

(93 necitite) - rox40rox@yahoo.c xMANUAL CLS X A SCANARE MOI x

scribd.com/doc/241565075/176088978-MANUAL-CLS-x-a-SCANARE-MODUL-Protectia-Consumatorului-Si-a-Mediului-Clasa-a-XI-a-Stagiu-Practica-Cut-1

SCRIBD

3 of 30

Search document

Dezechilibre

pe plan economic

pe plan juridic

pe plan informațional

pe planul reprezentării intereselor

Fig. 1.1

1.1. Drepturile consumatorului

Necesitatea protecției consumatorului în economia de piață
În raporturile lor cu agenții economici, consumatorii nu dețin o poziție de egalitate. Ei sunt defavorizați și se confruntă cu o serie de dezechilibre.

DEZECHILIBRE (fig. 1.1.)

- **Pe plan economic**
– achiziționarea unui produs de folosință îndelungată este, pentru consumator, o investiție serioasă, pe când pentru agentul economic este doar o unitate în totalul vânzărilor.
- **Pe plan juridic**
– consumatorii cunosc într-o mai mică măsură decât agenții economici conținutul reglementărilor ce acordă drepturi părților implicate într-o tranzacție (consumatori și agenți economici).
- **Pe plan informațional**

Related titles

Tastați aici pentru a căuta

15°C Cloudy

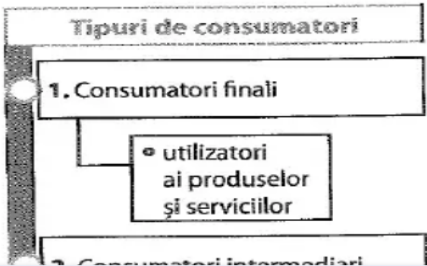
ROU
ROS

08:47
27.08.2021

(93 necitite) - rox40rox@yahoo.c x MANUAL CLS X A SCANARE MOI x +

scribd.com/doc/241565075/176088978-MANUAL-CLS-x-a-SCANARE-MODUL-Protectia-Consumatorului-Si-a-Mediului-Clasa-a-XI-a-Stagiu-Practica-Cut-1

SCRIBD 3 of 30 Search document



Tipuri de consumatori

1. Consumatori finali

- utilizatori ai produselor și serviciilor

2. Consumatori intermediari

– reprezentarea intereselor consumatorilor este deficitară față de eficiența cu care agentul economic își reprezintă propriile interese în fața autorităților.

Aceste dezechilibre, precum și o serie de alte probleme cu care se confruntă consumatorii, legate de structura și calitatea produselor și a serviciilor, de sistemul de comercializare etc., impun promovarea unei politici de protecție a consumatorilor, ca latură a politicii sociale și ca o componentă de bază a programelor de protecție socială.

Protecția consumatorului poate fi definită ca un ansamblu de dispoziții privind inițiativa publică sau privată, destinat a asigura și a ameliora continuu respectarea intereselor consumatorului¹.

Conceptul de *consumator* îmbracă mai multe forme (fig. 1.2.):

- consumatori finali;
- consumatori intermediari.

Piața consumatorilor finali include, pe lângă persoanele fizice, și organizațiile, instituțiile care cumpără produse sau servicii pentru satisfacerea nevoilor proprii și nu pentru prelucrare, utilizare productivă sau

Related titles

Tastați aici pentru a căuta

15°C Cloudy 08:47 27.08.2021

MANUAL CLS X A SCANARE MOD x

scribd.com/doc/241565075/176088978-MANUAL-CLS-x-a-SCANARE-MODUL-Protectia-Consumatorului-Si-a-Mediului-Clasa-a-XI-a-Stagi-Practica-Cut-1

SCRIBD 3 of 30 Search document

```

graph TD
    A[utilizatori ai produselor și serviciilor] --> B[2. Consumatori intermediari]
    B --> C[cumpără produse pentru a le prelucra sau pentru a le revinde]
    
```

Fig. 1.2.

– consumatori finali;
– consumatori intermediari.

Piața consumatorilor finali include, pe lângă persoanele fizice, și organizațiile, instituțiile care cumpără produse sau servicii pentru satisfacerea nevoilor proprii și nu pentru prelucrare, utilizare productivă sau revânzare.

