

347.7:366.542(478)

REGIMUL JURIDIC AL PRACTICILOR COMERCIALE INCORECTE ÎN LEGISLAȚIA REPUBLICII MOLDOVA

*Conf. univ. dr. hab. Olesia PLOTNIC,
profesor Jean Monnet,
Secretar general a AO „Henri Capiatant”,
plotnicolesea.aum@gmail.com,
Drd. Dorin DULGHERU, ULIM
Judecător, vicepreședintele Judecătoriei
mun. Chișinău
dulghierudaniel28@mail.ru*

Practicile comerciale incorecte fac parte din instituția dreptului protecției consumatorilor, ce reglementează interesele economice ale consumatorilor, fiind reglementat la nivel național de Legea nr.105-XV din 13.03.2003 (art.13-15) și la nivel european de Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori. La momentul actual, practicile comerciale incorecte se regăsesc în orice acțiuni și/sau omisiuni din comerț, consumatorii fiind tentați și încurajați să procure produse sau să beneficieze de servicii, pe care, în condiții normale, nu le-ar fi contractat, ori voința consumatorilor este influențată de acțiunile și/sau omisiunile profesionistului prin înșelare și agresiune, având drept scop final obținerea unui avantaj economic excesiv pe seama consumatorului vulnerabil pentru anumite categorii de produse și/sau servicii.

Cuvinte-cheie: *consumator, profesionist, practică comercială incorectă, factori, regim juridic, răspundere juridică, practică judiciară.*

JEL: P 37, P 48, L 84.

Introducere

Din Evul Mediu până în epoca modernă, fenomenele economice și instituțiile juridice au evoluat și s-au schimbat treptat astfel, încât, în prezent producătorii, deja, nu mai sunt stimulați cu o protecție excesivă din partea sta-

347.7:366.542(478)

LEGAL STATUS OF UNFAIR COMMERCIAL PRACTICES IN THE LAW OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

*Assoc. Prof. Hab.Dr. Olesia PLOTNIC,
Prof. Jean Monnet,
General Secretary at Public Association
“Henri Capiatant”
plotnicolesea.aum@gmail.com
PhD candidate Dorin DULGHERU, ULIM
Judge, Vicepresident of Court, Chisinau
dulghierudaniel28@mail.ru*

Unfair commercial practices are part of the institution of consumer protection law, which establishes the economic interests of consumers, being regulated at the national level by Law no. 105-XV of 13.03.2003 (art. 13-15) and at the European level by Directive 2005/29/EC on unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market. At present, unfair commercial practices are found in any actions and/or omissions in trade, consumers being tempted and encouraged to buy products or benefit from services that they would not normally have contracted, or the will of consumers is influenced by the actions and/or omissions of the professional through deception and aggression, with the ultimate goal of obtaining an excessive economic advantage over the vulnerable consumer for certain categories of products and/or services.

Keywords: *consumer, professional, unfair commercial practice, factors, legal regime, legal liability, judicial practice.*

JEL: P 37, P 48, L 84.

Introduction

From the Middle Ages to the modern period, economic phenomena and legal institutions have evolved and changed gradually, so that, now, producers are no longer stimulated with excessive protection from the state, and consumers are increasingly gaining rights and guarantees for the protection of their life,

tului, iar consumatorii capătă tot mai multe drepturi și garanții pentru protecția vieții, sănătății și intereselor lor economice. Cele mai multe drepturi le-au fost oferite și garantate consumatorilor abia în perioada contemporană. Este foarte dificilă datarea cu exactitate a perioadei primei apariții a practicilor comerciale incorecte în lume, deoarece statele au început să apere consumatorii mult mai pronunțat abia după cel de-al Doilea Război Mondial, adică, în secolul al XX-lea [1, p.16].

Astfel, în bază informațiilor existente și a metodei deductive, se poate presupune că practicile comerciale incorecte au apărut ca fenomen odată cu apariția comerțului și, respectiv, a producătorilor și comercianților de rea-credință. Chiar dacă nu există date concrete cu privire la prima apariție a fenomenului dat, este totuși clar că acest fenomen își are rădăcinile înfipte adânc în istoria omenirii, fiind un produs al apariției comerțului și comercianților necinstiți.

John Fitzgerald Kennedy, ex-președinte al SUA, încă în anul 1962, a declarat că masa consumatorilor reprezintă, în plan economic, grupul cel mai important, dar și cel mai puțin ascultat [2, p.22]. Pentru majoritatea statelor era greu de organizat protecția consumatorilor contra utilizării practicilor comerciale incorecte, deoarece aceasta însemna modificarea multor legi și cheltuieli de bani din buget, însă, cu timpul, s-a constatat importanța apărării consumatorilor de diverse practici comerciale incorecte, anume pentru a stimula comerțul și a încuraja consumatorii să procure produse. Astfel, au început să apară diferite instituții specializate, care aveau ca scop protecția consumatorilor și lupta împotriva ilegalităților din partea agenților economici, printre care se enumeră Organizația Internațională a Uniunilor de Consumatori, fondată la 1 aprilie 1960, la nivel internațional și Departamentul de Stat pentru Standarde, Metrologie și Supraveghere Tehnică, fondat în 1992 la nivel de stat, în Republica Moldova.

În decursul mai multor ani, în Uniunea Europeană, au mai fost adoptate diverse directive în materia dreptului consumatorului, printre care se enumeră inclusiv directive ce interziceau expres folosirea practicilor comerciale

health, and economic interests. Most consumer rights were offered and guaranteed only in the contemporary period. It is very difficult to date exactly the period of the first appearance of unfair trade practices in the world, because states began to protect consumers more prominently only after the World War II, in the twentieth century [1, p.16].

