

Observatii Coalitia pentru Dezvoltarea Romaniei referitor la proiectul de ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ privind modificarea și completarea Ordonanței guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață

OG 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață	Propunerea legislative MEAT	Propuneri de modificare CDR	Observatii
	<p>Ordonanța guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 603 din 31 august 2007, cu modificările și completările ulterioare, se modifică după cum urmează:</p>		
<p>Capitolul I Dispoziții generale</p> <p>Articolul 3 (3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei ordonanțe activitățile de comercializare având ca obiect:</p>	<p>La articolul 3 alin. (3), du litera i) se adaugă o nouă literă, litera j), următorul cuprins:</p> <p>„j) având ca obiect furnizarea pe baza unor contracte încheiate la distanță a produselor alimentare și/sau nealimentare, băuturilor sau a altor bunuri destinate uzului domestic, livrate fizic</p>	<p>„j) având ca obiect furnizarea pe baza unor contracte încheiate la distanță a produselor alimentare și/sau nealimentare, băuturilor sau a altor bunuri destinate uzului domestic, livrate fizic de unul sau mai mulți profesioniști care se deplasează ocazional, frecvent sau periodic în locuri publice ori private stabilite de comun acord</p>	<p>Nu considerăm oportună introducerea acestei exceptări la art. 3 din OG 99.</p> <p>Motive :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modelul REKO se referă doar la produse agroalimentare (a se vedea https://www.interregeurope.eu/policylearning/good-practices/item/1355/reko-rings-local-food-groups/) iar adăugarea exceptării și pentru produse nealimentare, ca parte a acestui model, nu se impune ; 2. Modelul REKO ar trebui totuși să beneficieze de un cadru legal adecvat, cât se poate de nebirocratic, însă cu un set de condiții minimale care să acopere cel puțin siguranța alimentară și de protecție a consumatorului în cadrul relațiilor contractuale ce intervin. Până la adoptarea acestui cadru legal, includerea exceptării în OG 99, cu referiri la eventuale

	<p>de unul sau mai mulți profesioniști care se deplasează ocazional, frecvent sau periodic în locuri publice ori private stabilite de comun acord cu consumatorii;”</p>	<p>cu consumatorii;”</p>	<p>caracteristici ale modelului REKO, ar fi prematură. Mai mult, viitorul cadru legal poate ar putea stipula că OG 99 nu ar fi aplicabilă.</p> <p>Consideram ca din lipsa unei reglementari legale privind comerțul de tip REKO/ROMO nu se impune exceptarea de la aplicabilitatea normei legale iar o asemenea exceptare nu este de natura a conferi o reglementare legală suficientă. Rugăm să se avenge în vedere că micii producători sunt deja expectați de la aplicabilitatea legii conform dispozițiilor cuprinse în dispozițiile lit. b) și d). Prin urmare, se impun clarificări adiționale și limitarea profesioniștilor menționați în cadrul articolului la micii producători, în caz contrar creându-se premisele unei raport dezechilibrat de sarcini între profesioniști și tipul de comerț desfășurat. De asemenea, se impune completarea tezei finale – « locuri publice ori private stabilite de comun acord cu consumatorii” așa încât să se excludă interpretarea creerii unei permisiuni legale de utilizare a locurilor publice și îndeosebi private fără respectarea condițiilor legale de utilizare a acestora și respectiv acordul proprietarului spațiului privat.</p> <p>O altă opțiune poate fi includerea definiției modelului REKO în OG 99 și ulterior reglementarea ca atare în corpul legii. Pentru a fi în acord cu scopul și fundamentarea sa, acest model trebuie limitat exclusiv la produse artisanale sau la produse din producția proprie - artizanală.</p> <p>Însăși nota de fundamentare stabilește, pe de o parte, ca scopul acestei legiferări este de a asigura accesul direct al consumatorilor la producători, fără intermediari, prin intermediul mijloacelor electronice. Cu toate acestea, formula inițiatorului include orice fel de profesioniști (deci și comercianți, distribuitori), ceea ce contrazice argumentele inițiatorului și este de natura a crea premisele apariției unor noi forme de comercianți (intermediari) care însă nu vor avea niciun fel de obligații de autorizare sau de respectare a unui</p>
--	---	--------------------------	---

