la loteria publicitară, nu intră sub incidența alin. (2).

Art. 49

- Articolul 49 se abrogă. (Legea nr. 650/2002)

Art. 50

(1) În privința câștigurilor puse în joc în cadrul unei loterii publicitare, anunțurile de prezentare a acestora vor preciza

natura, numărul și valoarea comercială a respectivelor câștiguri, precum și următoarea mențiune: "regulamentul de participare/desfășurare este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant", în acest scop se va menționa adresa sau numărul de telefon la care solicitarea poate fi transmisă, respectiv făcută.

(2) În regulament se va preciza obligația organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate.

Art. 51

(1) Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară trebuie să fie autentificat și depus la un notar public înainte de începerea operațiunii. În scopul prevenirii desfășurării unor jocuri de noroc deghizate organizatorul va depune un exemplar al regulamentului și/sau al documentului autentificat, după caz, la Direcția generală de administrare a veniturilor publice și a monopolurilor din Ministerul Finanțelor Publice, până la data începerii loteriei publicitare.

(2) Pentru a verifica corecta desfășurare a loteriei publicitare respective reprezentanții Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, Ministerului Finanțelor Publice și Ministerului de Interne pot solicita organizatorilor de loterii publicitare regulamentul de desfășurare a acestora, precum și un exemplar al anunțurilor adresate publicului, caz în care organizatorii vor prezenta această documentație în termen de 5 zile de la data solicitării.

Art. 52

Prezenta ordonanță nu exclude controlul acțiunilor de promovare a vânzărilor prin acest gen de operațiuni publicitare de către asociațiile profesionale cu rol de autoreglementare în domeniul publicității, precum și dreptul persoanelor, care se consideră induse în eroare în cursul desfășurării acestor operațiuni, de a se adresa direct acestor asociații.

Art. 53

Se consideră publicitate înșelătoare acele fapte prin care organizatorul unei loterii publicitare sugerează destinatarului, prin anunțul publicitar efectuat, că:

- a) a intrat în posesia marelui premiu, deși tragerea la sorți pentru atribuirea câștigurilor se va desfășura ulterior;
- b) a intrat în posesia unui câștig important, în realitate fiind însă vorba de un premiu de o valoare minimă sau de un premiu de consolare.

Art. 54

Nu sunt asimilate loteriei publicitare concursurile în cadrul cărora premiile sunt câștigate exclusiv datorită abilității, cunoștințelor și perspicacității participanților, câștigătorul fiind desemnat în funcție de valoarea prestației sale.

Art. 54¹

Nu este asimilată loteriei publicitare și este considerată practică comercială permisă alocarea de premii în mod aleator, înainte de oferirea la vânzare a produselor/serviciilor și atribuirea câștigurilor la achiziționarea produselor/serviciilor, chiar dacă intrarea în posesie a premiilor are loc la o dată ulterioară.

Art. 55

Vânzarea cu prime este acea practică comercială prin care la vânzarea sau oferta de vânzare de produse/servicii se oferă consumatorului, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, prime sub forma unor produse/servicii.

Art. 56

Este interzisă orice vânzare sau ofertă de vânzare de produse sau orice prestare sau ofertă de prestare de servicii făcută către consumator, care dă dreptul acestuia, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, la o primă sub forma unor produse/servicii, în afara cazurilor în care acestea sunt identice sortimental cu produsele/serviciile cumpărate.

PARTEA 15¹: NORME METODOLOGICE

34. Vânzările cu prime sub forma unor produse/servicii identice sortimental cu produsele/serviciile cumpărate sunt considerate practici comerciale admise. Următoarele practici, precum și alte cazuri similare constituie exemple de vânzări cu prime legale:

- a) "pentru un set de ciorapi cumpărat primiți gratuit o pereche";
- b) "pentru 5 ciocolate cumpărate primiți o ciocolată";
- c) "pentru dezvoltarea a două filme foto și eliberarea fotografiilor, oferim gratuit dezvoltarea unui al treilea film".

