

H.G. 333/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonantei Guvernului 99/2000 privind comercializarea produselor si serviciilor de piata (MO 235/2003).

In temeiul [art. 107](#) din Constitutie si al [art. 87^2](#) din Ordonanta Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor si serviciilor de piata, aprobata cu modificari si completari prin [Legea nr. 650/2002](#),

Guvernul Romaniei adopta prezenta hotarare.

ARTICOL UNIC

Se aproba Normele metodologice de aplicare a [Ordonantei Guvernului nr. 99/2000](#) privind comercializarea produselor si serviciilor de piata, prevazute in [anexa](#) care face parte integranta din prezenta hotarare.

PRIM-MINISTRU

ADRIAN NASTASE

Contrasemneaza:

Ministrul pentru intreprinderile

mici si mijlocii si cooperatie,

Silvia Ciornei

Ministrul finantelor publice,

Mihai Nicolae Tanasescu

Ministrul administratiei publice,

Octav Cozmanca

ANEXA 1

NORME METODOLOGICE

de aplicare a [Ordonantei Guvernului nr. 99/2000](#) privind comercializarea produselor si serviciilor de piata [Ordonanta Guvernului nr. 99/2000](#) privind comercializarea produselor si serviciilor de piata, aprobata cu modificari si completari prin [Legea nr. 650/2002](#), denumita in continuare ordonanta:

ORDONANTA:

CAP. 1

Dispozitii generale

[ART. 1](#)

Prezenta ordonanta stabileste principiile generale privind desfasurarea activitatii comerciale si urmareste dezvoltarea retelei de distributie a produselor si serviciilor de piata, cu respectarea principiilor liberei concurente, protectiei vietii, sanatatii, securitatii si intereselor economice ale consumatorilor, precum si a mediului.

[ART. 2](#)

Prevederile ordonantei au in vedere realizarea urmatoarelor obiective:

- a) stimularea dezvoltarii activitatii de comercializare a produselor si serviciilor de piata;
- b) incurajarea liberei initiative, asigurarea concurentei loiale si a liberei circulatii a produselor si serviciilor de piata;
- c) informarea corecta si protejarea intereselor consumatorilor, precum si posibilitatea asigurarii produselor si serviciilor de piata in zonele de vecinatate ale acestora;
- d) modernizarea si dezvoltarea formelor de distributie;
- e) promovarea diverselor tipuri de retele de distributie si forme de vanzare;
- f) stimularea dezvoltarii intreprinderilor mici si mijlocii cu activitate de comercializare a produselor si serviciilor de piata;
- g) sustinerea si ocrotirea activitatii comerciale si de prestari de servicii de piata in zonele defavorizate.

[ART. 3](#)

(1) Prezenta ordonanta reglementeaza activitatile din sectorul comercial si al serviciilor de piata privind cerintele necesare desfasurarii acestor activitati, structurile de vanzare, practicile comerciale si regulile generale de comercializare, precum si sanctiunile in caz de nerespectare a prevederilor acesteia.

(2) Activitatea comerciala, in sensul prezentei ordonante, se exercita cu referire la produsele alimentare, nealimentare si la serviciile de piata prevazute in [anexa nr. 3](#) la prezenta ordonanta.

(3) Sunt exceptate de la prevederile prezentei ordonante activitatile de comercializare avand ca obiect:

- a) produsele medicamentoase, dispozitivele medicale;
- b) produsele agricole si agroalimentare vandute de producatorii agricoli individuali in baza certificatului de producator;
- c) combustibilii pentru uzul mijloacelor de transport, inclusiv cei comercializati prin statii de distributie;
- d) bunurile din productia proprie a mestesugarilor individuali vandute la locurile de productie;
- f) lucrarile, brevetele si inventiile, precum si publicatiile de natura stiintifica sau informativa realizate de titularii acestora;
- g) tipariturile, pliantele, brosurile si albumele, realizate in scopul prezentarii patrimoniului cultural detinut de muzee, centre de cultura, teatre sau alte institutii similare acestora, ori bunurile culturale sau cu caracter promotional specifice activitatii institutiilor culturale, si comercializate prin fondul propriu al fiecarei institutii culturale sau cu prilejul unor manifestari cultural-artistice organizate de acestea;

- h) marfurile vandute catre vizitatori, in cadrul festivalurilor, targurilor, saloanelor sau al altor manifestari expozitionale, cu conditia ca acestea sa faca obiectul manifestarilor respective;
- i) produsele confiscate si valorificate conform dispozitiilor legale in vigoare;
- j) produsele si serviciile de piata reglementate prin acte normative speciale.

(4) Dispozitiile prezentei ordonante se aplica activitatilor comerciale desfasurate si serviciilor prestate pe teritoriul Romaniei.

