

**Propuneri ale Camerei de Comerț Americane în România (AmCham România) cu privire la
Legea pentru eliminarea barierelor birocratice excesive în comerț și facilitarea transferului de bunăstare
către consumatori prin modificarea Ordonanței Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea
produselor și serviciilor de piață**

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
Art. 5 alin. (2)	Exercitarea 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.	Abrogarea art. 5 alin. (2)	Având în vedere propunerea de abrogare a acestor prevederi considerăm că ar trebui avută în vedere abrogarea prevederilor din Ordinul 1225/2003 privind aprobarea Metodologiei pentru organizarea și certificarea instruirii profesionale a personalului privind însușirea noțiunilor fundamentale de igienă, este menționat faptul că: (1) Orice activitate de producție și de comercializare a produselor alimentare, de alimentație publică și colectivă, serviciile și producția de apă potabilă, precum și serviciile de întreținere corporală se exercită numai cu personal calificat, conform prevederilor legale.
Art. 6 alin. (2)	Exercitarea activității de comercializare în zone publice este supusă acordului autorităților administrațiilor publice locale sau ale sectoarelor municipiului București, după caz, cu respectarea regulamentelor proprii ale acestora și a planurilor de urbanism.	Abrogarea art. 6 alin. (2)	Având în vedere motivul emiterii prezentului act normativ considerăm că este oportună și abrogarea acestor prevederi având în vedere că sunt formalități excesive care îngreunează activitatea comercială, cu atât mai mult cu autorizarea unei activități este supusă prevederilor din Legea nr. 359/2004 privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice autorizate, întreprinderilor individuale, întreprinderilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice ca urmare a abrogării OG 76/2001. Mai mult, în data de 20 octombrie 2022, a intrat în vigoare OUG 140/2022 privind licența industrială unică ce își propune crearea unui cadru instituțional aplicabil în mod unitar în contextul procesului de autorizare a activităților industriale. Astfel, menținerea oricărei obligații specifice asimilate obligațiilor de autorizare – precum cea reglementată în art. 6 alin. (2), vor conduce la paralelisme legislative și vor lipsi dispozițiile legale aplicabile de claritate, previzibilitate și transparență.

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
			<p>De la intrarea în vigoare a OG 99/2000, sistemul legislativ, dar și mediul economic au cunoscut o evoluție permenantă, dar și o debirocratizare și simplificare a procedurilor de înregistrare și autorizare a comercianților, care nu au avut ca efect corelarea normelor din legislația secundară. Așadar, rugăm a avea în vedere că actualmente autorizarea activităților comerciale este supusă Legii nr. 359 din 8 septembrie 2004 privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice autorizate, întreprinderilor individuale, întreprinderilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice. De asemenea, arătăm că la momentul intrării în vigoare a acestui act normativ, activitatea persoanelor fizice autorizate și asociațiilor familiale era reglementată de Legea nr. 300 din 28 iunie 2004 privind autorizarea persoanelor fizice și a asociațiilor familiale care desfășoară activități economice în mod independent, prin care atribuțiile în sensul autorizării activității erau conferite primărilor. Actualmente această arie este reglementată de OUG nr. 44 din 16 aprilie 2008 privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale, activitatea de înregistrare fiind preluată de Oficiul Comerțului. Așadar, schimbări semnificative au fost implementate în modalitatea de înregistrare și autorizare a activităților economice, completate de alte prevederi legale specifice privind autorizarea de către diverse alte autorități, împrejurare care imprimă acestui act normativ un vădit caracter desuet. De menționat este și faptul că această normă legală stă la baza adoptării la nivelul consiliilor locale a unor hotărâri privind condițiile de autorizare a funcționării și care, esențialmente impun prezentarea unei colecții de avize și autorizații eliberate de alte autorități publice. Considerăm nu doar ca mediul economic este diferit de cel din anii 2000, iar nevoie de debirocratizare și simplificare a cadrului legal, este mai stringentă, însă lipsa unui cadru legal unitar, predictibil dezcurajează investițiile și creează premisele unor abuzuri. Așadar, abrogarea acestor norme ori în subsidiar, adaptarea la noile realități, este absolut necesară. Mai arătăm că deși, raportându-ne la definiția comerțului în zone publice prevăzute la art. 4 lit. p) și care, în mod indubitabil exclude comerțul desfășurat în spații private, autoritățile locale transpun în cu totul altă interpretare aceste prevederi-cadru, extinzând aplicabilitatea la orice formă de comerț. Așadar, se impune a da eficiență normelor de tehnică legislativă,</p>