			<p>minim set de reguli de vanzare. Acest lucru va crea un dezechilibru pe piata, favorizand anumiti comercianti care nu vor avea niciun fel de obligatii, in dauna tuturor celorlalti care vor fi tinuti sa respecte cu strictele prevederile actelor normative in domeniul comercializarii produselor si al protectiei consumatorilor.</p> <p>Totodata, formula <i>“locuri ...private stabilite de comun acord cu consumatorii »</i> poate implica inclusiv livrarea la domiciliu, caz in care acest proces devine identic cu orice vanzare la distanta/online in sensul legii, caz in care nu intelegem care ar fi argumentele exceptarii de la aplicabilitatea OUG 34/2004 sau OG 99/2000.</p> <p>De asemenea, atragem atentia ca ramane neclar daca aceasta forma de comert implica sau nu obligatia emiterii de bonuri fiscale potrivit OUG 28/1999.</p>
<p>Articolul 4 În înțelesul prezentei ordonanțe, următorii termeni se definesc astfel:</p>		<p>Completarea articolului 4 cu litera t) care va avea urmatorul conținut:</p> <p>„t) vanzarea bunurilor din productia proprie a producatorilor agricoli sau artizanali – forma de comerț având ca obiect furnizarea pe baza unor contracte încheiate la distanță a produselor alimentare sau a băuturilor din productia proprie a producatorilor agricoli individuali, precum și a altor bunuri artizanale</p>	<p>Argumentele prezentate mai sus</p>

**destinate uzului
domestic, fabricate de
producator si livrate
fizic de catre acesta
insusi prin deplasarea,
ocazională, frecventă
sau periodică în locuri
publice ori private
organizate in comun de
către mai mulți
producători individuali,
unde consumatorii se
pot deplasa în vederea
ridicării produselor
comandate; această
formă de comerț se
excepteaza de la
respectarea
următoarelor prevederi
stabilite prin prezenta
ordonanță: [xxx]"**

--	--	--	--

<p>Capitolul II Cerințe și criterii necesare desfășurării activității comerciale</p> <p>Articolul 5</p> <p>(2) Exercițarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică necesită cunoștințe de specialitate și se efectuează cu personal calificat, conform normelor de aplicare a prezentei ordonanțe.</p> <p>(3) În termen de un an de la data intrării în vigoare a prezentei ordonanțe, personalul angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică va trebui să îndeplinească una dintre următoarele cerințe profesionale:</p> <p>a) să fi absolvit un curs de specialitate pentru comercializarea produselor alimentare și/sau de alimentație publică, organizat conform legislației în vigoare;</p>	<p>La articolul 5, alineatele (2) și (3) se abrogă.</p>	<p>La articolul 5, alineatele (2) și (3) se abrogă.</p>	<p>Abrogarea alin. 2 nu este oportună, pentru următoarele motive :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alin. 2 face trimitere la Normele de aplicare a OG.99. Acestea stabilesc atât categoriile de personal care trebuie să îndeplinească cerințele de calificare cât și care sunt aceste cerințe. Printre categoriile de personal vizate se numără măcelar, bucătar; carmangier; cofetar; patiser; cofetar-patiser. Aceste categorii sunt implicate în mod direct în producția de alimente, care necesită în mod obiectiv, dpdv siguranță alimentară, cunoștințe de specialitate care trebuie certificate de instituții acreditate. Pot fi eventual, exceptate alte categorii, cum sunt șef de magazin; șef de depozit; gestionar. Trebuie diferențiat în funcție de nevoia reală a unor categorii de personal de a deține cunoștințe de specialitate, fie doar și de igienă alimentară. 2. Dacă se dorește o debirocratizare a condițiilor de exercitare a activității comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică, atunci se pot amenda Normele de aplicare a OG.99 sub acest aspect, dar plecând de la necesitatea obiectivă de a deține cunoștințe de specialitate pentru fiecare categorie de personal implicată în această activitate. <p>Abrogarea alin. 3 este oportună.</p>