Litera e) a alineatului (3) al [articolului 3](#) se abroga. ([Legea nr. 650/2002](#))

[ART. 4](#)

In intelesul prezentei ordonante, urmasorii termeni se definesc astfel:

- a) consumator - orice persoana fizica sau grup de persoane fizice constituite in asociatii, care cumpara, dobandeste, utilizeaza ori consuma produse sau servicii in afara activitatii profesionale;
- b) comerciant - persoana fizica sau juridica autorizata sa desfasoare activitati de comercializare a produselor si serviciilor de piata;
- c) comert cu ridicata/de gros - activitatea desfasurata de comerciantii care cumpara produse in cantitati mari in scopul revanzarii acestora in cantitati mai mici altor comercianti sau utilizatori profesionali si colectivi;
- d) comert cu amanuntul/de detail - activitatea desfasurata de comerciantii care vand produse, de regula, direct consumatorilor pentru uzul personal al acestora;
- e) comert de gros cash and carry/forma de comert cu autoservire pe baza de legitimatie de acces - activitatea desfasurata de comerciantii care vand marfuri prin sistemul de autoservire catre persoane juridice sau persoane fizice autorizate si asociatii familiale autorizate conform legii, inregistrate in baza de date a vanzatorului, in scopul revanzarii si/sau prelucrarii, precum si al utilizarii acestora ca produse consumabile;
- f) comert ambulant - activitatea de comercializare cu amanuntul realizata prin trecere dintr-un loc in altul, in rulote mobile, standuri mobile, chioscuri mobile sau in vehicule special amenajate;
- g) serviciu de alimentatie publica - activitatea de pregatire, preparare, prezentare si servire a produselor si a bauturilor pentru consumul acestora in unitati specializate sau la domiciliul/locul de munca al consumatorilor;
- h) exercitiu comercial - una sau mai multe activitati de comercializare cu ridicata, cu amanuntul, de tip cash and carry, de alimentatie publica, precum si a serviciilor desfasurate de un comerciant. Obiectul activitatilor de comercializare il constituie produsele si serviciile cuprinse in [anexa nr. 3](#) la prezenta ordonanta;
- i) serviciu de piata - orice actiune sau prestatie care face obiectul vanzarii-cumpararii pe piata si care nu are drept consecinta transferul proprietatii asupra unui bun corporal, efectuata in scopul satisfacerii unor necesitati ale consumatorilor;
- j) structura de vanzare - spatiul de desfasurare a unuia sau mai multor exercitii comerciale;
- k) suprafata de vanzare - suprafata destinata accesului consumatorilor pentru achizitionarea produsului/serviciului, expunerii produselor oferite, platii acestora si circulatiei personalului angajat pentru derularea activitatii. Nu constituie suprafete de vanzare cele destinate depozitarii si pastrarii marfurilor, productiei, birourilor si anexelor;
- l) structura de vanzare cu suprafata mica - structura de vanzare avand o suprafata de vanzare de pana la 400 mp inclusiv;
- m) structura de vanzare cu suprafata medie - structura de vanzare avand o suprafata de vanzare cuprinsa intre 400 - 1.000 mp inclusiv;
- n) structura de vanzare cu suprafata mare - structura de vanzare avand o suprafata de vanzare mai mare de 1.000 mp;
- o) centru comercial - structura de vanzare cu suprafata medie sau mare in care se desfasoara activitati de comercializare cu amanuntul de produse, servicii de piata si de alimentatie publica, ce utilizeaza o infrastructura comuna si utilitati adecvate. Suprafata de vanzare a unui centru comercial este rezultata din suma suprafetelor de vanzare cu amanuntul de produse si servicii de piata si de alimentatie publica cuprinse in acesta;
- p) comert in zone publice - activitatea de comercializare a produselor si serviciilor, desfasurata permanent sau sezonier in pietele, targuri, oboare, pasaje publice, porturi, aeroporturi, gari, autogari, drumuri publice si strazi sau orice zona de alta natura destinata folosintei publice.

CAP. 2

Cerinte si criterii necesare desfasurarii activitatii comerciale

[ART. 5](#)

- (1) Orice exercitiu comercial se desfasoara numai de catre comercianti autorizati in conditiile legii.
- (2) Exercitarea de activitati comerciale cu produse din sectorul alimentar si de alimentatie publica necesita cunostinte de specialitate si se efectueaza cu personal calificat, conform normelor de aplicare a prezentei ordonante.
- (3) In termen de un an de la data intrarii in vigoare a prezentei ordonante, personalul angajat in efectuarea de activitati comerciale cu produse din sectorul alimentar si de alimentatie publica va trebui sa indeplineasca una dintre urmatoarele cerinte profesionale:

- a) sa fi absolvit un curs de specialitate pentru comercializarea produselor alimentare si/sau de alimentatie publica, organizat conform legislatiei in vigoare;
- b) sa fi desfasurat cel putin 2 ani de activitate profesionala de comercializare de produse alimentare si/sau de alimentatie publica si sa fi absolvit un curs de notiuni fundamentale de igiena, organizat in conformitate cu dispozitiile legale in vigoare.

ART. 6

(1) Comertul in zone publice se desfasoara in structuri de vanzare cu sediu fix sau ambulant.