Thus, based on the current information and the deductive method, it can be assumed that unfair trade practices appeared as a phenomenon with the advent of trade and, respectively, of poor faith producers and traders. Even if solid data on the first appearance of this phenomenon do not exist, however it is clear that this phenomenon has its roots deep in human history, being a product of the emergence of dishonest trade and traders.

John Fitzgerald Kennedy, the former president of the USA, declared in 1962 that the mass of consumers is, economically, the most important group, but also the least listened to [2, p.22]. It was difficult for most states to organize consumer protection against the use of unfair trade practices, as this meant changing many laws and spending money from the budget, but, over time, it became important to protect consumers from various unfair trade practices, to stimulate trade, and encourage consumers to buy products. Thus, various specialized institutions, aimed at consumer protection and fight against illegalities by economic agents, began to emerge, including the International Organization of Consumer Unions founded on April 1, 1960, at the international level and the State Department for Standards, Metrology and Technical Surveillance founded in 1992 at the state level in the Republic of Moldova.

Various consumer law directives have also been adopted in the European Union over several years, including Directives expressly prohibiting the use of unfair commercial practices such as Directive 2005/29 / EC on unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market [5].

Methods applied in the research

In order to correctly identify the notion and the concept of unfair commercial practice, it is necessary first of all to establish what is

incorecte, precum Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori [5].

Metode aplicate în cadrul cercetării

Pentru a identifica corect noțiunea și conceptul de practică comercială incorectă, este necesar, în primul rând, să se stabilească ce este o practică comercială și care este proveniența noțiunii date în legislația Republicii Moldova. Noțiunea actuală de practică comercială, în Republica Moldova, nu este o inovație a legiuitorului moldovean, ci a fost preluată din Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și transpusă perfect, cu o armonizare totală, în legislația noastră. Această armonizare maximală s-a realizat în contextul dorinței Republicii Moldova de a adera la familia europeană în vederea excluderii, dintre statele membre, a divergențelor între noțiuni și pentru a ușura viața consumatorilor, care tind să fie apărați, în egală măsură nu doar pe plan național, ci și în context economic european.

Directiva 2005/29/CE la lit. d), articolul 2 indică faptul că „practici ale întreprinderilor față de consumatori (denumite, în continuare, practici comerciale) înseamnă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori” [5]. Definiția dată este destul de complexă și stabilește pe deplin înțelegerea noțiunii practicilor comerciale, fiind transpusă cu exactitate în art.1 din Legea privind protecția consumatorilor nr.105-XV din 13.03.2002. Astfel, art. 1 al Legii menționate explică noțiunea de practici comerciale, ca fiind „orice acțiune, omisiune, comportament, declarație sau comunicare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor” [10].

Așadar, metodologia de cercetare se bazează pe analiza factorilor, ce favorizează apariția practicilor comerciale incorecte, clasificarea acestora ținând cont de natura lor juridică. În acest context, au fost analizate strategiile și

commercial practice and what is the origin of the notion given in the legislation of the Republic of Moldova. The current notion of commercial practice in the Republic of Moldova is not an innovation of the Moldovan legislator, but was taken from Directive 2005/29/EC on unfair business practices of domestic enterprises to consumers and perfectly transposed with full harmonization in our legislation. This maximum harmonization was achieved in the context of the Republic of Moldova's desire to join the European family in order to exclude differences between notions between the Member States and to facilitate the lives of consumers, who tend to be equally protected not only nationally but also in context with the European economy.

Directive 2005/29 / EC at letter d), Article 2 indicates that “business practices towards consumers (hereinafter referred to as commercial practices) means any commercial action, omission, conduct, approach, or communication, including advertising and marketing, carried out by a trader in direct connection with the promotion, the sale or supply of a product to consumers” [5]. The given definition is quite complex and fully establishes the understanding of the notion of commercial practices so that the given definition is exactly transposed in art. 1 of the Law on Consumer Protection no. 105-XV of 13.03.2002. Thus, art. 1 of the mentioned law explains the notion of commercial practices as “any action, omission, behaviour, declaration or commercial communication, including advertising and marketing, performed by a trader in close connection with the promotion, sale or supply of a product to consumers” [10].

Therefore, the research methodology is based on the analysis of the factors that favour the appearance of unfair trade practices, their classification, taking into account their legal nature. In this context, the national strategies and policies from different states were analysed, which helped us to expand the research scope of the analysed subject. In this way, we have made a much broader presentation regarding the classification of unfair commercial practices in terms of national judicial practice. In this regard, the diversity of

politicile naționale din diferite state, care ne-au ajutat să extindem sfera de cercetare a subiectului analizat. De asemenea, am realizat o prezentare mult mai vastă, în ceea ce privește clasificarea practicilor comerciale incorecte prin prisma practicii judiciare naționale. În acest sens, diversitatea metodelor, procedeele și tehnicilor utilizate oferă cercetării efectuate un caracter complex, deoarece, în contextul determinării importanței practicilor comerciale incorecte și impactul lor asupra drepturilor economice ale consumatorilor, au fost utilizate metodele științifice generale, care includ metoda logică, metoda sistematică și cea istorică, metodele juridice, din care fac parte metoda formal juridică și metoda juridico-comparativă.

Rezultate obținute

Analizând noțiunea practicilor comerciale din ambele instrumente juridice, putem stabili că acestea reprezintă totalitatea acțiunilor întreprinse de către comercianți, pentru a promova și a vinde un produs sau de a presta un serviciu consumatorilor, având un caracter juridic pozitiv, decât regimul juridic al practicilor comerciale incorecte, care reprezintă opoziția celor dintâi. Respectiv, aceste acțiuni, la rândul lor, pot fi atât legale, cât și ilegale. Ilegalitatea acțiunilor determină practicile comerciale ca fiind incorecte.