PARTEA 16: ORDONANȚĂ

Art. 57

Nu sunt considerate prime:

- a) ambalajele produselor;
- b) produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat;
- c) produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori;
- d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se regăsesc ca atare în comerț;
- e) serviciile postvânzare;
- f) facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.

PARTEA 16¹: NORME METODOLOGICE

35. Nu sunt considerate prime și pot fi oferite cu titlu gratuit consumatorilor:

- a) ambalajele produselor: ambalarea produsului/produselor după ce acesta/acestea a/au fost achitat/achitate de consumator;
- b) produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat: CD-urile cu sistemul de operare a calculatorului, cablul de alimentare pentru un produs electrocasnic sau alte cazuri similare;
- c) produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori, altele decât cele prevăzute la lit. b) și, respectiv, la prezentul punct. Valoarea produselor/serviciilor oferite gratuit consumatorilor este reprezentată de prețurile de vânzare/tarifele practicate în structura de vânzare respectivă, în cazul în care acestea sunt comercializate în acea structură, iar în cazul în care produsele/serviciile nu sunt comercializate în structura de vânzare respectivă și sunt aprovizionate/furnizate de comerciant special pentru a fi oferite gratuit consumatorilor, valoarea acestora este reprezentată de costurile de achiziție ale produselor și, respectiv, de tarifele serviciilor;
- d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se

găesc ca atare în comerț: tricouri, brichete sau pixuri inscripționate cu marca producătorului ori a distribuitorului sau alte cazuri similare;

e) servicii postvânzare: transportul la domiciliu și instalarea unei mașini de spălat rufe, rețușurile la un costum pentru bărbați efectuate în cadrul structurii de vânzare, precum și alte asemenea servicii;

f) facilitățile de staționare oferite de comercianți consumatorilor: parcare autoturismelor clienților în locuri special amenajate de către comercianți, fără plata taxei de staționare.

PARTEA 17: ORDONANȚĂ

Art. 58

Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs.

Art. 59

Nu sunt considerate vânzări condiționate:

1. vânzările la un preț global pentru produse sau servicii diferite, care constituie un ansamblu, precum și pentru produse identice preambalate oferite într-un ambalaj colectiv, cu condiția ca:

a) fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul practicat în cadrul aceleiași suprafețe de vânzare;

b) cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului;

2. vânzările de produse în loturi sau ambalaje consacrate de uzanțele comerciale și de nevoile de consum.

PARTEA 17¹: NORME METODOLOGICE

36. Prețul global pentru un ansamblu de produse sau servicii, identice ori diferite, nu este obligatoriu să fie egal cu suma prețurilor individuale pentru fiecare produs sau serviciu component, vândut separat.

PARTEA 18: ORDONANȚĂ

Art. 60

Prin vânzare forțată se înțelege:

a) expedierea unui produs către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i cumpărarea acelui produs sau returnarea lui către expeditor, chiar și fără taxe, în cazul refuzului de cumpărare;

b) prestarea unui serviciu către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i acceptarea acelui serviciu prin achitarea contravalorii.

Art. 61

Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prelabile din partea acesteia.

Art. 62

Nu sunt considerate vânzări forțate ofertele efectuate în scopuri filantropice. În cazul acestor oferte, pe documentele însoțitoare va fi inscripționată, în mod clar și vizibil, următoarea mențiune: "destinatarul nu are nici o obligație de a plăti sau de a returna produsul".

Art. 63

Se interzice a se refuza consumatorului fără un motiv justificat, conform prevederilor legale în vigoare, vânzarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

CAPITOLUL VI: Reguli generale de comercializare a produselor și serviciilor

Art. 64

(1) Producătorii și importatorii sunt obligați să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

(2) Aceeași obligație revine și oricărui comerciant care, pe baza informațiilor obținute de la producător/importator și a cunoștințelor profesionale, trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea/consumul acestora.

(3) Se interzice introducerea pe piață a produselor, dacă acestea nu sunt însoțite de documentele de angajare ale producătorului/importatorului referitoare la calitatea și securitatea acestora, emise conform reglementărilor legale în vigoare.

Art. 65

Produsul care este conform reglementărilor cu caracter obligatoriu, prin care sunt definite caracteristicile de securitate ale acestuia și modalitățile de control al conformității cu caracteristicile parametrilor definiți, este considerat sigur.