(2) Exercitarea activitatii de comercializare in zone publice este supusa acordului autoritatilor administratiilor publice locale sau ale sectoarelor municipiului Bucuresti, dupa caz, cu respectarea regulamentelor proprii ale acestora si a planurilor de urbanism.

(3) Prevederile alin. (2) se aplica si in cazul transferului, mutarii sau extinderii unui exercitiu comercial, precum si in cazul modificarilor aduse structurii de vanzare.

NORME METODOLOGICE:

1. In conformitate cu prevederile ordonantei, pe teritoriul Romaniei pot desfasura unul sau mai multe exercitii comerciale persoanele fizice si juridice care indeplinesc urmatoarele conditii:

- a) sunt constituite si inregistrate legal;
- b) au ca obiect de activitate principal sau secundar comercializarea produselor si serviciilor de piata;
- c) detin autorizatiile de functionare eliberate in conformitate cu reglementarile legale in vigoare;
- d) au acordul primarului comunei, orasului, municipiului sau sectorului municipiului Bucuresti pentru exercitarea activitatilor comerciale in zone publice in structuri de vanzare cu sediu fix sau ambulant, permanent sau, dupa caz, sezonier.

2. Persoanele juridice, respectiv societatile comerciale, regiile autonome si organizatiile cooperatiste, se autorizeaza in conformitate cu prevederile Ordonantei de urgenta a Guvernului nr. 76/2001 privind simplificarea unor formalitati administrative pentru inregistrarea si autorizarea functionarii comerciantilor, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare.

3. Persoanele fizice si asociatiile familiale se autorizeaza in conformitate cu prevederile Legii nr. 507/2002 privind organizarea si desfasurarea unor activitati economice de catre persoane fizice si ale Hotararii Guvernului nr. 58/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 507/2002 privind organizarea si desfasurarea unor activitati economice de catre persoane fizice.

4. Ocupatiile pentru care personalul angajat in efectuarea de activitati comerciale cu produse din sectorul alimentar si de alimentatie publica trebuie sa indeplineasca in termen de un an de la intrarea in vigoare a ordonantei una dintre cerintele profesionale prevazute la art. 5 alin. (3) din ordonanta sunt:

a) pentru comert cu amanuntul si alimentatie publica: sef de magazin; vanzatori de produse alimentare; vanzatori ambulanti si asimilati; vanzatori la domiciliul clientului sau la comanda prin telefon; macelar; sef de unitate de alimentatie publica si sef de sala; ospatar; barman; barman-ospatar; bucatar; carmangier; cofetar; patiser; cofetar-patiser;

b) pentru comert cu ridicata: sef de depozit; gestionar.

5. Cunostintele de specialitate ale personalului angajat in efectuarea de activitati comerciale cu produse din sectorul alimentar si de alimentatie publica pot fi dovedite cu unul dintre urmatoarele documente:

a) diploma/certificatul de absolvire a unei institutii de invatamant preuniversitar, eliberata/eliberat in conditiile legii, pentru una sau, dupa caz, mai multe ocupatii prevazute la pct. 4;

b) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregatire profesionala pentru una sau, dupa caz, mai multe ocupatii prevazute la pct. 4, organizata cu respectarea prevederilor art. 16 din ordonanta;

c) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregatire profesionala pentru una sau, dupa caz, mai multe ocupatii prevazute la pct. 4, eliberata/eliberat de un organism acreditat in una dintre tarile membre ale Uniunii Europene;

d) un document legal prin care se atesta exercitarea activitatii de cel putin 2 ani in meseria respectiva, in conditiile legii, in cazul in care persoana a lucrat intr-o tara membra a Uniunii Europene, impreuna cu o diploma/certificat de absolvire a unui curs de notiuni fundamentale de igiena, organizat in conformitate cu legislatia nationala in vigoare;

e) document care sa ateste vechimea angajatului in conformitate cu prevederile Codului muncii;

f) diploma/certificatul de absolvire eliberata/eliberat de angajatorii care organizeaza programe de pregatire profesionala pentru angajatii proprii, pentru ocupatiile prevazute la pct. 4, efectuate cu personal de specialitate si care trebuie sa respecte prevederile art. 16 alin. (2) din ordonanta; in acest caz diplomele/certIFICATELE de absolvire vor fi recunoscute conform legislatiei in vigoare.

ORDONANTA:

ART. 8[^]1

Acordul prevazut la art. 6 alin. (2) nu se elibereaza in urmatoarele cazuri:

a) contravine planului general de dezvoltare urbana si criteriilor generale privind determinarea zonelor si locurilor de vanzare din localitati;

b) aduce prejudicii spatiilor aflate in incinta sau in apropierea unor cladiri de valoare arhitectonica deosebita ori cu valoare de patrimoniu;

c) exercitiul comercial se face in spatii improvizate;

d) se incalca dispozitiile prezentei ordonante.

