З А К О Н
о защите прав потребителей

№ 105-XV от 13.03.2003

Переопубликован: Мониторул Официал ал Р.Молдова N 176-181/513 от 21.10.2011
Мониторул Официал ал Р.Молдова N 126-131/507 от 27.06.2003

*** * ***

С О Д Е Р Ж А Н И Е

Глава I
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Используемые понятия
Статья 2. Область применения
Статья 3. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей
Статья 4. Международные соглашения
Статья 5. Неправомерные условия
Статья 6. Основные права потребителей

Глава II
ЗАЩИТА ЖИЗНИ, ЗДОРОВЬЯ, НАСЛЕДСТВЕННОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья 7. Специфические требования по защите жизни, здоровья, наследственности и безопасности потребителя
Статья 8. Обязанности производителя
Статья 9. Обязанности продавца
Статья 10. Обязанности исполнителя
Статья 11. Обязанности хозяйствующих субъектов по продуктам длительного пользования

Глава III
ЗАЩИТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 12. Специфические требования по защите экономических интересов потребителей
Статья 13. Недобросовестные коммерческие практики
Статья 14. Компетенция и право обращения в связи с недобросовестными коммерческими практиками
Статья 15. Ответственность и санкции за использование недобросовестных коммерческих практик
Статья 16. Заключение договоров
Статья 16^1. Соответствие продуктов спецификациям, содержащимся в договоре купли-продажи
Статья 17. Установление срока службы, срока годности, гарантийного срока
Статья 18. Права потребителя в случае наличия несоответствия продукта
Статья 18^1. Права потребителя при несоответствии предоставленной услуги
Статья 18^2. Регрессный иск
Статья 18^3. Сроки
Статья 18^4. Гарантии
Статья 18^5. Порядок подачи и рассмотрения жалоб

Статья 19. Обмен продукта надлежащего качества
Статья 20. Возмещение ущерба

Глава IV
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ (ВЫПОЛНЕНИЕМ РАБОТ)

Статья 21. Обязанности исполнителя по оказанию услуги (выполнению работы)
Статья 22. Оказание услуги (выполнение работы) из материала исполнителя
Статья 23. Оказание услуги (выполнение работы) из материала (с вещью) потребителя

Глава V
ИНФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 24. Право потребителей на информацию
Статья 25. Обязанности хозяйствующих субъектов по информированию потребителей
Статья 26. Просвещение в области защиты прав потребителей

Глава VI
ОРГАНЫ, НАДЕЛЕННЫЕ ФУНКЦИЯМИ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 27. Органы центрального публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей
Статья 28. Другие органы публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей
Статья 29. Функции органов местного публичного управления по защите прав потребителей
Статья 30. Общественные объединения потребителей

Глава VII
ИСКИ В ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 31. Иски в защиту прав потребителей
Статья 32. Ответственность продавца, исполнителя за нарушение установленных сроков
Статья 33. Ответственность за нарушение положений настоящего закона

Глава VIII
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 34.
Статья 34[1].
Статья 35.

Приложение. Перечень непродовольственных продуктов надлежащего качества, не подлежащих обмену на аналогичный товар

Примечание: Закон переопубликован в Мониторул Официал № 176-181/513 от 21.10.2011 со всеми внесенными изменениями и дополнениями, с перенумерацией статей, частей и пунктов

Настоящий закон устанавливает правовые основы защиты государством лиц, выступающих в качестве потребителей, и воплощает 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 изменении Директивы 84/450/ЕЭС Совета и директив 97/7/ЕС, 98/27/ЕС и 2002/65/ЕС Европейского Парламента и Совета, а также Регламента (ЕС) № 2006/2004 Европейского Парламента и Совета, опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза (JO), № L 149/22 от 11 июня 2005 года и Директиву 1999/44/ЕС Европейского Парламента и Совета от 25 мая 1999 года о некоторых аспектах продажи потребительских продуктов и предоставляемых гарантиях, опубликованную в Официальном журнале Европейского Союза L 171 от 7 июля 1999 года.

[Преамбул дополнен Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Преамбул дополнен Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Парламент принимает настоящий органический закон.