Potrivit legislației în vigoare, *consumatorul* poate fi definit ca persoana fizică ce dobândește, utilizează sau consumă, ca destinatar final, produse obținute de la agenți economici sau care beneficiază de servicii prestate de aceștia.

Drepturile consumatorilor

Problema protecției consumatorilor se află în atenția întregii lumi civilizate (vezi Anexa 1). Conceptul privind „drepturile consumatorilor”

1. *Dictionnaire commercial de l'Academie des Sciences Commerciales*, Ed. Hachette, Paris, 1979.

108

Related titles

Tastați aici pentru a căuta

15°C Cloudy 08:48 27.08.2021

Conceptul privind „drepturile consumatorilor” își are originea, așa cum se menționa într-un capitol precedent, în „Carta drepturilor consumatorilor” definită de fostul președinte al S.U.A. J.F.Kennedy – în martie 1962, sub forma unui mesaj special adresat Congresului american. Deși Carta nu a mai fost definitivată (în același an, președintele Kennedy a fost asasinat), ea rămâne importantă prin conturarea drepturilor fundamentale ale consumatorilor (dreptul de a alege liberă, dreptul la informație, dreptul la petiție și ascultare, dreptul la protecție), dar mai ales prin faptul că ea a servit drept model de referință la elaborarea legilor de protecție a consumatorilor ce au apărut în deceniile șapte și opt în S.U.A. și în alte țări din continentul american (Canada, Mexic), cât și în Europa (Belgia, Franța, Germania, Suedia). În ultimele decenii, problemele protecției consumatorilor se află în centrul atenției teoriei și practicii economice și juridice din întreaga lume. Asemenea probleme, tot

mai complexe, prin continut si mai ales prin solutiile reclamate, fac ca teoria protectiei consumatorilor sa fie tot mai mult studiata la nivelul diverselor comunitati internationale si mondiale, guvernamentale si neguvernamentale, colaborat cu stabilirea masurilor necesare pentru crearea cadrului necesar si adecvat, legislativ si institutional, asigurarii unei protectii reale a consumatorilor. Intr-un asemenea context, comunitatea mondiala, prin cel mai inalt forum al sau – Organizatia Natiunilor Unite, a considerat necesar sa puna in discutia structurilor sale problematica pe care o presupune protectia consumatorilor, adoptandu-se, prin Rezolutia nr.39/248, in 8 aprilie 1985, „Principiile directoare pentru protectia consumatorilor”. Potrivit acestui important document „guvernele tuturor tarilor trebuie sa dezvolte, sa intareasca si sa mentina o politica puternica de protectie a consumatorilor, tinand cont de principiile directoare declarate”. Forma finala a documentului in cauza este rezultatul unor ample studii, consultari si colaborari ale diferitelor organisme ale Organizatiei Natiunilor Unite cu o multitudine de institutii nationale, dupa studierea legislatiilor elaborate de acestea in domeniul protectiei consumatorilor si dupa discutii si negocieri cu numeroase guverne si ulterior in cadrul Adunarilor Generale din anii 1980 si 1985.

Art. 3. - Principalele drepturi ale consumatorilor sunt:

- a) de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;

Măsurile europene de protecție a consumatorilor vizează protecția sănătății și a siguranței, precum și a intereselor economice și juridice ale consumatorilor europeni, indiferent de locul unde aceștia locuiesc, călătoresc sau fac cumpărături în UE. Dispozițiile UE reglementează atât tranzacțiile fizice, cât și comerțul electronic și conțin norme de aplicabilitate generală însoțite de dispoziții care vizează produse specifice, inclusiv medicamente, organisme modificate genetic, produse din tutun, cosmetice, jucării și explozivi. orice produs de consum comercializat pe piață, chiar dacă nu intră sub incidența unei legislații sectoriale specifice, trebuie să respecte totuși anumite standarde în ceea ce privește informarea consumatorilor, măsurile necesare pentru a evita amenințările la adresa siguranței, monitorizarea siguranței produselor și

trasabilitatea. În cazul în care un produs prezintă o amenințare gravă care necesită măsuri rapide, statul membru respectiv informează imediat Comisia Europeană, un sistem pentru schimbul rapid de informații dintre statele membre și Comisie.