Acțiuni legale se consideră acele acțiuni, care sunt săvârșite cu diligență profesională și care nu deformează sau nu sunt susceptibile să deformeze, în mod esențial, comportamentul economic al consumatorului mediu. Aici, în art.1 din Legea privind protecția consumatorilor ni se oferă și explicație referitoare la noțiunea de diligență profesională, acesta reprezentând nivelul de competență specializată și de considerare, pe care comerciantul poate să îl exercite în mod rezonabil față de consumatori, în conformitate cu practica comercială corectă și/sau cu principiul general al bunecredinței în domeniul de activitate al comerciantului [10].

Prin urmare, pentru o activitate legală a agentului economic (care îmbină în sine producătorii, distribuitorii, importatorii, vânzătorii en-grosiști, vânzătorii cu amănuntul, prestatorii de servicii și comercianții), acesta trebuie să acționeze cu diligență profesională față de

methods, procedures, and techniques used to give the research conducted a complex character because, in the context of determining the importance of unfair commercial practices and their impact on consumers' economic rights, general scientific methods have been used, including logical, systematic and the historical one, the legal methods of which the formal legal and juridical-comparative method are part.

Obtained results

Having analysed the notion of commercial practices in both legal instruments, we can establish that they represent the totality of actions taken by traders to promote and sell a product or provide a service to consumers, having a positive legal character, rather than the legal regime of unfair commercial practices, which represents the opposite of the former. Respectively, these actions, in turn, can be both legal and illegal. The illegality of the actions determines the commercial practices as being unfair.

Legal actions are considered those actions, which are performed with professional diligence and which do not distort or are likely to significantly distort the economic behaviour of the average consumer. Here art.1 of the Law on Consumer Protection also gives us an explanation regarding the notion of professional diligence, which represents the level of specialized competence and consideration that the trader can reasonably exercise towards consumers, following fair commercial practice and/or or with the general principle of good faith in the trader's field of activity [10].

Therefore, for a legal activity of the economic agent (which combines producers, distributors, importers, wholesalers, retailers, service providers, and traders), must act with professional diligence towards consumers and not deviate from it at all [1, p.34].

Thus, the conditions for a commercial practice to be considered unfair are the following:

- Commercial practice does not meet the requirements of professional diligence;
- A commercial practice addresses to a group of consumers;

consumatori și să nu se abată nicidecum de la aceasta [1, p.34].

Astfel, premisele pentru ca o practică comercială să fie considerată incorectă sunt următoarele:

- Practica comercială nu corespunde cerințelor diligenței profesionale;
- Practica comercială se adresează unui grup de consumatori;
- Practica comercială are ca scop un avantaj economic în favoarea comerciantului cu încurajarea consimțământului consumatorului;
- Practica comercială denaturează sau este susceptibilă să denatureze, în mod esențial, comportamentul economic al consumatorului mediu, la care ajunge sau căruia i se adresează ori al membrului mediu al unui grup, în cazul când o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori [1, p.115].

În cazul apariției unor astfel de acțiuni ilegale din partea comercianților, practicile comerciale ale acestora se transformă în practici comerciale incorecte, de aceea, este foarte important, pentru fiecare sistem de drept, să dea o apreciere caracterului incorect al unei practici comerciale [11, p.28]. De acest fapt depinde corectitudinea aplicării sancțiunii agentului economic de rea-credință și armonizarea sistemului de drept în raport cu restul statelor. Aprecierea eronată a caracterului incorect al unei practici comerciale ar avea un impact negativ pentru consumatori sau pentru agenții economici. În Republica Moldova, aprecierea caracterului incorect al practicilor comerciale s-a făcut în strictă conformitate cu reglementările europene și, anume, în conformitate cu dispozițiile Directivei 2005/29/CE, aceasta fiind cea mai corectă cale, pentru a exclude unele probleme și neclarități pe viitor.

Chiar și în preambulul Legii privind protecția consumatorului nr.105-XV din 13.03.2003, este menționat că „prezenta lege stabilește bazele juridice pentru protejarea, de către stat, a persoanelor în calitatea lor de consumatori și transpune Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului, din 11 mai 2005, privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă

- The commercial practice aims at an economic advantage in favour of the trader with the encouragement of the consumer's consent;
- The commercial practice distorts or is likely to significantly distort the economic behaviour of the average consumer to whom it addresses or of the average member of a group, in such case when a commercial practice addresses to a particular group of consumers [1, p.115].

In the event of such illegal actions by traders, their commercial practices turn into unfair commercial practices, so, it is very important for every legal system to give an assessment of the unfair nature of the commercial practice [11, p.28]. The correct application of the sanction of the poor faith economic agent and the harmonization of the legal system concerning the rest of the states depend on this fact. The wrong assessment of the unfair nature of a commercial practice would harm consumers or economic operators. In the Republic of Moldova the unfair assessment of the commercial practice was made in strict accordance with European regulations, ie under the provisions of Directive 2005/29 / EC, this being the most correct way to rule out any problems and ambiguities in the future.

Even in the preamble of the Law on Consumer Protection No. 105-XV of 13.03.2003 it is mentioned that “this law establishes the legal basis for the protection of persons by the state as consumers and transposes Directive 2005/29 / EC of the European Parliament and of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market” [5]. However, it is not clear why the Moldovan legislator decided to use the notion of *incorrect commercial practices in the law*, while the Directive mentions the concept of *unfair commercial practices*, which may create some confusing perceptions for both consumers and professionals in the field, although the content of these notions is practically identical.

față de consumatori” [5]. Cu toate acestea, nu este clar de ce legiuitorul moldovean a decis să folosească, în lege, noțiunea de *practici comerciale incorecte*, în timp ce, în directivă, este menționată noțiunea de *practici comerciale neloiale*, fapt ce poate crea anumite confuzii de percepere atât pentru consumatori, cât și pentru profesioniști în domeniu, deși conținutul acestor noțiuni este, practic, identic.