Глава I
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Используемые понятия

Используемые в настоящем законе понятия имеют следующие значения:

потребитель – любое физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее или использующее продукты, услуги для нужд, не связанных с предпринимательской или профессиональной деятельностью;

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);

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;

продавец – любое юридическое лицо или физическое лицо, имеющее разрешение на предпринимательскую деятельность, которые осуществляют коммерческую деятельность по отношению к потребителям;

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

продукт – ценность, предназначенная для индивидуального потребления или использования; продуктами считаются также электрическая и тепловая энергия, газ, вода, поставляемые для индивидуального потребления. В рамках коммерческих практик *продуктом* является любая ценность или услуга, в том числе недвижимость, связанные с продуктом права и обязанности;

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

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

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

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

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;

установленные требования – требования, установленные в нормативных документах, в том числе в нормативных документах по стандартизации;

срок службы – период времени, установленный производителем (хозяйствующим субъектом, который производит продукт) в нормативных документах для продуктов длительного пользования, в течение которого продукты, иные, чем те, для которых установлен срок годности, должны сохранять функциональные характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения, эксплуатации и потребления;

срок годности – период времени, установленный хозяйствующим субъектом, производящим скоропортящийся продукт или продукт, в короткий срок могущий стать опасным для здоровья потребителей, в течение которого продукт должен сохранять специфические характеристики при условии соблюдения правил транспортирования, манипулирования, хранения, использования и потребления. Для пищевых продуктов и лекарств сроком годности является предельная дата потребления;

гарантийный срок – период времени, установленный или заявленный, который исчисляется со дня приобретения продукта, услуги и в течение которого продукт, услуга должны сохранять установленные или заявленные для них характеристики, а производитель, продавец, исполнитель берут на себя ответственность за устранение недостатков или замену несоответствующих продукта, услуги за свой счет при условии, что эти недостатки возникли не по вине потребителя. Для алкогольной продукции гарантийным сроком является период времени, установленный производителем в нормативных документах, который исчисляется со дня розлива и в течение которого приобретенная продукция должна сохранять установленные или заявленные характеристики;

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

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;

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;

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

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

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

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

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;

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;

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;

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

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;

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;

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;

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;

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;

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;

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;

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;

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;

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

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;

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

гарантия – любое обязательство продавца, исполнителя или производителя перед потребителем, предоставленное без взимания дополнительной платы, на возмещение уплаченной стоимости, на ремонт или замену приобретенного продукта/предоставленной услуги либо иное обслуживание продуктов/услуг, если они не соответствуют условиям, заявленным в гарантийном талоне или в соответствующих рекламных материалах;

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;

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

[Ст.1 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]
[Ст.1 изменена Законом N 23 от 01.03.2012, в силу 23.06.2012]
[Ст.1 изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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 об 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.

(2^1) Настоящий закон регулирует аспекты продажи продуктов и предоставления гарантий, а также приобретаемых по договору купли-продажи продуктов, которые должны быть произведены или обработаны.

(3) 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.

(3^1) Положения статей 16^1, 18, 18^2, частей (1)–(11) статьи 18^3 и статья 18^4 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.

[Ст.2 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.2(1^1) введена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 3. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей

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

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 Закона о неправомерных условиях в договорах, заключенных с потребителями, запрещается включение коммерсантами неправомерных условий в такого рода договоры.

[Ст.5 в редакции Закона N 23 от 01.03.2012, в силу 23.06.2012]

[Ст.5(4) в редакции Закона N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 6. Основные права потребителей

Каждый потребитель имеет право на:

a) защиту своих прав государством;

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

e) просвещение в области своих прав;

f) организацию в общественные объединения по защите прав потребителей;

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

h) 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, импорт, 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 основным требованиям, предусмотренным в применяемых технических регламентах или нормативных документах, или которые в нормальных условиях их использования могут подвергнуть опасности жизнь, здоровье, наследственность и безопасность потребителей.

(4) Запрещаются производство, импорт, 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 документах требований качества.

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

(7) Запрещаются импорт, предоставление на рынке и реализация продуктов с истекшим сроком годности.

(8) Запрещается изменение срока годности, указанного 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.

[Ст.7 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.7(6) дополнена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 8. Обязанности производителя

Производитель обязан:

a) предоставлять на рынке только безопасные продукты, которые должны сопровождаться сертификатами соответствия, другими документами согласно законодательству, и продукты, которые соответствуют установленным или заявленным требованиям;

b) приостанавливать поставку, соответственно изымать с рынка или у потребителей продукты при установлении контролирующими органами или собственными специалистами того, что они не соответствуют установленным 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 при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения, использования и потребления.