Art. 66

Dacă securitatea produselor nu este determinată conform prevederilor art. 65, un produs va fi considerat sigur atunci când, utilizat în condițiile normale sau previzibile, nu prezintă riscuri pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

Art. 67

Pentru evaluarea securității unui produs vor fi luate în considerare următoarele elemente:

a) proprietățile produsului, inclusiv compoziția, instrucțiunile de montare și punere în funcțiune, de utilizare, de întreținere și de depozitare, service-ul necesar pe durata medie de utilizare a produsului;

b) prezentarea produsului, informațiile furnizate de producător prin etichetare, marcare și/sau ambalajul acestuia, precum și orice altă informație furnizată de producător;

c) influența produsului asupra altui produs sau produse, când în mod justificat se presupune că acesta va fi utilizat împreună cu alt produs sau produse;

d) categoriile de utilizatori cărora li se adresează, o atenție deosebită fiind acordată grupei de consumatori cu grad de risc major.

Art. 68

Prevederile art. 65-67 sunt aplicabile în egală măsură și serviciilor de piață.

Art. 69

Prevederile art. 65-67 nu se aplică în cazul produselor care necesită reparații sau recondiționări înaintea utilizării, cu condiția ca despre acest fapt consumatorii să fie informați de către comercianți în momentul cumpărării.

Art. 70

În aplicarea prevederilor art. 65, 67 și 68 se vor avea în vedere reglementările legale în vigoare privind activitatea de standardizare, acreditare și infrastructura pentru evaluarea conformității.

SUBCAPITOLUL 1: A. Reguli privind etichetarea și ambalarea

Art. 71

La vânzarea produsului sau la prestarea serviciului comerciantul ori, după caz, prestatorul trebuie să aducă cu bună-credință la cunoștință consumatorului, la solicitarea acestuia, pe lângă informațiile furnizate prin etichetare, marcare și ambalare și informații corecte și utile privind caracteristicile produsului sau serviciului, condițiile de vânzare și modul de utilizare.

Art. 72

- (1) Informațiile furnizate prin etichetare, marcare, ambalare vor respecta prevederile legale referitoare la etichetare.
- (2) Pentru unele categorii de produse, în scopul asigurării protecției consumatorilor și pentru menținerea unui mediu concurențial normal, Guvernul poate elabora reglementări specifice de etichetare.
- (3) Pentru a informa consumatorul despre impactul unor produse asupra mediului înconjurător, precum și pentru a promova producția și utilizarea acelor produse care, pe toată durata lor de viață, au efecte ne semnificative asupra calității apei, aerului și solului, se va institui un sistem național de etichetare ecologică.

Art. 73

Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, să fie ușor de manipulat, să promoveze vânzarea produselor, fiind totodată conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.

SUBCAPITOLUL 2: B. Obligația indicării prețurilor/tarifelor

Art. 74

- (1) Comerciantul care în rețeaua de distribuție oferă spre vânzare produse/servicii trebuie să indice prețul de vânzare/tarifal practicat și prețul pe unitatea de măsură, conform reglementărilor legale în vigoare.
- (2) Prețurile de vânzare, prețurile pe unitatea de măsură și tarifele practicate se indică în mod vizibil, lizibil și fără echivoc prin marcare, etichetare și/sau afișare.
- (3) Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unui accont, comerciantul este obligat să elibereze consumatorului, la plata accontului, un document fiscal conform legislației în vigoare sau, după caz, un contract scris și să respecte condițiile contractuale.
- (4) Comercianții care, potrivit legislației în vigoare, sunt obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale vor elibera bonuri fiscale cumpărătorilor de produse/servicii.

SUBCAPITOLUL 3: C. Reguli privind indicarea cantității

Art. 75

- (1) În funcție de tipul și caracteristicile produsului, pe ambalajul acestuia se vor indica vizibil, lizibil și fără echivoc dimensiunile sau numărul de articole (bucăți) conținute, cantitatea netă conținută, exprimată în unități de măsură recunoscute de autoritatea statului român în materie de metrologie.
- (2) Obligaționalitatea indicării acestor date revine producătorului, ambalatorului sau, după caz, importatorului.