<p>b) să fi desfășurat cel puțin 2 ani de activitate profesională de comercializare de produse alimentare și/sau de alimentație publică și să fi absolvit un curs de noțiuni fundamentale de igienă, organizat în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare.</p>			<p>Deși nu sunt cuprinse informații în Nota de fundamentare privind considerentele abrogării acestor prevederi legale, rezulta că scopul este eliminarea unei bariere în exercitarea comerțului, respectiv eliminarea unui «curs inutil». În acest context, se impune și abrogarea Ordinului 1225/2003 privind aprobarea Metodologiei pentru organizarea și certificarea instruirii profesionale a personalului privind însușirea noțiunilor fundamentale de igienă.</p>
		<p>Art. 9 se abrogă</p>	<p>Având în vedere abrogarea prevederii ce stabilește sancțiunea aferentă unei eventuale încălcări – Art. 73 pct. 4</p>
<p>Capitolul IV Obligațiile și răspunderile autorităților administrației publice centrale și locale</p> <p>Articolul 14 (1) Autoritățile administrației publice, camerele de comerț și industrie și societățile comerciale, precum și alte persoane fizice sau juridice interesate pot să organizeze cursuri de pregătire și perfecționare profesională în domeniul comercializării produselor și serviciilor de piață prevăzute în anexă, cu condiția ca acestea să fie autorizate conform legislației în vigoare.</p>	<p>Articolele 14, 17, 19-21, 25, 27-28, 30-31, 34, 38-40, 49, 51, 57-63 se abrogă.</p>	<p>Articolele 14, 17, 19-21, 25, 27-28, 30-31, 34, 35 38-40, 43, 49, 50, 51, 52 și 57-63 se abrogă.</p> <p>Susținem menținerea art. 17 sau reformularea</p> <p>Art. 17 Comercianții pot să ofere sau să vândă produse în pierdere, cu excepția cazului în care această practică comercială ar avea efecte anticoncurențiale.</p>	<p>Abrogarea art. 14 nu este oportună, argumentele fiind cele indicate la observațiile privind propunerea de abrogare a art. 5 alin. 2</p> <p>Cu privire la Art. 17, ractica comercială de a oferi sau de a vinde produse în pierdere trebuie să fie nu fie totuși anticoncurențiale.</p> <p>Totodată, se poate întâmpla ca această practică să fie lipsită de justificarea accelerării vânzării pentru lichidarea stocului (practici uzuale și acceptate), sau apropierea de limita datei de consum (ceea ce este permis), și afectează în mod grav percepția consumatorului asupra valorii mărcii achiziționate și a investițiilor realizate de către producător pentru construcția acesteia;</p> <p>Art. 50 trebuie abrogat ca urmare a abrogării art. 49.</p>

<p>(2) Cursul profesional va conține ca obiecte de studiu materii adecvate pentru a garanta însușirea normelor și reglementărilor cu privire la sănătatea, securitatea și informarea consumatorilor, la comercializarea produselor și serviciilor de piață, precum și însușirea noțiunilor fundamentale de igienă.</p>			Art. 51 trebuie abrogat ca urmare a abrogării art. 51.
<p>Articolul 17 Este interzis oricărui comerciant să ofere sau să vândă produse în pierdere, cu excepția situațiilor prevăzute la art. 16 lit. a) -c), e)-i), precum și în cazul produselor aflate în pachete de servicii. Prin vânzare în pierdere, în sensul prezentei ordonanțe, se înțelege orice vânzare la un preț egal sau inferior costului de achiziție, astfel cum acesta este definit în reglementările legale în vigoare.</p> <p>Articolul 19 (1) Vânzările de lichidare sunt supuse notificării în baza unui inventar detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant, care este obligat să justifice cu documente legale proveniența produselor respective. Notificarea se face la primăria localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare sau, după caz, la primăriile sectoarelor</p>			

municipiului București, cu cel puțin 15 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare în situațiile prevăzute la art. 18 lit. a), d) și e) și cu cel puțin 5 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare în situațiile prevăzute la art. 18 lit. b), c), f) și g). Perioada pentru care se notifică vânzările de lichidare este de maximum:

a) 90 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 18 lit. a) și f);

b) 60 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 18 lit. b), d), e) și g);

c) 15 zile pe an pentru cazurile prevăzute la art. 18 lit. c).

