Республика Молдова

ПАРЛАМЕНТ

ЗАКОН № LP105/2003
от 13.03.2003

о защите прав потребителей

Опубликован : 28.03.2024 в MONITORUL OFICIAL № 122-124 статья № 195 Data intrării în vigoare

ИЗМЕНЕН

ЗП189 от 10.07.25, МО502-505/25.09.25 ст.652; в силу с 25.10.25

Переопубликован на основании ч. (4) ст. II Закона № 342/2023 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 474–476, ст. 832

Изменен законами Республики Молдова:

№ 23/2012, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2012, № 54–59, ст. 172

№ 318/2012, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2013, № 49–55, ст. 152

№ 38/2014, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2014, № 92–98, ст. 228

№ 37/2015, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2015, № 94–97, ст. 145

№ 153/2016, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2016, № 215–216, ст. 475

№ 187/2016, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2016, № 306–313, ст. 657

№ 80/2017, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2017, № 162–170, ст. 284

№ 185/2017, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2017, № 371–382, ст. 632

№ 79/2018, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, № 195–209, ст. 338

№ 168/2018, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, № 333–335, ст. 549

№ 133/2018, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, № 467–479, ст. 784

№ 175/2021, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2021, № 302–306, ст. 431

№ 156/2022, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2022, № 194–200, ст. 358

№ 52/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 97–99, ст. 150

№ 60/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 113–116, ст. 184

№ 132/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 186–189, ст. 319

№ 175/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 227, ст. 402

№ 216/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 287–290, ст. 506

№ 342/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, № 474–476, ст. 832

№ 452/2023, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2024, № 28–31, ст. 47

№ 37/2024, Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2024, №108–110, ст.169

Парламент принимает настоящий органический закон.

Настоящий закон перелагает:

– Директиву 2005/29/ЕС Европейского парламента и Совета от 11 мая 2005 года о недобросовестных коммерческих практиках предприятий на внутреннем рынке по отношению к потребителям и об изменении Директивы № 84/450/ЕЭС Совета, директив ЕС 97/7/ЕС, 98/27/ЕС и 2002/65/ЕС Европейского парламента и Совета и Регламента (ЕС) № 2006/2004 Европейского парламента и Совета (Директива о недобросовестной коммерческой практике), опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза L 149 от 11 июня 2005 года, с последними изменениями, внесенными Директивой (ЕС) 2019/2161 Европейского парламента и Совета от 27 ноября 2019 года;

– Директиву 2013/11/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС от 21 мая 2013 года относительно альтернативного разрешения споров в сфере потребления и об изменении Регламента (ЕС) № 2006/2004 и Директивы 2009/22/ЕС (Директива об АРС в сфере потребления), опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза L 165 от 18 июня 2013 года, с последними изменениями, внесенными Регламентом (ЕС) 2017/2394 Европейского парламента и Совета от 12 декабря 2017 года;

– Директиву (ЕС) 2019/771 Европейского парламента и Совета от 20 мая 2019 года о некоторых аспектах договоров купли-продажи имущества, об изменении Регламента (ЕС) № 2017/2394 и Директивы 2009/22/ЕС и об отмене Директивы 1999/44/ЕС, опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза L 136 от 22 мая 2019 года;

– Регламент (ЕС) № 2017/2394 Европейского парламента и Совета от 12 декабря 2017 года о сотрудничестве между национальными органами власти, ответственными за соблюдение законодательства о защите прав потребителей, и об отмене Регламента (ЕС) №2006/2004, опубликованный в Официальном журнале Европейского Союза L 345 от 27 декабря 2017 года, с последними изменениями, внесенными Директивой (ЕС) 2019/771 Европейского парламента и Совета от 20 мая 2019 года.

Глава I

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Используемые понятия

В целях применения настоящего закона используются понятия, определенные в Законе об информировании потребителей относительно пищевых продуктов № 279/2017, Законе о деятельности по аккредитации и оценке соответствия № 235/2011 и дополнительно применяются следующие основные понятия:

безопасные продукт, услуга – продукт, услуга, которые не представляют опасности для жизни, здоровья, наследственности и имущества потребителей или окружающей среды;

внутренний спор – договорный спор, вытекающий из договора купли-продажи или договора об оказании услуг, в случае, когда место жительства потребителя в момент заказа продуктов либо услуг и местонахождение коммерсанта находятся в Республике Молдова;

гарантийный срок – период времени, установленный настоящим законом или заявленный, который исчисляется со дня поставки продукта, услуги и в течение которого продавец, поставщик или производитель обязуются перед потребителем, без взимания дополнительной платы, возместить уплаченную стоимость, заменить, отремонтировать или содержать приобретенный продукт, предоставленную услугу либо обслуживать их, в любом случае, если они не соответствуют условиям, изложенным в гарантии или в соответствующих рекламных материалах;

действия по проверке – скоординированная деятельность по проверке потребительских рынков в рамках трансграничного сотрудничества путем проведения одновременных скоординированных действий по контролю для проверки соблюдения законодательства по защите интересов потребителей или выявления его нарушений;

декларация о соответствии – письменное подтверждение, основанное на принятом после оценки решении, посредством которого производитель или его уполномоченный представитель с достаточной степенью уверенности удостоверяет, что продукция соответствует установленным требованиям;

дистрибьютор – хозяйствующий субъект дистрибьюторной цепи, иной чем производитель или импортер, который предоставляет на рынке продукцию и обеспечивает перевод права собственности на нее от производителя к потребителю;

долговечный носитель – любой инструмент, обеспечивающий для потребителя или продавца возможность хранить адресованную лично ему информацию способом, гарантирующим ее доступность в будущем в течение периода, соответствующего цели информации, и воспроизведение сохраненной информации в неизменном виде;

единое бюро связи – национальный орган публичной власти, ответственный за координацию сотрудничества по вопросам трансграничных нарушений в области

защиты прав потребителей;

жалоба – письменное заявление, подтверждаемое доказательными документами, в соответствии с которым коммерсант совершил или может совершить нарушение нормативных актов, защищающих интересы потребителей;

запрашиваемый орган – компетентный орган, получивший запрос о взаимной помощи;

запрашивающий орган – компетентный орган, который делает запрос об оказании взаимной помощи;

заявленные требования – любые публичные заявления в отношении основных характеристик продуктов, совершенные продавцом, производителем или его уполномоченным представителем, в частности, посредством рекламы или этикетрования;

иерархия продуктов, предоставляемых потребителю, – заметность продуктов относительно друг друга при их представлении, организации или сообщении коммерсантом независимо от технологических средств, используемых для такого представления, организации или сообщения;

интероперабельность – способность продуктов функционировать вместе с аппаратными или программными компонентами, отличными от тех, которые обычно используются для продуктов того же типа;

исполнитель – любое физическое или юридическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которое выполняет работы во взаимоотношениях с потребителями;

исполнитель – любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые оказывают услуги;

качество – совокупность характеристик продукта, услуги, относящихся к их способности удовлетворять в соответствии с назначением выраженные или предполагаемые потребности;

кодекс поведения – договор или совокупность правил, не предусмотренных законодательством или административными распоряжениями, определяющих поведение коммерсантов, обязующихся их соблюдать в связи с одной или несколькими коммерческими практиками либо в одном или нескольких секторах деятельности;

коллективные интересы потребителей – интересы определенного числа потребителей, которые пострадали или подвержены ущербу в результате нарушения;

коммерческая гарантия – любое обязательство со стороны продавца или производителя (далее – *гарант*) перед потребителем, предусмотренное в гарантийном сертификате или сопутствующих рекламных материалах, доступных в момент либо до заключения договора, дополняющих правовые обязательства продавца в отношении

предоставления гарантии соответствия, возмещения уплаченной стоимости продукта или его замены, ремонта либо технического обслуживания продукта любым способом в случае, если он не соответствует спецификациям или любому другому требованию, не связанному с соответствием;

компетентный орган – любой назначенный орган публичной власти, обладающий определенными полномочиями для обеспечения соблюдения нормативных актов, защищающих интересы потребителей;

коммерсант – любое физическое или юридическое лицо, которое в коммерческих практиках, являющихся предметом настоящего закона, действует в рамках своей коммерческой, промышленной, производственной или кустарной деятельности, а также любое лицо, которое действует в коммерческих целях от имени или в пользу какого-либо коммерсанта;

коммерческие практики (практики коммерсантов во взаимоотношениях с потребителями) – любое действие, опущение, поведение, заявление или коммерческое сообщение, включая рекламу и продажу, осуществленные коммерсантом в тесной связи с продвижением, продажей или поставкой товара потребителям;

коммерческое решение – любое принятое потребителем решение о целесообразности, способе и условиях приобретения продукта, полной или частичной форме его оплаты, сохранении продукта или отказе от него либо о выполнении договорного права в отношении продукта, которое может привести потребителя к действию или воздержанию от него;

масштабное нарушение:

a) любое действие или бездействие, противоречащее законодательству по защите интересов потребителей, которое нанесло, наносит или может нанести ущерб коллективным интересам потребителей, проживающих как минимум в двух государствах, отличных от государства, в котором возникло или произошло данное действие либо бездействие, на территории которого считается учрежденным коммерсант, ответственный за данное действие или бездействие, в котором находятся доказательства или активы коммерсанта, связанные с соответствующим действием либо бездействием; или

b) любое действие или бездействие, противоречащее законодательству по защите интересов потребителей, которое нанесло, наносит или может нанести ущерб коллективным интересам потребителей, имеющие общие характеристики, такие как одинаковая незаконная практика, нарушение одного и того же интереса, происходящие в одно и то же время и совершенные одним и тем же коммерсантом по меньшей мере в трех государствах;

недостаток – изъян продукта, услуги, который делает их не соответствующими установленным в нормативных актах или заявленным требованиям и который проявляется и может быть определен только при использовании и/или хранении

данного товара, услуги;

необоснованное воздействие – использование позиции силы по отношению к потребителю в виде оказания давления на него, даже не прибегая к физической силе или угрозе ее применения, в порядке, существенно ограничивающем способность потребителя принимать осознанное решение;

неправомерное условие – условие договора, которое, будучи индивидуально не согласованным с потребителем, создает вопреки требованиям здравого смысла само по себе или совместно с другими требованиями договора в ущерб потребителю существенный дисбаланс между вытекающими из договора правами и обязанностями сторон;

несоответствующие продукт, услуга – продукт, услуга, которые не соответствуют установленным в нормативных актах или заявленным требованиям;

общественное объединение потребителей – общественное объединение, единственной целью которого является защита прав и законных интересов потребителей без извлечения выгоды для своих членов;

онлайн-интерфейс – любое программное обеспечение, включая сайт или часть сайта, либо приложение, управляемое коммерсантом или от его имени и служащее для предоставления потребителям доступа к продуктам или услугам коммерсанта;

онлайн-рынок – сервис, использующий программное обеспечение, включая веб-сайт или часть веб-сайта либо приложение, управляемое коммерсантом или от его имени, который обеспечивает потребителям возможность заключать дистанционные договоры с другими коммерсантами либо потребителями;

опасные продукт, услуга – продукт, услуга, которые не могут быть определены как безопасные;

ответственный за кодекс поведения – любое лицо, в том числе коммерсант или группа коммерсантов, ответственное за составление и пересмотр кодекса поведения и/или надзор за его соблюдением теми, кто обязался таковой соблюдать;

открытый аукцион – способ продаж, при котором продукты или услуги предлагаются коммерсантом потребителям, участвующим или имеющим возможность лично участвовать в аукционе, посредством прозрачной процедуры проводимых аукционистом конкурсных торгов, в результате которых победивший оферент обязан приобрести продукты или услуги;

покупательское приглашение – коммерческое сообщение, посредством которого указываются характеристики и цена продукта в порядке, соответствующем используемым для этого средствам коммерческих коммуникаций, и которое побуждает потребителя к покупке данного продукта;

потребитель – любое физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее или использующее продукты, услуги

для нужд, не связанных с предпринимательской, промышленной, ремесленной или профессиональной деятельностью;

правовая гарантия соответствия – правовая защита потребителя в соответствии с законом на несоответствие продукта требованиям, являющаяся юридическим обязательством продавца или производителя перед потребителем, без каких-либо дополнительных затрат, по приведению продукта в соответствие, включая возврат цены, уплаченной потребителем, замену, ремонт или содержание продукта;

предоставление на рынке – поставка на рынок продукции для распространения, потребления или использования в процессе коммерческой деятельности за плату или бесплатно;

продавец – любое юридическое или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которое действует, в том числе через другое лицо от его имени либо по его поручению, в целях, связанных с коммерческой, промышленной, ремесленной или профессиональной деятельностью соответствующего юридического либо физического лица в отношениях с потребителями;

продукт:

– имущество, предназначенное для индивидуального потребления или использования;

– любое движимое материальное имущество, которое включает в себя цифровой контент или цифровую услугу либо взаимосвязано с ними таким образом, что при отсутствии этого цифрового контента либо цифровой услуги данное имущество не может выполнять свои функции («продукты с цифровыми элементами»);

– электроэнергия, природный газ и вода в случае, когда они предлагаются к продаже в ограниченном объеме или в установленном количестве.

В рамках коммерческой практики продуктом признается любое имущество или услуга, включая недвижимое имущество, цифровой контент и цифровые услуги, а также связанные с ними права и обязанности;

продукт длительного пользования – технически сложный продукт, состоящий из деталей и частей, спроектированный и сконструированный для использования в период срока службы, который может быть подвергнут ремонту или деятельности по поддержанию. Не являются продуктами длительного пользования изделия, в состав которых не входят взаимосвязанные детали, замена которых позволяет производить ремонт и техническое обслуживание, и которые при использовании по своему назначению – в течение срока износа – могут изменить свою структуру, цвет, форму или состав, что требует несоразмерных усилий для восстановления их изначального состояния;

производитель:

- хозяйствующий субъект, который производит конечный продукт, его составную

часть или сырье;

- хозяйствующий субъект, который ставит на продукт свое имя, торговый или другой отличительный знак;

- хозяйствующий субъект, который восстанавливает продукт;

- хозяйствующий субъект, который изменяет характеристики продукта;

- зарегистрированный в Республике Молдова представитель хозяйствующего субъекта с местонахождением вне пределов Республики Молдова;

- хозяйствующий субъект, который импортирует продукты;

- дистрибьютор или продавец импортного продукта в случае, когда импортер неизвестен;

- дистрибьютор или продавец продукта в случае, когда невозможно установить импортера, если он в 30-дневный срок после подачи заявления не сообщил пострадавшему лицу об установлении импортера;

профессиональное мастерство – уровень специализированной компетенции и рассудительности, который коммерсант может разумно использовать по отношению к потребителям в соответствии с добросовестной коммерческой практикой и/или с общим принципом здравого смысла в области своей деятельности;

работа – совокупность действий, в результате которых получается продукт или изменяются его характеристики;

ремонт – приведение продукта в соответствие с договором купли-продажи в случае наличия несоответствия;

скрытый недостаток – качественный изъян продукта, услуги, который, хотя и существовал в момент поставки продукта, оказания услуги, не был известен потребителю и не мог быть обнаружен им обычными способами проверки;

совместимость – способность продуктов функционировать вместе с аппаратными или программными компонентами, которые обычно используются с продуктами данного типа, без необходимости в преобразовании продуктов либо аппаратных или программных компонентов;

срок годности – способность продуктов сохранять требуемые функции и характеристики при обычном использовании;

срок годности/дата минимального срока годности – период времени/дата, установленные производителем (хозяйствующим субъектом, производящим продукт), для непродовольственного продукта, кроме того, для которого установлен срок службы, в течение которого/до которого продукт должен сохранять первоначальные специфические характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения и использования;

срок службы – период времени, установленный производителем (хозяйствующим субъектом, который производит продукт), в течение которого продукты длительного пользования должны сохранять функциональные характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения и использования;

существенное искажение экономического подхода потребителей – использование коммерческой практики, существенно влияющей на способность потребителей принимать осознанное решение по делу и предопределяющей таким образом принятие коммерческого решения, которое в ином случае не было бы принято;

трансграничное нарушение – любое действие или бездействие, противоречащее законодательству по защите интересов потребителей, которое нанесло, наносит либо может нанести ущерб коллективным интересам потребителей, проживающих в государстве, отличном от государства, в котором происходит или происходило рассматриваемое действие либо бездействие, на территории которого считается учрежденным коммерсант, ответственный за данное действие либо бездействие, или в котором найдены доказательства либо активы коммерсанта, связанные с соответствующим действием или бездействием;

трансграничный спор – договорный спор, вытекающий из договора купли-продажи или договора об оказании услуг, в случае, когда место жительства потребителя в момент заказа продуктов либо услуг находится в государстве, отличном от того, в котором считается учрежденным коммерсант;

услуга – деятельность, иная, чем та, результатом которой является продукт, осуществляемая с целью удовлетворения потребностей потребителей;

ущерб – материальный и/или моральный вред, причиненный потребителю в результате разрушения, повреждения или уменьшения его имущества, а также вред, причиненный его жизни, здоровью и наследственности в результате употребления и/или использования несоответствующих продуктов, услуг либо вследствие отказа или необоснованного затягивания заключения договора об оказании услуги;

ущерб, нанесенный коллективным интересам потребителей, – фактический или потенциальный ущерб, нанесенный интересам определенного числа потребителей;

фальсифицированный (поддельный) продукт – продукт, изготовленный из иных компонентов, в иных пропорциях или в иных условиях, чем те, которые установлены в технических условиях, представляемый как подлинный;

хозяйствующий субъект – любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые производят, транспортируют, реализуют продукты или их составные части, оказывают услуги (выполняют работы);

цифровой контент – данные, которые производятся и поставляются в цифровом формате;

цифровая услуга:

– услуга, обеспечивающая для потребителя возможность создавать, обрабатывать, хранить в цифровом формате данные или получать к ним доступ; или

– услуга, обеспечивающая возможность обмена в цифровом формате данными, загруженными или созданными потребителем либо другими пользователями соответствующей услуги, или любого другого взаимодействия с этими данными;

экономический интерес – совокупность требований, выдвинутых потребителем продавцу, исполнителю, по бесплатному устранению недостатков, бесплатной замене или возврату стоимости несоответствующих продукта, услуги и возмещению причиненного ущерба, а также другие требования, связанные с материальным интересом потребителя.

Статья 2. Область применения

(1) Настоящий закон определяет общие требования по защите потребителей, обеспечению необходимых условий для их неограниченного доступа к продуктам и услугам, для полного информирования о главных характеристиках продуктов и услуг, защиты и обеспечения прав и законных интересов потребителей в связи с недобросовестными коммерческими практиками, а также для участия потребителей в обосновании и принятии решений, интересующих их в качестве потребителей.

(2) Настоящий закон применяется к определенным статьей 13 недобросовестным коммерческим практикам коммерсантов в отношении потребителей до, во время и после торговой сделки, связанной с продуктом, услугой.

(3) Настоящий закон регулирует аспекты, связанные с отдельными требованиями, относящимися к договорам купли-продажи, заключенным между продавцом и потребителем, в частности нормами соответствия продуктов договору, корректирующими мерами в случае несоответствия, способами применения соответствующих корректирующих мер, а также коммерческими гарантиями.

Для целей настоящего закона также считается договором купли-продажи договор между потребителем и продавцом о поставке продуктов, которые должны быть изготовлены или произведены, в том числе по спецификациям потребителя.

(4) Настоящий закон устанавливает аспекты, касающиеся условий, при которых органы власти, ответственные за применение нормативных актов о защите интересов потребителей, сотрудничают на трансграничном уровне, чтобы обеспечить соблюдение этих актов и бесперебойное функционирование внутреннего рынка и улучшить защиту экономических интересов потребителей.

(5) Настоящий закон применяется к цифровому контенту или цифровым услугам, которые встроены в продукты либо взаимосвязаны с ними в значении понятия продукта и поставляются вместе с продуктами, являющимся предметом договора купли-продажи, независимо от того, поставляется ли данный цифровой контент или цифровая услуга продавцом либо третьим лицом. При наличии сомнений относительно

того, является ли поставка встроенного или взаимосвязанного цифрового контента либо цифровой услуги частью договора купли-продажи, предполагается, что данный цифровой контент или цифровая услуга подпадает под действие договора купли-продажи.

(6) Настоящий закон устанавливает правовую базу для внесудебного разрешения споров по защите прав потребителей между потребителем и коммерсантом, относящихся к определенному продукту или услуге, путем вмешательства субъекта альтернативного разрешения споров, который предлагает либо предписывает сторонам принять определенное решение или организует их встречу с целью выработки дружественного решения.

(7) Глава IX применяется к субъектам, созданным в Республике Молдова, и к процедурам внесудебного разрешения внутренних и трансграничных споров по защите прав потребителей в части, касающейся договорных обязательств, вытекающих из договоров купли-продажи или договоров об оказании услуг.

(8) Настоящий закон не затрагивает:

a) законодательные положения, касающиеся аспектов здоровья потребителей и безопасности товаров;

b) законодательные положения, определяющие подсудность судебных инстанций;

c) законодательные положения, регулирующие опробование и клеймение изделий из драгоценных металлов;

d) специфические положения в определенных областях, относящиеся к недобросовестным коммерческим практикам. Если такие положения существуют в специальных законах, они применяются как дополнительные требования к предусмотренным настоящим законом, а в случае, если в специальных законах содержатся более ограничительные требования в отношении недобросовестных коммерческих практик, применяются указанные ограничительные требования;

e) специфические положения в отношении продовольственной продукции.

(9) Положения статей 17, 20, 22–24 не распространяются на:

a) бывшие в употреблении продукты, продаваемые на открытом аукционе, на котором потребители могут присутствовать лично;

b) продукты, продаваемые в результате конфискации в соответствии с процедурой принудительного исполнения или на основании иного судебного акта;

c) воду и природный газ, электроэнергию и тепловую энергию, которые не продаются в ограниченном объеме или установленном количестве;

d) договоры о купле-продаже живых животных;

e) материальные носители, которые служат исключительно в качестве носителя

цифрового контента;

f) продукты, продаваемые посредством принудительного исполнения или другим способом на основании закона;

g) договоры о поставке цифрового контента или цифровых услуг.

(10) Положения настоящего закона применяются соответственно к гаранту-потребителю (поручителю), если профессионал (кредитор) предъявляет требования к гаранту (поручителю), в той мере, в какой их применение не исключается в силу особенностей статуса поручителя.

[Ст.2 ч.(10) введена ЗП189 от 10.07.25, МО502-505/25.09.25 ст.652; в силу с 25.10.25]

Статья 3. Правовое регулирование отношений

в области защиты прав потребителей

(1) Отношения в области защиты прав потребителей регулируются настоящим законом, Гражданским кодексом, иными законами и другими нормативными актами в соответствующей области.

(2) Государственный контроль в области защиты прав потребителей в отношении лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, планируется, осуществляется, регистрируется и обжалуется в соответствии с положениями Закона о государственном контроле № 131/2012.

(3) Если положение настоящего закона вступает в противоречие с положением, предусмотренным в другом нормативном акте, и касается инициированной потребителем против коммерсанта внесудебной процедуры, преимущественную силу имеет положение настоящего закона, если настоящим законом не предусмотрено иное.