[Ст.8 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 9. Обязанности продавца

Продавец обязан:

a) удостовериться в безопасности предлагаемых для продажи продуктов и их соответствии установленным 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 компетентные органы, 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 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 или иной документ, удостоверяющий факт покупки продукта, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) хранить книгу жалоб на видном месте и регистрировать жалобы потребителей в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

h) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

i) отвечать за причиненный несоответствующим продуктом ущерб в течение всего установленного срока службы или срока годности при условии соблюдения потребителем требований транспортирования, хранения, использования и потребления.

[Ст.9(8) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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 или заявленные требования, а также предусмотренные договорами условия;

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

f) выдавать кассовый чек или иной документ, удостоверяющий факт оказания услуги, в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

g) обеспечивать оказание услуги (в случае, когда услуга содержит разговорные или письменные текстовые элементы) на молдавском языке в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

h) хранить книгу жалоб на видном месте и регистрировать жалобы потребителей в соответствии с положением, утвержденным Правительством;

i) обеспечивать соблюдение санитарно-гигиенических требований;

j) отвечать за причиненный несоответствующе оказанной услугой ущерб.

[Ст.10(9) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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 импортировать и/или предоставлять на рынке только продукты, соответствующие установленным или заявленным требованиям, оказывать услуги, в том числе коммунальные, только на основании договора, индивидуально заключенного с потребителями и/или их законными представителями.

(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, 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 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.

(8) Запрещаются производство или продажа стандартных образцов, а также производство, ремонт, продажа, прокат средств измерений без законного разрешения на метрологическую деятельность.

[Ст.12 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]
[Ст.12 изменена Законом N 37 от 19.03.2015, в силу 17.04.2015]
[Ст.12(10) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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) – (12);

b) агрессивные в соответствии с положениями частей (13) – (15).

(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, 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 18 и 18^{1}.

(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.

(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 рассмотрения жалоб, если таковые отличаются от требований профессионального мастерства;

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

(12) 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.

(13) 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.

(14) 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.

(15) 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 немедленной или последующей платы за возврат или хранение в надежных условиях продукта, доставленного коммерсантом, но не заказанного потребителем;

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.

[Ст.13 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.13(10^1) введена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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 Агентство по защите прав потребителей 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 Агентства по защите прав потребителей 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.

[Ст.14 изменена Законом N 38 от 27.03.2014, в силу 18.04.2014]

[Ст.14(10^2) введена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 15. Ответственность и санкции за использование недобросовестных коммерческих практик

(1) Учитывая все касающиеся дела интересы и особенно общественные интересы, компетентные судебные инстанции или Агентство по защите прав потребителей:

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 Агентство по защите прав потребителей могут 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 Агентство по защите прав потребителей или в компетентную судебную инстанцию.

[Ст.15(10^3) введена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

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 или заявленным требованиям либо условиям договора;

f) необходимое техническое обслуживание и обеспечение запасными частями на весь срок службы продукта, установленный в нормативных документах 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.

[Ст.16 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.16(11) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 16[1]. Соответствие продуктов спецификациям, содержащимся в договоре купли-продажи

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

(2) Считается, что продукты соответствуют договору купли-продажи, если они:

a) соответствуют описанию, представленному продавцом, и обладают качествами продуктов, которые продавец предоставил потребителю в качестве образца или модели;

b) соответствуют определенной цели, затребованной потребителем, и о которой потребитель сообщил продавцу при заключении договора купли-продажи, а продавец это подтвердил;

c) пригодны для использования в целях, которых обычно используются продукты того же типа;

d) соответствуют обоснованным ожидаемым потребителем качеству и характеристикам, присущим продуктам того же типа, учитывая свойства продуктов и принимая во внимание любые публичные заявления об определенных особенностях продуктов, заявленных продавцом, производителем или его уполномоченным представителем, обычно в рекламных материалах или на этикетке продукта.

(3) 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.

(4) 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.

(5) 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.

(6) Положения части (5) применяются и в случае, если продукт, предназначенный к установке потребителем, установлен самим потребителем, а неправильная установка является причиной недостатка руководства по установке.

[Ст.16[1] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 17. 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 в соответствующем нормативном документе срок годности на пищевые продукты, парфюмерно-косметические изделия, лекарства, изделия бытовой химии и иные скоропортящиеся продукты.