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
			care impun ca textul normei să fie clar, fluent și inteligibil, fără dificultăți sintactice și pasaje obscure sau echivoce.
Art. 17	<p>2. Articolul 17 se modifică și va avea următorul cuprins:</p> <p>„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>	Abrogarea art. 17	<p>Modificarea și corelarea prevederilor OG 99/2000 este imperios necesară în considerarea principiul armonizării depline consacrat de practica Curții de Justiție a Uniunii Europene (CJUE) care subliniază faptul că adoptarea măsurilor mai restrictive decât cele prevăzute de Directiva 2005/29, chiar și atunci când acestea urmăresc să asigure un nivel mai ridicat de protecție este interzis în lumina prevederilor art. 4 din Directiva 2005/29 care are ca scop armonizarea la nivelul UE a regulilor referitoare la practicile comerciale neloiale față de consumatori.</p> <p>Prevederea restrictivă de la art. 17 ar trebui în acest sens abrogată.</p> <p>Sustinem abrogarea integrală a art. 17 având în vedere faptul că interzicerea vânzării în pierdere are caracter anticurențial conducând la impunerea unui preț minim de revânzare, cu efecte negative asupra consumatorilor.</p> <p>În acest sens, Consiliul Concurenței a recomandat Guvernului eliminarea interdicției de a vinde în pierdere, reglementată în OG nr. 99/2000, deoarece legiferarea acesteia restrânge concurența prin preț, cu efecte negative asupra consumatorilor finali.</p> <p>Din punct de vedere al Consiliului Concurenței, impunerea unui preț minim de revânzare nu este niciodată justificată, iar forțele pieței nu ar trebui îngădite prin reglementări de natură să limiteze libertatea relațiilor comerciale dintre părți.</p>

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
Art. 33 alin. (1)	<p>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:</p> <p>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 redus.</p>	Abrogarea art. 33 alin. (1)	Considerăm că această modificare amplifică concurența, iar efectele sunt benefice consumatorului, care vor putea beneficia de prețuri reduse cu o mai mare frecvență.
Art. 33 alin. (2)	<p>(2) Aceste reguli nu se aplică atunci când reducerile de preț pe produs rezultă din creșterea cantității de produs conținută în ambalajul utilizat în mod uzual în comercializarea acestora sau din creșterea numărului de produse identice oferite spre vânzare într-un ambalaj colectiv.</p>	<p>Abrogarea art. 33 alin. (2)</p> <p>În subsidiar, în cazul în care se dorește păstrarea, considerăm necesare următoarele modificări:</p> <p>(2) Aceste reguli nu se aplică atunci când reducerile de preț pe produs rezultă din creșterea cantității de produs conținută în ambalajul utilizat în mod uzual în</p>	<p>Modificarea și corelarea prevederilor OG 99/2000 este imperios necesară în considerarea principiul armonizării depline consacrat de practica Curții de Justiție a Uniunii Europene (CJUE) care subliniază faptul că adoptarea măsurilor mai restrictive decât cele prevăzute de Directiva 2005/29 chiar și atunci când acestea urmăresc să asigure un nivel mai ridicat de protecție este interzis în lumina prevederilor art. 4 din Directiva 2005/29 care are ca scop armonizarea la nivelul UE a regulilor referitoare la practicile comerciale neloiale față de consumatori.</p> <p>Prevederea restrictivă de la art. 33 (2) ar trebui în acest sens abrogată.</p> <p>Considerăm necesară clarificarea situației pachetelor promoționale de tipul (1+1 la preț avantajos X RON, 1+1 gratis) și a exceptării acestora de la regulile privind reducerile de preț, dat fiind că în fapt vizează o reducere aplicată pentru achiziționarea unui pachet promoțional, iar nu o reducere la prețul produsului individual. Astfel de practici rămân în continuare subiect de analiză din perspectiva legislației privind practicile comerciale incorecte, cu precădere pentru acele situații în care sunt promovate ca avantaje de preț pe care însă consumatorii nu le pot verifica din modalitatea de etichetare și</p>