Статья 4. Международные соглашения

Если международными соглашениями, стороной которых является Республика Молдова, предусмотрены иные нормы, чем те, которые содержатся в национальном законодательстве о защите прав потребителей, применяются нормы международных соглашений.

Статья 5. Неправомерные условия

В соответствии с положениями Гражданского кодекса запрещается включение коммерсантами неправомерных условий в такого рода договоры.

Статья 6. Основные права потребителей

Каждый потребитель имеет право на:

a) защиту своих прав государством;

a[1]) защиту от дискриминации при доступе к товарам и услугам и при их предоставлении;

b) защиту от риска приобретения продукта, услуги, которые могут причинить вред его жизни, здоровью, наследственности или безопасности либо нанести ущерб его правам и законным интересам;

c) бесплатное устранение недостатков, бесплатную замену, возврат стоимости продукта, услуги или соответствующее уменьшение цены, возмещение ущерба, в том числе морального, причиненного несоответствующими продуктом, услугой;

d) неуплату стоимости услуги таксомоторной автотранспортной перевозки пассажиров, если водитель не выпустил или не выдал кассовый чек на бумаге и/или в электронной форме;

e) полную, достоверную и точную информацию о приобретаемых продуктах, услугах;

f) просвещение в области своих прав;

g) организацию в общественные объединения по защите прав потребителей;

h) обращение в органы публичной власти и представление своих интересов в них;

i) обращение в объединения по защите прав потребителей и органы публичной власти по поводу нарушения своих прав и законных интересов в качестве потребителя и представление предложений об улучшении качества продуктов, услуг.

Глава II

ЗАЩИТА ЖИЗНИ, ЗДОРОВЬЯ,

НАСЛЕДСТВЕННОСТИ

И БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья 7. Специфические требования по защите

жизни, здоровья, наследственности и

безопасности потребителя

(1) Правительство через органы центрального публичного управления устанавливает специфические нормы и регламенты по защите жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителей в следующих случаях:

a) производство, введение и/или предоставление на рынке, консервация, упаковка, этикетирование, манипулирование, транспортирование, хранение, подготовка к продаже и продажа продуктов;

b) поставка и использование продуктов, а также оказание услуг.

(2) Продукты, предоставляемые на рынке, должны сопровождаться сертификатами соответствия или декларациями о соответствии, другими документами согласно закону.

(3) Запрещаются производство, хранение, предоставление на рынке и реализация продуктов, оказание услуг, которые не соответствуют требованиям, предусмотренным в применяемых технических регламентах или нормативных актах, или которые в нормальных условиях их использования могут подвергнуть опасности жизнь, здоровье, наследственность и безопасность потребителей.

(4) Запрещаются производство, введение и/или предоставление на рынке хранение, выставление на продажу и реализация фальсифицированных (поддельных) продуктов.

(5) Запрещаются производство, предоставление на рынке хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг с нарушением установленных в нормативных актах требований.

(6) Запрещаются предоставление на рынке хранение, выставление на продажу и реализация продуктов, оказание услуг без маркировки соответствия SM или маркировки CE или декларации о соответствии, а также без документов о происхождении, если это предусмотрено законодательством, либо с незаконным использованием знака соответствия.

(7) Запрещается введение и/или предоставление на рынке и реализация непродовольственных продуктов с истекшим сроком годности/просроченной датой минимального срока годности.

(8) Запрещается изменение срока годности/даты минимального срока годности или минимального срока годности/конечной даты потребления, указанных на продукте, на этикетке, упаковке или в сопроводительных документах.

(9) Производитель обязан указать в сопроводительных документах к продукту, услуге, на этикетке или иным образом правила безопасного использования, хранения и транспортирования продукта, услуги, а продавец, исполнитель должен довести их до сведения потребителя.

Статья 8. Обязанности производителя

Производитель обязан:

a) вводить и/или предоставлять на рынке только безопасные продукты, которые соответствуют требованиям, установленным в нормативных и заявленных актах, и которые должны сопровождаться документами, подтверждающими соответствие, и другими документами согласно законодательству;

b) приостанавливать поставку, соответственно изымать с рынка или у потребителей продукты при установлении контролирующими органами или собственными специалистами того, что они не соответствуют установленным в

нормативных актах или заявленным требованиям либо могут причинить вред жизни, здоровью, наследственности и безопасности потребителей, если это является единственно возможной мерой для устранения выявленных несоответствий;

c) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

d) отвечать за причиненный несоответствующим продуктом ущерб в течение всего установленного срока службы или срока годности/на дату минимального срока годности или в течение минимального срока годности/на конечную дату потребления при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения, использования и потребления.

Статья 9. Обязанности продавца

Продавец обязан:

a) удостовериться в безопасности предлагаемых для продажи продуктов и их соответствии установленным в нормативных актах или заявленным требованиям;

b) не продавать продукты, в отношении которых располагает информацией о том, что они представляют опасность, или которые считаются опасными;

c) безотлагательно информировать органы надзора за рынком, а также соответствующего производителя о наличии на рынке продукта, который известен ему как опасный и/или фальсифицированный (поддельный);

d) изымать из продажи продукты при установлении контролирующими органами или собственными специалистами того, что они не соответствуют установленным в нормативных актах или заявленным требованиям либо могут причинить вред жизни, здоровью, наследственности и безопасности потребителей, если это является единственно возможной мерой для устранения выявленных несоответствий;

e) обеспечивать соблюдение технических условий, установленных производителем для продукта;

f) выдавать кассовый чек/налоговый документ, выпускаемый на бумажном носителе, или передавать в электронной форме на номер телефона или на указанный электронный адрес, в случае представления до момента оплаты потребителем данных о номере телефона или электронном адресе либо в рамках электронной системы или платформы менеджмента, или иной документ, подтверждающий факт покупки продукта, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) принимать, регистрировать и рассматривать жалобы потребителей;

h) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

i) отвечать за причиненный несоответствующим продуктом ущерб в течение всего установленного срока службы или срока годности/на дату минимального срока годности или в течение минимального срока годности/на конечную дату потребления при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения,

использования и потребления;

j) разрешать жалобы потребителей в течение срока, который не может превышать 14 календарных дней со дня информирования продавца потребителем о несоответствии продукта и передачи его продавцу или назначенному им лицу на основе документа передачи-приема;

k) не отказывать в продаже продуктов без обоснованных причин, которые доводятся до сведения потребителя.

Статья 10. Обязанности исполнителя

Исполнитель обязан:

a) использовать при оказании услуг только безопасные продукты и процессы, которые, если это предусмотрено законодательством, должны быть сертифицированы;

b) безотлагательно информировать компетентные органы, а также соответствующего производителя о наличии любого используемого при оказании услуги продукта, который известен ему как опасный и/или фальсифицированный (поддельный);

c) оказывать только услуги, не представляющие опасность для жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителей или их экономических интересов;

d) соблюдать установленные в нормативных актах или заявленные требования, а также предусмотренные договорами условия;

e) обеспечивать при оказании услуг соблюдение технических условий, установленных производителем для продуктов;

f) выдавать кассовый чек/налоговый документ, выпускаемый на бумажном носителе, или передавать в электронной форме на номер телефона или на указанный электронный адрес, в случае представления до момента оплаты потребителем данных о номере телефона или электронном адресе либо в рамках электронной системы или платформы менеджмента, или иной документ, подтверждающий факт предоставления услуги, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) обеспечить, в случае оказания услуги таксомоторной автотранспортной перевозки пассажиров, вывешивание на видном месте объявления следующего содержания: «В случае невыпуска и невыдачи кассового чека на бумаге и/или в электронной форме потребитель вправе не оплачивать поездку;

h) обеспечивать оказание услуги (в случае, когда услуга содержит разговорные или письменные текстовые элементы) в соответствии с частью (2) статьи 33;

i) принимать, регистрировать и рассматривать жалобы потребителей;

j) рассматривать жалобы потребителей в течение срока, который не может превышать 14 календарных дней со дня информирования поставщика потребителем о

несоответствии предоставленной услуги;

k) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

l) отвечать за причиненный несоответствующей оказанной услугой ущерб.

Статья 11. Обязанности хозяйствующих субъектов

по продуктам длительного пользования

Хозяйствующие субъекты, импортирующие и/или реализующие продукты длительного пользования и запасные части и детали к ним, обязаны заключать со специализированными предприятиями технического обслуживания и ремонта соответствующих продуктов договоры по техническому обслуживанию реализованных на территории страны продуктов в гарантийный и послегарантийный периоды. Предприятия-производители могут осуществлять ремонт и обслуживание продуктов длительного пользования самостоятельно.

Глава III

ЗАЩИТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ

ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 12. Специфические требования по защите

экономических интересов потребителей

(1) Правительство утверждает регламенты в целях предупреждения и борьбы с действиями, ущемляющими экономические интересы потребителей.

(2) Хозяйствующий субъект обязан вводить и/или предоставлять на рынке только продукты, которые соответствуют требованиям, установленным в нормативных или заявленных актах, и предоставлять коммунальные услуги только на основании договора, заключенного индивидуально с потребителями и/или их законными представителями, или на иной правовой основе.

(3) Продавец обязан по требованию потребителя представить доказательства проверки качества продукта, услуги, если таковые предусмотрены нормативными актами.

(4) Потребитель вправе требовать у продавца, исполнителя бесплатного устранения недостатков, бесплатной замены или соответствующего уменьшения цены либо возврата стоимости продукта, услуги посредством расторжения договора обратной силой на этот продукт, услугу, а также возмещения убытков, понесенных вследствие недостатков, обнаруженных в течение гарантийного срока или срока годности или на дату минимального срока годности, при условии соблюдения потребителем инструкций по установке, использованию и правил хранения, предусмотренных в сопроводительных документах.

(5) Потребитель может по истечении гарантийного срока требовать у продавца, исполнителя бесплатного устранения недостатков, бесплатной замены или соответствующего уменьшения цены либо возврата стоимости продукта, услуги посредством расторжения договора обратной силой на этот продукт, услугу, которые не могут быть использованы в целях, для которых они были проданы, вследствие скрытых недостатков, обнаруженных в течение срока службы.

(6) Исполнитель обязан использовать при оказании услуг, в том числе коммунальных, соответствующие узаконенные средства измерений, прошедшие метрологическую поверку в установленном порядке, согласно установленным в нормативных актах требованиям.

(7) Продавец обязан измерять продукты, предлагаемые потребителям, соответствующими собственными узаконенными средствами измерений, прошедшими метрологическую поверку в установленном порядке. Показания средств измерений должны быть ясно различимы и находиться на виду у потребителя.

Статья 13. Недобросовестные коммерческие

практики

(1) Запрещаются недобросовестные коммерческие практики.

(2) Коммерческая практика считается недобросовестной, если:

a) противоречит требованиям профессионального мастерства; и

b) искажает или способна существенно исказить экономический подход среднего потребителя, которого она затрагивает или на которого направлена, либо среднего члена какой-либо группы в случае, когда коммерческая практика направлена на определенную группу потребителей.

(3) Коммерческие практики, могущие существенно исказить экономический подход какой-либо четко определенной уязвимой группы потребителей, должны оцениваться исходя из среднего члена группы. Группа потребителей является преимущественно уязвимой в отношении данной практики или продукта, к которому эта практика относится, по причинам умственного или физического отклонения, возраста или доверчивости, и ее экономический подход может в пределах разумного прогнозироваться коммерсантом. Данное положение не касается обычных и законных рекламных практик, которые состоят из преувеличенных заявлений или заявлений, не предназначенных быть принятыми во внимание сами по себе.

(4) Недобросовестными коммерческими практиками, в частности, являются:

a) обманные в соответствии с положениями частей (5) – (14);

b) агрессивные в соответствии с положениями частей (15) – (17).

Указанные выше недобросовестные коммерческие практики не должны рассматриваться как исчерпывающие.

(5) Обманные коммерческие практики могут выражаться в обманных действиях или обманных опущениях.

(6) Коммерческая практика признается обманным действием в случае, если содержит ложную информацию либо любым иным образом, в том числе путем общего представления, вводит или способна ввести в заблуждение среднего потребителя и в любой ситуации заставляет или способна заставить потребителя принять коммерческое решение, которое в ином случае не было бы принято им, даже если эта информация на деле верна относительно одного или нескольких из перечисленных ниже элементов:

a) существование или сущность продукта;

b) главные характеристики продукта, такие как: наличие, преимущества, возможные предвидимые риски, производство, состав, аксессуары, послепродажные услуги и рассмотрение жалоб, способ и дата производства или оказания услуг, поставка, способность соответствовать цели, использование, количество, срок годности/дата минимального срока годности или минимальный срок годности/конечная дата потребления, спецификации, географическое или коммерческое происхождение, результаты, которые могут быть достигнуты при использовании, результаты и основные характеристики проведенных испытаний или контроля продукта;

c) степень вовлечения коммерсанта, мотивация коммерческой практики и характер процесса продажи, а также все декларации или все обозначения, побуждающие к спонсорству либо к прямой или косвенной поддержке коммерсанта или продукта;

d) цена или способ исчисления цены либо наличие специфической выгоды, относящейся к цене;

e) потребность в услуге, в какой-либо отдельной детали, замене или ремонте;

f) сущность, компетенция и права коммерсанта или его представителя, такие как: идентичность и имущество, квалификация, статус, разрешение на деятельность, аффилированность или связи, права в отношении интеллектуальной или коммерческой собственности либо полученные вознаграждения и награды;

g) права потребителя, включая право на ремонт, замену или возврат стоимости несоответствующих продукта, услуги, снижение цены вследствие расторжения договора в соответствии с положениями статей 20 и 21.

(7) Коммерческая практика также признается обманным действием в случае, если в контексте фактической ситуации и с учетом всех ее характеристик и обстоятельств побуждает или способна побудить среднего потребителя к принятию коммерческого решения, которое иначе не было бы принято, а также в случае, если влечет за собой:

a) любую коммерческую деятельность, касающуюся продукта, включая

сравнительную рекламу, создающую путаницу с другим продуктом, товарным знаком, наименованием или другими знаками различия конкурента;

b) несоблюдение коммерсантом обязанностей, предусмотренных кодексом поведения, который он обязался соблюдать, если:

- обязательство коммерсанта является не стремлением, а твердо принятым обязательством, которое можно проверить; и

- в рамках коммерческой практики коммерсант указывает, что он обязался соблюдать соответствующий кодекс;

c) любую деятельность по реализации определенного продукта на территории Республики Молдова как идентичного продукту, реализуемому в другом государстве, хотя соответствующий продукт имеет существенно отличающийся состав или характеристики, за исключением случая, когда это оправдано законными и объективными факторами.

(8) Коммерческая практика признается обманным опущением в случае, если в контексте фактической ситуации и с учетом всех ее характеристик и обстоятельств, а также пространственных и временных ограничений используемых для передачи информации коммуникационных средств опускает существенную информацию, которая, принимая во внимание контекст информации, необходима среднему потребителю для принятия коммерческого решения со знанием дела, и, следовательно, побуждает или способна побудить среднего потребителя к принятию коммерческого решения, которое в ином случае он не принял бы.

(9) Коммерческая практика также признается обманным опущением тогда, когда, учитывая предусмотренные частью (8) аспекты, коммерсант скрывает или представляет в неясном, неразборчивом, двусмысленном виде или не вовремя существенную информацию либо не указывает истинное коммерческое намерение, если таковое не вытекает уже из контекста информации, и когда в любом случае средний потребитель поддался побуждению или может поддаться побуждению принять коммерческое решение, которое в ином случае он не принял бы.

(10) В случае, если используемые для передачи коммерческих практик коммуникационные средства накладывают ограничения в пространстве или во времени, на этапе определения, является практика обманным опущением или нет, необходимо учитывать данные ограничения, а также любые принятые коммерсантом меры по предоставлению потребителю информации другими средствами.

(11) В случае покупательского приглашения существенной для признания коммерческих практик недобросовестными считается следующая информация, если она не вытекает уже из контекста:

a) основные характеристики продукта, учитывая используемое коммуникационное средство и продукт;

b) местонахождение и другие идентификационные данные коммерсанта, а в

случае, если он действует от имени другого коммерсанта, местонахождение и другие идентификационные данные последнего;

c) цена со всеми включенными в нее сборами или способ ее расчета, если цена не может быть предварительно разумно рассчитана, учитывая природу продукта; при необходимости также все дополнительные затраты на транспорт, поставку или почтовые сборы, а в случае, когда эти затраты не могут быть предварительно разумно рассчитаны, уточнение, что могут существовать дополнительные затраты, оплачиваемые потребителем;

d) способы оплаты, поставки, исполнения и разрешения жалоб, если таковые отличаются от требований профессионального мастерства;

e) указание права отказа или расторжения, если оно предусмотрено для продуктов и сделок;

f) для продуктов, предлагаемых на онлайн-рынках, – основанная на заявлении соответствующей третьей стороны в адрес провайдера онлайн-рынка информация о том, является ли коммерсантом третья сторона, предлагающая данные продукты.

(12) Если потребители могут искать предлагаемые различными коммерсантами или потребителями продукты, пользуясь поиском по ключевым словам, фразам или другим входным данным, существенной информацией считается независимо от места, где в конечном итоге заключаются сделки, общая информация, предоставленная в специальном разделе онлайн-интерфейса, к которому имеется непосредственный и удобный доступ со страницы, отображающей результаты поиска, а также информация об основных параметрах установления иерархии продуктов, представленных потребителю в результате проведенного поиска, и о сравнительной важности этих параметров при их соотнесении с другими параметрами. Положения настоящей части не применяются к провайдерам онлайновых поисковых систем.

(13) Если коммерсант предоставляет доступ к отзывам потребителей о продуктах, существенной считается информация, указывающая, гарантирует ли коммерсант, и если гарантирует, то каким образом, что опубликованные отзывы исходят от потребителей, которые действительно использовали или приобрели данный продукт.

(14) Признаются обманными в любой ситуации следующие коммерческие практики:

a) утверждение коммерсанта, что он является одной из сторон, подписавших кодекс поведения, в случае, когда он таковой не является;

b) афиширование какого-либо сертификата, знака качества или какого-либо их эквивалента, не имея на это соответствующего права;

c) утверждение, что какой-либо кодекс поведения был одобрен публичным или другим субъектом, в случае, если одобрение не имело места;

d) утверждение, что какой-либо коммерсант, в том числе его коммерческие

практики, или его товар был принят, одобрен или разрешен публичным либо частным субъектом, без наличия на то оснований или без соблюдения условий принятия, одобрения или разрешения;

e) распространение приглашения покупать продукты по определенной цене в случае, когда коммерсант не раскрывает в этом приглашении наличие благоразумных причин, на основании которых можно было бы определить, что он сам или посредством другого коммерсанта не сможет поставлять эти или подобные продукты по той же цене в течение разумного периода времени и в разумном количестве, принимая во внимание продукт, масштаб рекламы и предлагаемую цену;

f) распространение коммерсантом приглашения покупать продукты по определенной цене с целью продвижения подобного продукта, чтобы впоследствии можно было прибегнуть к одному из следующих действий: отказу предъявить продукт, являющийся предметом рекламы; отказу принять заказ на соответствующий продукт или доставить его в разумный срок; представлению бракованной партии продукта;

g) ложное утверждение о том, что какой-либо продукт будет в наличии только в очень ограниченный период времени или будет в наличии лишь при определенных условиях в очень ограниченный период времени, в целях получения немедленного решения и лишения потребителей других возможностей либо достаточного срока для осуществления осознанного выбора;

h) обязательство коммерсанта предоставить потребителям определенную послепродажную услугу без четкого информирования их до заключения сделки о языке, на котором предоставляется услуга, в случае, если коммерсант общался с потребителем до заключения сделки на языке, не являющемся официальным языком государства, в котором предоставляется услуга;

i) утверждение или создание впечатления, что какой-либо продукт может быть реализован на законных основаниях, в случае, когда это является невозможным;

j) представление законных прав потребителей в качестве прав, предоставляемых исключительно предложением коммерсанта;

k) использование издательского контекста в средствах массовой информации для продвижения какого-либо продукта с оплатой коммерсантом рекламы, но без четкого обозначения таковой в содержании или посредством изобразительно-звукового оформления, легко определяемого потребителем (скрытая реклама);

l) распространение безосновательных утверждений о сущности и масштабе риска для личной безопасности потребителя или безопасности его семьи в случае неприобретения потребителем продукта;

m) продвижение коммерсантом с намерением ввести в заблуждение потребителя какого-либо продукта, подобного другому продукту, изготовляемому определенным производителем, таким образом, чтобы потребитель поверил, что продукт изготовлен данным производителем;

n) создание, оперирование или продвижение промоциональной системы, основанной на пирамидальной схеме, которую потребитель принимает во внимание из-за возможности получить вознаграждение за привлечение в эту систему другого потребителя, а не за продажу или потребление продуктов;

o) утверждение коммерсанта о завершении своей деятельности или о своем обосновании в другом месте, когда это является неправдой;

p) утверждение, что какой-либо продукт способен увеличить шансы выигрыша в азартных играх;

q) необоснованное утверждение, что продукт способен вылечить болезни, устранить дисфункции или опухоли;

r) передача неточных сведений о предоставляемых рынком условиях или о возможности приобретения продукта с намерением побудить потребителя приобрести продукт в менее благоприятных условиях, нежели в нормальных условиях рынка;

s) утверждение в рамках коммерческой практики о проведении конкурса или предоставлении премии в целях продвижения продукта без предоставления обещанной премии либо ее разумного эквивалента;

t) описание какого-либо продукта как “бесплатного”, “без дополнительных затрат” или с использованием аналогичного понятия в случае, когда потребитель должен будет нести и другие затраты, помимо неизбежных затрат, обусловленных коммерческой практикой, в том числе затраты на поставку или получение продукта;

u) включение в рекламные материалы накладной или аналогичного платежного документа, создающего впечатление, что потребитель уже заказал продвигаемый продукт, в то время как фактически он его не заказывал;

v) ложное утверждение или создание впечатления, что действия коммерсанта не связаны с его коммерческой, промышленной, производственной или кустарной деятельностью, либо ложное представление себя в качестве потребителя;

w) создание ложного впечатления о том, что послепродажными услугами в отношении продукта можно располагать в другой стране, нежели та, в которой был продан товар;

x) отображение результатов в ответ на выполненный потребителем онлайн-поиск, без однозначного указания на наличие любой проплаченной рекламы или любого рода оплаты за обеспечение размещения на более высокой позиции в иерархии продуктов в результатах поиска;

y) перепродажа билетов потребителям, если коммерсант приобрел их с применением автоматизированных средств для обхода какого-либо ограничения, налагаемого на количество билетов, разрешенное к покупке одним лицом, или любого другого правила, применяемого к приобретению билетов;

z) утверждение о том, что отзывы о каком-либо продукте исходят от потребителей, которые действительно использовали или приобрели данный продукт, без принятия разумных и пропорциональных мер для проверки того, что такие отзывы исходят от соответствующих потребителей;

aa) выдача сфабрикованных отзывов или рекомендаций за исходящие от потребителей либо поручение другому юридическому или физическому лицу осуществлять такую выдачу, или обманное представление отзывов либо рекомендаций потребителей на платформах социальных сетей для целей продвижения определенных продуктов.