Art. 76

În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, orice comerciant care informează consumatorul asupra ofertei sale de produse prin intermediul cataloagelor, broșurilor sau al altor publicații tipărite este obligat ca pentru produsele preambalate să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură, conform dispozițiilor legale în vigoare.

Art. 77

- (1) Pentru produsele comercializate în vrac, care sunt cântărite sau măsurate în prezența consumatorului, dispozițiile art. 75 alin. (1) nu se aplică.
- (2) Informațiile furnizate de aparatele de măsură utilizate pentru determinarea cantității produselor vândute în vrac trebuie să fie clare și vizibile pentru consumator.

PARTEA 18¹: NORME METODOLOGICE

37. La cântărirea produselor comercializate în vrac, vânzătorii sunt obligați să scadă greutatea materialelor utilizate pentru ambalarea produselor.

PARTEA 19: ORDONANȚĂ

SUBCAPITOLUL 1: D. Clauze abuzive

Art. 78

În calitate de parte contractantă consumatorii pot refuza încheierea contractelor care cuprind clauze definite ca abuzive, conform prevederilor legale în vigoare.

Art. 79

Pentru unele categorii de produse/servicii, în scopul asigurării unui echilibru între obligațiile și drepturile părților contractante și pentru a promova un mediu concurențial normal, Guvernul poate stabili contracte-tip cu caracter obligatoriu.

CAPITOLUL VII: Sancțiuni

Art. 80

Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să constituie infracțiuni, și se sancționează după cum urmează:

1. desfășurarea oricărui exercițiu comercial cu încălcarea prevederilor art. 5 alin. (1), cu suspendarea activității comerciale până la data autorizării și cu amendă:

- a) de la 2.000.000 lei la 5.000.000 lei pentru structurile de vânzare cu suprafață mică;
 - b) de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei pentru structurile de vânzare cu suprafață medie;
 - c) de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei pentru structurile de vânzare cu suprafață mare;
 - d) de la 1.000.000 lei la 2.000.000 lei pentru comercianții ambulanți;
 - e) de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei pentru comercianții care practică vânzări în afara spațiilor comerciale și pentru cei care practică vânzări directe;
- 2.** nerespectarea prevederilor art. 5 alin. (2), cu amendă de la 2.000.000 lei la 10.000.000 lei;
- 3.** comercializarea de produse și servicii de piață, altele decât cele înscrise în autorizația de funcționare, cu amendă de la 1.000.000 lei la 10.000.000 lei;