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
		<p>comercializarea acestora sau din creșterea numărului de produse identice oferite spre vânzare într-un ambalaj colectiv sau într-un pachet promoțional.</p>	<p>prezentare, nefiind comercializate în mod individual produsele încorporate în pachetul promoțional.</p> <p>În contextul actual al luptei împotriva risipei alimentare, considerăm oportun a se reglementa faptul ca vânzările cu preț redus prevăzute la art. 16 lit. g) din OG 99/2000, în special vânzările accelerate ale produselor a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate sau a căror durabilitate minimală/ data limită de consum este aproape de expirarea, să nu facă obiectul formalismului excesiv impus de art 33 alin. (1), respectiv de regulile privind notificarea reducerilor de preț. O astfel de clarificare este necesară pentru a combate formalismul excesiv care ar putea îngreuna procesul de valorificare a produselor alimentare, cu atât mai mult cu cât în prezent există la nivelul Parlamentului României propuneri legislative care vizează amendarea legislației privind diminuarea risipei alimentare și care promovează vânzarea la preț redus a produselor aflate aproape de expirarea datei durabilității minimale (a se vedea Proiectul de Lege pentru modificarea și completarea Legii nr.217/2016 privind diminuarea risipei alimentare înregistrat la Camera Deputaților sub nr. PL-x nr. 630/2022).</p>
<p>Art. 33 alin. (3)</p>	<p>(3) Produsele aflate la comercializare cu preț redus/oferte promoționale, cu 3 zile înainte de expirarea datei durabilității minimale/datei-limită de consum aferente produselor alimentare sau a termenului de valabilitate/datei de minimă durabilitate aferente produselor nealimentare, se sortează și se expun la comercializare, pe rafturi sau în standuri, delimitate vizibil, cu informarea corectă, completă și precisă a consumatorilor. Nerespectarea prevederilor prezentului alineat este considerată practică comercială incorectă și se sancționează conform reglementărilor legale în vigoare.</p>	<p>(3) Fac excepție de la aplicarea acestor reguli și a regulilor privind notificarea reducerilor de preț vânzările prevăzute la art. 16 lit. g) efectuate în scopul vânzării accelerate a produselor alimentare a căror conservare nu mai poate fi asigurată sau a căror durabilitate minimală/ data limită de consum este aproape de expirarea. Produsele aflate la comercializare cu preț redus/oferte promoționale, cu 3 zile înainte de expirarea datei durabilității minimale/datei-limită de consum aferente produselor alimentare sau a termenului de valabilitate/datei de minimă</p>	

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
		durabilitate aferente produselor nealimentare, se sortează și se expun la comercializare, pe rafturi sau în standuri, delimitate vizibil, cu informarea corectă, completă și precisă a consumatorilor. Nerespectarea prevederilor prezentului alineat este considerată practică comercială incorectă și se sancționează conform reglementărilor legale în vigoare.	
Art. 42 alin. (2)	În regulament se va preciza obligația organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate.	Abrogarea art. 42 alin. (2)	Considerăm că, datorită varietății premiilor acordate în cadrul loteriilor publicitare și care conțin și premii de mică valoare, precum și a frecvenței de utilizare a acestui mijloc de promovare a produselor și serviciilor, prelucrarea datelor cu caracter personal este excesivă prin publicarea/punerea la dispoziția publicului este excesivă, nu am identificat în esența un interes public general pentru transparentizarea acestor date; în plus, impunerea în dreptul intern a unei obligații în acest sens nu respectă principiul reducerii la minim a datelor și principiul de integritate și confidentialitate conform legislației protecției datelor.
Art. 43 alin. (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.	Abrogarea art. 43 alin. (1)	Sușținem eliminarea formalismului excesiv. Datorită faptului că majoritatea actelor juridice sunt încheiate sub semnătură privată, considerăm că forma autentică a acestui tip de act este excesivă, fiind de natură a genera costuri suplimentare cu autentificarea in scrisului, dar și inconveniente de ordin organizatoric. Alternativ abrogării propunem ca regulamentul să fie redactat înainte de începerea operațiunii (și să fie semnat de către reprezentantul legal al organizatorului loteriei publicitare, respectiv de către un împuternicit al acestuia) următoarea formulare: Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară trebuie să încheiat și publicat în forma scrisă, înainte de începerea operațiunii.
Art. 50	Nu sunt considerate prime: a) ambalajele produselor; b) produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat;	Abrogarea art. 50	Având în vedere ca proiectul propune abrogarea art. 49, susținem și abrogarea art. 50 întrucât acesta menționează excepțiile de la aplicarea limitării menționate la art. 49. Dacă este ridicată limitarea de la art. 49, atunci nici excepțiile de la această limitare nu se mai aplică.