(3) Производитель, исполнитель обязаны установить на предлагаемые продукт, услугу гарантийный срок. При наличии гарантийного срока, установленного производителем, продавец не может установить меньший срок. Гарантийный срок, устанавливаемый производителем или продавцом для продуктов длительного пользования, не может быть меньше установленного законом гарантийного срока, предусмотренного частью (1) статьи 18[3].

(4) В случае если производитель не установил гарантийный срок на продукт длительного пользования потребители пользуются правами, предусмотренными частью (2) статьи 18, 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, установленного в нормативном документе. 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 в течение гарантийного срока другому физическому или юридическому лицу, которое становится его преемником.

[Ст.17 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.17(12) дополнена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 18. Права потребителя в случае наличия несоответствия продукта

(1) Продавец несет ответственность перед потребителем за любое проявление несоответствия после поставки продукта.

(2) В случае наличия несоответствия потребитель вправе требовать от продавца приведение продукта в соответствие бесплатно путем ремонта или замены, в соответствии

с частями (3)–(12), или соразмерное уменьшение цены либо возврата стоимости данного продукта путем расторжения договора обратной силой согласно частям (14)–(16) и (20).

(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.

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

a) стоимость продукта без наличия несоответствия;

b) значительность наличия несоответствия;

c) возможность применения другой восстановительной меры без причинения существенных неудобств потребителю. Потребитель принимает решение в отношении неудобств, которые может причинить восстановительная мера, и может требовать по своему усмотрению возможность выбора между ремонтом или заменой продукта;

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) 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. Данный срок может быть продлен только с согласия потребителя и установлен в договоре.

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

(9) 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.

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

(11) 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.

(12) В случае если вместо устранения несоответствия продавец предлагает продукт без несоответствий, он может потребовать от покупателя возврата продукта с несоответствием согласно правилам о последствиях расторжения договора обратной силой.

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

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

a) если потребителю не предоставляется право ни на ремонт, ни на замену продукта;

b) если продавец не выполнил восстановительную меру в течение 14 календарных дней;

c) если продавец восстановительной мерой причинил существенные неудобства потребителю;

d) если при выявлении несоответствия уже после выполнения восстановительной меры в соответствии с частями (3)–(12) потребитель отказался от ремонта или замены продукта;

e) если при выявлении несоответствия в течение 6 месяцев со дня поставки продукта потребитель отказался от его ремонта или замены.

(15) Уменьшение цены несоответствующего продукта устанавливается по обоюдному согласию сторон (продавец и потребитель).

(16) 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.

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

(18) При возврате стоимости расчеты производятся в случае повышения цены на продукт исходя из его цены на день рассмотрения жалобы, а в случае снижения цены – исходя из цены на день приобретения.

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

(20) 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.

(21) 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.

(22) 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.

[Ст.18 в редакции Закона N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

[Ст.18(13) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 18[1]. 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, соответствующее уменьшение цены или возврат

стоимости производятся исполнителем безоговорочно 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.

[Ст.18[1] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 18[2]. Регрессный иск

В случае если продавец несет ответственность перед потребителем за несоответствие, вызванное действием или бездействием производителя либо хозяйствующего субъекта из той же договорной цепочки, продавец вправе предъявить регрессный иск против лица, ответственного за несоответствие, в установленном законом порядке.

[Ст.18[2] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 18[3]. Сроки

(1) Предусмотренная статьей 18 ответственность продавца наступает при выявлении несоответствия в течение двух лет со дня поставки продукта. Если производитель установил срок коммерческой гарантии больше, чем установленный законом двухлетний срок, предусмотренная статьей 18 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) В случае бывших в употреблении продуктов потребитель и продавец могут договориться о сокращении срока, предусмотренного частью (1), но не более чем до одного года со дня поставки продукта.

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

(5) До тех пор, пока не будет доказано обратное, любое несоответствие, выявленное в течение шести месяцев после поставки продукта, предполагается существовавшим на момент поставки, за исключением случаев, если данное предположение противоречит природе продукта или характеру несоответствия.

(6) 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.

(7) 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.

(8) 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.

(9) 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.

(10) В случае выявления скрытых недостатков по истечении гарантийного срока, установленный частями (7) и (20) статьи 18 срок исчисляется со дня завершения технической экспертизы, проведенной по требованию потребителя третьей стороной, компетентной в соответствующей области и уполномоченной согласно законодательству.

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

[Ст.18[3] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 18[4]. Гарантии

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

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

(3) Гарантийный талон уточняет содержание 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).