Articolele 7, 8 si 9 se abroga. (Legea nr. 650/2002)

CAP. 3

Orarele de functionare

ART. 10

Structurile de vanzare cu amanuntul si cele in care se presteaza servicii de piata pot fi deschise publicului in toate zilele saptamanii. Fiecare comerciant isi stabileste orarul de functionare cu respectarea prevederilor inscise in legislatia muncii si cu conditia respectarii reglementarilor in vigoare privind linistea si ordinea publica si in conformitate cu solicitarile autoritatilor administratiei publice locale privind continuitatea unor activitati comerciale sau de prestari de servicii, in functie de necesitatile consumatorilor.

ART. 11

Orarul de functionare se afiseaza la intrarea in unitate, in mod vizibil din exterior, comerciantul fiind obligat sa asigure respectarea acestuia.

ART. 12

Structurile de vanzare cu amanuntul din sectorul alimentar nu pot fi inchise mai mult de doua zile consecutive, cu exceptia unor cauze obiective de nefunctionare.

NORME METODOLOGICE:

6. Pentru continuitatea unor activitati comerciale sau de prestari de servicii, in functie de necesitatile consumatorilor, consiliul local poate stabili orare de functionare prin regulamentele elaborate pentru exercitarea activitatilor de comercializare in zone publice.

7. In cazul centrelor comerciale orarul de functionare este stabilit de administratorul centrului, in functie de necesitatile consumatorilor si cu consultarea comerciantilor care isi desfasoara activitatea in acestea.

8. In masura in care comerciantul este de acord, orarul de functionare pentru unitatile de alimentatie publica in care sunt organizate evenimente poate fi depasit la solicitarea clientilor, cu respectarea prevederilor legale privind linistea si ordinea publica. In cazul in care localul respectiv este rezervat in totalitate pentru astfel de evenimente, comerciantul este obligat sa afiseze vizibil, langa orarul de functionare, anuntul "REZERVAT", cu indicarea perioadei de rezervare.

9. In situatia aprovizionarii structurii de vanzare in timpul programului de functionare, sunt interzise intreruperea servirii consumatorilor si/sau inchiderea structurii de vanzare, daca acest lucru nu este mentionat in orarul de functionare afisat.

10. In sensul art. 12 din ordonanta, urmatoarele situatii pot constitui cauze obiective de nefunctionare:

a) decesul asociatului unic, administratorului, managerului, sefului structurii de vanzare cu amanuntul sau al altui angajat care lucreaza in aceasta, dupa caz;

b) concediul personalului angajat in structura de vanzare respectiva;

c) inventar;

d) inchiderea structurii de vanzare pentru lucrari de igienizare, reparatii, reamenajari sau modificari ale conditiilor de exploatare a acesteia, dupa caz;

e) schimbarea profilului structurii de vanzare, suspendarea sau inlocuirea unei activitati comerciale desfasurate in acea structura;

f) incetarea definitiva a activitatii comerciantului in structura de vanzare respectiva;

g) intreruperea activitatii comerciale sezoniere in structura de vanzare respectiva;

h) suspendarea activitatii ca urmare a deciziei organelor de control abilitate;

i) cazuri de forta majora.

Comerciantii sunt obligati sa anunte consumatorilor motivul si perioada inchiderii.

11. Structurile de vanzare cu amanuntul din sectorul alimentar care nu pot fi inchise mai mult de doua zile consecutive sunt magazinele specializate in care se comercializeaza produse alimentare, precum si magazinele nespecializate in care se comercializeaza predominant produse alimentare.

ORDONANTA:

CAP. 4

Obligatiile si raspunderile autoritatilor administratiei publice centrale si locale

ART. 13

Autoritatile administratiei publice asigura dezvoltarea armonioasa a retelei si tipurilor de distributie si promovarea intreprinderilor mici si mijlocii cu activitate de comercializare a produselor si serviciilor de piata.

ART. 14

(1) Autoritatile administratiei publice locale stabilesc strategia de dezvoltare a retelei de distributie, avand drept obiective:

a) sprijinirea crearii unei retele de distributie care sa asigure servicii de calitate consumatorilor si care sa raspunda necesitatilor de consum ale acestora si marcarea acesteia in documentatiile de urbanism intocmite;

b) dezvoltarea armonioasa a retelei si tipurilor de distributie cu respectarea principiului liberei concurente;

c) armonizarea principiilor urbanismului cu cele de mediu;

d) protejarea patrimoniului arhitectural, istoric si de mediu prin mentinerea caracterului sitului;

e) dezvoltarea si revigorarea retelei de distributie in zonele montane, rurale si defavorizate si sustinerea crearii de servicii de piata in aceste zone;

f) stimularea dezvoltarii intreprinderilor mici si mijlocii cu activitate comerciala in scopul cresterii competitivitatii acestora si gradului de ocupare a fortei de munca;

g) asigurarea si dezvoltarea unui sistem de baze de date privind reseaua de distributie;

h) respectarea legislatiei in vigoare din domeniul urbanismului pentru structurile de vanzare si de prestari de servicii de piata.