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>c) produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori;</p> <p>d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se regăsesc ca atare în comerț;</p> <p>e) serviciile postvânzare;</p> <p>f) facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.</p>		
Art. 52	<p>Nu sunt considerate vânzări condiționate:</p> <p>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:</p> <p>a) fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul practicat în cadrul aceleiași suprafețe de vânzare;</p> <p>b) cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului;</p> <p>2. vânzările de produse în loturi sau ambalaje consacrate de uzanțele comerciale și de nevoile de consum.</p>	Abrogarea art. 52	Avand în vedere că proiectul propune abrogarea art. 51, susținem și abrogarea art. 52 întrucât acesta menționează excepțiile de la aplicarea limitării menționate la art. 51. Dacă este ridicată limitarea de la art. 51, atunci nici excepțiile de la această limitare nu se mai aplică.
Art. 57 - 63	Art. 57. (1) Producătorii și importatorii sunt obligați să introducă pe piață numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor.	Abrogarea art. 57-63	Pentru evitarea paralelismului legislativ, aspectele reglementate la Art. 57 – 63 din OG 99/2000 sunt reglementate și de alte prevederi legale aplicabile și în vigoare, precum Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor (care transpune prevederile Directivei nr. 2001/95/CE referitoare la securitatea generală a produselor).

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>(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.</p> <p>(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.</p> <p>Art. 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.</p> <p>Art. 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.</p> <p>Art. 60. Pentru evaluarea securității unui produs vor fi luate în considerare următoarele elemente:</p> <p>a) proprietățile produsului, inclusiv compoziția, instrucțiunile de montare și punere în funcțiune, de utilizare, de</p>		

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>întreținere și de depozitare, service-ul necesar pe durata medie de utilizare a produsului;</p> <p>b) prezentarea produsului, informațiile furnizate de producător prin etichetare, marcare și/sau ambalajul acestuia, precum și orice altă informație furnizată de producător;</p> <p>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;</p> <p>d) categoriile de utilizatori cărora li se adresează, o atenție deosebită fiind acordată grupei de consumatori cu grad de risc major.</p> <p>Art. 61. Prevederile art. 58-60 sunt aplicabile în egală măsură și serviciilor de piață.</p> <p>Art. 62. Prevederile art. 58-60 nu se aplică în cazul produselor care necesită reparații sau recondiționări înainte de utilizare, cu condiția ca despre acest fapt consumatorii să fie informați de către comercianți în momentul cumpărării.</p> <p>Art. 63. 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>		
Art. 64-70	Art. 64. La vânzarea produsului sau la prestarea serviciului comerciantul ori, după caz, prestatorul trebuie să aducă	Abrogarea art. 64-70	În scopul evitării paralelismului legislativ în acord cu Nota de fundamentare a proiectului de act normativ, se impune abrogarea și a acestor norme legale, acestea fiind deja reglementate prin OG 21/1992 privind protecția