De asemenea, comparând domeniul de aplicare a legii, identificăm că practicile comerciale incorecte se aplică nu doar față de produse, dar și față de servicii, aceasta reieșind din art. 2 alin. (2) din Legea privind protecția consumatorilor. Faptul că domeniul de aplicare a practicilor comerciale incorecte, în Republica Moldova, se răsfrânge și asupra prestațiilor de servicii, constituie un avantaj de protecție extensivă a intereselor economice ale consumatorilor, în cadrul funcțiilor de supraveghere și control din partea statului. Totodată, ținem să atragem atenția că, în cazul dat, prevederea legală, ce se răsfrânge inclusiv asupra practicilor comerciale incorecte din domeniul serviciilor, *de jure*, nu contravine prevederilor Directivei UE, deoarece, în conformitate cu lit. c) al art. 2 al Directivei 2005/29/CE – „produs” înseamnă orice bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații [4, p.251].

Cercetând, prin comparație, conceptul de practici comerciale incorecte și anume atât din Uniunea Europeană, cât și din Republica Moldova, ajungem la concluzia că acestea au foarte multe tangențe, astfel încât noțiunea de practică comercială, în Republica Moldova, fiind o noțiune complexă și bine definită în lege, iar în cadrul unui studiu mai profund al acestei noțiuni și în comparație cu noțiunea practicilor comerciale elucidată în Directiva 2005/29/CE, dispar toate neclaritățile, ce pot surveni la prima vedere.

Clasificarea practicilor comerciale incorecte prin prisma practicii judiciare naționale

Pentru a înțelege mai bine regimul juridic al practicilor comerciale incorecte și pentru a stabili răspunderea pentru utilizarea acestora, de către profesioniști, este necesar, în primul rând, să se creeze o diversificare a acestora sau, cu alte cuvinte, este necesar să fie grupate ori

Also, comparing the scope of application of the law, we identify that unfair commercial practices apply not only to products but also to services, as follows from art. 2 para. (2) of the Law on Consumer Protection. The fact that the scope of unfair commercial practices in the Republic of Moldova also affects the provision of services is an advantage of extensive protection of the economic interests of consumers, within the functions of supervision and control by the state. At the same time, we would like to draw your attention to the fact that in this case the legal provision that also affects unfair commercial practices in the field of services, *de jure* does not contradict the provisions of the EU Directive, because in accordance with letter c) in art. 2 of Directive 2005/29 / EC – “product” means any goods or services, including immovable property, rights and obligations [4, p.251].

By comparing the concept of unfair commercial practices, namely both in the European Union and in the Republic of Moldova, we conclude that they have many tangents so that the notion of commercial practice in the Republic of Moldova is a complex and well-defined notion in law, and, in a deeper study of this notion and in comparison with the notion of commercial practices elucidated in Directive 2005/29 / EC, all the ambiguities that may appear at first sight disappear.

Classification of unfair commercial practices in terms of national judicial practice

In order to better understand the legal regime of unfair commercial practices and to establish responsibility for their use by professionals, it is first necessary to create a diversification of them, or, in other words, it is necessary to group or classify them. In order to classify unfair commercial practices, it is necessary to create a platform of the most widespread practices, and subsequently, following a thorough analysis, to group them into different categories.

According to Article 13 paragraph (4) of the Law on Consumer Protection, unfair commercial practices are classified as follows [10]:

- a) misleading, within the meaning of the provisions of paragraphs (5)–(12);

clasificate. Pentru clasificarea practicilor comerciale incorecte, este necesară crearea unei platforme a celor mai răspândite practici, iar, ulterior, în urma unei analize minuțioase, să fie grupate în diferite categorii.

Potrivit art.13 alin.(4) din Legea privind protecția consumatorilor, practicile comerciale incorecte se clasifică în [10]:

- a) înșelătoare, în sensul prevederilor alin.(5)–(12);
- b) agresive, în sensul prevederilor alin.(13)–(15).

La rândul lor, practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare. O practică comercială înșelătoare poate fi comisă prin acțiune sau prin omisiune [10].

Respectiv, o **acțiune înșelătoare** poate fi orice acțiune comercială, care conține unele informații false, cum ar fi afișarea unui certificat fals sau a unei mărci de calitate sau a unui echivalent, fără să fie obținută autorizația necesară, inducerea sau posibilitatea inducerii în eroare a unui consumator mediu cu privire la existența, natura, riscurile, avantajele, fabricarea, prețul produsului sau prezentarea unor informații eronate cu privire la serviciu, înlocuirea pieselor, reparații etc. [1, p.115].

Toate acestea pot crea niște impresii false determinând consumatorul la o tranzacționare, ca în situația următoare, luată din practica judiciară a Republicii Moldova: SA „Romp petrol Moldova” a utilizat practici comerciale incorecte desfășurând o tombolă promoțională sub denumirea de „Winter Promo 2019”, astfel, prin acțiuni înșelătoare, creând impresia falsă consumatorului că va câștiga un beneficiu, dacă va procura produse petroliere, va răzui tichetele cu coduri promoționale și le va transmite prin mesajele SMS text. Astfel, a fost creată o impresie falsă că acțiunile SA „Romp petrol Moldova” țin de activitățile sale comerciale. Fapta imputată se confirmă prin declarațiile consumatorului și martorului, cât și prin alte materiale ale dosarului, ignorând prevederile art. 13 alin. (12), (15) lit. f), al Legii nr. 105 din 13.03.2003, privind protecția consumatorilor. Este de menționat că, pentru încălcările depistate, SA „Romp petrol Moldova” a fost sancționată de către Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței

- b) aggressive, within the meaning of the provisions of paragraphs (13)–(15).