(2) La cererea organelor de control abilitate comerciantul este obligat să justifice cu documente legale situația care a motivat vânzarea de lichidare, în termen de maximum 10 zile de la finalizarea operațiunilor de lichidare pentru situațiile prevăzute la art. 18 lit. a)-d), f) și g) și, respectiv, de maximum 45 de zile în cazul situațiilor prevăzute la art.18lit. e).

(3) Orice anunț sau altă formă de publicitate privind vânzarea de lichidare trebuie să specifice în mod obligatoriu data de debut a vânzării și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus vânzării de lichidare, în cazul în care operațiunea nu se referă la

totalitatea produselor din structura de vânzare.

Articolul 20

(1) Pe durata vânzărilor de lichidare se pot lichida numai produsele înscrise în lista de inventar aferentă notificării și aflate în stocul unității comerciale la data depunerii/transmiterii notificării. Stocul este format din produsele expuse în spațiile destinate vânzării și cele aflate în depozitele structurii de vânzare; produsele deținute în antrepozite și/sau în depozite situate în afara structurii de vânzare pentru care a fost făcută notificarea nu intră în componența stocului de lichidat.

(2) Pot face obiectul vânzărilor de lichidare numai produsele care fac parte din stocul structurii de vânzare și a căror contravaloare a fost achitată de comerciant la data depunerii/transmiterii notificării sau a emiterii hotărârii judecătorești prevăzute la art. 18 lit. b), sau la data evenimentelor prevăzute la art. 18 lit. g).

Articolul 21

În afara cazurilor prevăzute la art.18 lit. b) și g), orice vânzare de lichidare trebuie să aibă loc în structura de vânzare în care produsele au fost vândute în mod obișnuit.

Articolul 23

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a două perioade pe an, cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Articolul 25

Vânzarea de soldare trebuie să aibă loc în structurile de vânzare în care produsele respective erau vândute în mod obișnuit.

Articolul 27

(1) Perioadele de soldări prevăzute la art. 23 se stabilesc de comerciant între următoarele limite:

- a) perioada 15 ianuarie - 15 aprilie inclusiv, pentru produsele de toamnă - iarnă;
- b) perioada 1 august - 31 octombrie inclusiv, pentru produsele de primăvară - vară.

(2) Abrogat.

Articolul 28

(1) Este interzis să se anunțe o vânzare de soldare în alte cazuri și condiții decât cele prevăzute la art. 23.

(2) Orice anunț sau altă formă de publicitate privind soldarea trebuie să specifice obligatoriu data de debut a vânzării de soldare și

durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus soldării în cazul în care operațiunea de soldare nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare.

Articolul 30

În cadrul vânzărilor definite la art. 29, cu excepția produselor alimentare, producătorii pot practica vânzări cu preț redus pentru acea parte din producția lor care îndeplinește următoarele condiții asupra cărora consumatorii au fost informați:

- a) nu a fost anterior oferită spre vânzare din cauza defectelor de fabricație;
- b) face obiectul retururilor din rețeaua comercială;
- c) reprezintă stocul din producția sezonului anterior rămas nevândut.

Articolul 31

Orice producător care vinde cu preț redus o parte a producției sale, conform prevederilor art. 30, este obligat să pună la dispoziție organelor de control abilitate toate documentele legale care justifică originea și data de fabricație a produselor care fac obiectul acestor vânzări.

ART. 33

(1) Vânzările cu preț redus prevăzute la art. 16, astfel cum sunt definite de prezenta ordonanță, atunci când consumatorii sunt anunțați despre o reducere de prețuri care comportă o comparație exprimată în cifre, sunt supuse următoarelor reguli de fixare și publicitate a prețurilor:

a) Orice comerciant care anunță o reducere de preț trebuie să o raporteze la prețul de referință practicat în același spațiu de vânzare pentru produse sau servicii identice. Prețul de referință reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului

Articolul 34

Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului, și a comerciantului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă, care în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță.