(2) Autoritatile administratiei publice locale stabilesc criteriile de dezvoltare urbanistica a sectorului comercial pentru determinarea:

a) suprafetelor destinate activitatilor comerciale, in special pentru cele cu structuri de vanzare cu suprafata medie si mare;

b) modului de incadrare a suprafetelor structurilor de vanzare pentru protejarea lucrarilor de arta, a edificiilor cu valoare arhitectonica, istorica sau arheologica, precum si a mediului in centrele istorice si in localitatile de interes turistic;

c) amplasamentelor spatiilor de parcare aferente diverselor structuri de vanzare, conform reglementarilor legale in vigoare.

(3) Autoritatile administratiei publice locale asigura corelarea autorizarii desfasurarii unui exercitiu comercial intr-o structura de vanzare, cu continutul certificatului de urbanism si al autorizatiei de construire.

(4) Autoritatile administratiei publice locale, in stabilirea strategiei de dezvoltare conform alin. (1), au in vedere urmatoarele caracteristici teritoriale:

a) zone urbane omogene, prin realizarea unei corelari integrate intre centru si periferie;

b) zone periferice pentru care trebuie individualizate criterii de dezvoltare omogena, in scopul integrarii acestora intr-un cadru urbanistic coerent;

c) centre istorice, in scopul promovarii unor activitati comerciale adecvate si al protejarii zonelor cu valoare istorica si artistica;

d) zone cu mica concentrare demografica, in scopul dezvoltarii si/sau imbunatatirii infrastructurii;

e) zone situate pe traseele autostrazilor si drumurilor nationale, in scopul dezvoltarii structurilor de vanzare;

f) zone defavorizate.

(5) In zonele publice autoritatile administratiei publice locale, in scopul satisfacerii intereselor consumatorilor, stabilesc, cu respectarea dispozitiilor legale in vigoare:

a) criteriile generale ce trebuie respectate in determinarea zonelor si amplasamentelor structurilor de vanzare din localitati;

b) modalitatile de organizare a pietelor si targurilor;

c) periodicitatea si tipologia pietelor si targurilor;

d) criteriile de atribuire a amplasamentelor structurilor de vanzare.

(6) In scopul promovarii si protejarii activitatii comerciale in zonele periferice ale oraselor, precum si in zonele rurale, montane sau defavorizate, autoritatile administratiei publice locale, prin hotarari ale consiliilor locale, pot acorda, in conditiile legii, inlesniri la plata impozitelor si taxelor datorate bugetelor locale.

(7) Pentru elaborarea strategiilor si criteriilor, conform prezentului articol, autoritatile administratiei publice locale consulta asociatiile profesionale, asociatiile consumatorilor, organizatiile patronale, reprezentanti ai societatilor comerciale si ai camerelor de comert si industrie teritoriale.

ART. 15

Pentru zone sau edificii cu valoare arhitectonica, istorica sau arheologica si pentru zone turistice, autoritatile administratiei publice locale pot acorda, in limita competentelor legale, facilitati financiare comerciantilor care contribuie prin efort propriu la reabilitarea sau la restaurarea acestora.

ART. 16

(1) Autoritatile administratiei publice, camerele de comert si industrie si societatile comerciale, precum si alte persoane fizice sau juridice interesate pot sa organizeze cursuri de pregatire si perfectionare profesionala in domeniul comercializarii produselor si serviciilor de piata prevazute in [anexa nr. 3](#), cu conditia ca acestea sa fie autorizate conform legislatiei in vigoare.

(2) Cursul profesional va contine ca obiecte de studiu materii adecvate pentru a garanta insusirea normelor si reglementarilor cu privire la sanatatea, securitatea si informarea consumatorilor, la comercializarea produselor si serviciilor de piata, precum si insusirea notiunilor fundamentale de igiena.

ART. 17¹

Examinarea si avizarea implantarii structurilor de vanzare cu suprafata mare se vor realiza pe baza criteriilor elaborate de catre ministerul cu atributii in domeniul comertului interior.

Articolul 17 se abroga. ([Legea nr. 650/2002](#))

CAP. 5

Practici comerciale

ART. 18

Prin vanzari cu pret redus, in sensul prezentei ordonante, se intelege:

a) vanzari de lichidare;

- b) vanzari de soldare;
- c) vanzari efectuate in structuri de vanzare, denumite magazin de fabrica sau depozit de fabrica;
- d) vanzari promotionale;
- e) vanzari ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorului, dupa ce evenimentul a trecut si este evident ca produsele respective nu mai pot fi vandute in conditii comerciale normale;

NORME METODOLOGICE:

12. Sunt considerate produse destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale produsele care se comercializeaza cu ocazia unor sarbatori, cum ar fi, dar fara a se limita la: jucarii tematice, globuri, ornamente sau artificii, pentru pomul de Craciun; martisoare sau alte produse personalizate pentru ziua de 1 Martie sau 8 Martie; iepurasi si oua de ciocolata sau alte produse specifice sarbatorilor de Pasti si alte asemenea cazuri ori cu prilejul unor manifestari culturale, expozitionale sau sportive, cum ar fi, dar fara a se limita la: confectii si tricotaje inscriptionate cu diverse inscrisuri si/sau insemne care fac referire la acea manifestare.