(15) Коммерческая практика признается агрессивной, если в реальной ситуации с учетом всех ее характеристик и обстоятельств существенно ограничивает или способна ограничить свободу выбора или подход среднего потребителя в отношении продукта путем домогательства, принуждения, включая применение физической силы или необоснованного воздействия, и, следовательно, побуждает или способна побудить потребителя к принятию коммерческого решения, которое в ином случае он не принял бы.

(16) Чтобы определить, прибегает ли коммерческая практика к домогательству, принуждению, включая физическую силу или необоснованное воздействие, принимаются во внимание:

a) время, место осуществления, сущность и/или продолжительность коммерческой практики;

b) применение угроз, противозаконной лексики или поведения;

c) сознательное использование коммерсантом сложной ситуации или особо тяжелых обстоятельств, влияющих на способность среднего потребителя рассуждать, с целью влияния на принятие потребителем решения в отношении продукта;

d) любое обременительное или несоразмерное препятствие, не предусмотренное договором, навязываемое коммерсантом в случае, когда потребитель желает реализовать свои договорные права, включая право расторгнуть договор или обменять товар либо обратиться к другому коммерсанту;

e) любая угроза принятия мер в ситуации, когда таковые в соответствии с законом не могут быть приняты.

(17) Признаются агрессивными в любой ситуации следующие коммерческие практики:

a) создание у потребителя впечатления, что он не может покинуть местонахождение коммерсанта, пока не будет заключен с ним договор;

b) личные посещения жилья потребителя с игнорированием при этом пожеланий последнего уйти или не приходить более, за исключением случаев, когда законодательством допускаются такие посещения в установленных пределах в целях

исполнения договорного обязательства;

c) выражение настойчивого и неугодного требования посредством телефона, факса, электронной почты или других средств коммуникации на расстоянии, за исключением случаев, когда законодательством допускается выражение требования путем использования указанных средств в установленных пределах в целях исполнения договорного обязательства;

d) требование от потребителя, намеренного предъявить к исполнению страховой полис, представления документов, которые не могут считаться разумно необходимыми для установления законности претензии, либо систематическое замалчивание ответа на настойчиво поступающую корреспонденцию с целью побудить потребителя отказаться от осуществления своих договорных прав;

e) включение в рекламу прямого призыва к несовершеннолетним покупать продвигаемые продукты либо убеждать своих родителей или других взрослых покупать таковые;

f) требование незамедлительной или последующей платы за продукт, доставленный коммерсантом, но не заказанный потребителем, либо требование возврата или хранения продукта в надежных условиях (незапрашиваемая продажа);

[Ст.13 ч.(17), пкт.f) в редакции ЗП189 от 10.07.25, МО502-505/25.09.25 ст.652; в силу с 25.10.25]

g) четкое информирование потребителя о том, что в случае, если он не купит продукт или услугу, коммерсант рискует потерять работу или средства к существованию;

h) создание у потребителя ложного впечатления, что он уже выиграл, выиграет или выиграет, если выполнит определенные условия, премию либо получит другую аналогичную выгоду, тогда как в действительности не существует никакой премии или другой аналогичной выгоды либо получение премии или другой аналогичной выгоды обусловлено внесением определенной суммы денег или оплатой стоимости потребителем.

Статья 14. Компетенция и право обращения

в связи с недобросовестными

коммерческими практиками

(1) В целях прекращения и пресечения недобросовестных коммерческих практик лица или органы, которые в соответствии с законодательством имеют законный интерес, могут:

a) предъявить иск в судебную инстанцию;

b) обратиться в контролирующий орган в области защиты прав потребителей согласно сфере компетенции в целях принятия им соответствующего решения или

предъявления судебных исков против коммерсантов, осуществлявших или способных осуществлять недобросовестные коммерческие практики.

(2) В случае несогласия с содержанием обращения коммерсанты должны представить доказательства некорректности приведенных в обращении утверждений в связи с осуществляемой ими коммерческой практикой и обязаны по требованию судебных инстанций или контролирующего органа в области защиты прав потребителей согласно сфере компетенции предоставить им документы, подтверждающие необоснованность утверждений.

(3) В случае, если предусмотренные частью (2) документы не представлены в разумный, но не превышающий 15 календарных дней срок и/или если представленные документы признаются недостаточными, приведенные в обращении утверждения считаются обоснованными.

(4) Конкурирующие коммерсанты могут информировать Совет по конкуренции о недобросовестных коммерческих практиках или предъявлять в судебные инстанции иски в отношении коммерсантов, осуществлявших или способных осуществлять недобросовестные коммерческие практики.

Статья 15. Ответственность и санкции

за использование недобросовестных

коммерческих практик

(1) Учитывая все касающиеся дела интересы и особенно общественные интересы, компетентные судебные инстанции или контролирующий орган в области защиты прав потребителей согласно сфере компетенции:

a) распоряжаются о прекращении или инициировании соответствующих законных процедур по прекращению недобросовестных коммерческих практик в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях;

b) распоряжаются о запрещении или инициировании соответствующих законных процедур по запрещению недобросовестных коммерческих практик, даже если они еще фактически не применялись, но это является неизбежным, в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях;

c) запрашивают предоставление Координационным советом по телевидению и радио в течение пяти рабочих дней идентификационных данных физических или юридических лиц, причастных к телерадиорекламе, признанной недобросовестной коммерческой практикой, а также копии распространенного рекламного материала.

(2) В случае, когда в целях устранения последствий недобросовестных коммерческих практик предписаны их прекращение или запрет, а постановление/решение соответствующего органа вступило в законную силу, инстанция, вынесшая окончательное судебное решение, или контролирующий орган в

области защиты прав потребителей согласно сфере компетенции может потребовать от коммерсанта:

a) частичное или полное опубликование постановления/решения в приемлемой форме;

b) опубликование дополнительного сообщения о принятых мерах.

(3) Опубликование в соответствии с частью (2) осуществляется во всех случаях в широко распространяемой газете за счет коммерсанта.

(4) Настоящий закон не исключает контроль со стороны ответственных за кодекс поведения, осуществляемый в соответствии с его требованиями, которые коммерсанты обязались выполнять.

(5) Осуществление контроля, предусмотренного частью (4), не исключает и не ограничивает право потребителей, общественных объединений потребителей или право конкурентов обратиться к ответственному за кодекс поведения, а также право потребителей или общественных объединений потребителей обратиться в компетентный орган в области защиты прав потребителей согласно сфере компетенции или в компетентную судебную инстанцию.

(6) Для потребителей, пострадавших от недобросовестных коммерческих практик, обеспечиваются соразмерные и эффективные восстановительные меры, включая снижение цены или возврат стоимости продукта путем расторжения договора, а также возмещение понесенного ущерба.

(7) При применении восстановительных мер учитывается следующее:

a) степень серьезности и характер недобросовестной коммерческой практики;

b) ущерб, понесенный потребителем.

(8) Меры, предусмотренные в части (6), не препятствуют применению других восстановительных мер, имеющихся в распоряжении потребителей, например, относящихся к договорам купли-продажи продуктов и договорам о предоставлении цифрового контента и цифровых услуг.

(9) При назначении наказаний за правонарушения органами, наделенными функциями контроля в области защиты прав потребителей, учитываются следующие критерии:

a) характер нарушения, степень его серьезности, масштаб и длительность;

b) любое действие, предпринятое коммерсантом для смягчения или устранения ущерба, понесенного потребителем;

c) любое нарушение, совершенное ранее коммерсантом;

d) финансовые выгоды, полученные коммерсантом за счет совершения

нарушения, или убытки, которых ему удалось избежать в результате его совершения, если доступны такие данные;

e) наказания, назначенные коммерсанту за это же нарушение на трансграничном уровне;

f) другие отягчающие или смягчающие обстоятельства в каждом отдельном случае.

Статья 16. Заключение договоров

Потребитель при заключении договоров имеет следующие права:

a) свобода в принятии решения о приобретении продукта, услуги без навязывания в договоре неправомерных условий или условий, позволяющих использовать недобросовестные коммерческие практики при продаже, которые могут повлиять на его выбор;

b) ясное и четкое изложение условий договора, в том числе содержащих главные характеристики и гарантийные условия, точное указание цены или тарифа, а также установление конкретных условий кредита и процентов;

c) предварительное ознакомление с текстом договора, который он намерен заключить;

d) освобождение от оплаты продуктов, услуг, которые не были заказаны;

e) возмещение убытков вследствие вреда, причиненного продуктами, услугами, не соответствующими установленным в нормативных актах или заявленным требованиям либо условиям договора;

f) необходимое техническое обслуживание и обеспечение запасными частями на весь срок службы продукта, установленный в нормативных актах или заявленный производителем либо определенный сторонами;

g) оплата приобретаемых продукта, услуги в размере заранее установленной точной суммы; увеличение первоначальной цены допускается только с согласия потребителя.

Статья 17. Соответствие продуктов спецификациям,

содержащимся в договоре купли-продажи

(1) Продавец обязан поставлять продукты потребителю в соответствии с договором купли-продажи.

(2) Для целей соответствия договору купли-продажи продукты должны, в частности, выполнять следующие субъективные требования по соответствию:

a) соответствуют описанию, типу, количеству и качеству и обладают

функциональностью, совместимостью, интероперабельностью и другими характеристиками, предусмотренными в договоре купли-продажи;

b) соответствуют определенной цели, затребованной потребителем, о которой потребитель сообщил продавцу не позднее, чем в момент заключения договора, а продавец это подтвердил;

c) поставляются вместе со всеми предусмотренными договором принадлежностями и инструкциями, включая инструкции по установке;

d) обеспечиваются обновлениями в соответствии с положениями договора купли-продажи.

(3) В дополнение к соблюдению субъективных требований по соответствию, продукты должны выполнять следующие объективные требования по соответствию:

a) являются пригодными для использования в целях, в которых обычно используются продукты того же типа, с учетом действующих регламентов, технических стандартов или, при отсутствии таковых, отраслевых сводов правил, применяемых в данном секторе;

b) в зависимости от случая обладают качеством и соответствуют описанию образца или модели, которые продавец предоставил потребителю до заключения договора;

c) если это применимо, поставляются с принадлежностями, включая упаковку, инструкции по установке или другие инструкции, на получение которых потребитель может обоснованно рассчитывать;

d) соответствуют количеству и обладают качествами и другими характеристиками, включая срок годности, функциональность, совместимость и безопасность, которые являются обычными для продуктов того же типа и которых потребитель может обоснованно ожидать, учитывая характер продуктов и принимая во внимание любые публичные заявления, сделанные продавцом или от его имени либо другими лицами, стоящими выше в цепочке сделок, включая производителя, в основном в рекламных материалах или на этикетке.

(4) Не считается несоответствием в смысле настоящей статьи, если во время заключения договора купли-продажи потребитель знал или обоснованно не мог не знать о наличии несоответствия, если потребителем изначально были представлены некачественные материалы.

(5) Продавец не будет считаться ответственным за публичные заявления, указанные в пункте d) части (2), в случаях, если он представит доказательства того, что:

a) он не знал и обоснованно не мог знать о соответствующем заявлении;

b) ко времени заключения договора купли-продажи заявление было исправлено;

или

c) данное заявление не могло повлиять на решение о покупке продукта.

(6) Любое наличие несоответствия, являющееся результатом неправильной установки продукта, должно приравниваться к несоответствию продукта, если установка является частью договора купли-продажи и продукт был установлен продавцом или под его ответственность.

(7) Положения части (6) применяются и в случае, если продукт, предназначенный к установке потребителем, установлен самим потребителем, а неправильная установка является причиной недостатка руководства по установке, предоставленного продавцом или, в случае продуктов с цифровыми элементами, продавцом либо поставщиком цифрового контента или цифровой услуги.

(8) В случае продуктов с цифровыми элементами продавец обязан удостовериться в том, что потребитель проинформирован об обновлениях и что они ему поставляются, в том числе обновления безопасности, которые необходимы для сохранения соответствия этих продуктов в течение периода:

a) в продолжение которого потребитель может обоснованно этого ожидать, учитывая тип и назначение продуктов и цифровых элементов и принимая во внимание обстоятельства и характер договора, если договор купли-продажи предусматривает однократную поставку цифрового контента или цифровой услуги; или

b) указанного в частях (16) и (17) статьи 23, в случае, когда договор купли-продажи предусматривает непрерывную поставку цифрового контента или цифровой услуги в течение определенного периода.

(9) Если потребитель не устанавливает в разумный срок обновления, поставленные в соответствии с частью (8), продавец не несет ответственности за любое несоответствие, вызванное исключительно отсутствием соответствующего обновления, при условии, что:

a) продавец проинформировал потребителя о доступности обновления и последствиях его неустановки потребителем; и

b) неустановка или неправильная установка обновления потребителем не была вызвана недостатками в предоставленных потребителю инструкциях по установке.

(9) Несоответствие в значении части (3) или (8) не считается имеющим место, если в момент заключения договора купли-продажи потребитель был исчерпывающе проинформирован о том, что определенная характеристика продуктов отклоняется от объективных требований по соответствию, установленных в части (3) или (8), и однозначно и особо заявил о своем согласии с таким отклонением в момент заключения договора купли-продажи.

Статья 18. Права третьих лиц

Если ограничение, являющееся следствием нарушения какого-либо права третьей стороны, в частности права интеллектуальной собственности, препятствует или ограничивает использование продуктов в соответствии с частями (2), (3), (5) и (8)–(10) статьи 17, потребитель имеет право на корректирующие меры в случае несоответствия, предусмотренного в статье 20, за исключением случая, когда положения Гражданского кодекса предусматривают в таких случаях недействительность или прекращение действия договора купли-продажи.

Статья 19. Установление срока службы,

срока годности, гарантийного

срока

(1) Производитель, исполнитель обязаны установить срок службы продукта длительного пользования, в том числе комплектующих изделий и деталей, которые по истечении определенного периода времени могут представлять опасность для жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителя либо причинить ущерб его имуществу или окружающей среде.

(2) Производитель обязан установить срок годности/дату минимального срока годности для непродовольственных продуктов, кроме тех, для которых установлен срок службы, которые по истечении определенного периода времени могут представлять опасность для жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителя либо причинить ущерб его имуществу или окружающей среде.

(3) Продавец не может установить более короткий срок гарантии, чем тот, который установлен производителем.

(4) В случае если производитель не установил гарантийный срок на продукт длительного пользования потребители пользуются правами, предусмотренными частью (2) статьи 20, если несоответствия выявляются в течение двух лет со дня поставки продукта.

(5) Продавец, производитель обязаны обеспечить возможность использования продуктов длительного пользования в течение всего срока службы. В этих целях они обязаны обеспечить ремонт и техническое обслуживание этих продуктов, а также наличие запасных частей и деталей в необходимом объеме и ассортименте в течение всего срока службы, а при отсутствии такового – в течение 10 лет со дня продажи. Если день продажи не может быть установлен, срок исчисляется со дня изготовления.

(6) Продавец продукта длительного пользования в случае прекращения своей деятельности в данной области обязан передать свои обязанности по обеспечению возможности использования продуктов длительного пользования на протяжении всего периода эксплуатации другому физическому или юридическому лицу, которое становится его преемником.

Статья 20. Права потребителя в случае наличия

несоответствия продукта

(1) Продавец несет ответственность перед потребителем за любое проявление несоответствия после поставки продукта. Положения настоящей части также применяются к продуктам с цифровыми элементами.

(2) В случае наличия несоответствия потребитель вправе требовать от продавца приведение продукта в соответствие бесплатно путем ремонта или замены, в соответствии с частями (3)–(15), или соразмерное уменьшение цены либо возврата стоимости данного продукта путем расторжения договора обратной силой согласно частям (17)–(19) и (23).

(3) Потребитель вправе по своему усмотрению требовать от продавца в первую очередь ремонта продукта или его замену, каждый раз бесплатно, за исключением случаев, если соответствующая восстановительная мера несоразмерна или невозможна.

(4) Предусмотренное частями (2) и (3) понятие «бесплатно» относится ко всем расходам, необходимым для приведения в соответствие продукта, включая почтовые и транспортные расходы, расходы на манипулирование, диагностику, экспертизу, демонтаж, монтаж, затраченный ручной труд, использованные материалы и упаковку.

В случае продуктов весом более 10 кг или высота и окружность которых превышает в сумме 200 см, доставка к продавцу для ремонта, замены, уценки и возврат стоимости таких продуктов потребителю осуществляются силами и за счет средств продавца, к которому обратился потребитель, в пределах населенного пункта, в котором находится магазин, где был приобретен продукт, а также по месту жительства потребителя.

В случае неисполнения продавцом/изготовителем данного положения доставка и возврат продуктов могут быть осуществлены потребителем за счет продавца/производителя. Продавец/производитель возмещает разумные затраты на доставку и возврат товаров на основании подтверждающих документов, представленных потребителем.

(5) Восстановительная мера считается несоразмерной, если накладывает на продавца нецелесообразные по сравнению с другой восстановительной мерой расходы, принимая во внимание:

a) стоимость продукта без наличия несоответствия;

b) значительность наличия несоответствия;

c) возможность применения другой восстановительной меры без причинения существенных неудобств потребителю;

d) повторное проявление несоответствия в продукте после проведения ремонта.

(6) Восстановительная мера считается невозможной, если продавец не может

обеспечить идентичные продукты для замены или запасные части для ремонта, в том числе в случае отсутствия оборудования или связанных с ним технологий.

(7) Продавец может отказать в приведении продуктов в соответствие, если ремонт или замена невозможны либо повлекут за собой расходы, являющиеся несоразмерными с учетом всех обстоятельств, в том числе указанных в пунктах a) и b) части (5).

(8) Любой ремонт или замена продукта производится в пределах разумного срока, письменно согласованного между продавцом и потребителем, без причинения существенных неудобств потребителю, учитывая свойства продукта и цель, для которой продукт необходим потребителю. Установленный срок не должен превышать 14 календарных дней со дня информирования продавца потребителем о наличии несоответствия продукта и его передачи продавцу или назначенному им лицу на основании документа о передаче-приеме. Этот срок может быть продлен с согласия потребителя не более чем на 14 дней в случае, если для ремонта или замены товаров требуется ввоз деталей или аналогичных товаров.

(9) В случае ремонта продукта в него закладываются только новые запасные части.

(10) Если для ремонта требуется демонтаж продуктов, которые были установлены в соответствующем их характеру и назначению порядке до констатации несоответствия, или если эти продукты подлежат замене, обязательство отремонтировать либо заменить продукты включает демонтаж несоответствующих продуктов и установку продуктов, предназначенных для замены, или отремонтированных продуктов либо оплату расходов по демонтажу и установке.

(11) В случае удержания продукта с целью ремонта или замены продавец обязан выдать потребителю письменное подтверждение, в котором указаны его идентификационные данные и идентификационные элементы удержанного продукта, а также срок разрешения жалобы.

(12) В случае если потребитель требует от продавца замены несоответствующего продукта на аналогичный продукт другой модели, производится соответствующий перерасчет стоимости.

(13) Потребитель не обязан платить за обычное использование заменяемых продуктов в период, предшествующий их замене.

(14) В случае если на момент обращения потребителя хозяйствующий субъект не располагает аналогичным возвращаемому продуктом, потребитель вправе требовать возврата стоимости продукта, а продавец обязан принять продукт и возвратить внесенную за него плату.

(15) В случае если вместо устранения несоответствия продавец предлагает соответствующий продукт или возвращает стоимость товара, он может потребовать от покупателя возврата продукта с несоответствием согласно правилам о последствиях расторжения договора обратной силой.

(16) Потребитель не может требовать замены продукта из категории бывших в употреблении продуктов.

(17) Потребитель может требовать соразмерного уменьшения цены или возврата стоимости продукта посредством расторжения договора в любом из следующих случаев:

a) продавец не закончил ремонт или замену либо по обстоятельствам не закончил ремонт или замену согласно частям (3) и (8);

b) продавец отказался привести продукты в соответствие согласно условиям части (7);

c) констатируется все то же несоответствие несмотря на усилия продавца по его устранению;

d) несоответствие является настолько серьезным, что оправдывает уменьшение цены или право на немедленное прекращение действия договора купли-продажи;

e) продавец заявил, что не сможет привести продукты в соответствие в разумный срок или без значительных неудобств для потребителя, либо это очевидно из обстоятельств дела.

(18) Цена уменьшается пропорционально уменьшению стоимости полученных потребителем продуктов по сравнению со стоимостью, которую имели бы продукты в случае их соответствия требованиям. Величина уменьшения цены на несоответствующие продукты определяется по обоюдному согласию сторон (продавца и потребителя).

(19) Потребитель не вправе требовать возвращения стоимости продукта путем расторжения договора обратной силой, если несоответствие незначительно. Считается, что несоответствие незначительно, если оно имеет незначительное влияние на возможность использования продукта. Обязанность доказывания незначительности несоответствия возлагается на продавца.

(20) Потребитель осуществляет свое право на расторжение договора купли-продажи путем направления заявления продавцу.

(21) В отношении пищевых и фармацевтических продуктов, не соответствующих установленным в нормативных актах или заявленным требованиям, продавец обязан по требованию и выбору потребителя заменить их либо возвратить их стоимость.

(22) Продавец, исполнитель имеют те же обязанности по замененным продукту, услуге, что и по первоначально проданному продукту, оказанной услуге.

(23) В случае устранения недостатков, возникших не по вине потребителя в течение гарантийного срока, соразмерное снижение цены или возврат стоимости продукта производятся продавцом безоговорочно в срок не более 14 календарных дней со дня подачи потребителем жалобы или в установленный договором срок в

соответствии с условиями, указанными в частях (17)–(21).

(24) В случае электробытовых приборов, по предъявлении потребителем в пределах разумного требования согласно положениям части (2), продавец обязан в трехдневный срок бесплатно предоставить на период устранения недостатков аналогичный продукт с покрытием транспортных расходов.

(25) В случае выявления недостатков в некоторых продуктах, являющихся отдельными элементами разных наборов, гарнитуров, имеющих свои гарантийные сроки, потребитель вправе предъявить одно из требований, предусмотренных частью (2), в отношении как гарнитуры, набора в целом, так и в отношении отдельных частей, имеющих недостатки.

(26) Если несоответствие относится только к некоторым из продуктов, поставленных на основании договора купли-продажи, и имеется основание для расторжения договора купли-продажи на основании части (17), потребитель может добиться расторжения договора купли-продажи только в отношении соответствующих продуктов, а также любых других продуктов, которые потребитель приобрел вместе с несоответствующими продуктами, если нельзя обоснованно ожидать, что потребитель согласится оставить себе только соответствующие продукты.

(27) Если потребитель добивается расторжения договора купли-продажи в целом или в соответствии с частью (26) в отношении некоторых из продуктов, поставленных на основании договора купли-продажи:

a) потребитель возвращает продукты продавцу за счет продавца; и

b) продавец возмещает потребителю цену, уплаченную за продукты, при получении продуктов или представленного потребителем доказательства возврата продуктов.