Articolul 35

(1) Vânzarea directă este acea practică comercială prin care produsele sau serviciile sunt

desfăcute de către comerciant direct consumatorilor, în afara spațiilor de vânzare cu amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare.

(2) Vânzarea prin rețele (multilevel marketing) este o formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți care primesc un comision atât pentru vânzările proprii, cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți pe care i-au recrutat personal.

Articolul 38

(1) Vânzările în afara spațiilor comerciale sunt acele vânzări directe realizate de comercianți în următoarele situații:

a) în timpul unei deplasări organizate de comerciant în afara spațiilor sale comerciale;

b) în timpul unei vizite efectuate de comerciant, dacă aceasta nu a avut loc la solicitarea expresă a consumatorului:

– la locuința unui consumator, unde pot fi încheiate contracte și cu alte persoane prezente;

– la locul de muncă al consumatorului sau în locul în care acesta se găsește, chiar temporar,

pentru motive de lucru, studiu sau tratament;

c) în orice alte locuri publice sau destinate publicului, în care comerciantul prezintă o ofertă pentru produsele sau serviciile pe care le furnizează, în vederea acceptării acestora de către consumator.

(2) Comercianții care efectuează vânzări în afara spațiilor comerciale răspund civil față de efectele activității vânzătorilor direcți.

Articolul 39

Comercianții sunt obligați să elibereze legitimații pentru vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare. Legitimațiile trebuie să conțină numele, prenumele și fotografia vânzătorului, denumirea și sediul comerciantului, semnătura administratorului/directorului și vor fi vizate trimestrial. Legitimațiile vor fi retrase imediat ce deținătorii acestora își pierd calitatea de vânzătorii direcți.

Articolul 40

Vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare, sunt obligați să se legitimeze înaintea prezentării produselor/serviciilor oferite, precum și la solicitarea consumatorilor.

Art. 42

(2) - În regulamentul se va preciza obligația organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate.

Art. 43

(1) - Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară trebuie să fie autentificat(e) de un notar public înainte de începerea operațiunii

Articolul 49

Este interzisă orice vânzare ori ofertă de vânzare de produse sau orice prestare ori ofertă de prestare de servicii făcută către consumator, care dă dreptul acestuia, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, la o primă sub forma unor produse/servicii, în afara cazurilor în care acestea sunt identice sortimental cu produsele/serviciile cumpărate.

Articolul 50

Nu sunt considerate prime:

- a) ambalajele produselor;
- b) produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a

produsului sau serviciului cumpărat;

c) produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori.

d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se regăsesc ca atare în comerț;

e) serviciile postvânzare;

f) facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.

Articolul 51

Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs.

Articolul 52

Nu sunt considerate vânzări conditionate:

1. vânzările la un preț global pentru produse sau servicii diferite, care constituie un ansamblu, precum și pentru produse identice

preambalate oferite într-un ambalaj colectiv, cu condiția ca:

- a) fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul practicat în cadrul aceleiași suprafețe de vânzare;
- b) cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului;

2. vânzările de produse în loturi sau ambalaje consacrate de uzanțele comerciale și de nevoile de consum.

Capitolul VI Reguli generale de comercializare a produselor și serviciilor

Articolul 57

(1) Producătorii și importatorii sunt obligați să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

(2) Aceeași obligație revine și oricărui comerciant care, pe baza informațiilor obținute de la producător/importator și a cunoștințelor profesionale, trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să informeze consumatorii asupra factorilor de risc în utilizarea/consumul acestora.

(3) Se interzice introducerea pe piață a produselor, dacă acestea nu sunt însoțite de documentele de angajare ale producătorului/importatorului referitoare la calitatea și securitatea acestora, emise conform reglementărilor legale în vigoare.

Articolul 58

Produsul care este conform reglementărilor cu caracter obligatoriu, prin care sunt definite caracteristicile de securitate ale acestuia și modalitățile de control al conformității cu caracteristicile parametrilor definiți, este considerat sigur.