In turn, misleading business practices can be misleading actions or misleading omissions. A misleading commercial practice may be committed by action or omission [10].

Thus, a **misleading action** can be any commercial activity that contains some false information such as displaying a false certificate or a quality mark or equivalent without obtaining the necessary authorization or misleading an average consumer regarding the existence, nature, risks, benefits, manufacture, price of the product, or unfair information about the service, replacement of parts, repair, etc. [1, p.115].

All these can create some false impressions causing the consumer to a transaction as in the following situation taken from the judicial practice of the Republic of Moldova: JSC “Romp petrol Moldova” used unfair commercial practices by conducting a promotional raffle under the name of “Winter Promo 2019”, so, by misleading actions, creating a false impression on the consumer that he will earn a profit if he buys petroleum products, by scraping vouchers with promotional codes and sending them via SMS text messages. Thus, a false impression was created that the shares of JSC “Romp petrol Moldova” are related to its commercial activities. The imputed deed is confirmed by the statements of the consumer and the witness, as well as by other materials of the file, ignoring the provisions of art. 13 para. (12), (15) lit. f), of Law no. 105 of 13.03.2003 on consumer protection. It is worth mentioning that for the detected violations, JSC “Romp petrol Moldova” was sanctioned by the Agency for Consumer Protection and Market Surveillance with a double fine for using unfair commercial practices, because it committed, within one year the contravention indicated in art. 344 para. (3) lit. d) of the Contravention Code [3], repeatedly.

From the summary of this case results that the contravention sanction is not a problem for economically strong companies, because the use of unfair commercial practices brings professionals much higher revenues

cu amendă dublă pentru folosirea practicilor comerciale incorecte, deoarece a comis, în decursul unui an, în mod repetat, contravenția indicată la art. 344 alin. (3) lit. d) din Codul Contravențional [3].

Din sinteza acestui caz, rezultă că sancționarea contravențională nu constituie o problemă pentru companiile puternice, din punct de vedere economic, deoarece, de fapt, utilizarea practicilor comerciale incorecte le aduc profesioniștilor venituri mult mai mari decât pierderi, în urma nerespectării legii care, uneori, este insuficientă la capitolul educării și sancționării comercianților, astfel, încât, în domeniul practicilor comerciale incorecte, fiind necesare modificări ale Codului Contravențional, la capitolul răspunderii profesioniștilor de rea-credință, și anume a art. 344 [3].

O altă practică comercială înșelătoare, comisă prin acțiune, este cazul determinării, sau susceptibilei determinări a consumatorului de a lua o decizie de tranzacționare, pe care nu ar fi luat-o în altă situație, chiar dacă informația este corectă, de fapt, cu privire la unul sau mai multe elemente, cum ar fi în situația următoare: SRL „Zorinalan” a utilizat practici comerciale incorecte, recurgând la un comportament nefast și abuziv față de consumatori, acțiuni ce denaturau, în mod esențial, comportamentul consumatorului mediu prin influențe nejustificate și care, prin urmare, îl determinau să ia o decizie de tranzacționare comercială, pe care, în alte condiții, nu ar fi luat-o, expediind bonuri de plată sub pretextul presetării unui serviciu de interfon, deși consumatorul nu beneficia de acel serviciu și nici nu încheiase contract în acel sens [6].

De asemenea, acțiune înșelătoare se apreciază și atunci, când un comerciant lansează o invitație de a cumpăra produse la un anumit preț, apoi nu vrea să le ofere la acel preț sau nu este în stare, cum ar fi în următoarea situație: „Sun Communication” SRL a utilizat practici comerciale incorecte, lansând consumatorilor o invitație de a cumpăra produse la un preț de 99 lei (primele două luni contractante) și 189 lei pentru următoarele luni până în luna a 24-a a contractului de abonament fără a dezvălui, în materialele promoționale și-n contract despre existența unor motive rezona-

than losses due to non-compliance with the law, which is sometimes insufficient education and sanctioning of traders so that in the field of unfair commercial practices being necessary amendments to the Contravention Code in terms of liability of bad faith professionals, namely Article 344 [3].

Another misleading commercial practice committed by the action is the case of the determination, or the likely determination of the consumer to make a trading decision that he would not have taken otherwise, even if the information is in fact correct about one or more among the following elements, as in the following situation: SRL “Zorinalan” used unfair commercial practices resorting to a bad and abusive behaviour towards consumers, actions that essentially distort the behaviour of the average consumer through unjustified influences and which therefore determines consumer to make a commercial trading decision that he would not otherwise have taken, issuing payment slips under the pretext of presetting an intercom service even though the consumer did not benefit from that service and had not concluded a contract to that effect [6].

Also, deceptive action is appreciated when a trader launches an invitation to buy products at a certain price then does not want to offer them at that price or is not able as in the following situation: “Sun Communication” SRL used unfair commercial practices by launching an invitation to consumers to buy products for MDL 99 (the first two contracting months) and MDL 189 for the following months until the 24th month of the subscription contract without disclosing in promotional materials and contract about the existence of reasonable grounds on which it would consider that it would not be able to supply those similar products at the same price for the entire contracting period [7].

The launch of the invitation to purchase a product may also be made to promote a similar product, to subsequently resort to one of the following actions: to refuse the presentation of the advertised product, to refuse to take the order for that product or deliver it in a reasonable time, to present a defective product.

bile, în a căror bază ar aprecia că nu va putea să furnizeze acele produse similare la același preț pentru toată perioada contractantă [7].