ORDONANTA:

- f) vanzari ale produselor care intr-o perioada de 3 luni de la aprovizionare nu au fost vandute;
- g) vanzari accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapida sau a caror conservare nu mai poate fi asigurata pana la limita termenului de valabilitate;

NORME METODOLOGICE:

13. In aceasta categorie intra:

a) produsele agroalimentare si produsele horticole, inclusiv seminte, atunci cand acestea sunt amenintate de o alterare rapida datorita apropierii datei de depasire a termenului de valabilitate sau, dupa caz, a datei durabilitatii minimale, precum si produsele agroalimentare perisabile, cum ar fi, dar fara a se limita la: carne si preparate din carne, peste si fructe de mare, lapte si preparate din lapte, unt, oua, produse de cofetarie-patiserie si preparate culinare care necesita pastrarea in vitrine, alte spatii frigorifice sau sisteme de climatizare, a caror conservare nu mai poate fi asigurata pana la limita termenului de valabilitate datorita defectarii din cauze obiective, independente de vointa comerciantului sau a personalului din structura de vanzare respectiva, a spatiilor frigorifice in care acestea sunt pastrate;

b) unele produse nealimentare, cum ar fi, dar fara sa se limiteze la: lacuri si vopsele, atunci cand acestea sunt susceptibile de o deteriorare rapida datorita apropierii datei de depasire a termenului de valabilitate.

ORDONANTA:

h) vanzarea unui produs la un pret aliniat la cel legal practicat de ceilalti comercianti din aceeasi zona comerciala, pentru acelasi produs, determinat de mediul concurential;

NORME METODOLOGICE:

14. In intelesul [art. 18](#) lit. h) din ordonanta, "zona comerciala" poate fi asimilata unei arii geografice in care functioneaza structuri de vanzare asemanatoare in conditii de concurenta relativ omogene.

ORDONANTA:

i) vanzarea produselor cu caracteristici identice, ale caror preturi de reaprovizionare s-au diminuat.

ART. 19

Este interzis oricarui comerciant sa ofere sau sa vanda produse in pierdere, cu exceptia situatiilor prevazute la [art. 18](#) lit. a) - c), e) - i), precum si in cazul produselor aflate in pachete de servicii. Prin vanzare in pierdere, in sensul prezentei ordonante, se intelege orice vanzare la un pret egal sau inferior costului de achizitie, astfel cum acesta este definit in reglementarile legale in vigoare.

NORME METODOLOGICE:

15. In categoria produselor aflate in pachete de servicii intra: painea sau apa minerala oferite gratuit consumatorilor, in cazul serviciilor de alimentatie publica, telefonul oferit gratuit consumatorilor, in cazul pachetelor de servicii telefonice sau alte asemenea cazuri.

16. Costul de achizitie al unui produs este egal cu pretul de cumparare, taxele nerecuperabile, cheltuielile de transport-aprovizionare si alte cheltuieli accesorii necesare pentru punerea in stare de utilitate sau intrarea in gestiune a produsului respectiv.

ORDONANTA:

ART. 20

Potrivit prezentei ordonante, prin vanzare de lichidare se intelege orice vanzare precedata sau insotita de publicitate si anuntata sub denumirea de "lichidare" si care, printr-o reducere de preturi, are ca efect vanzarea accelerata a totalitatii sau numai a unei parti din stocul de produse dintr-o structura de vanzare cu amanuntul, in una dintre urmatoarele situatii:

a) incetarea definitiva a activitatii comerciantului, inclusiv in cazul schimbarii proprietarului, chiriasului, locatarului sau mandatarului, dupa caz, care exploateaza structura de vanzare, cu exceptia cazurilor in care aceasta este vanduta, cedata sau inchiriata unei persoane juridice administrate de vechiul proprietar (utilizator) sau in care acesta este actionar;

b) incetarea din proprie initiativa a activitatii comerciantului in structura de vanzare respectiva sau ca urmare a anularii contractului de inchiriere, locatie sau mandat, in baza unei hotarari judecatoresti ramase definitive sau in baza unei hotarari judecatoresti de evacuare silita;

c) intreruperea activitatii comerciale sezoniere pentru o perioada de cel putin 5 luni dupa terminarea operatiunilor de lichidare;

d) schimbarea profilului structurii de vanzare, suspendarea sau inlocuirea unei activitati comerciale desfasurate in acea structura;

e) modificarea conditiilor de exploatare a suprafetei de vanzare, daca lucrarile de transformare si amenajare depasesc 30 de zile si sunt efectuate in interiorul acesteia, structura de vanzare fiind inchisa in toata aceasta perioada, sau modificarea conditiilor de exercitare a activitatii in cazul incheierii ori anularii unui contract de distributie avand o clauza de aprovizionare exclusiva;

f) vanzarea stocului de produse de catre mostenitorii legali ai comerciantului defunct;

g) deteriorarea grava, din cauza unor calamitati sau acte de vandalism, a unei parti sau, dupa caz, a intregului stoc de produse, exclusiv cele alimentare.