Articolul 59

Dacă securitatea produselor nu este determinată conform prevederilor art. 58, un produs va fi considerat sigur atunci când, utilizat în condiții normale sau previzibile, nu prezintă riscuri pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.

Articolul 60

Pentru evaluarea securității unui produs vor fi luate în considerare următoarele elemente:

a) proprietățile produsului, inclusiv compoziția, instrucțiunile de

montare și punere în funcțiune, de utilizare, de întreținere și de depozitare, service-ul necesar pe durata medie de utilizare a produsului;

b) prezentarea produsului, informațiile furnizate de producător prin etichetare, marcare și/sau ambalajul acestuia, precum și orice altă informație furnizată de producător;

c) influența produsului asupra altui produs sau produse, când în mod justificat se presupune că acesta va fi utilizat împreună cu alt produs sau produse;

d) categoriile de utilizatori cărora li se adresează, o atenție deosebită fiind acordată grupei de consumatori cu grad de risc major.

Articolul 61

Prevederile art. 58-60 sunt aplicabile în egală măsură și serviciilor de piață.

Articolul 62

Prevederile art. 58-60 nu se aplică în cazul produselor care necesită reparații sau recondiționări înaintea utilizării, cu condiția ca despre acest fapt consumatorii să fie informați de către comercianți în momentul cumpărării.

Articolul 63

<p>În aplicarea prevederilor art. 58, 60 și 61 se vor avea în vedere reglementările legale în vigoare privind activitatea de standardizare, acreditare și infrastructura pentru evaluarea conformității.</p>			
<p>Articolul 18 Potrivit prezentei ordonanțe, prin vânzare de lichidare se înțelege orice vânzare precedată sau însoțită de publicitate și anunțată sub denumirea de "lichidare" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a totalității sau numai a unei părți din stocul de produse dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în una dintre următoarele situații:</p>	<p>După litera g) a articolului 18 se introduce o nouă literă, litera h) cu următorul cuprins:</p> <p>"h) alte situații lăsate la aprecierea comerciantului."</p>	<p>h) alte situații de natură obiectivă lăsate la aprecierea comerciantului, cu respectarea legislației în materia protecției consumatorilor și a practicilor concurențiale permise.</p>	<p>Pentru a se diferenția <i>lichidarea de soldare</i>.</p>

<p>Articolul 22</p> <p>Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea "soldare/soldări/solduri" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri sezoniere dintr-o structură de vânzare cu amănuntul.</p>	<p>Articolul 22 se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea "soldare/soldări/solduri" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri al unui comerciant.”</p>	<p>Articolul 22 se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea "soldare/soldări/solduri" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri al unui comerciant.”</p>	<p>Propunerea de modificare nu este oportună. Propunerea este de natură să asimileze o acțiune de soldare cu una de lichidare. Potrivit prevederii art. 22, soldarea privește vânzarea accelerată a stocului de mărfuri sezoniere, prin aceasta diferențiindu-se de lichidare.</p>
<p>Articolul 29</p> <p>Vânzările efectuate în structuri denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică sunt vânzările din producția proprie, efectuate direct consumatorilor de către producători, aceștia îndeplinind obligațiile ce revin oricărui comerciant care desfășoară comerț cu amănuntul. Vânzările cu preț redus prin magazin sau depozit de fabrică nu sunt supuse notificării.</p>	<p>Articolul 29 se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„Vânzările efectuate în structuri denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică sunt vânzările din producția proprie, efectuate direct consumatorilor de către producători, aceștia îndeplinind obligațiile ce revin oricărui comerciant care desfășoară comerț cu amănuntul.”</p>		