Lansarea invitației de a procura un produs poate fi făcută și în scopul promovării unui produs similar, pentru a recurge, ulterior, la una din următoarele acțiuni: renunțarea la prezentarea produsului ce a făcut obiectul publicității, refuzarea preluării comenzii privind respectivul produs sau livrarea lui, într-un termen rezonabil, prezentarea unui produs cu defecte.

Practicile comerciale înșelătoare, săvârșite prin acțiune, de asemenea, pot fi orice activități comerciale privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creând o confuzie cu un alt produs, cu o altă marcă, cu numele sau alte semne distinctive ale concurentului sau nerespectarea obligațiilor prevăzute de codul de conduită, pe care comerciantul s-a angajat să-l respecte, dacă angajamentul dat nu constituie o aspirație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată [1, p.116].

O practică comercială înșelătoare este săvârșită prin *omisiune*, dacă, în contextul situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de spațiu, și de timp, (impuse mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației), omite informația esențială necesară unui consumator mediu, pentru ca acesta să ia o decizie eronată, pe care nu ar fi luat-o în alt caz [10]. De exemplu, un comerciant ascunde anumite informații esențiale sau le oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu, sau în contratimp, ori nu își declară intenția comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă, deja, din context și când, în asemenea situații, consumatorul mediu este determinat să ia decizia de tranzacționare, pe care, altfel, nu ar fi luat-o [10]. O astfel de caracterizare se potrivește cazului următor: o persoană juridică a folosit practici comerciale incorecte, înșelătoare, la prestarea serviciilor de construcție a unui imobil, oferind, în mod neclar și neinteligibil informații despre caracteristicile esențiale ale bunului imobil, cum ar fi instalarea cazanului de o anumită marcă, despre care consumatorul nu avea destule cunoștințe, creând unele confuzii, și nedeclarând intenția comercială față de consumator [7], această faptă

Misleading commercial practices committed by the action may also be any commercial activity concerning the product, including comparative advertising, creating confusion with another product, another brand, the name or other distinctive signs of the competitor or non-compliance with the obligations under the Code of Conduct on which the trader has undertaken to comply with, if the undertaking given is not an aspiration but an obligation which is firmly assumed and which can be verified [1, p.116].

A misleading commercial practice is committed by *omission* if, in the context of the facts and taking into account all the characteristics and circumstances, as well as space and time required of the means of communication used to transmit the information, it omits the essential information necessary for the average consumer to he makes a wrong decision that he would not have made otherwise [10]. For example, a trader hides essential information or provides it in an unclear, unintelligible, ambiguous, or contradictory way or does not declare his true commercial intention, if it does not result, already from the context and when, in any case, the consumer the environment is determined to make the trading decision that it would not otherwise have made [10]. Such a characterization is appropriate for the following case: a legal person has used misleading unfair commercial practices in the provision of building construction services, offering in an unclear and unintelligible way about the essential characteristics of the real estate such as the installation of a branded boiler which the consumer did not have enough information about, creating some confusion, and not declaring the commercial intention towards the consumer [7], this fact being legally framed in art.13 par. (9) of the Law on Consumer Protection.

In assessing the deceptive act and omission, a number of elements provided by the above-mentioned law must be taken into account, namely: the existence or nature of the product; its main features such as: availability and benefits, possible foreseeable risks, manufacture and composition, accessories, after-

fiind încadrată juridic în art.13 alin. (9) din Legea privind protecția consumatorilor.

La aprecierea acțiunii și omisiunii înșelătoare, trebuie să se ia în considerare un șir de elemente prevăzute de legea sus-menționată, și anume: existența sau natura produsului; principalele caracteristici ale acestuia, cum ar fi: disponibilitatea și avantajele, eventualele riscuri previzibile, fabricarea și compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și soluționarea reclamațiilor, modul și data fabricării sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea și cantitatea, termenul de valabilitate și specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizare, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului, amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, precum și toate declarațiile și toate simbolurile, care sugerează sponsorizarea, sprijinul direct sau indirect acordat comerciantului și produsului, prețul sau modalitatea de calcul al prețului, necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii, natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului acestuia [10].

La rândul său, o practică comercială este considerată ca fiind agresivă, dacă această practică limitează sau este susceptibilă să limiteze, în mod semnificativ, libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu, în privința produsului, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influența nejustificată și, prin urmare, practica dată îl determină sau este susceptibilă să îl determine pe consumator să ia o decizie de tranzacționare, pe care altfel nu ar fi luat-o [10]. Un exemplu real poate servi situația următoare, identificată din practica judiciară: prestatorul de servicii de televiziune digitală, la solicitarea consumatorului, a trimis echipa de deservire tehnică, de mai multe ori, pentru a elimina defecțiunile tehnice apărute, însă după mai multe reparații și unele cheltuieli suplimentare ale consumatorului pentru diverse piese de schimb, defecțiunile nu au dispărut. Prin urmare, consumatorul a dorit să rezilieze contractul încheiat cu prestatorul de servicii de

sales assistance and complaint handling, method and date of manufacture or delivery, delivery, ability to meet purpose, use and quantity, time validity and specifications, geographical or commercial origin, results to be obtained from use, results and essential characteristics of the tests of controls performed on the product, the extent of the trader's involvement, the motivation of the commercial practice and the nature of the sales process, and all statements and all symbols, suggesting sponsorship, or direct or indirect support to the trader or product, the price or method of calculating the price, the need for a service of a separate part, replacement or re-mediation, the nature of the trader's powers and rights, or its representative [10].