(28) Потребитель имеет право приостановить выплату оставшейся невыплаченной части цены продукта или части этой части до тех пор, пока продавец не выполнит обязательства, возложенные на него в соответствии с настоящим законом.

Статья 21. Права потребителя при несоответствии

предоставленной услуги

(1) В случае выявления недостатков во время оказания или приемки услуги в течение гарантийного срока, бесплатное устранение недостатков, возникших не по вине потребителя, их бесплатная замена в соответствии с положениями части (4) статьи 20, соответствующее уменьшение цены или возврат стоимости производятся исполнителем в срок не более 14 календарных дней со дня подачи потребителем жалобы или в установленный договором срок.

(2) Исполнитель обеспечивает все операции и несет все расходы по устранению выявленных недостатков, замене продуктов, использованных при оказании соответствующих услуг, включая транспортные расходы, расходы на манипулирование,

диагностику, экспертизу, демонтаж, монтаж и упаковку, либо по возврату стоимости несоответствующих услуг в течение гарантийного срока.

(3) Потребитель вправе в любое время расторгнуть договор об оказании услуги надлежащего качества при условии уплаты исполнителю части цены, пропорциональной части услуги, оказанной до получения исполнителем уведомления о расторжении договора, если договором не предусмотрено иное.

Статья 22. Регрессный иск

Если продавец отвечает перед потребителем за несоответствие, вызванное действием или бездействием, включая необеспечение поставки обновлений для продуктов с цифровыми элементами в соответствии с частью (8) статьи 17, допущенным производителем или хозяйствующим субъектом, стоящим на предшествующих этапах цепочки сделок, продавец имеет право требовать принятия корректирующих мер от лица или лиц, на которых возлагается ответственность в цепочке сделок.

Статья 23. Сроки

(1) Продавец отвечает перед потребителем за любое несоответствие, существующее в момент поставки продукта и/или услуги, констатированное в течение двух лет с даты поставки.

Если продавец установил больший срок коммерческой гарантии, чем установленный для правовой гарантии соответствия двухлетний срок, предусмотренная статьей 20 ответственность продавца наступает при выявлении несоответствия в течение предоставленного срока коммерческой гарантии.

(2) Для продуктов, срок службы которых составляет менее двух лет, указанный в части (1) срок сокращается до данного срока.

(3) Для продуктов, кроме тех, которые предназначены для длительного пользования, ответственность продавца наступает при выявлении несоответствия продукта в течение 30 дней с даты его продажи.

(4) В случае продуктов секонд-хэнд продавец и потребитель могут прийти к согласию о договорных условиях или соглашениях, предусматривающих период договорной ответственности или срок исковой давности, сокращенный по сравнению с указанным в частях (1), (2), (16) и (17), при условии, что продолжительность таких сокращенных периодов или сроков будет составлять не менее одного года.

(5) Потребитель должен сообщить продавцу о несоответствии продукта в течение не более двух месяцев со дня его выявления.

(6) Любое несоответствие, констатированное в течение одного года с даты поставки продуктов, предполагается существовавшим в момент поставки продуктов, пока не будет доказано обратное, или за исключением случаев, когда такое предположение несовместимо с характером продуктов либо характером

несоответствия.

(7) Положения части (6) применяются также к продуктам с цифровыми элементами.

(8) В случае продуктов с цифровыми элементами, для которых договор купли-продажи предусматривает непрерывную поставку цифрового контента или цифровых услуг в течение определенного периода, бремя доказывания соответствия цифрового контента либо цифровой услуги в течение периода, указанного в частях (16) и (17), возлагается на продавца в случае несоответствия, констатированного на протяжении периода, указанного в соответствующих частях.

(9) При устранении недостатков путем замены комплектующих или составных частей продукта с установленными гарантийными сроками, гарантийный срок для новых комплектующих или составных частей исчисляется со дня выдачи потребителю отремонтированного продукта.

(10) На сезонные продукты (обувь, швейные изделия, изделия из меха и т.д.), приобретенные до начала соответствующего сезона, гарантийные сроки исчисляются с начала сезона: для зимнего периода – с 1 октября, для летнего периода – с 1 апреля, ответственность продавца наступает в соответствии с положениями части (3).

(11) Дата приобретения продукта устанавливается на основе кассового чека или любого другого документа, подтверждающего покупку продукта, либо иными способами доказывания (включая показания свидетелей), позволяющими установить дату и место покупки.

(12) Гарантийный срок продлевается на период времени, в течение которого продукт не использовался по причине устранения недостатков. Течение гарантийного срока приостанавливается с момента обращения к продавцу и до приведения продукта в надлежащее рабочее состояние.

(13) В случае выявления скрытых недостатков по истечении гарантийного срока, установленный частями (8) и (23) статьи 20 срок исчисляется со дня завершения технической экспертизы, проведенной в соответствии с частями (3) и (5) статьи 25.

(14) При оказании услуг по ремонту продуктов длительного пользования в послегарантийный период минимальный гарантийный срок составляет шесть месяцев.

(15) Продукты длительного пользования, поврежденные по причинам, не относящимся к потребителю, в течение периода, предусмотренного частями (1)–(4), или в течение гарантийного срока, установленного в соответствии с пунктом b) части (5) статьи 24, в случае если они не могут быть отремонтированы или когда кумулятивная продолжительность нефункционирования из-за возникших недостатков превышает 10% данного периода, по требованию потребителя они заменяются продавцом, а если не могут быть заменены, продавец возвращает потребителю стоимость соответствующего продукта.

(16) В случае продуктов с цифровыми элементами, для которых договором купли-

продажи предусмотрена непрерывная поставка цифрового контента или цифровых услуг в течение определенного периода, продавец отвечает также за любое несоответствие цифрового контента или цифровой услуги, возникшее или констатированное в течение двух лет с момента поставки продуктов с цифровыми элементами.

(17) Если договор предусматривает непрерывную поставку в течение периода свыше двух лет, продавец отвечает за любое несоответствие цифрового контента или цифровой услуги, возникшее или констатированное на протяжении периода, в течение которого цифровой контент или цифровая услуга должны поставляться согласно договору купли-продажи.

Статья 24. Гарантии

(1) Коммерческая гарантия является обязательной для оферента с юридической точки зрения согласно условиям, установленным в гарантийном талоне и в соответствующих рекламных материалах.

(2) Если производитель предоставляет потребителю на определенный период гарантию по сроку годности на определенные продукты, производитель отвечает напрямую перед потребителем в течение всего периода, на который распространяется гарантия по сроку годности, за ремонт или замену продуктов в соответствии со статьей 20. Производитель может предложить потребителю более благоприятные условия по сроку годности в гарантийном талоне коммерческой гарантии.

(3) Если условия, предусмотренные в талоне коммерческой гарантии, менее благоприятны для потребителя, чем условия, предусмотренные в сопутствующих рекламных материалах, коммерческая гарантия влечет юридическое обязательство на условиях, установленных в отношении коммерческой гарантии в рекламных материалах, если только в сопутствующие рекламные материалы не будут внесены исправления до заключения договора тем же способом, с использованием которого они были изготовлены, или аналогичным ему способом.

(4) Гарантийный талон содержит информацию о предоставляемых законом правах потребителя и четко подтверждает, что эти права не затрагиваются предоставленной коммерческой гарантией.

(5) Гарантийный талон уточняет содержание коммерческой гарантии и необходимые для подачи жалобы на основании гарантии основные элементы, в частности:

a) элементы идентификации продукта;

b) гарантийный срок;

c) территориальные пределы гарантии;

d) способы обеспечения гарантии – ремонт, замена, возврат стоимости, условия и сроки их реализации;

e) наименование и адрес гаранта (производителя/продавца и специализированного предприятия технического обслуживания);

f) процедура, которой должен следовать потребитель, чтобы добиться исполнения коммерческой гарантии;

g) условия коммерческой гарантии.

(6) Гарантийный талон оформляется на румынском языке с использованием простых и доступных понятий.

(7) Гарантийный талон предоставляется на бумажном или на любом другом доступном для потребителя прочном носителе.

(8) Несоответствие коммерческой гарантии требованиям частей (2)–(4) не делает ее недействительной и не нарушает право потребителя требовать от продавца выполнения условий гарантии в соответствии с законом.

(9) Условия договора или соглашения, заключенного между продавцом и потребителем до того, как о несоответствии стало известно потребителю и сообщено продавцу, прямо или косвенно ограничивающие или нарушающие предусмотренные настоящим законом права потребителя, считаются недействительными по праву.

(10) Права потребителей, предусмотренные статьями 20, 21, 23 и частями (1)–(9) статьи 24, осуществляются без ущерба для любых других прав, на которые потребитель может ссылаться в соответствии с законодательными положениями, регулирующими договорную или внедоговорную ответственность.

(11) В случае непредоставления коммерческой гарантии, по требованию потребителя, продавец уведомляет его письменным документом, на бумажном или на любом другом прочном носителе, о правах, предусмотренных статьей 23.

(12) Продавец может предложить потребителю договорные условия, более благоприятные по сравнению с уровнем защиты, обеспечиваемым настоящим законом.

Статья 25. Порядок подачи и рассмотрения жалоб

(1) В течение гарантийного срока потребители подают жалобы в отношении несоответствующих продуктов /услуг первоначально продавцу или исполнителю.

(2) Одновременно с подачей жалобы потребитель представляет копию кассового чека или иного подтверждающего совершение покупки документа (включая гарантийный талон).

(3) Если продавец/поставщик отказывается удовлетворить жалобу потребителя согласно положениям части (2) статьи 20 и части (1) статьи 21 на том основании, что несоответствие возникло по причинам, связанным с потребителем, и потребитель не согласен с таким заключением, продавец/поставщик обязан доказать вину потребителя в отношении недостатков проданного продукта, предоставленной услуги посредством технической экспертизы, проведенной в соответствии с частью (5).

В этом случае в течение 14 календарных дней со дня подачи жалобы продавец/поставщик должен уведомить потребителя письменным документом, на бумажном носителе или на любом другом прочном носителе, о подаче заявления на проведение экспертизы, контактных данных лица, уполномоченного провести экспертизу, и по требованию потребителя направляет ему подтверждение регистрации заявления на экспертизу соответствующего продукта уполномоченным лицом.

В противном случае продавец/поставщик должен отвечать требованиям, предусмотренным частью (2) статьи 20 и частью (1) статьи 21.

(4) Потребитель имеет право участвовать в экспертизе самостоятельно или через своего представителя.

(5) Техническая экспертиза, определенная частью (3), проводится:

a) компетентной в соответствующей области третьей стороной, уполномоченной в соответствии с законом, или

b) с согласия потребителя специализированным предприятием, уполномоченным изготовителем осуществлять техническое обслуживание и ремонт продукции, для которой запрашивается экспертиза, если предусмотренная пунктом a) третья сторона, компетентная в области экспертизы, не может быть определена или не может провести экспертизу в разумные сроки.

По результатам технической экспертизы составляется экспертное заключение, оформленное на бумажном носителе или в форме электронного документа в соответствии с требованиями к форме и содержанию, установленными нормативной базой, регулирующей проведение судебной экспертизы.

(6) В случае отказа удовлетворить жалобу потребителя путем бесплатного ремонта или замены, соразмерного уменьшения цены или возврата стоимости несоответствующих продуктов или услуги продавец, исполнитель представляют ему свой отказ в письменном виде. Непредставление отказа в указанный в части (3) срок считается безмолвным отказом.

(7) В случае несогласия потребителя с результатами рассмотрения жалобы или в случае отказа в ее удовлетворении потребитель вправе обратиться в наделенные полномочиями по защите прав потребителей органы или в соответствии с гражданской процедурой в судебную инстанцию, приложив к жалобе копию ответа продавца или – в случае безмолвного отказа – документы, подтверждающие подачу жалобы продавцу.

Статья 26. Обмен и возврат продукта надлежащего

качества

(1) Потребитель вправе в течение 14 дней требовать у продавца в торговой единице, где он был приобретен, обмена непродовольственного продукта надлежащего качества на аналогичный продукт, если указанный продукт не подошел по форме, габаритам, фасону, размеру, расцветке либо по иным причинам не может быть

использован по назначению, с проведением соответствующего перерасчета в случае разницы в цене.

(2) Если необходимый для обмена продукт отсутствует, потребитель вправе расторгнуть договор, а продавец обязан возвратить стоимость продукта.

(3) Требование потребителя по обмену продукта или возврату его стоимости выполняется, если продукт не был в употреблении, не утратил свои потребительские свойства и имеются доказательства приобретения этого продукта у соответствующего продавца.

(4) Перечень непродовольственных продуктов надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный продукт, представлен в приложении к настоящему закону.

Статья 27. Возмещение ущерба

(1) Потребитель вправе требовать возмещения ущерба, причиненного несоответствующими продуктами, услугами, независимо от того, состоял ли он в договорных отношениях с продавцом, исполнителем.

(2) Ущерб возмещается продавцом, исполнителем и в случае, если поставка продукта, оказание услуги произведены безвозмездно или по сниженной цене либо если продукт продавался как запасные части или распространялся в другой форме.

(3) Ущерб (в том числе моральный) возмещается продавцом, исполнителем в случае причинения его в течение:

a) срока годности или до даты минимального срока годности – по продуктам, на которые установлен этот срок;

b) срока службы – по продуктам длительного пользования;

c) двух лет – по продуктам, на которые не предусмотрено установление срока годности/дату минимального срока годности или срока службы.

(4) Моральный ущерб, причиненный потребителю производителем, продавцом, исполнителем вследствие нарушения его прав, предусмотренных настоящим законом, а также другими нормативными актами, возмещается в размере, определяемом судебной инстанцией.

(5) Моральный ущерб возмещается независимо от возмещения материального ущерба, причиненного потребителю.

(6) Для возмещения ущерба пострадавший потребитель должен представить доказательства ущерба.

Статья 28. Места обмена товара

(1) Торговые единицы, осуществляющие торговую деятельность с помощью

электронных средств коммуникации, средств дистанционной связи, договоров, заключенных дистанционно (электронная торговля), а также любые другие не запрещенные законом формы торговли, предполагающие деятельность торговых единиц без наличия торговой площади, обязаны создать места для обмена товара, чтобы обеспечить выполнение обязательств, предусмотренных в пунктах g) и j) статьи 9 и в пунктах i) и j) статьи 10, обеспечить соблюдение прав потребителей, предусмотренных в части (4) статьи 12, части (1) статьи 25, части (1) статьи 26, части (1) статьи 27, а также соблюдение других смежных прав.

(2) Место обмена товара должно располагаться в населенном пункте, указанном в уведомлении о своей торговой деятельности, поданном торговой единицей, в соответствии с положениями частей (12) и (13) статьи 14 Закона о внутренней торговле № 231/2010. Места обмена товара располагаются в соответствии с положениями части (7) статьи 21 Закона о внутренней торговле № 231/2010. Дополнительные места обмена могут быть созданы и в других населенных пунктах по усмотрению коммерсанта.

(3) Места обмена товара не являются торговыми единицами в смысле Закона о внутренней торговле № 231/2010.

(4) Торговые единицы, указанные в части (1), публикуют на своих веб-страницах или электронных платформах, посредством которых они осуществляют свою деятельность, или, в их отсутствие, доводят до сведения потребителя с помощью электронных средств коммуникации или документов, сопровождающих продажу товара, или с помощью другого бумажного носителя информацию в отношении адреса места обмена товара, по обстоятельствам идентификационные данные юридического лица, назначенного коммерсантом для приемки товара, номера телефонов и адреса электронной почты, по которым потребителя консультируют о процедуре обмена товара, применяемой в соответствующей торговой единице.

(5) Передача товара для замены осуществляется коммерсанту (продавцу) либо назначенному им юридическому лицу на основании документа о передаче-приеме с учетом указанных в части (4) условий гласности в отношении назначенного юридического лица.

Глава IV

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ,

СВЯЗАННЫЕ С ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ

(ВЫПОЛНЕНИЕМ РАБОТ)

Статья 29. Обязанности исполнителя по оказанию

услуги (выполнению работы)

(1) Исполнитель обязан обеспечить оказание услуги (выполнение работы) согласно срокам и условиям, установленным соответствующими специфическими регламентами или определенным в договоре об оказании услуги (выполнении работы).

(2) Если исполнитель не приступил своевременно к оказанию услуги (выполнению работы), или если во время оказания услуги (выполнения работы) становится очевидным, что услуга (работа) не будет выполнена в установленный срок, или если срок оказания услуги (выполнения работы) истек, потребитель вправе по своему выбору:

a) назначить исполнителю новый срок, в течение которого он должен приступить к оказанию услуги (выполнению работы) и закончить оказание услуги (выполнение работы), и потребовать уменьшения цены услуги (работы);

b) расторгнуть договор об оказании услуги (выполнении работы) и потребовать возмещения ущерба, причиненного ему в связи с нарушением сроков начала и/или окончания оказания услуги (выполнения работы).

(3) Назначенные потребителем новые сроки оказания услуги (выполнения работы) указываются в договоре об оказании услуги (выполнении работы).

(4) Жалобы потребителя о несоблюдении сроков оказания услуги (выполнения работы) не подлежат удовлетворению, если исполнитель докажет, что нарушение сроков произошло вследствие форс-мажорных обстоятельств.

(5) По завершении работ исполнитель составляет акт приемки работ, который подписывается потребителем с оговорками или без них.

(6) Оказание услуг по содержанию и ремонту конструктивных элементов жилых зданий является обязанностью управляющих соответствующими домами и осуществляется по установленным соответствующим образом тарифам.

Статья 30. Оказание услуги (выполнение работы)

из материала исполнителя

(1) Исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), определенную договором, из своего материала и своими средствами, если потребитель не требует оказания услуги (выполнения работы) из его материала.

(2) Исполнитель несет ответственность за качество своего материала.

(3) Материал исполнителя, инструменты, технические и прочие средства, необходимые для оказания услуги (выполнения работы), доставляются к месту оказания услуги (выполнения работы) исполнителем.

Статья 31. Оказание услуги (выполнение работы)

из материала (с вещью) потребителя

(1) Если услуга оказывается (работа выполняется) полностью или частично из материала (с вещью) потребителя, исполнитель отвечает за сохранность этого материала (вещи) и правильное его использование.

(2) Исполнитель обязан предупредить потребителя о непригодности или недоброкачественности переданного потребителем материала (вещи), что указывается в договоре, а также представить отчет об израсходовании материала (вещи) и возвратить его остаток.

(3) В случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя, исполнитель с согласия потребителя обязан в 10-дневный срок заменить его однородным материалом (вещью) аналогичного качества, а при его отсутствии – возместить потребителю стоимость материала (вещи) в двукратном размере, а также понесенные им расходы.

(4) Незнание исполнителем особых свойств материала (вещи) не освобождает его от ответственности.

(5) Стоимость передаваемого исполнителю материала (вещи) определяется потребителем и указывается в договоре об оказании услуги (выполнении работы) или в ином удостоверяющем документе (квитанции, заказе).

(6) Исполнитель не несет ответственность за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого им от потребителя, если потребитель в письменной форме предупрежден об особых свойствах материала (вещи), которые могут привести к его полной или частичной утрате (повреждению).

(7) Исполнитель обязан своевременно информировать потребителя об обстоятельствах, которые могут повлиять на качество оказываемой услуги (выполняемой работы).

(8) Исполнитель вправе расторгнуть договор об оказании услуги (выполнении работы) и потребовать полного возмещения понесенных расходов, если потребитель, несмотря на своевременное и надлежащее информирование, в разумный срок не заменит непригодный или недоброкачественный материал, не изменит указаний о способе оказания услуги (выполнения работы) либо не устранит иных обстоятельств, которые могут снизить качество оказываемой услуги (выполняемой работы).

Глава V

ИНФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 32. Право потребителей на информацию

Потребители имеют право на полную, достоверную и точную информацию о свойствах предлагаемых хозяйствующими субъектами продуктов и услуг, обеспечивающую им возможность разумного, в соответствии со своими интересами, выбора из предлагаемых продуктов и услуг и их использования по назначению в полной безопасности.

Статья 33. Обязанности хозяйствующих

субъектов по информированию

потребителей

(1) Информирование потребителей о предлагаемых продуктах, услугах осуществляется в обязательном порядке посредством идентификационных элементов и указания их характеристик, которые приводятся на видном месте и в ясно различимом виде на продукте, этикетке, упаковке или в техническом паспорте, руководстве по эксплуатации или иных сопроводительных документах на продукт, услугу в зависимости от того, что требуется согласно их назначению. Текст информации и размер букв должны быть легко читаемыми и распознаваемыми для потребителя.

(2) Запрещаются введение на рынок и/или предоставление на рынке продуктов, оказание услуг в отсутствие полной, достоверной и точной информации на румынском языке или на румынском и русском языках.

(3) Производитель (упаковщик) должен представить информацию о наименовании продукта, наименовании и марке производителя (или наименовании импортера), указать его адрес (при необходимости – номер телефона), вес/объем, основные качественные характеристики, состав, используемые добавки, возможные риски, порядок использования, манипулирования, хранения, консервации, противопоказания, страну-производителя, гарантийный срок, срок службы, срок годности и дату изготовления в соответствии с действующими техническими регламентами и национальными стандартами.

(4) Информирование потребителей о пищевых продуктах должно осуществляться в соответствии с Законом об информировании потребителей относительно пищевых продуктов № 279/2017.

(5) Продукты длительного пользования должны сопровождаться гарантийными талонами, а также техническим паспортом или руководством по использованию, установке, обслуживанию, разработанными непосредственным производителем.

(6) Продавцы и исполнители услуг должны информировать потребителей о продажной цене продукта и о цене единицы измерения продукта (когда это возможно) или о тарифе на оказываемую услугу, предоставлять потребителям всю предусмотренную в части (3) информацию, сведения об оценке соответствия, при необходимости техническую документацию, которая должна сопровождать продукт или услугу.

(7) Вся информация, в том числе устная, о продуктах, услугах, предлагаемых потребителям, сопроводительные документы, а также заключаемые договоры должны быть представлены на румынском языке или на румынском языке и одном из языков международного общения.

(8) Информация об оказываемых услугах должна содержать согласно действующим регламентам срок выполнения, гарантийный срок, тарифы, возможные риски.

(9) Хозяйствующие субъекты обязаны по требованию потребителей демонстрировать им порядок использования и функциональность продуктов

длительного пользования, подлежащих продаже.

(10) Запрещается представление какими бы то ни было средствами утверждений и характеристик, не соответствующих действительным показателям, характеризующим продукты, услуги.

(11) Цены и тарифы должны указываться на видном месте и быть четко изложенными и ясно различимыми. Положение о порядке указания цен на товары, предлагаемые для продажи потребителям, утверждается Правительством.

(12) Продавец, исполнитель обязаны осуществлять реализацию продуктов, оказание услуг только в разрешенных местах и помещениях в установленном законом порядке.