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>cu bună-credință la cunoștință consumatorului, la solicitarea acestuia, pe lângă informațiile furnizate prin etichetare, marcare și ambalare și informații corecte și utile privind caracteristicile produsului sau serviciului, condițiile de vânzare și modul de utilizare.</p> <p>Art. 65. (1) Informațiile furnizate prin etichetare, marcare, ambalare vor respecta prevederile legale referitoare la etichetare.</p> <p>(2) Pentru unele categorii de produse, în scopul asigurării protecției consumatorilor și pentru menținerea unui mediu concurențial normal, Guvernul poate elabora reglementări specifice de etichetare.</p> <p>(3) Pentru a informa consumatorul despre impactul unor produse asupra mediului înconjurător, precum și pentru a promova producția și utilizarea acelor produse care, pe toată durata lor de viață, au efecte nesemnificative asupra calității apei, aerului și solului, se va institui un sistem național de etichetare ecologică.</p> <p>Art. 66. Ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, să fie ușor de manipulat, să promoveze vânzarea produselor, fiind totodată conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor.</p>		<p>consumatorilor, HG 106/2002 privind etichetarea alimentelor, Hotărâre nr. 947 din 13 octombrie 2000 privind modalitatea de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre vânzare dar și prin REGULAMENTUL (UE) NR. 1169/2011 AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI din 25 octombrie 2011.</p> <p>privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare, de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 1924/2006 și (CE) nr. 1925/2006 ale Parlamentului European și ale Consiliului și de abrogare a Directivei 87/250/CEE a Comisiei, a Directivei 90/496/CEE a Consiliului, a Directivei 1999/10/CE a Comisiei, a Directivei 2000/13/CE a Parlamentului European și a Consiliului, a Directivelor 2002/67/CE și 2008/5/CE ale Comisiei și a Regulamentului (CE) nr. 608/2004 al Comisiei</p>

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>Art. 67. (1) Comerciantul care în rețeaua de distribuție oferă spre vânzare produse/servicii trebuie să indice prețul de vânzare/tarifal practicat și prețul pe unitatea de măsură, conform reglementărilor legale în vigoare.</p> <p>(2) Prețurile de vânzare, prețurile pe unitatea de măsură și tarifele practicate se indică în mod vizibil, lizibil și fără echivoc prin marcare, etichetare și/sau afișare.</p> <p>(3) Când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unui acout, comerciantul este obligat să elibereze consumatorului, la plata acoutului, un document fiscal conform legislației în vigoare sau, după caz, un contract scris și să respecte condițiile contractuale.</p> <p>(4) Comercianții care, potrivit legislației în vigoare, sunt obligați să utilizeze aparate de marcat electronice fiscale vor elibera bonuri fiscale cumpărătorilor de produse/servicii.</p> <p>Art. 68. (1) În funcție de tipul și caracteristicile produsului, pe ambalajul acestuia se vor indica vizibil, lizibil și fără echivoc dimensiunile sau numărul de articole (bucăți) conținute, cantitatea netă conținută, exprimată în unități de măsură recunoscute de autoritatea statului român în materie de metrologie.</p>		

# ART.	FORMA ACTUALĂ	FORMA PROPUȘĂ	MOTIVARE
	<p>(2) Obligativitatea indicării acestor date revine producătorului, ambalatorului sau, după caz, importatorului.</p> <p>Art. 69. În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, orice comerciant care informează consumatorul asupra ofertei sale de produse prin intermediul cataloagelor, broșurilor sau al altor publicații tipărite este obligat ca pentru produsele preambalate să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură, conform dispozițiilor legale în vigoare.</p> <p>Art. 70. (1) Pentru produsele comercializate în vrac, care sunt cântărite sau măsurate în prezența consumatorului, dispozițiile art. 68 alin. (1) nu se aplică.</p> <p>(2) Informațiile furnizate de aparatele de măsură utilizate pentru determinarea cantității produselor vândute în vrac trebuie să fie clare și vizibile pentru consumator.</p>		
Art. 73 pct. 4	nerespectarea prevederilor art. 9, cu amendă de la 200 lei la 2.000 lei;	Abrogarea art. 73 pct. 4	Urmare a propunerii de abrogare a art. 73 pct. 4 se impune și abrogarea prevederilor art. 9 privind obligația de afișare a orarului de funcționare. Mai mult, această măsură se impune și pentru evitarea paralelismului legislativ, obligația regăsindu-se și în OG 21/1992, cu un regim sancționator chiar mai dur.
Art. 73 pct. 20	20. nerespectarea prevederilor art. 51, 54 și 56, cu amendă de la 500 lei la 2.000 lei;	20. nerespectarea prevederilor art. 51 , 54 și 56, cu amendă de la 500 lei la 2.000 lei;	Art. 51 este propus spre abrogare și trebuie scos din lista de sancțiuni