b) de a fi informați complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitatea lor de consumatori

Toate informațiile privitoare la produsele și serviciile oferite consumatorilor, documentele însoțitoare, inclusiv cele referitoare la informațiile privind securitatea produsului și instrucțiunile de utilizare, precum și contractele, inclusiv cele preformulate, trebuie să fie scrise în limba română, indiferent de țara de origine a acestora, fără a exclude prezentarea acestora și în alte limbi. Se excepta, de la prevederile menționate anterior, biletele de avion sau alte bilete de transport internațional, documentele elaborate în baza unor acorduri internaționale pe care România le-a acceptat și le-a semnat, precum și voucherele turistice internaționale.

Obligația de a informa corect și complet pe consumator nu poate fi înlăturată prin invocarea secretului comercial sau profesional.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC), organ de specialitate al administrației publice centrale, subordonat Guvernului, coordonează și realizează politica Guvernului în domeniul protecției consumatorilor.

Producătorul de bunuri alimentare trebuie să informeze consumatorul despre: - denumirea/marca sa, adresa, cantitatea, termenul de garanție, - principalele caracteristici tehnice și calitative, compoziție - eventualele riscuri ce pot apărea, modul de utilizare, depozitare. - cazuri în care produsul nu este indicat Eticheta produselor reprezintă orice material scris, imprimat, ce trebuie să conțină: - denumirea produsului; - numele și adresa producătorului, distribuitorului sau importatorului înregistrat în România; - data durabilității minime/termenul de valabilitate; - cantitatea netă; - condiții speciale de depozitare și folosire, dacă este cazul; - locul de origine sau proveniența a produsului; - lista cuprinzând ingredientele folosite, specificând cantitatea - instrucțiuni de utilizare. Data durabilității minime reprezintă data până la care produsul își

pastreaza caracteristicile specifice in conditii de depozitare corespunzatoare. Aceasta este exprimata de obicei prin sintagma „a se consuma de preferinta inainte de...”. Pentru produsele de folosinta indelungata, obligatiile producatorilor sunt: - acordarea unor termene de garantie minime pe grupe de produse - asigurarea unitatilor service autorizate, documentatiei de remediere, catalogului pieselor de schimb,etc - supravegherea respectarii conditiilor in care au fost abilitati producatorii pieselor de schimb si unitatile service; - obligatia producatorului fat de vanzator de a asigura si suporta toate cheltuielile pentru punerea in functiune,intretinerea, repararea acestora, precum si cheltuieli de diagnosticare, montare, ambalare pentru produsele reclamate in cadrul termenului de garantie.

- c) de a avea acces la piețe care le asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;
 - d) Riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, evaluarea riscului făcându-se în funcție de următoarele aspecte:a) caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;b) efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;c) modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;d) categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului.
- Articolul 35(1) Orice agent economic este obligat să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.(2) Orice comerciant trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea și/sau consumul acestora.
- Articolul 36 Este interzisă comercializarea produselor care nu sunt sigure, cât și a produselor neînsoțite de documentația obligatorie prevăzută de lege, prin care să se ateste că ele au fost testate și/sau certificate, după caz.
- Capitolul VI Cadrul general privind obligativitatea informării și educării consumatorilor
- Articolul 37 Statul trebuie să realizeze și să încurajeze folosirea de programe menite să asigure consumatorilor o informare și o educare corespunzătoare, pentru a permite acestora să acționeze în mod distinct, în vederea unei alegeri corecte bazate pe o informare corespunzătoare asupra bunurilor și a serviciilor și să fie cunoscători ai drepturilor și responsabilităților ce le revin.
- Articolul 38 Statul, prin mijloacele sale, are ca scop protejarea

consumatorilor la achiziționarea de produse și servicii, precum și protejarea interesului public general împotriva publicității înșelătoare, a consecințelor negative ale publicității și stabilește condițiile în care este permisă publicitatea comparativă.