NORME METODOLOGICE:

17. Vanzarile anuntate sub denumirea de lichidare/lichidari sau o alta denumire echivalenta, cum ar fi: "Inchidere definitiva - totul trebuie sa dispara - mari reduceri de preturi", se definesc prin desfacerea accelerata, la pret redus, a totalitatii sau a unei parti din marfurile dintr-o structura de vanzare cu amanuntul, precedata sau insotita de publicitate, numai in una dintre situatiile mentionate la [art. 20](#) lit. a) - g) din ordonanta. Vanzarile de lichidare pot fi efectuate pentru totalitatea sau numai pentru o parte a marfurilor noi ori folosite dintr-o structura de vanzare cu amanuntul, cu respectarea conditiilor stipulate de [art. 22](#) si [23](#) din ordonanta.

ORDONANTA:

[ART. 21](#)

(1) Vanzarile de lichidare sunt supuse notificarii in baza unui inventar detaliat al marfurilor de lichidat intocmit de comerciant, care este obligat sa justifice cu documente legale provenienta produselor respective. Notificarea se face la primaria localitatii in a carei raza teritoriala este amplasata structura de vanzare sau, dupa caz, la primariile sectoarelor municipiului Bucuresti, cu cel putin 15 zile inainte de inceperea vanzarilor de lichidare in situatiile prevazute la [art. 20](#) lit. a), d) si e) si cu cel putin 5 zile inainte de inceperea vanzarilor de lichidare in situatiile prevazute la [art. 20](#) lit. b), c), f) si g). Perioada pentru care se notifica vanzarile de lichidare este de maximum:

a) 90 de zile pe an pentru cazurile prevazute la [art. 20](#) lit. a) si f);

b) 60 de zile pe an pentru cazurile prevazute la [art. 20](#) lit. b), d), e) si g);

c) 15 zile pe an pentru cazurile prevazute la [art. 20](#) lit. c).

NORME METODOLOGICE:

18. Formularul notificarii vanzarilor de lichidare si al listei de inventar pentru marfurile de lichidat sunt prevazute in [anexa nr. 1](#) si, respectiv, [anexa nr. 2](#) la prezentele norme metodologice.

Formularul notificarii vanzarilor de lichidare se adreseaza primarului si se poate completa si depune la sediul primariei localitatii in a carei raza teritoriala este amplasata structura de vanzare, iar in cazul municipiului Bucuresti, la sediul primariilor de sector, dupa caz, sau se poate transmite prin scrisoare recomandata cu confirmare de primire.

In ambele cazuri notificarea va fi insotita si de lista de inventar pentru marfurile de lichidat.

Comerciantul sau persoana imputernicita de acesta va completa cate doua formulare de notificare si doua liste de inventar pentru marfurile de lichidat. Un exemplar din notificare, la care se anexeaza lista de inventar, se depune/se transmite la sediul primariei respective, iar al doilea exemplar din fiecare formular, impreuna cu dovada/confirmarea de primire, se pastreaza la sediul structurii de vanzare sau, dupa caz, la adresa amplasamentului unde se vor organiza vanzarile de lichidare.

ORDONANTA:

(2) La cererea organelor de control abilitate comerciantul este obligat sa justifice cu documente legale situatia care a motivat vanzarea de lichidare, in termen de maximum 10 zile de la finalizarea operatiunilor de lichidare pentru situatiile prevazute la [art. 20](#) lit. a) - d), f) si g) si, respectiv, de maximum 45 de zile in cazul situatiilor prevazute la [art. 20](#) lit. e).

(3) Orice anunt sau alta forma de publicitate privind vanzarea de lichidare trebuie sa specifice in mod obligatoriu data de debut a vanzarii si durata acesteia, precum si sortimentul de marfuri supus vanzarii de lichidare, in cazul in care operatiunea nu se refera la totalitatea produselor din structura de vanzare.

NORME METODOLOGICE:

19. In termen de maximum 10 zile calendaristice de la finalizarea operatiunilor de lichidare, la cererea organelor de control abilitate, comerciantul este obligat sa justifice cu documente legale urmatoarele situatii care au motivat vanzarea de lichidare, dupa caz:

19.1. In cazul incetarii definitive a activitatii comerciantului, documentul legal justificativ este declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

19.2. Schimbarea proprietarului/chiriasului/locatarului/mandatarului, dupa caz, care exploateaza structura de vanzare

Comerciantul care preia de la un alt comerciant exploatarea unei/unor structuri de vanzare, inclusiv stocul de marfuri, si nu doreste sa continue sa vanda aceeasi gama sortimentala poate recurge la organizarea unei

vanzari de lichidare pentru o parte sau intregul stoc de marfa preluat. In acest caz vanzarea de lichidare nu se poate realiza decat pentru produsele preluate de la comerciantul cedent. Produsele cumparate in aceasta perioada de comerciantul care a preluat structurile de vanzare nu pot face obiectul vanzarii de lichidare.