<p>Articolul 32</p> <p>(1) În sensul prezentei ordonanțe, vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul/vânzările cash and carry/prestările de servicii de piață care pot avea loc în orice perioadă a anului, fără să facă obiectul notificării, cu condiția ca:</p> <p>a) să nu fie efectuate în pierdere;</p> <p>b) să se refere la produse disponibile sau reprovizionabile, precum și la servicii vândute ori, după caz, prestate în mod curent;</p> <p>c) produsele și serviciile promovate trebuie să existe la vânzare pe durata întregii perioade anunțate a vânzărilor promoționale sau comerciantul va informa consumatorii că oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.</p>	<p>La articolul 32, alineatul (1) se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„În sensul prezentei ordonanțe, vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul/vânzările cash and carry/prestările de servicii de piață care pot avea loc în orice perioadă a anului.”</p>	<p>Propunere de modificare :</p> <p>”În sensul prezentei ordonanțe, vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul / vânzările cash & carry / prestările de servicii de piață care pot avea loc în orice moment și pentru orice perioadă de timp, conform opțiunii comerciantului, fără a fi necesară îndeplinirea niciunei formalități administrative sau de orice natură.”</p>	<p>Pentru claritate în reglementare.</p>
---	--	---	--

<p>Articolul 43</p> <p>(1) Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară trebuie să fie autentificat(e) de un notar public înainte de începerea operațiunii.</p>			
<p>Capitolul VII Sancțiuni</p> <p>Articolul 73 Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite în astfel de condiții încât, potrivit legii penale, să constituie infracțiuni, și se sancționează după cum urmează:</p> <p>2. nerespectarea prevederilor art. 5 alin. (2), cu amendă de la 200 lei la 1.000 lei;</p> <p>4. nerespectarea prevederilor art. 9, cu amendă de la 200 lei la 2.000 lei;</p> <p>5. oferirea spre vânzare a produselor în pierdere în alte cazuri</p>	<p>La articolul 73 se abrogă pct. 2, pct. 4-13, pct. 15-16, pct. 19.</p>	<p>La articolul 73 se abrogă pct. 2, pct. 4-12 13, pct. 15-16, pct. 19.</p>	<p>Modificare oportună, cu excepția pct. 2 (calificăro) și 13 (menținerea distincției între lichidare și soldare), explicate pe larg mai sus.</p>

decât cele prevăzute la art. 17, cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei în măsura în care nu sunt aplicabile prevederile Legii concurenței nr. 21/1996, republicată;

6. vânzările de lichidare efectuate în alte cazuri decât cele prevăzute la art. 18 lit. a)-g), cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei și cu sistarea operațiunilor de lichidare;

7. nerespectarea prevederilor art. 19 alin. (1) și ale art. 27 alin. (2), cu privire la notificare, cu amendă de la 200 lei la 1.000 lei;

8. neprezentarea la solicitarea organelor de control abilitate a documentelor legale privind justificarea situației care a motivat lichidarea, conform dispozițiilor cuprinse în art. 19 alin. (2), cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei;

9. nerespectarea prevederilor art. 20, 23 și 24, cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei și cu sistarea vânzărilor de lichidare sau de soldare, după caz;

10. realizarea vânzărilor de soldare în alte perioade decât cele prevăzute la art. 27 alin. (1), cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei și cu sistarea vânzărilor de soldare;

<p>11. neprezentarea, la solicitarea organelor de control abilitate, a documentelor legale justificative, conform prevederilor art. 26 și 31, cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei;</p> <p>12. nerespectarea prevederilor art. 19 alin. (3) și ale art. 28 alin. (2), cu amendă de la 500 lei la 3.000 lei;</p> <p>13. utilizarea denumirii "soldare/solduri/soldări" sau a sinonimelor acesteia, în cazuri în care aceasta nu este în legătură cu o operațiune de soldare astfel cum este definită de prezenta ordonanță, cu amendă de la 2.000 lei la 10.000 lei și cu interzicerea practicării acestei denumiri;</p> <p>15. nerespectarea prevederilor art. 39, cu amendă de la 500 lei la 1.000 lei;</p> <p>16. nerespectarea prevederilor art. 40, cu amendă de la 100 lei la 200 lei;</p> <p>19. nerespectarea prevederilor art. 49, cu amendă de la 2.000 lei la 5.000 lei;</p>			
---	--	--	--

<p>20. nerespectarea prevederilor art. 51, 54 și 56, cu amendă de la 500 lei la 2.000 lei;</p>	<p>La articolul 73, punctul 20 se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„nerespectarea prevederilor art. 54 și 56, cu amendă de la 500 lei la 2.000 lei;”</p>		