In turn, a commercial practice is being considered to be aggressive if it practices or is likely to significantly limit the freedom of choice or behaviour of the average consumer regarding the product through harassment, coercion, including the use of physical force or unjustified influence, and therefore, the practice in question determines or is likely to lead the consumer to make a trading decision that he would not otherwise have taken [10]. A real example would be the following situation identified from the legal practice: the digital television service provider by the consumer request sent the technical service team several times to eliminate the technical defects, but after several repairs and some additional expenses of the consumer on various spare parts, the flaw has not disappeared. Therefore, the consumer wanted to terminate the contract concluded with the digital television service provider, due to his incompetence, impossibility, or unwillingness to solve the problem. However, the television service provider refused to terminate the contract when addressing the consumer, informing him about the need to pay a fee of MDL 1500 for the termination operation. So, the consumer was faced with the situation when on the one hand he did not receive the desired service and on the other hand, he could not terminate the contract without paying an additional amount. Disagreeing, the consumer, however, insisted

televiziune digitală, din cauza incompetenței, imposibilității sau nedorinței acestuia de a rezolva problema apărută. Prestatorul de servicii de televiziune însă a refuzat rezilierea contractului la adresarea consumatorului, informându-l despre necesitatea achitării unei taxe de 1500 lei pentru operarea rezilierii. Deci, consumatorul s-a confruntat cu situația în care, pe de o parte, nu primea serviciul dorit și, pe de altă parte, nici nu putea să rezilieze contractul, fără a achita o sumă suplimentară. Ne fiind de acord, consumatorul, totuși, a insistat și a depuse cerere scrisă de reziliere, restituind echipamentul tehnic oferit, dar, ulterior, totuși, i-au fost scoși abuziv de către prestatorul de servicii banii din contul ultimului. De asemenea, pe lângă toate neplăcerile, consumatorul a fost deranjat de colecții de datorii, care îl hărțuiau sistematic [9]. În baza celor expuse mai sus, acțiunile din partea prestatorului de servicii de televiziune au fost încadrate la art. 13 alin. (13) din Legea privind protecția consumatorilor.

Astfel, prin exemplul elucidat anterior, se poate stabili că practicile comerciale agresive reprezintă un pericol mult mai mare pentru consumatori decât cele înșelătoare, deoarece influențează asupra deciziei acestora prin metode ilegale și dure, cum ar fi hărțuirea, constrângerea, utilizarea forței fizice, unde un consumator mediu nu mai poate declina tranzacționarea, datorită unui pericol iminent din partea agentului economic, care îi poate afecta viața și sănătatea acestuia. În cazul practicilor comerciale înșelătoare, consumatorul poate refuza tranzacționarea, în orice moment, dacă are unele suspiciuni asupra produsului sau serviciului oferit, fără pericol de hărțuire, constrângere și utilizare a forței fizice de către comerciant.

Pentru a determina dacă o practică comercială recurge la hărțuire, la constrângere, la forță fizică sau la influență nejustificată, trebuie să se ia în considerare mai multe componente, cum ar fi momentul, locul desfășurării, natura și durata practicii comerciale. De asemenea, trebuie de stabilit dacă comerciantul recurge la amenințări, la un limbaj sau comportament abuziv, dacă exploatează consumatorul în urma unui eveniment nefast sau în urma unei situații grave, pentru a-i influența decizia acestuia cu privire la produs. Un alt motiv, pentru a deter-

and submitted a written request for termination and returned the technical equipment provided, but later the money was abusively withdrawn by the service provider from the latter's account. Also, in addition to all the inconveniences, the consumer was bothered by debt collectors, who systematically harassed him [9]. Based on the above, the actions of the television service provider were included in art. 13 para. (13) of the Law on Consumer Protection.

Thus, by the example elucidated above, it can be established that aggressive commercial practices pose a much greater danger to consumers than deceptive ones, because they influence their decision through illegal and harsh methods such as harassment, coercion, use of physical force where an average consumer it can no longer refuse to trade, due to imminent danger from the economic agent, which can affect his life and health. In the case of misleading commercial practices, the consumer may refuse to trade at any time if he has any suspicions about the product or service offered without danger of harassment, coercion, and use of physical force by the trader.

To determine whether a commercial practice uses harassment, coercion, physical force, or undue influence, several components must be considered, such as the time, place, nature, and duration of the commercial practice. It must also be determined whether the trader uses threats, abusive language, or behaviour, whether he exploits the consumer following an adverse event or a serious situation, to influence his decision on the product. Another reason for determining the commercial practice on the given list is the creation of an obstacle imposed by the trader, when the consumer wants to exercise his contractual rights including the right to terminate the contract, to change the product, or the right to address another trader [10]. The given situation is relevant in the case previously presented with the television service provider.

Carefully studying the judicial practice of the Republic of Moldova in the field of unfair commercial practices, it can be observed that there are very few court decisions in

mina practica comercială la lista dată, îl reprezintă crearea unui obstacol impus de comerciant, în momentul când consumatorul vrea să-și exercite drepturile sale contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia contractul, de a schimba produsul sau dreptul de a se adresa altui comerciant [10]. Situația dată este relevantă în cazul prezentat anterior cu prestatorul de servicii de televiziune.