(13) Продавец, исполнитель обязаны поместить на видном месте адрес и номер телефона органа, наделенного функциями по защите прав потребителей, информацию о гарантийных сроках на предлагаемые продукты, услуги, а также информацию об обязательности представления кассового чека или иного документа, удостоверяющего факт покупки продукта, оказания услуги, при рассмотрении жалобы. Единообразные формат и структура информационного панно потребителя устанавливаются Государственной инспекцией по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей и размещаются на его официальной веб-странице.

(14) Продавец, исполнитель, в том числе в случае, когда они осуществляют свою коммерческую деятельность вне разрешенного помещения, обязаны поместить на видном месте свое название, лицензию, если обязательность таковой предусмотрена законодательством, а также указать режим работы и соблюдать его.

Статья 34. Просвещение в области защиты прав

потребителей

(1) Просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством создания систем информирования потребителей об их правах, осуществления необходимых действий в защиту этих прав, организации семинаров, выпуска изданий по соответствующей тематике и других мер, предпринимаемых органами, наделенными функциями по защите прав потребителей, и неправительственными структурами, а также через средства массовой информации и другие заинтересованные органы.

(2) Просвещение (воспитание) потребителей является частью программы обучения.

Глава VI

ОРГАНЫ, НАДЕЛЕННЫЕ ФУНКЦИЯМИ

ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 35. Органы центрального публичного

управления, наделенные функциями

по защите прав потребителей

(1) Защита прав потребителей государством осуществляется через разработку и реализацию на государственном уровне политики в области защиты прав потребителей, разработку и утверждение законов и других нормативных актов в данной области, через организацию и осуществление государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства в данной области, а также установленных или заявленных требований для продуктов и услуг.

(2) Центральным отраслевым органом публичного управления, ответственным за разработку государственной политики в области защиты прав потребителей, является Министерство экономического развития и цифровизации, которое осуществляет следующие основные функции в области защиты прав потребителей:

a) координирует и продвигает политику государства в области защиты прав потребителей;

b) обеспечивает развитие законодательной базы в области защиты прав потребителей, в том числе путем внесения положений соответствующих европейских директив в национальное законодательство;

c) координирует деятельность органов публичного управления, наделенных функциями по защите прав потребителей, предусмотренных частью (1) статьи 36;

d) координирует деятельность по информированию и просвещению граждан об их правах в качестве потребителей;

e) организует деятельность Координационного совета в области защиты прав потребителей и надзора за рынком (далее – *Координационный совет*) – консультативного органа, в состав которого входят назначенные представители органов центрального публичного управления, органов надзора за рынком, таможенного органа, общественных объединений потребителей и отраслевых профессиональных объединений;

f) представляет Республику Молдова в международных организациях по защите прав потребителей;

g) обеспечивает информирование третьих государств и Комиссии Европейского Союза о компетентных органах и о едином бюро связи по трансграничному сотрудничеству в области защиты прав потребителей и о том, как с ними можно связаться.

(3) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей является административным органом, координирующим на национальном уровне контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей в качестве национального контактного пункта.

(4) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей осуществляет следующие основные функции:

a) внедряет политику в области защиты прав потребителей совместно с центральными отраслевыми органами публичного управления, административными органами, подведомственными министерствам, и другими центральными административными органами, подведомственными Правительству, наделенными контрольными функциями в области защиты прав потребителей, органами местного публичного управления, наделенными соответствующими функциями, и общественными объединениями потребителей;

b) проводит мониторинг деятельности по защите прав потребителей, осуществляемой компетентными административными органами, указанными в части (2) статьи 36;

c) разрабатывает совместно с компетентными в области защиты прав потребителей органами и утверждает методологии, инструкции, руководства, методические рекомендации по применению нормативной базы по защите прав потребителей;

d) совместно с другими компетентными в области защиты прав потребителей органами рассматривает, разрабатывает и вносит предложения по проектам законодательных или других нормативных актов в области защиты прав потребителей относительно производства, упаковки, этикетирования, сохранения, складирования, перевозки, введения и/или предоставления на рынке и продажи продуктов, относительно оказания услуг таким образом, чтобы они не могли причинить вред жизни, здоровью или безопасности потребителей либо нанести ущерб их правам и законным интересам, а также относительно правил осуществления коммерческой деятельности;

e) участвует в сотрудничестве с отечественными и зарубежными организациями и учреждениями в реализации внутренних и международных программ в области защиты прав потребителей в пределах своей компетенции в соответствии с законодательством;

f) организует деятельность по информированию, консультированию и просвещению потребителей об их законных правах;

g) сотрудничает с общественными объединениями потребителей с целью информирования потребителей об их законных правах и способах защиты прав;

h) информирует потребителей о продуктах и услугах, представляющих риск для их здоровья и безопасности, а также о недобросовестных коммерческих практиках, могущих нанести ущерб их экономическим интересам;

i) осуществляет контроль за соблюдением положений законодательства в области защиты прав потребителей, в том числе деятельности в области азартных игр, контроль требований безопасности введенной на рынок или предоставленной на рынке непродовольственной продукции;

j) осуществляет надзор за соответствием введенной на рынок или предоставленной на рынке непродовольственной продукции основным применяемым требованиям, а также контроль за соответствием предоставляемых услуг, включая туристические, установленным в нормативных актах и/или заявленным требованиям, за исключением областей, переданных в компетенцию других органов в соответствии с частью (2) статьи 36;

k) осуществляет отбор проб предоставленной на рынке непродовольственной продукции для лабораторных анализов и испытаний в аккредитованных лабораториях;

l) осуществляет метрологический надзор за соблюдением юридическими и/или физическими лицами положений законодательных и других нормативных актов в области законодательной метрологии;

m) подготавливает с участием других компетентных в области защиты прав потребителей органов и утверждает годовой отчет о деятельности по защите прав потребителей, обеспечивая его опубликование на своей официальной веб-странице;

n) представляет периодически Министерству экономического развития и цифровизации и заинтересованным органам центрального публичного управления отчеты и сводки о собственной деятельности в области защиты прав потребителей и о результатах надзора за рынком;

o) устанавливает правонарушения, рассматривает дела о правонарушениях и назначает наказания в соответствии с Кодексом о правонарушениях;

p) принимает решения об устранении недостатков, замене, возврате стоимости несоответствующих продукта, услуги в соответствии со статьями 20, 21 и 25, которые подлежат исполнению в течение не более 14 календарных дней со дня получения их хозяйствующим субъектом;

q) принимает решение о прекращении недобросовестных коммерческих практик;

r) принимает решение о запрещении недобросовестных коммерческих практик, даже если они еще фактически не применялись, но это является неизбежным;

s) запрашивает информацию о принятых хозяйствующим субъектом мерах по устранению выявленных недостатков;

t) информирует лицензирующий орган о выявлении случаев реализации фальсифицированной (поддельной) и/или опасной продукции либо о выявлении других нарушений с целью приостановления или аннулирования лицензии;

u) приостанавливает деятельность торговой единицы в случае реализации хозяйствующим субъектом фальсифицированной (поддельной) и/или опасной продукции либо предъявляет в судебную инстанцию иск о прекращении деятельности торговой единицы;

v) информирует аккредитованные органы оценки соответствия на основании

выявленных им нарушений или на основании сведений, полученных от потребителей или общественных объединений потребителей, о несоответствии предоставленных на рынке продуктов и услуг, сопровождаемых сертификатом соответствия;

w) рассматривает жалобы потребителей в целях защиты их законных прав;

x) защищает права и законные интересы потребителей предусмотренными законодательством средствами;

y) предоставляет юридическим и физическим лицам специализированные консультации в области защиты прав потребителей;

z) оказывает административным органам в области защиты прав потребителей методическую поддержку в применении и контроле соблюдения законодательства в области защиты прав потребителей;

aa) координирует сотрудничество между компетентными органами Республики Молдова в отношении трансграничных нарушений в области защиты прав потребителей;

bb) выполняет другие установленные законодательством задачи в области своей деятельности.

(5) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей выполняет свои обязанности, указанные в пунктах h)–k), p)–x) части (4) настоящей статьи, в иных областях, нежели отнесенные к компетенции других органов в соответствии с частью (2) статьи 36.

(6) Годовой отчет о деятельности по защите прав потребителей за истекший год подготавливается и утверждается до 31 марта текущего года, а его опубликование на официальной веб-странице Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей осуществляется в течение пяти рабочих дней со дня утверждения.

(7) Положение об Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей утверждается Правительством.

(8) Для координации деятельности по защите прав потребителей постановлением Правительства создается Координационный совет, который:

a) содействует продвижению политики государства в области защиты прав потребителей;

b) участвует в разработке краткосрочных и долгосрочных национальных программ по защите прав потребителей;

c) координирует деятельность в области защиты прав потребителей, осуществляемую органами публичного управления, наделенными функциями по защите прав потребителей;

d) участвует в процессе гармонизации национального законодательства с законодательством Европейского Союза в области защиты прав потребителей;

e) координирует деятельность по внедрению и реализации положений законодательства в области защиты прав потребителей.

Статья 36. Другие органы публичного управления,

наделенные функциями по защите прав

потребителей

(1) Другими органами публичного управления, наделенными функциями по регулированию в области защиты прав потребителей, являются в пределах компетенции:

a) в области защиты жизни и здоровья потребителей – Министерство здравоохранения;

b) в области автомобильного, воздушного, водного и железнодорожного транспорта – центральный отраслевой орган публичного управления в области транспорта;

c) в области строительства – Национальная инспекция по техническому надзору;

d) в области туризма – Агентство туризма;

e) в области электронных коммуникаций – Национальное агентство по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий;

f) в отношении субъектов, предусмотренных частью (2^1) статьи 4 Закона о Национальной комиссии по финансовому рынку № 192/1998, – Национальная комиссия по финансовому рынку;

g) в области пищевых продуктов на всех этапах продовольственной цепи – Национальное агентство по безопасности пищевых продуктов.

(2) Контроль соблюдения положений законодательства о защите прав потребителей в части, касающейся безопасности и качества товаров и услуг, введенных на рынок или предоставленных на рынке и предназначенных потребителям, в том числе в части, касающейся справедливых практик в соответствующей области, осуществляется:

a) в области пищевых продуктов на всех этапах продовольственной цепочки – Национальным агентством по безопасности пищевых продуктов;

b) в области лекарств, фармацевтической и парафармацевтической продукции и медицинских изделий, а также в области других товаров и услуг, предоставляемых потребителям фармацевтическими предприятиями и учреждениями, – Агентством по лекарствам и медицинским изделиям;

c) в области автомобильного, воздушного, водного и железнодорожного транспорта – государственными органами, наделенными функциями по контролю автомобильного, воздушного, водного и железнодорожного транспорта, согласно сферам компетенции;

d) в области промышленной безопасности и строительства –
Национальной инспекцией по техническому надзору;

e) в областях энергетики, водоснабжения и канализации –
государственным органом, наделенным функциями по регулированию в энергетике и в области водоснабжения и канализации;

f) в области электронных коммуникаций – Национальным агентством по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий;

g) в отношении субъектов, предусмотренных частью (2^1) статьи 4 Закона о Национальной комиссии по финансовому рынку № 192/1998, – Национальная комиссия по финансовому рынку.

(3) Органы, указанные в части (2), выполняют в пределах компетенции основные функции, предусмотренные пунктами a), d)–k), o)–bb) части (4) статьи 35, и применяют соответствующим образом положения настоящего закона.

(4) Органы, указанные в части (2), представляют ежегодно и по требованию Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей информацию о деятельности в области защиты прав потребителей и участвуют в подготовке годового отчета о защите прав потребителей.

Статья 36^1. Действия и меры органов публичного

управления, наделенных функциями

по защите прав потребителей

В случае выявления нарушений в ходе или по результатам государственного контроля органы публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей, в пределах своей компетенции согласно части (2) статьи 36 и в зависимости от тяжести нарушений выдают предписания и/или рекомендации, применяют санкции и/или ограничительные меры в пределах, предусмотренных законом. В случае тяжких нарушений в соответствии с положениями Закона о государственном контроле № 131/2012 могут применяться следующие ограничительные меры:

a) приостановление деятельности торговой единицы в случае реализации хозяйствующим субъектом фальсифицированной (поддельной) продукции или оказания не соответствующих требованиям услуг, создающих прямую и непосредственную угрозу здоровью или жизни потребителей, если большая часть категорий выставленной на продажу в торговой единице продукции является фальсифицированной (поддельной) или большая часть оказываемых услуг не

соответствует требованиям и изъятие продукции из продажи с опечатыванием партии фальсифицированной (поддельной) продукции либо приостановление оказания услуг на период осуществления контроля невозможны без приостановления коммерческой деятельности всей торговой единицы;

b) запрет на реализацию определенной фальсифицированной (поддельной) продукции с опечатыванием партии или запрет на оказание определенных не соответствующих требованиям услуг, если данные продукты или услуги создают угрозу здоровью или жизни потребителей и если большая часть категорий выставленной на продажу в торговой единице продукции или большая часть оказываемых услуг соответствуют требованиям и изъятие фальсифицированной продукции или приостановление оказания не соответствующих требованиям услуг возможны без приостановления коммерческой деятельности всей торговой единицы.

Статья 37. Органы, наделенные функциями контроля

несправедливых условий в договорах

(1) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей осуществляет контроль за соблюдением положений статей 1069–1072, 1075–1079 и 1081 Гражданского кодекса в части, касающейся договоров с потребителями и установления несправедливых условий в договорах, по требованию потребителя или по собственной инициативе, в соответствии с законом. Положения настоящей части не применяются к субъектам, предусмотренным частью (2^1) статьи 4 Закона о Национальной комиссии по финансовому рынку № 192/1998.

(2) Национальная комиссия по финансовому рынку осуществляет надзор за соблюдением субъектами, предусмотренными частью (2^1) статьи 4 Закона о Национальной комиссии по финансовому рынку № 192/1998, положений статей 1069–1072, 1075–1079 и 1081 Гражданского кодекса в части, касающейся заключения договоров с потребителями и констатирования несправедливых условий в договорах, по требованию потребителя или по собственной инициативе, в соответствии с законом.

[Ст.37 ч.(2) изменена ЗП189 от 10.07.25, МО502-505/25.09.25 ст.652; в силу с 25.10.25]

(3) Коммерсант обязан предоставить Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей или по обстоятельствам Национальной комиссии по финансовому рынку, по запросу, копии с оригинала подлежащих контролю договоров с потребителем, с соблюдением законодательства о защите персональных данных и других обязательств соблюдения конфиденциальности, предусмотренных законом или договором.

(4) В случае установления несправедливых условий в договоре, заключенном с потребителем, Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей или по обстоятельствам Национальная комиссия по финансовому рынку составляет констатирующий акт и обращается в судебную инстанцию с иском о признании ничтожности этих условий.

(5) В случае установления несправедливых условий договорных положений, разработанных для использования во множестве договоров, судебная инстанция констатирует ничтожность этих условий, распоряжается об исключении их из договора, налагая при этом на коммерсанта обязанность исключить эти условия из договоров с тем же предметом, заключенных с другими потребителями, а также запрет включать такие условия в другие договоры, которые будут заключаться с потребителями.

(6) Для предотвращения включения в договоры несправедливых условий действия, указанные в частях (4) и (5), могут быть направлены отдельно или совместно против ряда коммерсантов из того же сектора экономического развития и цифровизации или их объединений, которые используют или рекомендуют использовать такие же договорные условия или аналогичные условия.

(7) Потребитель, непосредственно потерпевший ущерб в связи с договорами, заключенными с нарушением положений закона, или общественные объединения потребителей вправе в предусмотренном законом порядке подавать иски в судебную инстанцию в защиту прав и законных интересов потерпевших потребителей с целью признания ничтожными договорных условий, которые предполагаются несправедливыми.

Статья 38. Орган по надзору за соблюдением

законодательства в области защиты

прав потребителей при заключении

дистанционных договоров и договоров,

заключенных вне торговых помещений

(1) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей является органом по надзору за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей при заключении дистанционных договоров и договоров, заключенных вне торговых помещений, включая положения статей 863, 1013–1024, 1052–1065, 1158 и 1159 Гражданского кодекса.

(2) Национальная комиссия по финансовому рынку является органом надзора за соблюдением законодательства о правах потребителей при заключении дистанционных договоров и договоров, заключенных вне торговых помещений с субъектами, предусмотренными частью (2^1) статьи 4 Закона о Национальной комиссии по финансовому рынку № 192/1998.

(3) В целях прекращения нарушения положений, предусмотренных частями (1) и (2), потребители или их законные представители и общественные объединения потребителей, имеющие законный интерес по защите потребителей, могут:

а) предъявлять судебные иски к коммерсантам, совершившим нарушения законодательства, предусмотренного частями (1) и (2); или

b) обращаться в Государственную инспекцию по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей или по обстоятельствам в Национальную комиссию по финансовому рынку с целью подачи соответствующим органом иска в судебную инстанцию в отношении коммерсантов, допустивших нарушения законодательства, предусмотренные частями (1) и (2).

(4) Органы публичной власти, наделенные функциями по защите прав потребителей, и конкурирующие коммерсанты могут обращаться в Государственную инспекцию по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей или по обстоятельствам в Национальную комиссию по финансовому рынку в связи с нарушением законодательства, предусмотренным частями (1) и (2), в целях предъявления соответствующим органом власти судебных исков к коммерсантам, совершившим такие нарушения.

Статья 39. Функции органов местного публичного

управления по защите прав потребителей

В целях защиты прав потребителей органы местного публичного управления в пределах соответствующей административно-территориальной единицы согласно законодательству обязаны:

a) информировать и консультировать потребителей, рассматривать в пределах своей компетенции их жалобы в отношении:

- местного транспорта;

- коммунальных услуг;

- деятельности, на которую ими согласно законодательству выдаются разрешения;

b) переадресовывать жалобы органу, наделенному функциями по защите прав потребителей в соответствующей области, в случае, если предмет жалобы выходит за пределы их компетенции;

c) безотлагательно информировать компетентные органы о случаях выявления фальсифицированных (поддельных) или опасных продуктов, услуг, а также о других случаях несоответствия установленным в нормативных актах или заявленным требованиям;

d) всячески содействовать формированию и функционированию общественных объединений потребителей.

Статья 40. Общественные объединения

потребителей

(1) Граждане вправе организовываться на добровольной основе в общественные объединения потребителей, осуществляющие свою деятельность в соответствии с

законодательством.

(2) Общественные объединения потребителей вправе:

a) предъявлять иски в судебные инстанции в защиту прав и законных интересов потребителей без уплаты государственной пошлины;

b) обращаться как в контролирующие органы, так и в органы прокуратуры с предложением о привлечении к ответственности лиц, виновных в производстве и реализации продуктов, оказании услуг, не соответствующих установленным в нормативных актах или заявленным требованиям, а также в нарушении предусмотренных законодательством прав потребителей;

c) информировать на основании полученных от потребителей жалоб органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, о несоответствующих продуктах, услугах;

d) обращаться в компетентный административный суд с требованием полной или частичной отмены изданных органами публичной власти актов, ущемляющих права и законные интересы потребителей и противоречащих законодательству;

e) организовывать проведение в установленном законом порядке экспертизы продуктов, услуг на предмет их соответствия установленным в нормативных актах или заявленным требованиям;

f) направлять хозяйствующим субъектам и органам, наделенным функциями по защите прав потребителей, предложения по повышению качества продуктов, услуг и запрете реализации несоответствующих продуктов;

g) информировать органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, о несоответствующих продуктах, услугах или продуктах, услугах, ставящих под угрозу жизнь, здоровье или безопасность потребителей, о неправомерных условиях договоров и недобросовестных практиках коммерсантов по отношению к потребителям;

h) получать от органов, наделенных функциями по защите прав потребителей, информацию и ответы на свои предложения и обращения;

i) организовывать опрос потребителей в целях выяснения общественного мнения по вопросам качества реализуемых продуктов и их цены;

j) информировать через средства массовой информации потребителей о качестве продуктов, услуг, о нарушении их прав и законных интересов, о результатах опроса общественного мнения;

k) осуществлять международное сотрудничество в области защиты прав потребителей;

l) направлять органам публичного управления предложения об изменении действующего законодательства в области защиты прав потребителей;

m) осуществлять деятельность по информированию и консультированию в области защиты прав потребителей;

n) представлять интересы потребителей в процессе медиации при разрешении конфликтов между потребителем и продавцом/исполнителем.

(3) Программы, проекты и деятельность по информированию потребителей, предлагаемые общественно-полезными общественными объединениями потребителей, могут финансироваться государством на основании закона в случае, если эти объединения:

a) действуют исключительно от имени и в интересах потребителей;

b) являются экономически независимыми от производителей, импортеров, дистрибьюторов и продавцов.

(4) Процедура предусмотренного частью (3) финансирования устанавливается и утверждается Министерством экономического развития и цифровизации, осуществляющим мониторинг использования выделенных в целях информирования потребителей финансовых средств. Критериями для определения объема финансирования являются:

a) объем и число распространенных в целях защиты прав потребителей публикаций;

b) периодичность проведения информационных кампаний для потребителей;

c) число предъявленных в судебные инстанции исков в защиту прав потребителей;

d) владение консультационным бюро или прямой телефонной линией для консультирования потребителей, охватывающей не менее одной трети административно-территориальных единиц.

Глава VII

ИСКИ В ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 41. Иски в защиту прав потребителей

(1) Иски в защиту прав потребителей могут предъявляться в судебную инстанцию самими потребителями или их представителями, уполномоченными органами публичного управления или общественными объединениями потребителей.

(2) Иски в защиту прав потребителей предъявляются в судебные инстанции в соответствии с предусмотренными законодательством сроками. Потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины по искам в защиту прав потребителей.

(3) Органы, наделенные функциями по защите прав потребителей, могут

представлять интересы потребителей в судебной инстанции в целях защиты прав потребителей.

(4) Продавец, исполнитель освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей либо за причинение ущерба, если докажут, что эти факты произошли вследствие форс-мажорных обстоятельств.

(5) Потребители и хозяйствующие субъекты в целях разрешения споров, касающихся защиты прав потребителей, могут добровольно начать процедуру медиации или альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей.

(6) Процедура медиации в случае разрешения споров, касающихся защиты прав потребителей, регламентируется Законом о медиации № 137/2015.

Статья 42. Ответственность продавца, исполнителя

за нарушение установленных сроков

(1) За нарушение сроков, предусмотренных частями (8) и (23) статьи 20 и частью (1) статьи 21, продавец, исполнитель уплачивают потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере одного процента цены продукта, услуги, действующей на день рассмотрения жалобы потребителя.

(2) Размер штрафа, указанного в части (1), не может превышать цену продукта или цену определенного вида выполнения работы/предоставления услуги или общей стоимости заказа в случае, если стоимость продукта или определенный вид выполнения работ/предоставления услуг не установлен договором.

(3) В случае нарушения установленных согласно статье 29 сроков начала и окончания оказания услуги (выполнения работы) или назначенных потребителем новых сроков исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере двух процентов цены услуги (работы).

(4) Договором об оказании услуги (выполнении работы) может быть установлен более высокий размер неустойки.