(4) Гарантийный талон оформляется на государственном языке с использованием простых и доступных понятий.

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

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

(7) 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.

(8) Права потребителей, предусмотренные статьями 18, 18[1], 18[3] и частями (1)−(7) статьи 18[4] осуществляются без ущерба для любых других прав, на которые потребитель может ссылаться в соответствии с законодательными положениями, регулирующими договорную или внедоговорную ответственность.

[Ст.18[4] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 18[5]. Порядок подачи и рассмотрения жалоб

(1) В течение гарантийного срока потребители подают жалобы в отношении несоответствующих продуктов 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, исполнитель отказываются удовлетворить жалобу потребителя согласно требованиям части (2) статьи 18 и части (1) статьи 18[1], они обязаны в срок не более 14 календарных дней со дня подачи жалобы доказать вину потребителя в возникновении недостатков проданного продукта/оказанной услуги посредством технической экспертизы, проведенной третьей стороной, компетентной в соответствующей области и уполномоченной согласно законодательству. В противном случае они обязаны выполнить требования части (2) статьи 18 и части (1) статьи 18[1] согласно выбору потребителя.

(4) 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.

(5) 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.

[Ст.18[5] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 19. Обмен продукта надлежащего качества

(1) Потребитель вправе в течение 14 дней требовать у продавца 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 обмену на аналогичный продукт, представлен в приложении к настоящему закону.

[Ст.19 дополнена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 20. 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 – 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 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.

Глава IV
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ (ВЫПОЛНЕНИЕМ РАБОТ)

Статья 21. 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.

[Ст.21(16) дополнена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 22. 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 23. 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 24. 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 25. 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 импорт и предоставление на рынке продуктов, оказание услуг в отсутствие полной, достоверной и точной информации на молдавском языке или на молдавском 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, а также энергетическую ценность на упакованных пищевых продуктах, страну-производителя, гарантийный срок, срок службы, срок годности и дату изготовления в соответствии с действующими техническими регламентами и национальными стандартами.

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

(5) 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.

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

(7) Информация об оказываемых услугах должна содержать согласно действующим регламентам соответствующую категорию качества услуги, срок выполнения, гарантийный срок, тарифы, возможные риски и декларацию о соответствии или сертификат соответствия.

(8) Хозяйствующие субъекты обязаны по требованию потребителей демонстрировать им порядок использования и функциональность продуктов длительного пользования, подлежащих продаже.

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

(10) 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.

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

(12) 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 Агентством по защите прав потребителей и размещаются на его web-странице.

(13) 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.

[Ст.25 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]
[Ст.25 изменена Законом N 153 от 01.07.2016, в силу 19.07.2016]
[Ст.25(20) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 26. 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.

[Ст.26(21) дополнена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Глава VI
ОРГАНЫ, НАДЕЛЕННЫЕ ФУНКЦИЯМИ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 27. 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 экономики, которое осуществляет следующие основные функции в области защиты прав потребителей:

а) 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 статьей 28;

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.

(3) Агентство по защите прав потребителей осуществляет следующие основные функции:

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

b) рассматривает и вносит предложения по проектам законодательных или других нормативных актов в области защиты прав потребителей относительно производства, упаковки, этикетирования, сохранения, складирования, перевозки, импорта 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;

c) 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;

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

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

f) 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;

g) 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;

g^1) осуществляет надзор за соответствием основным применяемым требованиям введенной на рынок или предоставленной на рынке непродовольственной продукции, а также контроль за соответствием предоставляемых услуг установленным и/или заявленным требованиям;

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

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

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

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

l) принимает решения об устранении недостатков, замене, возврату стоимости несоответствующих продукта, услуги, уменьшении их цены в соответствии со статьями 18, 18^1 и 18^5, которые подлежат исполнению в течение не более 14 календарных дней со дня получения их хозяйствующим субъектом;

m) принимает решение о прекращении недобросовестных коммерческих практик;

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

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

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

p^1) 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;

q) 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;

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

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

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

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

(4) Положение об Агентстве по защите прав потребителей утверждается Правительством.

(5) 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.