4. nerespectarea prevederilor art. 11, cu amendă de la 2.000.000 lei la 20.000.000 lei;
5. oferirea spre vânzare a produselor în pierdere în alte cazuri decât cele prevăzute la art. 19, cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei, în măsura în care nu sunt aplicabile prevederile Legii concurenței nr. 21/1996, cu modificările ulterioare;
6. vânzările de lichidare efectuate în alte cazuri decât cele prevăzute la art. 20 lit. a)-g), cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei și cu sistarea operațiunilor de lichidare;
7. nerespectarea prevederilor art. 21 alin. (1) și art. 29 alin. (2), cu privire la notificare, cu amendă de la 2.000.000 lei la 10.000.000 lei;
8. neprezentarea la solicitarea organelor de control abilitate a documentelor legale privind justificarea situației care a motivat lichidarea, conform dispozițiilor cuprinse în art. 21 alin. (2), cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei;
9. nerespectarea prevederilor art. 22, 25 și 26, cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei și cu sistarea vânzărilor de lichidare sau de soldare, după caz;
10. realizarea vânzărilor de soldare în alte perioade decât cele prevăzute la art. 29 alin. (1), cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei și cu sistarea vânzărilor de soldare;
11. neprezentarea, la solicitarea organelor de control abilitate, a documentelor legale justificative, conform prevederilor art. 28 și 33, cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei;
12. nerespectarea prevederilor art. 21 alin. (3) și art. 30 alin. (2), cu amendă de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei;
13. utilizarea denumirii "soldare/solduri/soldări" sau a sinonimelor acesteia, în cazuri în care aceasta nu este în legătură cu o operațiune de soldare astfel cum este definită de prezenta ordonanță, cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei și cu interzicerea practicării acestei denumiri;
14. practicarea de vânzări sau de orice alte procedee prevăzute la art. 43, cu amendă de la 100.000.000 lei la 500.000.000 lei, iar veniturile realizate din aceste practici se confiscă și se fac venit la bugetul de stat;
15. nerespectarea prevederilor art. 46, cu amendă de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei;
16. nerespectarea prevederilor art. 47, cu amendă de la 1.000.000 lei la 2.000.000 lei;
17. nerespectarea de către organizatorii de loterii publicitare a prevederilor art. 48 alin. (2), cu amendă de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei, iar veniturile realizate ilicit din această practică se confiscă și se fac venit la bugetul de stat;
18. neprezentarea în termen a documentelor solicitate conform prevederilor art. 51 alin. (2), cu amendă de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei;
19. nerespectarea prevederilor art. 56, cu amendă de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei;
20. nerespectarea prevederilor art. 58, 61 și 63, cu amendă de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei;
21. nerespectarea prevederilor art. 77 alin. (2), cu amendă de la 1.000.000 lei la 5.000.000 lei;
22. exercitarea de activități de comerț cu ridicata și comerț cu amănuntul în aceeași structură de vânzare, respectiv suprafață de vânzare, cu amendă de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei și cu interzicerea uneia dintre cele două activități;
23. desfășurarea oricărui exercițiu comercial în perioada suspendării activității comerciale, cu amenda prevăzută la pct. 1 lit. a)-e), caz în care limitele minime și maxime se dublează, iar veniturile realizate ilicit în perioada dintre data suspendării activității comerciale și momentul constatării contravenției se confiscă și se fac venit la bugetul de stat.

Art. 81

Sanctiunile prevăzute la art. 80 se pot aplica și persoanelor juridice, caz în care limitele minime și maxime ale amenzilor se dublează.

Art. 82

- Articolul 82 se abrogă. (Legea nr. 650/2002)

Art. 83

Împiedicarea sau obstrucționarea sub orice formă, de către comerciant sau de oricare altă persoană, a organelor autorităților administrației publice în exercitarea atribuțiilor lor privind controlul respectării prevederilor prezentei ordonanțe constituie contravenție și se sancționează cu amendă de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei.

Art. 84

Contravențiile prevăzute la art. 80 se constată și se sancționează de către:

- a) organele de control abilitate ale primăriilor, pentru cele prevăzute la pct. 1-4, 6-11, 13 și 21-23;
- b) organele de control abilitate ale Ministerului Finanțelor Publice, pentru cele prevăzute la pct. 5, 6, 8-11, 13, 14, 17-19 și 22;
- c) organele de control abilitate ale Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, pentru cele prevăzute la pct. 4, 12, 18, 20 și 21;
- d) organele de control abilitate ale poliției, pentru cele prevăzute la pct. 15, 16 și 18.

Art. 85

Prevederile prezentei ordonanțe referitoare la contravenții se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu excepția art. 28 și 29.

Art. 86

În cazul repetării contravențiilor prevăzute la art. 80 pct. 1, 3, 6-11, 13, 22 și 23 într-un interval de 12 luni, chiar dacă amenda a fost plătită, precum și în cazul în care se încalcă în mod repetat dispozițiile legale privind liniștea și ordinea publică, primăriile vor suspenda activitatea comercială pe o perioadă de până la 30 de zile pentru structura de vânzare respectivă.

Art. 86¹

Sanctiunile aplicate de organele de control abilitate, conform prevederilor prezentei ordonanțe, vor fi aduse la cunoștință primăriilor în termen de 48 de ore de la aplicarea acestora.

CAPITOLUL VIII: Dispoziții finale

Art. 87

În cazul vânzărilor de lichidare și de soldare, atunci când acestea se efectuează în pierdere, conform prevederilor art. 19, costul de achiziție este deductibil din punct de vedere fiscal.

Art. 87¹