(5) Уплата неустойки и возмещение ущерба не освобождают продавца, исполнителя от исполнения возложенных на него обязательств перед потребителем.

(6) Требования потребителя о возмещении ущерба и уплате неустойки, предусмотренной настоящим законом или договором, подлежат удовлетворению продавцом, исполнителем по обоюдному согласию или в судебном порядке в соответствии с законодательством.

(7) При осуществлении уполномоченным органом контроля по жалобе потребителя продавец, исполнитель несут связанные с этим расходы, в том числе по проведению экспертизы и испытаний (тестирования), если последние подтверждают несоответствие продукта, услуги установленным в нормативных актах или заявленным

требованиям.

Статья 43. Ответственность за нарушение

положений настоящего закона

(1) Нарушение положений настоящего закона влечет ответственность в соответствии с действующим законодательством.

(2) Рассмотрение правонарушений и назначение наказаний за правонарушения в случае нарушения настоящего закона осуществляются в соответствии с процедурами и полномочиями, установленными Кодексом о правонарушениях.

Глава VIII

СОТРУДНИЧЕСТВО ПО ВОПРОСАМ

ТРАНСГРАНИЧНЫХ НАРУШЕНИЙ В

ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Часть 1

Институциональная база для сотрудничества

по вопросам трансграничных нарушений

в области защиты прав потребителей

Статья 44. Органы, компетентные в сфере

сотрудничества по вопросам

трансграничных нарушений

в области защиты прав

потребителей

(1) В качестве единого бюро связи в сфере сотрудничества по вопросам трансграничных нарушений в области защиты прав потребителей назначается Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей.

(2) Перечень органов, компетентных в сфере сотрудничества по вопросам трансграничных нарушений в области защиты прав потребителей (далее – *компетентные органы*) и используемая ими нормативная база утверждаются Правительством.

(3) Компетентные органы исполняют свои полномочия на основании настоящей главы и действуют в интересах потребителей Республики Молдова, а также по

собственной инициативе.

(4) Ответственность за координацию осуществляемой компетентными органами в связи с трансграничными нарушениями деятельности по проверке или контролю и по обеспечению соблюдения законодательства возлагается на единое бюро связи.

(5) Республика Молдова при посредстве единого бюро связи гарантирует эффективную координацию применения компетентными органами положений настоящей главы.

(6) Государственный контроль в области защиты прав потребителей в отношении лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, планируется, осуществляется и регистрируется в соответствии с положениями Закона о государственном контроле № 131/2012 и по обстоятельствам в порядке, установленном Кодексом о правонарушениях.

(7) Каждый компетентный орган обладает предусмотренными в частях (1), (2), (5) и (6) статьи 45 минимальными компетенциями по контролю и обеспечению соблюдения законодательства, необходимыми для применения положений настоящей главы, и осуществляет их в соответствии с частью (8) статьи 45.

Статья 45. Полномочия компетентных органов

в рамках сотрудничества по вопросам

трансграничных нарушений

в области защиты прав потребителей

(1) Компетентные органы обладают по меньшей мере следующими компетенциями по контролю:

a) иметь доступ к любым соответствующим документам, данным или информации, относящимся к нарушению, за которое настоящей главой предусмотрено наказание, независимо от их формы либо формата и накопителя, на котором они хранятся, или места хранения;

b) без ущерба для применения норм о конфиденциальности и профессиональной и коммерческой тайне требовать от любого органа публичной власти, публичного учреждения или любого физического либо юридического лица предоставления любых соответствующих информации, данных или документов независимо от их формата либо формы и накопителя, на котором они хранятся, или места их хранения, с тем чтобы определить, имело ли или имеет место нарушение, за которое настоящей главой предусмотрено наказание, и устанавливать детали, относящиеся к такому нарушению, а также отслеживать финансовые и информационные потоки, устанавливать идентичность лиц, задействованных в финансовых и информационных потоках, проверять информацию о платежных счетах и идентифицировать собственников веб-сайтов;

c) проводить необходимый контроль на местах, в том числе с компетенцией по входу в любое помещение, на любую территорию или в любое транспортное средство, используемое проверяемым коммерсантом для осуществления коммерческой, промышленной, ремесленной либо профессиональной деятельности, в случае наличия информации о том, что в них находятся продукты, являющиеся предметом контроля в соответствии с областью контроля;

d) обращаться к любому представителю проверяемого коммерсанта или члену его персонала за разъяснениями относительно фактов, информации либо документов, связанных с вопросами, являющимися предметом контроля, и записывать его ответы;

e) в целях тестирования приобретать продукты или услуги, если это необходимо – под вымышленным именем, а также проводить их проверку, исследование, демонтаж либо испытания в целях выявления нарушений, за которые настоящей главой предусмотрено наказание, и получения доказательств.

(2) Для обеспечения соблюдения законодательства о защите прав потребителей компетентные органы обладают по меньшей мере следующими компетенциями:

a) принимать временные меры для предотвращения риска нанесения серьезного ущерба коллективным интересам потребителей;

b) предпринимать попытки добиться от коммерсанта, ответственного за трансграничное нарушение, представления обязательств по прекращению соответствующего нарушения или принять такие обязательства;

c) принимать от коммерсанта по его инициативе дополнительные обязательства по отношению к восстановительным мерам в пользу потребителей, которым предполагаемым нарушением был нанесен ущерб, или в соответствующих случаях добиться от коммерсанта представления обязательств по предоставлению потребителям, которым соответствующим нарушением был нанесен ущерб, надлежащих восстановительных мер;

d) при необходимости передавать потребителям, заявившим о нанесенном им трансграничным нарушением ущербе, с использованием надлежащих средств информацию о способах востребования возмещения в соответствии с законодательством;

e) отдавать письменные распоряжения по прекращению коммерсантом трансграничных нарушений;

f) пресекать или запрещать трансграничные нарушения;

g) в случае, когда другие эффективные средства прекращения или запрещения трансграничного нарушения отсутствуют, а также во избежание риска нанесения серьезного ущерба коллективным интересам потребителей:

– удалять из онлайн-интерфейса контент или ограничивать к нему доступ либо распоряжаться об отображении однозначного предупреждения для потребителей в

момент доступа к онлайн-интерфейсу;

– требовать от поставщика услуг хостинга исключить, отключить или ограничить доступ к онлайн-интерфейсу; или

– в соответствующих случаях требовать от операторов реестров удалить полностью квалифицированное доменное имя и разрешить соответствующему компетентному органу зарегистрировать его, в том числе путем обращения к третьей стороне или другому органу публичной власти с требованием осуществить такие меры;

h) назначать наказания за трансграничные нарушения, а также за несоблюдение любого решения, приказа, временной меры, обязательства коммерсанта или иных мер, принятых в соответствии с настоящей главой.

(3) Наказания, указанные в пункте h) части (2), должны быть эффективными, соразмерными и сдерживающими в соответствии с требованиями законодательства по защите интересов потребителей.

(4) Компетенция по предписанию наказаний за трансграничные нарушения распространяется на любое нарушение законодательства по защите интересов потребителей, если оно предусматривает наказания.

(5) Компетентные органы проводят внезапные проверки на основании и в соответствии с условиями, установленными Законом о государственном контроле №131/2012.

(6) Компетентные органы публикуют любое окончательное решение, обязательство коммерсанта или приказ, изданный в соответствии с настоящей главой, а также данные об идентичности коммерсанта, ответственного за трансграничное нарушение, в той мере, в какой это необходимо для защиты прав и интересов потребителей.

(7) При необходимости компетентные органы консультируются в зависимости от случая с общественными объединениями потребителей, объединениями коммерсантов или другими заинтересованными лицами относительно эффективности обязательств, предлагаемых в целях пресечения нарушений, за которые настоящей главой предусмотрено наказание.

(8) Применение и осуществление компетенций, предусмотренных настоящей статьей, должны быть соразмерными и соответствовать законодательству. Меры по проверке и по обеспечению соблюдения законодательства, касающиеся защиты прав и экономических интересов потребителей, должны соответствовать характеру нарушения законодательства по защите интересов потребителей на трансграничном уровне и связанному с ним общему фактическому или потенциальному ущербу.

Часть 2

Механизм взаимной помощи

Статья 46. Процедура запросов предоставления

информации

(1) По требованию запрашивающего органа запрашиваемый орган незамедлительно, не позднее 30 дней или в течение любого другого согласованного срока предоставляет ему любую значимую информацию, необходимую для определения того, имело ли или имеет место трансграничное нарушение, и для пресечения такого нарушения.

(2) Запрашиваемый орган проводит необходимые соответствующие проверки или принимает любые другие необходимые либо достаточные меры по сбору запрашиваемой информации. При необходимости эти действия проводятся при содействии других органов публичной власти.

(3) По просьбе запрашивающего органа запрашиваемый орган может делегировать служащего запрашивающего органа для сопровождения служащих запрашиваемого органа при проведении проверок.

(4) По просьбе запрашивающего органа запрашиваемый орган предпринимает все необходимые и соразмерные меры по обеспечению соблюдения законодательства для пресечения или запрещения нарушения путем осуществления компетенций, предусмотренных в части (7) статьи 44, и любых дополнительных компетенций, предоставленных ему законодательством.

(5) Запрашиваемый орган устанавливает надлежащие меры по обеспечению соблюдения законодательства, необходимые для пресечения или запрещения нарушения, и принимает их незамедлительно, не позднее шести месяцев после получения просьбы, если не будут приведены особые причины для продления срока. В случае необходимости запрашиваемый орган в соответствии со своими компетенциями назначает наказания коммерсанту, ответственному за констатированное нарушение.

(6) Запрашиваемый орган может принимать от коммерсанта по его инициативе дополнительные обязательства по восстановительным мерам в пользу потребителей, которым был нанесен ущерб предполагаемым нарушением, или в соответствующих случаях может предпринимать попытки добиться от коммерсанта обязательств по предложению надлежащих восстановительных мер в пользу потребителей, которым был нанесен ущерб соответствующим нарушением.

(7) Запрашиваемый орган периодически информирует запрашивающий орган о действиях и мерах, которые были предприняты, а также о действиях и мерах, которые он намерен предпринять. Запрашиваемый орган незамедлительно информирует запрашивающий орган о принятых мерах и их воздействии на нарушение с уточнением следующих аспектов:

a) применялись ли временные меры;

b) прекратилось ли нарушение;

c) какие меры было решено принять и были ли они реализованы;

d) в каком объеме были предложены обязательства по восстановительным мерам потребителям, которым предполагаемым нарушением был нанесен ущерб.

Статья 47. Процедуры запросов о взаимной помощи

(1) В случае запроса о взаимной помощи запрашивающий орган предоставляет информацию, необходимую для того, чтобы запрашиваемый орган мог удовлетворить запрос, включая все необходимые доказательства, которые могут быть получены только на территории запрашивающего органа.

(2) Запрашивающий орган направляет запрос о взаимной помощи, указанный в части (1), в единое бюро связи в государстве запрашиваемого органа и, для информирования, в единое бюро связи в государстве запрашивающего органа.

(3) Единое бюро связи в государстве запрашиваемого органа незамедлительно направляет запросы о взаимной помощи в соответствующий компетентный орган.

(4) Запросы о взаимной помощи и все связанные с ними информационные сообщения выполняются письменно на стандартных бланках и передаются в электронном виде.

(5) Соответствующие компетентные органы согласовывают языковой режим, который будет использоваться для запросов о взаимной помощи и связанных с ними сообщений.

(6) Если согласие относительно языкового режима для запросов о взаимной помощи не достигнуто, они передаются на официальном языке запрашивающего органа или на одном из официальных языков, принятых на территории запрашивающего органа, а ответы – на официальном языке запрашиваемого органа либо на одном из официальных языков, принятых на территории запрашиваемого органа.

(7) Запрашиваемый орган отвечает непосредственно как запрашивающему органу, так и единым бюро связи запрашивающего и запрашиваемого органа.

Статья 48. Отказ в удовлетворении запроса

о взаимной помощи

(1) Запрашиваемый орган может отказать в удовлетворении запроса информации в соответствии со статьей 46, если выполняется одно или несколько из следующих условий:

a) после консультации с запрашивающим органом выясняется, что запрашиваемая информация не нужна последнему для определения того, имело ли или имеет место трансграничное нарушение либо существуют ли разумные основания подозревать, что такое нарушение может иметь место;

b) запрашивающий орган полагает, что на информацию не распространяются положения о конфиденциальности, профессиональной и коммерческой тайне, предусмотренные в статье 58;

c) в отношении того же коммерсанта в связи с тем же трансграничным нарушением на территории запрашиваемого или запрашивающего органа судебными властями уже начато уголовное преследование или судебное производство.

(2) Запрашиваемый орган может отказать в удовлетворении запроса о применении мер по обеспечению соблюдения законодательства в соответствии со статьей 46, если после консультации с запрашивающим органом выполняется одно или несколько из следующих условий:

a) в отношении того же коммерсанта в связи с тем же трансграничным нарушением уже начато уголовное преследование или судебное производство либо существует судебное мировое соглашение либо судебное решение, вынесенное судебной властью на территории запрашиваемого органа;

b) в отношении того же коммерсанта в связи с тем же трансграничным нарушением на территории запрашиваемого органа уже начато осуществление необходимых компетенций по обеспечению соблюдения законодательства или уже принято административное решение с тем, чтобы быстро и эффективно пресечь либо запретить трансграничное нарушение;

c) после соответствующей проверки запрашиваемый орган констатировал, что никакое трансграничное нарушение не имело места;

d) запрашиваемый орган пришел к выводу о том, что запрашивающий орган не предоставил необходимую информацию, как это предусмотрено в части (1) статьи 47;

e) запрашиваемый орган принял от коммерсанта обязательства по прекращению трансграничного нарушения в течение определенного срока, и этот срок еще не истек. Тем не менее, если коммерсант не выполняет принятые обязательства в течение указанного срока, запрашиваемый орган удовлетворяет запрос о мерах по обеспечению соблюдения законодательства, переданный в соответствии со статьей 46.

(3) Запрашиваемый орган информирует запрашивающий орган об отказе в удовлетворении запроса о взаимной помощи с указанием причин отказа.

Часть 3

Скоординированные механизмы проверки и контроля обеспечения соблюдения законодательства в случае трансграничных нарушений

Статья 49. Общие принципы трансграничного

сотрудничества

(1) При наличии обоснованных подозрений в наличии трансграничного нарушения компетентные органы, обладающие полномочиями в связи с соответствующим нарушением, незамедлительно информируют друг друга и соответствующее единое бюро связи, направляя оповещения в соответствии со статьей 55.

(2) Компетентные органы, обладающие полномочиями в связи с трансграничным нарушением, для целей работы с соответствующими нарушениями координируют между собой меры по проверке и обеспечению соблюдения законодательства. Они предоставляют друг другу все необходимые доказательства и информацию и незамедлительно оказывают друг другу необходимую помощь.

(3) Компетентные органы, обладающие полномочиями в связи с трансграничным нарушением, должны удостовериться в том, что ведется сбор всех необходимых доказательств и информации и принимаются все необходимые меры по обеспечению соблюдения законодательства для целей пресечения или запрещения соответствующего нарушения.

(4) Без ущерба для положений части (2) положения настоящей главы не затрагивают осуществления деятельности по проверке и обеспечению соблюдения национального законодательства компетентными органами, обладающими полномочиями в связи с тем же нарушением, совершенным тем же коммерсантом.

(5) При решении вопросов, регулируемых настоящей частью в составе главы, соответствующие компетентные органы действуют сообща.

Статья 50. Начало осуществления

скоординированного действия

и назначение координатора

(1) В случае обоснованного подозрения в масштабном нарушении компетентные органы, обладающие полномочиями в связи с соответствующим нарушением, договариваются о начале осуществления скоординированного действия. О начале осуществления скоординированного действия незамедлительно уведомляются единые бюро связи, обладающие полномочиями в связи с соответствующим нарушением.

(2) Компетентные органы, обладающие полномочиями в связи с предполагаемым масштабным нарушением, назначают один из компетентных органов, обладающих полномочиями в связи с предполагаемым нарушением, для принятия на себя роли координатора.

(3) Компетентный орган присоединяется к скоординированному действию, если в ходе такого действия подтверждается, что такой компетентный орган обладает полномочиями в связи с трансграничным нарушением.

(4) Компетентный орган может отказаться от участия в скоординированном действии по любой из следующих причин:

a) в отношении того же трансграничного нарушения, совершенного тем же коммерсантом, уже начато уголовное преследование или судебное производство, вынесено решение или состоялось судебное мировое соглашение;

b) в отношении того же коммерсанта в связи с тем же трансграничным нарушением оперативно и эффективно было принято административное решение;

c) в результате надлежащей проверки становится очевидным, что фактическое или потенциальное воздействие предполагаемого трансграничного нарушения незначительно, и компетентному органу не нужно принимать какие бы то ни было меры по обеспечению соблюдения законодательства;

d) компетентный орган принял обязательства, предложенные ответственным за трансграничное нарушение коммерсантом, эти обязательства выполнены, и компетентному органу не нужно принимать какие бы то ни было меры по обеспечению соблюдения законодательства.

(5) Если компетентные органы отказываются от участия в скоординированном действии, они незамедлительно информируют об этом решении другие компетентные органы и единые бюро связи, обладающие полномочиями в связи с трансграничным нарушением, указав причины отказа и предоставив необходимые подтверждающие документы.

Статья 51. Меры по проверке и обязательства

в рамках скоординированных действий

(1) Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированных действий, должны удостовериться в том, что деятельность по проверке и контролю осуществляется в рамках эффективного, результативного и скоординированного подхода. В то же время компетентные органы обязаны прилагать усилия к тому, чтобы осуществлять деятельность по проверке и контролю в соответствии с законодательством.

(2) Механизм взаимной помощи может в случае необходимости использоваться, в частности, для сбора доказательств и информации при скоординированном действии в рамках трансграничного сотрудничества или для того, чтобы удостовериться в том, что соответствующий коммерсант не смог обойти меры по обеспечению соблюдения законодательства.

(3) В случае необходимости компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, представляют результаты расследования и анализа масштабного нарушения в виде согласованной общей позиции.

(4) Если компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированных действий, не договорились об ином, координатор доводит общую

позицию до сведения коммерсанта, ответственного за трансграничное нарушение. Коммерсанту, ответственному за трансграничное нарушение, предоставляется возможность быть заслушанным по вопросам, составляющим общую позицию.

(5) При необходимости без ущерба для положений части (5) статьи 49, статьи 58 или законодательства о конфиденциальности и о профессиональной либо коммерческой тайне компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, принимают решение о публикации общей позиции либо ее частей на своих официальных веб-страницах и могут запрашивать мнение общественных объединений потребителей, объединений коммерсантов и других заинтересованных сторон.

(6) На основании общей позиции, принятой в соответствии с частью (3), компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, могут в течение установленного срока направить коммерсанту, ответственному за трансграничное нарушение, обязательства по пресечению соответствующего нарушения. Коммерсант также может по собственной инициативе предложить взять на себя обязательства по пресечению соответствующего нарушения, или предложить потребителям, которым соответствующим нарушением был нанесен ущерб, принять перед ними обязательства по восстановительным мерам.

(7) При необходимости и без ущерба для положений о конфиденциальности и о профессиональной и коммерческой тайне компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, могут публиковать на своих официальных веб-страницах обязательства, предложенные коммерсантом, ответственным за трансграничное нарушение. Компетентные органы могут запрашивать мнение общественных объединений потребителей, объединений коммерсантов и других заинтересованных сторон.

(8) Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, оценивают предложенные обязательства и сообщают результат оценки коммерсанту, ответственному за трансграничное нарушение, а также, если коммерсантом предлагаются обязательства по восстановительным мерам, информируют об этом потребителей, заявивших о нанесенном им соответствующим нарушением ущербе. Если обязательства являются соразмерными и достаточными для прекращения трансграничного нарушения, компетентные органы соглашаются с ними и устанавливают срок, к которому они должны быть выполнены.

(9) Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, осуществляют мониторинг реализации обязательств. В частности, они должны удостовериться в том, что коммерсант, ответственный за трансграничное нарушение, регулярно отчитывается перед координатором о достигнутых в ходе выполнения обязательств результатах. Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, при необходимости запрашивают мнение общественных объединений потребителей и экспертов для проверки соответствия принятых коммерсантом мер взятым им на себя обязательствам.

(10) Компетентные органы могут использовать в качестве доказательств любую информацию, документы, выводы, заявления, заверенные копии или отправленные данные независимо от накопителя, на котором они хранятся.

Статья 52. Меры по обеспечению соблюдения

законодательства и по завершению

скоординированных действий

(1) Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, принимают в областях своей компетенции все необходимые меры по обеспечению соблюдения законодательства в отношении коммерсанта, ответственного за трансграничное нарушение, с целью пресечения или запрещения соответствующего нарушения. При необходимости эти органы в соответствии со своей компетенцией назначают наказания коммерсанту, ответственному за трансграничное нарушение.

(2) Компетентные органы могут по инициативе коммерсанта принять с его стороны дополнительные обязательства по восстановительным мерам в пользу потребителей, которым был нанесен ущерб предполагаемым трансграничным нарушением, или могут по обстоятельствам предпринять попытки добиться принятия коммерсантом обязательств по надлежащим восстановительным мерам в пользу потребителей, которым был нанесен ущерб соответствующим нарушением.

(3) Меры по обеспечению соблюдения законодательства признаются надлежащими, в частности, в случае, когда:

a) для быстрого и эффективного прекращения или запрещения нарушения требуется незамедлительное действие по обеспечению соблюдения законодательства;

b) маловероятно, что данное нарушение будет прекращено в результате выполнения обязательств, предложенных ответственным за нарушение коммерсантом;

c) коммерсант, ответственный за нарушение, не предлагает обязательств в течение срока, установленного компетентными органами;

d) обязательства, предложенные коммерсантом, ответственным за нарушение, недостаточны для прекращения нарушения или в зависимости от обстоятельств для обеспечения восстановительных мер в пользу потребителей, которым нарушением был нанесен ущерб; или

e) коммерсант, ответственный за нарушение, не реализует в течение срока, установленного в части (8) статьи 51, обязательства по прекращению нарушения или в зависимости от обстоятельств по обеспечению восстановительных мер в пользу потребителей, которым нарушением был нанесен ущерб.

(4) Меры по обеспечению соблюдения законодательства в соответствии с частью (3) должны приниматься в рамках эффективного, действенного и скоординированного

подхода, с тем чтобы добиться прекращения или запрещения трансграничного нарушения. Компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, одновременно прилагают усилия к принятию мер по обеспечению соблюдения законодательства в государствах, затронутых соответствующим нарушением.

(5) Скоординированное действие завершается в случае, когда компетентные органы, обладающие полномочиями в рамках скоординированного действия, приходят к выводу, что трансграничное нарушение прекращено или запрещено на трансграничном уровне либо что такое нарушение не совершалось.

(6) Координатор незамедлительно уведомляет единое бюро по связям о завершении скоординированного действия.