[Ст.27 дополнена Законом N 80 от 05.05.2017, в силу 26.05.2017]
[Ст.27 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]
[Ст.27 изменена Законом N 153 от 01.07.2016, в силу 19.07.2016]
[Ст.27(22) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 28. Другие органы публичного управления, наделенные функциями по защите прав потребителей

Органами публичного управления, наделенными функциями по защите прав потребителей, также являются:

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

b) в области междугородного и международного транспорта – центральный отраслевой орган публичного управления в области транспорта;

c) в области строительства – орган центрального публичного управления, специализированный в области строительства;

d) в области туризма – Агентство туризма;

e) в областях энергетики, водоснабжения и канализации – государственный орган, наделенный функциями по регламентированию в энергетике и в области водоснабжения и канализации;

f) в области связи – государственный орган, наделенный функциями по регламентированию в области связи;

g) в области страхования – государственный орган, наделенный функциями по надзору за страхованием;

h) в области банковских услуг – Национальный банк;

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

[Ст.28 изменена Законом N 37 от 19.03.2015, в силу 17.04.2015]
[Ст.28 дополнена Законом N 318 от 27.12.2012, в силу 08.03.2013]

Статья 29. 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 или заявленным требованиям;

[Пкт.d) ст.29 утратил силу согласно Закону N 153 от 01.07.2016, в силу 19.07.2016]

e) всячески содействовать формированию и функционированию общественных объединений потребителей.

[Ст.29 изменена Законом N 153 от 01.07.2016, в силу 19.07.2016]

Статья 30. 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 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 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 экономики, 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.

[Ст.30(25) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Глава VII
ИСКИ В ЗАЩИТУ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Статья 31. 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 в качестве альтернативного способа разрешения спора.

(6) Процедура медиации в случае разрешения споров, касающихся защиты прав потребителей, регламентируется законом.

[Ст.31(26) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Статья 32. Ответственность продавца, исполнителя за нарушение установленных сроков

(1) За нарушение сроков, предусмотренных частями (7) и (20) статьи 18 и частью (1) статьи 18^1, продавец, исполнитель уплачивают потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку в размере 5 процентов цены продукта, услуги, действующей на день рассмотрения жалобы потребителя.

(2) В случае нарушения установленных согласно статье 21 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 10 процентов цены услуги (работы).

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

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

(5) 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.

(6) 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 или заявленным требованиям.

[Ст.32 изменена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 33. 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.

[Ст.33(28) изменена Законом N 140 от 28.07.2011, в силу 01.01.2012]

Глава VIII
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 34.

(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 34^1.

Настоящий закон совместим с положениями статей 1, 5–9, 11–13 и приложения I и – частично – с положениями статьи 3 и приложения II Директивы 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 изменении Директивы 84/450/ЕЭС Совета и директив 97/7/ЕС, 98/27/ЕС и 2002/65/ЕС Европейского Парламента и Совета, а также Регламента (ЕС) № 2006/2004 Европейского Парламента и Совета,

опубликованной в Официальном журнале Европейского Союза L 149 от 11 июня 2005 года, а также с положениями Директивы 1999/44/ЕС Европейского Парламента и Совета от 25 мая 1999 года о некоторых аспектах продажи потребительских продуктов и предоставляемых гарантиях, опубликованной в Официальном журнале Европейского Союза L 171 от 7 июля 1999 года.

[Ст.34[1] введена Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

Статья 35.

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**

Кишинэу, 13 марта 2003 г.
№ 105-XV.

Приложение

ПЕРЕЧЕНЬ
непродовольственных продуктов надлежащего качества, не подлежащих 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, лекарственные препараты).

14. Игрушки.

[Приложение введено Законом N 187 от 22.07.2016, в силу 16.03.2017]

---

* Повторно опубликован на основании ч.(2) ст.VI Закона № 140 от 28 июля 2011 г. – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011 г., № 146, ст.446.

Изменен и дополнен законами Республики Молдова:

1) Закон № 526-XV от 18.12.2003 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004 г., № 13-15, ст.104;
2) Закон № 60-XVI от 28.04.2005 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2005 г., № 92-94, ст.431;
3) Закон № 64-XVI от 30.03.2006 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006 г., № 66-69, ст.273;
4) Закон № 148-XVI от 08.06.2006 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2006 г., № 98-101, ст.459;
5) Закон № 280-XVI от 14.12.2007 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2008 г., № 94-96, ст.349;
6) Закон № 131-XVIII от 23.12.2009 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010 г., № 23-24, ст.35;
7) Закон № 109 от 04.06.2010 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010 г., № 131-134, ст.443;
8) Закон № 140 от 28.07.2011 – Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011 г., № 146, ст.446; в силу с 01.01.2012.