Studiind atent practica judiciară a Republicii Moldova, în domeniul practicilor comerciale incorecte, se poate observa că există foarte puține hotărâri judecătorești la acest capitol. Astfel, se pot deduce trei situații, din cauza cărora numărul acestora este atât de mic, și anume:

1. Majoritatea agenților economici nu contestă sancțiunile aplicate în baza proceselor-verbale constatate de Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței sau altei instituții specializate în control, sancțiunea fiind achitată în 72 de ore cu o reducere de 50%, fără a ajunge într-un litigiu în instanța de judecată.
2. Consumatorii nu sunt bine informați despre practicile comerciale incorecte, neavând posibilitatea să le recunoască sau nu cunosc modalitatea de a acționa, în cazul depistării acestora, fapt pentru care nu ajung în instanța de judecată cu astfel de litigii.
3. Consumatorii din Republica Moldova nu sunt motivați să acționeze în instanța de judecată împotriva unei practici comerciale incorecte, căci acest proces necesită cheltuieli, timp și cunoștințe juridice, ori un consumator mediu din țara noastră nu are acea capacitate minimă de a se apăra independent, fiind necesară implicarea statului prin mecanisme de informare, prevenire și sancționare, după caz.

Concluzii

Practicile comerciale incorecte au cunoscut o evoluție istorică neuniformă, trecând prin mai multe etape de dezvoltare, astfel, încât, în fiecare țară, proveniența acestora a fost diferită, deoarece economia și conducerea fiecărei țări era distinctă.

Timp de mai mulți ani, practicile comerciale incorecte au purtat diverse denumiri, de exemplu: practici comerciale restrictive, abu-

this regard. Thus, it is possible to deduce three situations due to which their number is so small, namely:

1. Most economic entities do not contest the sanctions applied based on the minutes found by the Agency for Consumer Protection and Market Surveillance or another institution specialized in control, the sanction being paid within 72 hours with a 50% discount, without reaching a dispute in court.
2. Consumers are not well informed about unfair commercial practices, not being able to recognize them, or do not know how to act in case of their detection, which is why they do not end up in court with such disputes.
3. Consumers in the Republic of Moldova are not motivated to take legal action against an unfair commercial practice, as this process requires expenses, time, and legal knowledge, or an average consumer in our country does not have that minimum capacity to defend himself independently, being necessary to involve the state through information, prevention, and sanction mechanisms, as appropriate.

Conclusions

Unfair trade practices have experienced an uneven historical evolution, going through several stages of development, so that in each country their origin was different because the economy and leadership of each country were distinct.

For many years, unfair commercial practices have had various names, for example: restrictive, abusive, unfair, illicit trade practices, etc. These names very often create many misunderstandings and inconsistencies, raising many questions for both consumers and professionals. Many of these names are no longer used today. Directive 2005/29 / EC on unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market has provided the clearest and most detailed explanations of the legal regime of unfair commercial practices by concept and classification.

zive, neloiale, ilicite etc. Aceste denumiri foarte des creau multe neînțelegeri și neconcordanțe, trezind nedumeriri întrebări atât consumatorilor, cât și profesioniștilor. În momentul actual, multe din aceste denumiri nu se mai folosesc. Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori a adus cele mai clare și mai detaliate explicații referitoare la regimul juridic al practicilor comerciale incorecte, prin noțiune și clasificarea acestora.

Actualmente, în Republica Moldova, există mai multe acte normative, care fac referință la practicile comerciale incorecte și, în cea mai mare parte, art.13-15 din Legea privind protecția consumatorilor dă explicații clare noțiunii de practici comerciale incorecte, clasificându-le și stabilind prevederi care se raportează la răspunderea pentru folosirea lor. Legea privind protecția consumatorilor nr.105-XV din 13.03.2003, precum și Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori, dau definiții clare a practicilor comerciale, iar caracterul incorect al acestora urmează a fi constatat și apreciat de agentul constator, ce efectuează un control de stat sau de instanța de judecată.

At present, in the Republic of Moldova, there are several normative acts that refer to unfair commercial practices, but for the most part, art.13-15 of the Law on Consumer Protection gives clear explanations to the notion of unfair commercial practices, classifying them and establishing provisions on liability for their use. The Law on Consumer Protection No. 105-XV of 13.03.2003 as well as the Directive 2005/29 / EC on unfair commercial practices of undertakings in the internal market towards consumers, give a clear definition of commercial practices, and their unfair character is to be ascertained and appreciated by the ascertaining agent performing a state control or by the court.

Bibliografie/Bibliography:

1. BĂIEȘU, Aurel; PLOTNIC, Olesea. *Dreptul Protecției consumatorilor: suport de curs*. Universitatea de Stat din Moldova. – Chișinău: Cep USM, 2014, ISBN 978-9975-71-511-9.
2. CHALAI-AULOY, J.; TEMPLE, H. *Droit de la consommation*. 8eme edition, Dalloz, Paris, 2010, pag. 22.
3. Codul Contravențional, nr. 218-XVI din 24.10.2008, Republicat: Monitorul Oficial al R.Moldova nr.78-84/100 din 17.03.2017, Monitorul Oficial nr.3-6/15 din 16.01.2009.
4. CUNICICĂ, Eduard. *Perfecționarea cadrului normativ național privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori*. Chișinău, 2017, Vol. 1, p.251.
5. Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori, art. 2, lit. d).
6. https://cac.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/b640ad57-62a3-438a-b868-dad2ec31ae25
7. https://jc.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/1420b20f-8839-4edd-9fa5-4b9c21f6a57c
8. https://jc.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/32a3405f-0e17-e811-80d4-0050568b021b
9. https://jc.instante.justice.md/ro/pigd_integration/pdf/c90f8768-a0bb-4db9-b42e-9f30312811c5
10. Legea privind protecția consumatorilor, nr. 105 din 13-03-2003 Publicată la 27.06.2003 în Monitorul Oficial nr. 126-131, art. 507.
11. PLOTNIC, Olesea. Reglementarea juridică a practicii comerciale incorecte. *Revista Națională de Drept*, USM, 2014, nr. 1, ISSN 1811-0770.