Статья 53. Роль координатора

(1) Координатор, назначенный в соответствии со статьей 50 или 57, осуществляет, в частности, следующие полномочия:

a) удостоверяется в том, что все соответствующие компетентные органы надлежащим образом и своевременно информируются о ходе деятельности по проверке или, в зависимости от обстоятельств, по обеспечению соблюдения законодательства, и о действиях и мерах, которые необходимо предпринять;

b) координирует и мониторирует меры по проверке, принимаемые компетентными органами, обладающими полномочиями в соответствии с настоящей главой;

c) координирует для компетентных органов подготовку и направление всех необходимых документов;

d) поддерживает контакт с коммерсантом и другими сторонами, которых касаются меры по проверке или в зависимости от обстоятельств по обеспечению соблюдения законодательства, если соответствующие компетентные органы и координатор не договорились об ином;

e) при необходимости координирует проведение оценки, консультаций и мониторинга соответствующими компетентными органами, а также другие шаги, необходимые для оформления и реализации обязательств, предложенных заинтересованными коммерсантами;

f) при необходимости координирует меры по обеспечению соблюдения закона, принятого соответствующими компетентными органами;

g) координирует запросы о взаимной помощи, направленные компетентными органами.

(2) Координатор не отвечает ни за действия, предпринятые компетентными органами, обладающими полномочиями при осуществлении компетенций, указанных в

статье 45, ни за бездействие этих органов.

Статья 54. Языковой режим

(1) Языки, используемые соответствующими компетентными органами для уведомлений и других сообщений, подпадающих под действие настоящей части в составе главы и относящихся к скоординированным действиям и действиям по проверке, становятся предметом согласия между соответствующими компетентными органами.

(2) Если соответствующие компетентные органы не пришли к согласию, уведомления и другие сообщения передаются на румынском языке или на одном из официальных языков государства, передающего соответствующее уведомление либо сообщение. При этом каждый участвующий компетентный орган обеспечивает по мере необходимости перевод уведомлений, сообщений и других документов, полученных им от других компетентных органов.

(3) В рамках процедур, предусмотренных настоящей частью в составе главы, коммерсант имеет право общаться на официальном языке или на одном из официальных языков, используемых для официальных целей в государстве своего учреждения или местонахождения.

Часть 4

Деятельность по защите прав потребителей

в рамках трансграничного сотрудничества

Статья 55. Оповещения

(1) Любой компетентный орган незамедлительно уведомляет единое бюро связи о любом обоснованном подозрении в совершении нарушения, способного затронуть интересы потребителей, за которое настоящей главой предусмотрено наказание.

(2) При отправке на основании части (1) уведомления о подозрении в совершении нарушения, за которое настоящей главой предусмотрено наказание, то есть при направлении оповещения компетентный орган предоставляет, в частности, следующую информацию при ее наличии:

a) описание действия или бездействия, составляющего нарушение;

b) подробные сведения о продукте или услуге, которых касается нарушение;

c) названия государств, которых касается или может касаться нарушение;

d) указание коммерсанта или коммерсантов, ответственных или подозреваемых в ответственности за нарушение;

e) правовая база в отношении любых мер;

f) описание судебного производства, мер по обеспечению соблюдения законодательства или других мер, принятых в связи с нарушением, а также их статус, сроки и продолжительность реализации;

g) указание компетентных органов, ответственных за процедуры судебного разбирательства и прочие меры.

(3) При направлении оповещения компетентные органы обращаются к заинтересованным компетентным органам и единым бюро связи в рамках трансграничного сотрудничества с просьбой проверить, существуют ли на основании имеющейся или легко доступной заинтересованным компетентным органам информации подозрения в совершении аналогичных трансграничных нарушений либо принимались ли в отношении таких нарушений меры по обеспечению соблюдения законодательства. Компетентные органы незамедлительно отвечают на такую просьбу в рамках трансграничного сотрудничества.

Статья 56. Внешние оповещения

(1) Если не имеется причин для обратного, в рамках трансграничного сотрудничества уполномоченные организации, общественные объединения потребителей и в соответствующих случаях объединения коммерсантов, обладающие необходимыми специальными знаниями, наделяются полномочиями направлять компетентным органам в рамках трансграничного сотрудничества оповещения о подозрении в нарушениях, за которые настоящей главой предусмотрено наказание, и предоставлять имеющуюся у них информацию в соответствии с частью (2) статьи 55 (далее – *внешнее оповещение*).

(2) В качестве ответа на внешнее оповещение компетентные органы не обязаны инициировать какую-либо процедуру или принять какие-либо другие меры. Субъекты, отправляющие внешние оповещения, должны удостовериться в правильности, актуальности и точности предоставляемой информации и незамедлительно исправить или в случае необходимости отозвать сообщенную информацию.

Статья 57. Координация деятельности по контролю

соблюдения законодательства в области

защиты прав потребителей. Обмен

служащими между компетентными

органами

(1) Компетентные органы могут принять решение о проведении действий по контролю для проверки соблюдения или выявления нарушения законодательства по защите интересов потребителей.

(2) При проведении действий по контролю участвующие в них компетентные органы могут воспользоваться компетенциями, предусмотренными в статье 45, и

другими компетенциями по контролю, предусмотренными Законом о государственном контроле №131/2012.

(3) В той мере, в какой это необходимо для достижения цели настоящей главы, компетентные органы информируют друг друга о деятельности, осуществляемой ими в следующих областях:

a) сбор и классификация жалоб потребителей и обмен относящимися к ним данными;

b) разработка информационно-коммуникационных инструментов;

c) при необходимости разработка стандартов, методик и руководств по реализации положений настоящей главы.

(4) В той мере, в какой это необходимо для достижения цели настоящей главы, государства в рамках трансграничного сотрудничества могут координировать и совместно организовывать деятельность в областях, указанных в части (3).

(5) Для повышения качества сотрудничества компетентные органы могут участвовать в программах обмена опытом с участием служащих из других государств.

(6) Компетентные органы принимают необходимые меры для обеспечения эффективного участия служащих из других государств в деятельности компетентного органа. С этой целью такие служащие уполномочены выполнять задачи, возложенные на них принимающим компетентным органом, в соответствии с национальным законодательством Республики Молдова.

(7) Гражданская и уголовная ответственность для служащих на протяжении всего срока обмена опытом регулируется теми же условиями, как и для служащих компетентного органа. Служащие из других государств должны соблюдать профессиональные стандарты и соответствующие внутренние нормы поведения компетентного органа. Эти нормы поведения должны, в частности, обеспечивать данным лицам защиту в связи с обработкой персональных данных, процессуальную справедливость и полное соблюдение положений о конфиденциальности и о профессиональной и коммерческой тайне в соответствии со статьей 58.

Статья 58. Использование и раскрытие информации.

Профессиональная и коммерческая тайна

(1) Информация, собранная компетентными органами или сообщенная им в целях применения настоящей главы, используется только с целью обеспечения соблюдения законодательства по защите интересов потребителей в рамках трансграничного сотрудничества.

(2) Информация, указанная в части (1), является конфиденциальной и используется и раскрывается только при надлежащем учете коммерческих интересов определенного физического или юридического лица, а также коммерческой тайны и

прав интеллектуальной собственности.

(3) При этом после консультации с компетентным органом, предоставившим информацию, компетентные органы могут раскрывать такую информацию, если она необходима:

a) для доказательства существования трансграничных нарушений; или

b) для прекращения или запрещения трансграничных нарушений.

Глава IX

АЛЬТЕРНАТИВНОЕ РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Часть 1

Общие вопросы альтернативного разрешения

споров по защите прав потребителей

Статья 59. Общие положения, относящиеся

к альтернативному разрешению

споров по защите прав потребителей

(1) Настоящая глава устанавливает требования по качеству для субъектов альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей и процедуры альтернативного разрешения споров с целью гарантировать доступ потребителей к высококачественным, прозрачным, эффективным и справедливым механизмам внесудебного разрешения споров.

(2) Настоящая глава применяется без ущерба для Закона о медиации № 137/2015.

(3) Статья 70 применяется без ущерба для положений других нормативных актов, касающихся информирования потребителей о внесудебных процедурах, которые применяются в дополнение к указанной статье.

(4) Настоящая глава не затрагивает право потребителей обращаться в компетентные судебные инстанции.

(5) Положения настоящей главы не применяются:

a) к процедурам, осуществляемым субъектами разрешения споров, в случае, когда лица, ответственные за разрешение споров, наняты коммерсантом или получают вознаграждение исключительно от него;

b) к процедурам, осуществляемым в рамках управляемых коммерсантом систем рассмотрения жалоб потребителей;

c) к услугам общего интереса неэкономического характера, представляющим собой услуги, оказываемые без вознаграждения, такие как услуги, являющиеся исключительной прерогативой государства, а именно: полиция, система правосудия и государственная система социального страхования, а также другие услуги, которые могут быть отнесены к неэкономическим;

d) к спорам между коммерсантами;

e) к прямым переговорам между потребителем и коммерсантом;

f) к судебным производствам, относящимся к спору;

g) к процедурам, инициированным коммерсантом против потребителя;

h) к медицинским услугам, оказываемым пациентам медицинскими работниками для оценки, поддержания или восстановления состояния здоровья, включая назначение, отпуск и предоставление лекарств и медицинских изделий;

i) к учреждениям высшего или внешкольного образования.

(6) Субъект альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей (далее – *субъект АРС*) представляет собой государственную или частную структуру, независимо от используемого для нее наименования или обозначения, учрежденную на долгосрочной основе, которая предлагает разрешение спора с использованием процедуры альтернативного разрешения и которая внесена в список в соответствии с частью (2) статьи 63.

(7) Субъект АРС считается учрежденным по месту:

a) где он осуществляет деятельность по альтернативному разрешению споров;

b) где находится орган власти или другой публичный субъект, если функционирование субъекта АРС обеспечивается органом власти либо другим публичным субъектом.

(8) Коммерсант считается учрежденным по месту:

a) где он осуществляет профессиональную деятельность – в случае физического лица;

b) по месту нахождения или по основному месту осуществления деятельности, в том числе его отделения, агентства или другого подразделения, – в случае общества или другого юридического лица либо объединения физических или юридических лиц.

(9) Под процедурой альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей (далее – *процедура АРС*) понимается процедура, применяемая субъектом альтернативного разрешения споров, который предлагает или предписывает определенное решение либо организует встречу сторон с целью выработки дружественного решения.

(10) Альтернативное разрешение споров по защите прав потребителей осуществляется безвозмездно или за символическую плату для потребителей.

(11) Расходы, связанные с альтернативным разрешением споров по защите прав потребителей, возлагаются на стороны (производство экспертизы, преставление сторонами фактических доказательств, представительские расходы и т. д.).

Статья 60. Компетенция органов публичной

власти в области альтернативного

разрешения споров по защите прав

потребителей

(1) Компетентным органом, ответственным за разработку и продвижение государственной политики в области альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей (далее – *компетентный орган*), является Министерство экономического развития и цифровизации.

(2) Компетентный орган обладает следующими полномочиями:

a) разрабатывает, координирует и мониторирует реализацию государственной политики в области альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей;

b) оценивает, могут ли занимающиеся разрешением споров субъекты, о которых он был уведомлен, быть признаны субъектами АРС;

c) устанавливает, изменяет и обновляет список субъектов АРС, о которых он был уведомлен и которые выполняют условия, предусмотренные в статье 63.

(3) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей уполномочена для оказания поддержки потребителям в связи со спорами, в том числе трансграничными, вытекающими из договоров купли-продажи или договоров об оказании услуг, с тем чтобы потребители могли иметь доступ к действующему в другом государстве субъекту АРС с компетенциями по разрешению их трансграничного спора.

(4) Субъекты АРС и Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей доводят до всеобщего сведения консолидированный список субъектов АРС на своих официальных веб-страницах и по мере возможности на долговечных носителях, находящихся в месте их расположения.

(5) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей в рамках сотрудничества и взаимодействия с общественными объединениями потребителей и соответствующими профессиональными объединениями или объединениями коммерсантов поощряет публикацию ими на своих официальных веб-страницах и любыми другими способами, которые они сочтут подходящими, списка субъектов АРС, указанного в части (5) статьи 63.

(6) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей и общественные объединения потребителей обеспечивают надлежащее распространение информации о способах доступа потребителей к процедурам АРС для разрешения споров, входящих в сферу действия настоящего закона.

(7) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей принимает дополнительные меры для поощрения общественных объединений потребителей и соответствующих профессиональных объединений или объединений коммерсантов к повышению уровня осведомленности о субъектах АРС и их процедурах и для содействия дачи согласия на альтернативное разрешение споров по защите прав потребителей коммерсантами и потребителями. Им также рекомендуется при получении жалоб от потребителей предоставлять им информацию о том, какие субъекты АРС являются компетентными.

Часть 2

Институциональные аспекты учреждения

и оценки субъектов альтернативного

разрешения споров

Статья 61. Учреждение субъектов альтернативного

разрешения споров по защите прав

потребителей

(1) Субъект АРС учрежден при соблюдении требований, установленных настоящей главой.

(2) Финансирование субъекта АРС осуществляется за счет средств государственного бюджета, частных или смешанных фондов.

(3) Органы публичной власти, обладающие полномочиями по исполнению законодательства о защите прав потребителей, могут учреждать субъекты АРС в областях своей компетенции.

(4) Субъектами АРС в соответствии с положениями настоящего закона могут быть признаны коммерческие и некоммерческие организации.

(5) Органы публичной власти и организации, указанные в частях (3) и (4), направляют компетентному органу информацию, предусмотренную в части (6), а также любую другую запрошенную им информацию.

(6) Субъект альтернативного разрешения споров, претендующий на получение статуса субъекта АРС по защите прав потребителей и внесение в список субъектов АРС в соответствии с частью (2) статьи 63, сообщает компетентному органу следующую информацию:

a) свое наименование, контактные данные и адрес своей официальной веб-страницы;

b) информацию о своей структуре и финансировании, включая сведения о лицах, ответственных за разрешение споров, об их вознаграждении и полномочиях;

c) процедурные нормы;

d) если применимо – комиссионное вознаграждение;

e) средняя продолжительность процедуры АРС;

f) язык или языки, на которых могут подаваться жалобы и на которых может проводиться процедура АРС;

g) заявление о видах споров, охватываемых процедурой АРС;

h) основания, по которым он может отказаться от ведения определенных споров в соответствии с частью (4) статьи 64;

i) обоснованное заявление о том, может ли рассматриваться данный субъект как субъект АРС, входящий в сферу применения настоящей главы, и соответствует ли он требованиям по качеству, предусмотренным в настоящей главе;

j) если применимо – минимальный финансовый порог для рассмотрения споров в случае приобретения продуктов или услуг.

(7) В случае изменения информации, указанной в пунктах a)–h) части (6), субъекты АРС, не допуская неоправданной задержки, уведомляют о таких изменениях компетентный орган.

(8) Каждые два года субъект АРС сообщает компетентному органу следующую информацию:

a) количество направленных им для рассмотрения споров и виды жалоб, которых они касаются;

b) доля процедур АРС, которые были прерваны до достижения результата;

c) средняя продолжительность разрешения принятых споров;

d) доля случаев соблюдения результатов процедур АРС, если она известна;

e) любые систематические или значимые часто встречающиеся проблемы, вызывающие споры между потребителями и коммерсантами. Информация, сообщаемая в этой связи, может сопровождаться рекомендациями о способах предотвращения или разрешения таких проблем в будущем;

f) при необходимости – оценка эффективности его сотрудничества в составе сетей субъектов АРС, занимающихся разрешением трансграничных споров;

g) при необходимости – сведения об обучении, проводимом для лиц, ответственных за альтернативное разрешение споров, в соответствии с частью (11) статьи 64;

h) оценка эффективности предлагаемой процедуры АРС и возможных способов повышения результативности его деятельности;

i) минимальный финансовый порог для рассмотрения спора в случае приобретения продуктов или услуг.

(9) Каждый субъект АРС разрабатывает собственные процедурные нормы по альтернативному разрешению споров, соответствующий принципам, правилам и требованиям, предусмотренным настоящим законом.

(10) Нормы, указанные в части (9), а также все внесенные в него в дальнейшем изменения направляются в компетентный орган.

Статья 62. Учреждение структурного подразделения,

ответственного за проведение процедур

АРС по защите прав потребителей

(1) В Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей учреждается структурное подразделение, ответственное за проведение процедур АРС. Данное подразделение является беспристрастным и осуществляет свою деятельность независимо от деятельности по государственному надзору и контролю.

(2) Если в областях, предусмотренных в части (2) статьи 36, не учрежден субъект АРС, рассмотрение предмета спора принимает на себя структурное подразделение, учрежденное в Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей, или другой дополняющий субъект АРС.

(3) В ситуации, предусмотренной в части (2), структурное подразделение Государственной инспекции по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей или дополняющий субъект АРС могут обратиться к органам, ответственным за соответствующие сферы, с просьбой представить консультативное заключение по спорам, входящим в сферу их деятельности.

(4) Внесудебное разрешение споров по защите прав потребителей указанной в части (1) структурой, ответственной за проведение процедур АРС, осуществляется для сторон безвозмездно.

Статья 63. Процедура оценки субъектов АРС

(1) Компетентный орган оценивает, в частности на основании информации, полученной в соответствии с частью (6) статьи 61, могут ли субъекты разрешения споров, о которых он получил уведомление, рассматриваться как субъекты АРС, входящие в сферу применения настоящего закона, и выполняют ли они требования по

качеству, предусмотренные в статье 64.

(2) На основании оценки, указанной в части (1), компетентный орган устанавливает список всех выполняющих требования, установленные в статье 64, субъектов АРС, о которых он получил уведомление. Данный список включает следующие элементы:

a) наименование, контактные данные и адреса официальных веб-страниц субъектов АРС, указанных в части (1);

b) если применимо – комиссионное вознаграждение;

c) язык или языки, на которых могут быть поданы жалобы и на которых может проводиться процедура АРС;

d) виды споров, охватываемых процедурой АРС;

e) сектора и категории споров, охватываемые каждым субъектом АРС;

f) необходимость физического присутствия сторон или в зависимости от обстоятельств их представителей, включая декларацию субъекта АРС относительно того, что процедура АРС проводится или может проводиться в устной или письменной форме;

g) обязательность или необязательность результата процедуры;

h) основания, по которым субъект АРС может отказаться от ведения определенного спора в соответствии с частью (4) статьи 64;

i) минимальный финансовый порог для рассмотрения спора в случае приобретения продуктов или услуг.

(3) Если компетентный орган получает уведомление о каком-либо изменении в соответствии с частью (1) статьи 61, соответствующий список обновляется без неоправданных задержек.

(4) Если субъект разрешения споров, на основании настоящего закона фигурирующий в списке в качестве субъекта АРС, более не выполняет требования, указанные в статье 64, компетентный орган связывается с этим субъектом, указывая на требования, которые он не выполняет, требуя от него обеспечить их незамедлительное выполнение. Если невыполнение субъектом АРС требований, указанных в статье 64, сохраняется по истечении трех месяцев, компетентный орган исключает субъект АРС из списка, указанного в части (2) настоящей статьи. Соответствующий список актуализируется без неоправданных задержек.

(5) Компетентный орган публикует на своей официальной веб-странице список субъектов АРС, указанный в части (2). Компетентный орган также публикует на долговечном носителе консолидированный список.

(6) Каждые четыре года компетентный орган подготавливает и публикует отчет о

развитии и функционировании субъектов АРС, в котором:

a) выявляет наилучшие практики деятельности субъектов АРС;

b) в случае необходимости отмечает на основании статистических данных недостатки, оказывающие влияние на функционирование субъектов АРС в случае внутренних и трансграничных споров;

c) в случае необходимости дает рекомендации по повышению эффективности и результативности функционирования субъектов АРС.

(7) Отчет, указанный в части (6), относится ко всем субъектам АРС с местом нахождения в Республике Молдова.

Статья 64. Требования по качеству для субъектов

АРС и процедур АРС

(1) Споры, входящие в сферу действия настоящего закона, могут быть представлены субъекту АРС, который выполняет требования, предусмотренные настоящей статьей.

(2) Субъект АРС должен выполнять следующие требования:

a) администрирует актуализированную официальную веб-страницу, обеспечивающую сторонам доступ к информации о процедуре АРС и позволяющую потребителям подавать в режиме онлайн заявления и необходимые подтверждающие документы;

b) предоставляет сторонам по их требованию информацию, указанную в пункте a), на долговечном носителе;

c) предоставляет потребителю возможность подать жалобу в письменном виде в зависимости от обстоятельств на бумаге или на другом долговечном носителе;

d) предоставляет возможность обмена информацией между сторонами с помощью электронных средств или при необходимости по почте;

e) принимает к рассмотрению как внутренние, так и трансграничные споры;

f) принимает необходимые меры для того, чтобы удостовериться в том, что обработка персональных данных осуществляется в соответствии с Законом о защите персональных данных № 133/2011.

(3) Если в определенных областях деятельности отсутствует компетентный субъект АРС, в соответствии с положениями части (2) может быть создан дополняющий субъект АРС для разрешения споров в соответствующих секторах деятельности. В этих случаях созданный субъект АРС может обратиться к соответствующим органам за консультативным заключением по спорам, входящим в область их деятельности.

(4) Субъект АРС может отказаться от ведения определенного спора по следующим основаниям:

a) для обсуждения своей жалобы потребитель не предпринимал попыток связаться с коммерсантом, а также не предпринимал в качестве первого шага попыток решить возникшие разногласия непосредственно с ним;

b) спор не имеет отношения к делу или является неправомерным;

c) спор рассматривается или рассматривался ранее другим субъектом АРС или судебной инстанцией;

d) стоимость предмета спора ниже или выше заранее установленного финансового порога;

e) потребитель не представил жалобу субъекту АРС в течение года со дня представления им жалобы коммерсанту;

f) ведение такого рода спора может серьезно нарушить эффективное функционирование субъекта АРС.

(5) Если в соответствии со своими процедурными нормами субъект АРС не может рассмотреть представленную ему жалобу, он представляет обеим сторонам объяснение оснований для нерассмотрения спора в течение трех недель с момента получения материалов по жалобе.

(6) Отказ в рассмотрении спора не влияет на доступ потребителей к процедурам АРС, в том числе в случае трансграничных споров.

(7) Если в соответствии со своими процедурными нормами, указанными в части (4), субъект АРС не может рассмотреть представленную ему жалобу, решение о приеме или отказе в приеме жалобы потребителя может принять другой субъект АРС.

(8) Субъекты АРС устанавливают процедурными нормами основания для отказа от ведения определенного спора.

(9) Ответственное лицо в составе субъекта АРС обладает необходимой компетенцией, независимостью и беспристрастностью, а также:

a) имеет диплом лиценциата о высшем образовании и необходимые навыки в области процедур АРС или судебного разрешения споров по защите прав потребителей, а также демонстрирует достаточное общее понимание сферы законодательства;

b) назначается не менее чем на трехлетний срок и не может быть освобождено от должности без обоснованных причин;

c) не получает каких-либо указаний от любой из сторон или их представителей;

d) порядок получения им вознаграждения не связан с результатом процедуры

АРС;

e) незамедлительно информирует субъект АРС о любых вопросах, которые могут повлиять или быть восприняты как влияющие на его независимость и беспристрастность либо могут привести к конфликту интересов с любой из сторон спора, который это лицо должно разрешить. Обязательство по информированию о таких вопросах является постоянным обязательством на протяжении всей процедуры АРС. Это не относится к случаям, когда субъект АРС состоит из одного физического лица.

