

**Felix Tudoriu**

**Cristina Aurora Popârțac**



**Drepturile consumatorului**  
**O provocare pentru afaceri**

Editat de SC Universul Juridic SRL  
Copyright© 2013, SC Universul Juridic SRL

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin  
Editurii Universul Juridic.  
Nicio parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris  
al SC Universul Juridic SRL.

**NICIUN EXEMPLAR DIN PREZENTUL TIRAJ NU VA FI  
COMERCIALIZAT DECÂT ÎNSOȚIT DE SEMNĂTURA  
ȘI ȘTAMPILA EDITORULUI, APLICATE PE INTERIORUL  
ULTIMEI COPERTE.**

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României  
TUDOROIU, FELIX

Drepturile consumatorului: o provocare pentru afaceri / Felix  
Tudoroiu, Cristina Aurora Popârțac. - București : Universul Juridic,  
2013

Bibliogr.  
ISBN 978-973-127-874-2

I. Popârțac, Cristina Aurora

366.5(498)

**Redacție:** tel./fax: 021.314.93.13  
tel.: 0732.320.666  
e-mail: redactie@universuljuridic.ro

**Distribuție:** tel.: 021.314.93.15; 0726.990.184  
tel./fax: 021.314.93.16  
e-mail: distributie@universuljuridic.ro

---

**www.universuljuridic.ro**  
**Comenzi online cu reduceri de până la 15%**

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 explică care ar fi aria 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;