O politică eficace de protecție a consumatorilor garantează că piața unică poate funcționa adecvat și eficient. Scopul său este să garanteze drepturile consumatorilor în relația cu comercianții și să ofere protecție suplimentară pentru consumatorii vulnerabili. Normele de protecție a consumatorilor au potențialul de a îmbunătăți rezultatele de pe piață pentru întreaga economie. Ele fac ca piețele să fie mai echitabile și, prin îmbunătățirea calității informațiilor furnizate consumatorilor, pot duce la rezultate mai bune în materie de mediu și piață socială. Capacitarea consumatorilor și protejarea eficientă a siguranței și a intereselor lor economice au devenit obiective esențiale ale politicii UE.

- e) de a fi despăgubiți pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;

Consumatorii au dreptul de a pretinde vânzătorilor remedierea sau înlocuirea gratuită a produselor și serviciilor obținute, precum și despăgubiri pentru pierderile suferite ca urmare a deficiențelor constatate în cadrul termenului de garanție sau de valabilitate. După expirarea acestui termen consumatorii pot pretinde remedierea sau înlocuirea produselor care nu pot fi folosite potrivit scopului pentru care au fost realizate, ca urmare a unor vicii ascunse apărute pe durata medie de utilizare a acestora. Vânzătorul suportă toate cheltuielile legate de aceste deficiențe, situație care nu îl exonerează de răspundere pe producător în relația sa cu vânzătorul. Remedierea deficiențelor apărute la produse sau servicii ori înlocuirea produselor care nu corespund în cadrul termenului de garanție sau de valabilitate și care nu sunt imputabile consumatorului se face în termenul maxim stabilit prin reglementări sau, după caz, prin contract. În cazul unor vicii ascunse, termenul maxim stabilit la alineatul precedent curge de la data finalizării expertizei tehnice efectuate de un organism tehnic neutru. În cazul produselor la care timpul de nefuncționare din cauza

deficiențelor apărute în cadrul termenului de garanție depășește 10% din acest termen, precum și în cazul produselor alimentare, farmaceutice, al dispozitivelor protetice și/sau medicale, al produselor destinate nou-născuților, al cărucioarelor pentru copii și al produselor cosmetice care prezintă abateri de la caracteristicile calitative prescrise sau declarate, cu excepția medicamentelor și produselor preparate în scop medical sau terapeutic, vânzătorul este obligat, la cererea consumatorului, să le înlocuiască sau să restituie contravaloarea acestora. Timpul de nefuncționare menționat se prelungește în mod corespunzător termenul de garanție și curge din momentul sesizării vânzătorului/unității service până la aducerea produsului în stare de utilizare normală și al notificării în scris în vederea ridicării produsului sau predării efective a produsului către consumator. Produsele de folosință îndelungată care înlocuiesc produsele defecte în cadrul termenului de garanție vor beneficia de un nou termen de garanție, care curge de la data preschimbării produsului. Termenul de garanție curge de la data vânzării produsului. Pentru bunurile de folosință îndelungată noi, obținute prin tragere la sorți la tombola, câștigate la concursuri, câștiguri la C.E.C., Loto și similare sau acordate cu reducere de preț ori gratuit de către operatorii economici, termenul de garanție curge de la data intrării bunului respectiv în posesia câștigătorului. Restituirea contravalorii sau înlocuirea produsului achiziționat ori a serviciului prestat se face imediat după constatarea imposibilității folosirii acestuia, dacă această situație nu este imputabilă consumatorului. Restituirea contravalorii produsului sau serviciului se face la valoarea actualizată a acestuia, calculată în funcție de indicele de inflație comunicat de Institutul Național de Statistică. Valoarea actualizată astfel calculată nu va putea fi mai mică decât contravaloarea produsului sau serviciului pe care operatorul economic obligat la restituire o percepe pentru produse sau servicii de același fel, în momentul restituirii. Operatorul economic are aceleași obligații pentru produsul sau serviciul înlocuit ca și pentru produsul sau serviciul vândut inițial.

e) de a se organiza în asociații de consumatori, în scopul apărării intereselor lor

Aceste drepturi sunt recunoscute de legislația românească (Ord. Gub. Nr. 21 din 1992 și nr. 58 din 2000), iar cine le nesocotește suferă sancțiuni.