(10) Без ущерба для положений части (5) статьи 68 субъект АРС должен располагать процедурами, обеспечивающими, чтобы в ситуациях, указанных в пункте e) части (9):

a) соответствующее лицо заменялось другим лицом, которому поручается проведение процедуры АРС;

b) если условие, предусмотренное в пункте a), не выполняется, соответствующее лицо воздерживается от проведения процедуры АРС, и субъект АРС в зависимости от обстоятельств предлагает сторонам передать спор другому субъекту АРС, обладающему компетенцией для этих целей;

c) если условие, указанное в пункте b), не выполняется, стороны уведомляются о сложившихся обстоятельствах, и соответствующему лицу разрешается продолжить проведение процедуры АРС только в случае, если стороны не имеют возражений в этом отношении после того, как они были уведомлены о сложившихся обстоятельствах и о своем праве представлять возражения.

(11) Субъект АРС может предлагать обучение лицам, ответственным за альтернативное разрешение споров. В случае, когда предлагается такое обучение, компетентный орган осуществляет мониторинг схем обучения, созданных субъектами АРС, на основе информации, сообщенной ему в соответствии с пунктом g) части (8) статьи 61.

(12) Для обеспечения эффективности процедур АРС они должны выполнять следующие требования:

a) процедура АРС является доступной, доступ к ней легко осуществить в режиме онлайн и офлайн обеим сторонам независимо от их местонахождения;

b) стороны имеют доступ к процедуре без обязательства прибегнуть к услугам адвоката или юридического советника, при этом процедура не лишает стороны права на независимую консультацию или на представительство либо помощь третьей стороны на любом этапе процедуры;

c) если для потребителей установлена плата, субъект АРС сообщает об этом, в том числе через свою официальную веб-страницу;

d) субъект АРС, получивший жалобу, уведомляет стороны спора немедленно

после получения всех документов, содержащих относящуюся к жалобе релевантную информацию;

e) результат процедуры АРС доводится до всеобщего сведения в течение 90 дней со дня получения субъектом АРС всех материалов по жалобе. В случае особо сложных споров ответственный субъект АРС может при необходимости продлить 90-дневный срок не более чем на 30 дней. Стороны информируются о любом продлении соответствующего срока, а также о предполагаемом периоде завершения спора.

Статья 65. Прозрачность

(1) Субъект АРС размещает на своей официальной веб-странице или поставляет по запросу на долговечном носителе и любыми другими способами, которые он сочтет целесообразными, однозначными и понятными, информацию о следующем:

a) о своих контактных данных, включая почтовый адрес и адрес электронной почты;

b) о своем внесении в список субъектов АРС;

c) о лицах, ответственных за альтернативное разрешение споров, порядке их назначения и сроке действия их полномочий;

d) о своем членстве в сетях субъектов АРС, способствующих разрешению трансграничных споров, если применимо;

e) о видах споров, которые он компетентен разрешать, включая любой финансовый порог в случае его применения. Финансовый порог устанавливается на уровне, который не окажет негативного влияния на доступ потребителей к рассмотрению жалоб субъектами АРС;

f) о процедурных нормах, которыми регулируется разрешение спора, и об основаниях, по которым он может отказаться от рассмотрения определенного спора в соответствии с частью (4) статьи 64;

g) о языках, на которых подаются жалобы и на которых проводится процедура АРС;

h) о разновидностях норм, которые он может взять за основу для разрешения споров (например, правовые нормы, принципы справедливости, кодексы поведения);

i) о любых предварительных требованиях, выполнение которых может быть потребовано от сторон до начала процедуры АРС, включая адресованное потребителю требование попытаться урегулировать разногласия непосредственно с коммерсантом;

j) об условиях выхода сторон из процедуры;

k) о расходах, при их наличии, которые должны быть возложены на стороны, а также о любых правилах распределения расходов по завершении процедуры;

l) о средней продолжительности процедуры АРС;

m) о правовых последствиях результата процедуры АРС;

n) о выполнении решения по альтернативному разрешению спора, если это потребуется.

(2) Ежегодно в марте субъект АРС публикует на своей официальной веб-странице, представляет на долговечном носителе по запросу и любым другим способом, который он сочтет целесообразным, годовой отчет о своей деятельности. Данный отчет включает следующую информацию как о внутренних, так и о трансграничных спорах:

a) количество направленных споров и виды жалоб, к которым они относятся;

b) любые систематические или значимые часто встречающиеся проблемы, вызывающие споры между потребителями и коммерсантами. Соответствующая информация может сопровождаться рекомендациями о способах предотвращения или устранения таких проблем в будущем с целью повышения стандартов коммерсантов и содействия обмену информацией и наилучшими практиками;

c) доля споров, которые он отказался вести, и процентное соотношение типов оснований для такого отказа в соответствии с частью (4) статьи 64;

d) доля процедур АРС, которые были прерваны, и причины прерывания, если они известны;

e) средняя продолжительность необходимого для разрешения споров времени;

f) доля случаев соблюдения результатов процедур АРС, если она известна;

g) сотрудничество в рамках сетей субъектов АРС, занимающихся разрешением трансграничных споров, если применимо.

Часть 3

Вопросы инициирования, организации и проведения процедур альтернативного разрешения споров

Статья 66. Заявление об инициировании альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей

(1) Альтернативное разрешение спора в сфере защиты прав потребителей инициируется по заявлению потребителя.

(2) Заявление, указанное в части (1), должно содержать по меньшей мере

следующее:

a) идентификацию сторон спора;

b) полное и доступное для понимания изложение относящихся к делу фактов;

c) восстановительную меру, которую запрашивает потребитель;

d) подтверждение обращения потребителя к коммерсанту/поставщику;

e) декларация о том, что вопрос не рассматривался в судебной инстанции и что не было вынесено никакого судебного или внесудебного решения, а также декларация о том, что потребитель не урегулировал спор непосредственно с коммерсантом/поставщиком, либо о том, что спор ранее не рассматривался другим субъектом АРС, и, при наличии, другие документы, подтверждающие заявленные факты;

f) дату и подпись потребителя.

(3) К заявлению должна прилагаться доверенность, если заявителя представляет какое-либо лицо.

(4) Заявление может быть подано на бумажном носителе или в электронном виде с использованием онлайн-формы, предоставленной на официальной веб-странице субъекта АРС, и должно быть подписано заявителем.

(5) Потребитель может подать заявление субъекту АРС не позднее одного года со дня, в который он впервые осуществил свое право на обращение к коммерсанту, являющееся предметом спора.

(6) Если заявление не содержит данных, предусмотренных в части (2), или если к нему не прилагаются документы, указанные в части (2), субъект АРС требует от потребителя представить их в течение 15 дней. По истечении этого периода субъект АРС отклоняет заявление.

(7) Субъект АРС может также отклонить заявление, если констатирует, что:

a) спор не входит в сферу его компетенции;

b) спор уже рассматривался судебной инстанции, либо было вынесено судебное решение или инициированы процедуры в судебной инстанции либо во внесудебном порядке, в том числе с участием другого субъекта, указанного в части (3) статьи 61, по тому же предмету/с теми же требованиями;

c) потребитель подал заявление по истечении срока, предусмотренного в части (5); или

d) заявление является очевидно необоснованным.

(8) Заявление является очевидно необоснованным, в частности, если:

a) оно подается повторно, и потребитель не продемонстрировал выполнение установленных условий, при наличии таковых, в контексте предыдущего внесудебного разрешения потребительского спора; или

b) его подачей заявитель однозначно преследует цель злоупотребления своими правами в ущерб другой стороне.

(9) Субъект АРС сообщает сторонам спора об отклонении заявления с указанием причин отклонения в течение 15 дней со дня его получения, за исключением случая, когда факты, определяющие основания для отклонения, устанавливаются впоследствии. В таком случае субъект АРС сообщает сторонам спора об отказе, не допуская неоправданной задержки начиная с момента, когда ему стали известны основания для отклонения заявления. Отклонение заявления не может быть оспорено сторонами.

Статья 67. Начало и прекращение альтернативного

разрешения спора по защите прав

потребителей

(1) Альтернативное разрешение спора по защите прав потребителей начинается с даты получения субъектом АРС заявления в соответствии с частью (2) статьи 66, если только он не отклоняет заявление. Субъект АРС направляет обеим сторонам уведомление о начале процедуры АРС, а также о том, что:

a) стороны имеют доступ к процедуре без обязательства прибегнуть к услугам адвоката или юридического советника, однако процедура не лишает их права быть представленными в соответствии с законом;

b) потребитель может на любом этапе отказаться от участия в альтернативном разрешении спора;

c) коммерсант вправе отказаться от участия в процедуре АРС до ее начала;

d) стороны имеют право выразить свое мнение по данному вопросу;

e) стороны могут знакомиться с документами, относящимися к рассматриваемому спору, делать замечания по ним, а также снимать копии с заявлений, доказательств, документов и фактических материалов, представленных другой стороной;

f) в случаях, предусмотренных в части (5), стороны информируются на бумажном или другом долговечном носителе о прекращении альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей и о фактических обстоятельствах, приведших к прекращению альтернативного разрешения соответствующего спора;

g) начало альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей не затрагивает право сторон обращаться за защитой своих прав и законных интересов в судебную инстанцию.

(2) Процедура АРС может проводиться только после того, как стороны достигли обоюдного согласия по всем вопросам, касающимся начала, проведения и завершения процесса альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей.

(3) Результат процедуры АРС доводится до всеобщего сведения в течение 90 календарных дней со дня получения субъектом АРС всех материалов по жалобе.

(4) В случае особо сложных споров срок, предусмотренный в части (3), может быть продлен еще не более чем на 30 дней. Стороны без неоправданной задержки информируются о продлении этого срока и об ожидаемом общем сроке завершения альтернативного разрешения споров по защите прав потребителей.

(5) Процедура альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей прекращается:

a) в случае отказа сторон от достижения обоюдного согласия в соответствии с частью (2);

b) при одностороннем отказе потребителя от участия в разрешении спора, о чем уведомляется субъект АРС;

c) при констатации смерти одной из сторон спора, не имеющей правопреемника, объявлении ее умершей, признании безвестно отсутствующей или ее исчезновении;

d) по истечении периода, предусмотренного в части (3);

e) при отклонении заявления в соответствии с частями (6) и (7) статьи 66.

(6) Субъект АРС информирует другую сторону спора о прекращении альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей на основании положений пунктов b) или c) части (5), не допуская неоправданных задержек. Если прекращение альтернативного разрешения спора происходит на основании положений пункта d) части (5), информирование обеих сторон спора осуществляется без неоправданных задержек.

Статья 68. Организация и проведение процедур

альтернативного разрешения споров

по защите прав потребителей

(1) В ходе процедур АРС сторонам:

a) предоставляется возможность в разумный срок изложить свою точку зрения, ознакомиться с полученными от субъекта АРС доводами, доказательствами, документами и фактами, представленными другой стороной, с любыми заявлениями и заключениями экспертов, а также высказать свои замечания по ним;

b) предоставляется информация о том, что они не обязаны пользоваться услугами адвоката или юриста, однако могут обратиться за независимой

консультацией или быть представленными третьей стороной либо воспользоваться ее помощью на любом этапе процедуры;

c) предоставляется в письменной форме или на долговечном носителе информация о результате процедуры АРС, а также объяснения с изложением причин, на которых основывается результат.

(2) Если коммерсант соглашается участвовать в процедуре АРС, он обязан в течение 15 рабочих дней с момента получения уведомления в соответствии со статьей 67 представить субъекту АРС изложение фактов, указанных в заявлении о начале альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей.

(3) Коммерсант обязан тесно сотрудничать с субъектом АРС и предоставлять ему информацию, необходимую для эффективного осуществления альтернативного разрешения спора по защите прав потребителей.

(4) Субъекты АРС могут предложить и/или предписать сторонам принять определенное решение. Субъекты АРС могут использовать оба механизма при условии разработки специальных процедур для каждого механизма в отдельности и однозначного и точного информирования сторон о последствиях выбора одного из механизмов. Если субъекты АРС используют оба механизма, выбор одного из них остается за потребителем.

(5) До принятия или выполнения предложенного решения сторонам предоставляется информация:

a) о том, что у них имеется возможность выбора, принимать или не принимать, а также выполнять либо не выполнять предложенное решение;

b) о том, что участие в процедуре не исключает возможности взыскания возмещения ущерба в судебном порядке;

c) о том, что предлагаемое решение может отличаться от решения, которое приняла бы в данной ситуации судебная инстанция;

d) о правовых последствиях согласия с предложенным решением или его выполнения.

(6) Если после тщательной оценки всех установленных фактов и заявлений сторон выясняется, что стороны спора заинтересованы в дружественном разрешении спора, субъект АРС подготавливает проект соглашения о разрешении спора (далее – *проект соглашения*).

(7) Проект соглашения должен содержать:

a) наименование субъекта АРС, имя и фамилию ответственных лиц в составе субъекта АРС;

b) точное указание сторон спора;

c) предмет спора;

d) описание фактов и процедуры, предлагаемой субъектом АРС для альтернативного разрешения спора;

e) положения законодательства, которым следовал субъект АРС при подготовке проекта соглашения;

f) урегулирование прав и обязанностей сторон, являющееся результатом альтернативного разрешения спора;

g) информацию об обязательности согласия сторон с проектом соглашения;

h) дату подготовки проекта соглашения.

(8) Сторонам предоставляется разумный срок на размышление до выражения ими согласия с предложенным решением или дружественным соглашением. В течение 15 дней после получения проекта соглашения стороны сообщают о своем выборе – принять или отклонить предложенное решение.

(9) Стороны выражают свое согласие с проектом соглашения его подписанием. Подписанный проект соглашения передается сторонами спора субъекту АРС по почте, на бумажном носителе или с использованием электронных средств.

(10) После получения согласия обеих сторон с проектом соглашения, предложенным субъектом АРС, заключается соглашение о разрешении спора (далее – *соглашение*). Субъект АРС незамедлительно уведомляет стороны о том, что альтернативное разрешение спора было осуществлено путем заключения соглашения, указанного в части (7).

(11) Положения настоящей части в составе статьи применяются *mutatis mutandis*, если соглашение заключается в присутствии субъекта АРС при одновременном физическом присутствии обеих сторон спора.

(12) Результат процедуры АРС не является обязательным, если с предложенным решением согласна только одна из сторон. Любая из сторон спора может обратиться в судебную инстанцию, к компетенции которой относится рассмотрение такого спора, для рассмотрения одного и того же спора.

(13) В рамках процедур АРС, направленных на разрешение спора путем предписания принять определенное решение, решение может быть обязательным для сторон только в случае, если они были заранее проинформированы:

a) о том, что решение носит обязательный характер;

b) о том, что у сторон не имеется выбора относительно того, соглашаться или не соглашаться с решением;

c) о том, что участие в процедуре не исключает возможности взыскания ущерба в судебном порядке;

d) о том, что предлагаемое решение может отличаться от результата, установленного судебной инстанцией с применением положений действующего законодательства;

e) о правовых последствиях принятия такого решения.

(14) Субъекты АРС должны удостовериться в том, что стороны выразили согласие с обязательным характером решения.

(15) Если процедуры АРС предусматривают, что их результат становится обязательным для коммерсанта сразу же после принятия потребителем предложенного решения, считается, что положения частей (5) и (6) применяются только к потребителю.

(16) Если стороны согласны с предложенным решением, а также в случае предписанного решения субъект АРС издает мотивированное решение, а если стороны не согласны с предложенным решением, субъект АРС издает определение, содержащее описание фактов, предложенное решение и решение, принятое сторонами в связи с ним.

(17) Если коммерсант не согласен с предложенным решением, субъект АРС информирует потребителя в своем определении о механизмах административной или судебной защиты, которыми он может воспользоваться для разрешения спора.

(18) Решение или в соответствующих случаях определение сообщается сторонам в течение 15 дней после принятия и вступает в силу со дня сообщения. Решение или определение может быть обжаловано в компетентной судебной инстанции.

(19) Коммерсант имеет в распоряжении 30 дней для выполнения решения субъекта АРС со дня, следующего за днем его сообщения сторонам или опубликования на официальной веб-странице, если в решении не указан иной срок. Если стороны не согласны с решением субъекта АРС и не намереваются его выполнять, они могут обратиться с иском в судебную инстанцию.

(20) Соглашение между потребителем и коммерсантом по поводу подачи жалобы в субъект АРС не носит для потребителя обязательного характера, если оно было заключено до возникновения спора и если его следствием является лишение потребителя его права на обращение в судебную инстанцию с иском о разрешении спора.

(21) В рамках процедур АРС, направленных на разрешение спора путем предписания принять определенное решение, решение может носить обязательный характер для сторон только в случае, если стороны были заранее проинформированы о том, что оно носит обязательный характер, и официально выразили свое согласие с этим.

Статья 69. Влияние процедуры АРС

на пресекательные сроки

и сроки исковой давности

(1) Стороны, которые в целях разрешения спора прибегли к процедуре АРС, результат которой не является обязательным, не могут быть впоследствии лишены возможности инициировать судебное производство по соответствующему спору вследствие истечения пресекательных сроков или сроков исковой давности в период проведения процедуры АРС.

(2) Положения части (1) применяются без ущерба для положений о пресекательных сроках и сроках исковой давности, содержащихся в международных соглашениях, стороной которых является Республика Молдова.

Статья 70. Информирование потребителей

коммерсантами

(1) Если коммерсанты берут на себя обязательство по использованию субъектов АРС для разрешения споров с потребителями или на них возлагается обязанность использовать эти субъекты, они информируют потребителей о том, к какому субъекту или субъектам АРС они относятся. Такая информация должна включать адрес официальной веб-страницы соответствующего субъекта или субъектов АРС.

(2) Информация, указанная в части (1), предоставляется в ясной, понятной и легкодоступной форме на официальных веб-страницах коммерсантов, при их наличии, и в зависимости от случая в общих условиях договоров купли-продажи или договоров об оказании услуг между коммерсантом и потребителем.

(3) Если коммерсант не имеет официальной веб-страницы, информация, указанная в части (1), предоставляется любым способом, позволяющим потребителю ознакомиться с ней, в частности, в информационных брошюрах и на плакатах коммерсанта, содержащих доступную для потребителя информацию.

(4) Если спор между потребителем и коммерсантом не удалось разрешить в результате подачи потребителем жалобы непосредственно коммерсанту, коммерсант предоставляет потребителю информацию, указанную в части (1), уточнив, будет ли он обращаться за разрешением спора к соответствующим субъектам АРС. Эта информация предоставляется на бумажном или другом долговечном носителе.

Часть 4

Сотрудничество в области альтернативного

разрешения споров по защите прав

потребителей

Статья 71. Сотрудничество и обмен опытом между

субъектами АРС

(1) Субъекты АРС сотрудничают для целей разрешения трансграничных споров и регулярно обмениваются наилучшими практиками по разрешению как трансграничных, так и внутренних споров.

(2) Если существует сеть субъектов АРС, способствующих разрешению трансграничных споров, возникающих в определенной области, национальные субъекты АРС, занимающиеся спорами в соответствующей области, могут стать членами этой сети.

Статья 72. Сотрудничество между субъектами АРС

и органами, обладающими полномочиями

по защите прав потребителей

(1) Субъекты АРС сотрудничают с органами, обладающими полномочиями по защите прав потребителей.

(2) Сотрудничество, указанное в части (1), включает в частности взаимовыгодный обмен информацией о действиях, практикуемых в определенных коммерческих секторах, на которые неоднократно жаловались потребители. Оно также включает предоставление субъектам АРС органами, обладающими полномочиями по исполнению законодательства по защите прав потребителей, технических оценок и информации, если соответствующие оценки или информация необходимы для разрешения индивидуальных споров и если они уже доступны.

(3) Сотрудничество и взаимовыгодный обмен информацией, указанные в частях (1) и (2), осуществляются в соответствии с Законом о защите персональных данных №133/2011.

(4) Настоящая статья применяется без ущерба для положений о профессиональной и коммерческой тайне, применяемых в отношении органов, обладающих полномочиями по исполнению законодательства о защите прав потребителей. На субъекты АРС распространяются нормы соблюдения профессиональной тайны или другие аналогичные предусмотренные законодательством обязательства по обеспечению конфиденциальности.

Глава X

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 73.

(1) Настоящий закон вступает в силу по истечении четырех месяцев со дня опубликования.

(2) Со дня вступления в силу настоящего закона признать утратившим силу Закон о защите прав потребителей № 1453-XII от 25 мая 1993 года.

Статья 74.

Правительству в двухмесячный срок:

a) представить Парламенту предложения по приведению действующего законодательства в соответствие с настоящим законом;

b) привести свои нормативные акты в соответствие с настоящим законом.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПАРЛАМЕНТА Еуджения ОСТАПЧУК

№ 105-XV. Кишинэу, 13 марта 2003 г.

Приложение

ПЕРЕЧЕНЬ

непродовольственных продуктов

надлежащего качества, не подлежащих

возврату или обмену на аналогичный товар

1. Ювелирные изделия (изделия из драгоценных металлов с драгоценными камнями, из драгоценных металлов со вставками из полудрагоценных и синтетических камней, ограненные драгоценные камни).

2. Швейные и трикотажные изделия (нательные бельевые изделия, постельное белье, чулочно-носочные изделия).

3. Предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди для волос, пинцеты, бритвы, электробритвы и другие аналогичные товары для личной гигиены).

4. Парфюмерно-косметические товары.

5. Текстильные товары (хлопчатобумажные, льняные, шерстяные, шелковые и синтетические ткани, ленты, тесьма и др.).

6. Кабельная продукция (провода, кабели, шнуры).

7. Строительные и отделочные материалы и другие товары, отпускаемые на метраж (линолеум, пленка, ковровые покрытия и др.).

8. Изделия и материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, из полимерных материалов, в том числе разового пользования (посуда и принадлежности столовые и кухонные, упаковочные материалы, емкости для хранения и транспортировки пищевых продуктов (канистры, бидоны, бутыли, бочки).

9. Товары бытовой химии, пестициды и агрохимические препараты.

10. Мебель бытовая (мебельные гарнитуры и комплекты).

11. Автомобили и мотовелотовары, прицепы и агрегаты к ним, мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ, прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения.

12. Технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (электробытовые машины и приборы, радиоэлектронная аппаратура, бытовая вычислительная и множительная техника, фото- и киноаппаратура, телефонные аппараты (стационарные и мобильные) и факсимильная аппаратура, электромузыкальные инструменты, бытовое газовое оборудование и устройства).

13. Товары для профилактики и лечения некоторых заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, медицинские инструменты, приборы и аппаратура, средства гигиены полости рта, линзы очковые, предметы по уходу за детьми, лекарства).

14. Игрушки.

15. Интимные товары для взрослых.