In aceasta ipoteza documentele legale justificative sunt: declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica, precum si contractul/contractele de vanzare-cumparare/inchiriere/locatie/mandat, dupa caz, pentru structura/structurile de vanzare respectiva/respective.

19.3. Incetarea din proprie initiativa a activitatii comerciantului in structura de vanzare respectiva. In aceasta ipoteza documentul legal justificativ este declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

19.4. Anularea contractului de inchiriere/locatie/mandat, pentru structura de vanzare respectiva

Documentele legale justificative sunt, dupa caz: hotararea judecatoreasca ramasa definitiva si/sau hotararea judecatoreasca de evacuare silita, in cazul anularii contractului, contractul de inchiriere/locatie/mandat, insotit de procesul-verbal de predare a structurii de vanzare, daca este cazul, in situatia incetarii contractului.

19.5. Intreruperea activitatii comerciale sezoniere in structura de vanzare respectiva, pentru o perioada de cel putin 5 luni dupa terminarea operatiunilor de lichidare

In acest caz documentul legal justificativ este declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

19.6. Schimbarea profilului structurii de vanzare

Atunci cand comerciantul decide sa schimbe complet obiectul activitatilor de comercializare ale exercitiului comercial desfasurat intr-o structura de vanzare cu amanuntul, acesta poate recurge la organizarea unei vanzari de lichidare in vederea desfacerii accelerate a totalitatii stocului de produse din acea structura de vanzare.

In acest caz documentul legal justificativ este declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

19.7. Suspendarea sau inlocuirea unei activitati comerciale desfasurate in structura de vanzare

Comerciantul care decide sa suspende sau sa inlocuiasca obiectul activitatilor de comercializare ale exercitiului comercial desfasurat intr-o structura de vanzare cu amanuntul poate recurge la organizarea unei vanzari de lichidare. Aceasta ipoteza vizeaza cazurile in care comerciantul decide sa inlocuiasca produsele vandute in unul sau mai multe raioane din cadrul unei structurii de vanzare cu amanuntul cu alte produse, cum ar fi, dar fara a se limita la: raion de tricotaje - raion de confectii; raion de dulciuri - raion de preparate si semipreparate culinare; raion de electrice - raion pentru produse menajere si uz casnic; raion de carne si preparate din carne - raion de lapte si preparate din lapte sau alte cazuri similare.

In acest caz documentul legal justificativ este declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

19.8. Vanzarea stocului de produse din structura de vanzare de catre mostenitorii legali ai comerciantului defunct

In urma decesului comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a asociatului unic, mostenitorii legali ai acestuia pot organiza o vanzare de lichidare in cazul in care nu doresc sa continue activitatea comerciantului defunct.

Documentele legale justificative sunt: declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a reprezentantului desemnat de mostenitorii legali ai comerciantului, precum si certificatul de mostenitor.

19.9. Deteriorarea grava, din cauza unor calamitati sau acte de vandalism, a produselor nealimentare din structura de vanzare.

Comerciantul poate recurge la o vanzare de lichidare pentru produsele nealimentare deteriorate din cauza unor calamitati, cum ar fi: inundatie, cutremur, incendiu, furtuna, sau din cauza unor acte de vandalism, cu conditia ca aceste produse sa fie sigure pentru sanatatea, securitatea si viata consumatorilor.

Documentele legale justificative sunt:

a) in cazul calamitatilor, declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica;

b) in cazul actelor de vandalism, declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica si actele de constatare emise de organele abilitate, din care sa reiasa ca produsele respective au fost deteriorate.

20. In termen de maximum 45 de zile calendaristice de la finalizarea operatiunilor de lichidare, la cererea organelor de control abilitate, comerciantul este obligat sa justifice cu documente legale urmatoarele situatii care au motivat vanzarea de lichidare, dupa caz:

20.1. Modificarea conditiilor de exploatare a suprafetei de vanzare

Comerciantul care decide modificarea structurii de vanzare, inclusiv extinderea acesteia, poate organiza o vanzare de lichidare pentru stocul de produse din acea structura, cu conditia ca lucrarile de transformare si amenajare sa depaseasca 30 de zile calendaristice, sa cuprinda si perimetrul suprafetei de vanzare, iar structura de vanzare sa fie inchisa accesului consumatorilor in toata aceasta perioada.

Lucrarile de igienizare sau renovare care nu aduc modificari structurii de vanzare nu permit organizarea unei vanzari de lichidare.

In acest caz documentele justificative legale sunt devizul pentru lucrarile de transformare si amenajare, precum si declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

20.2. Modificarea conditiilor de exercitare a activitatii comerciale in structura de vanzare, ca urmare incheierii sau anularii/rezilierii unui contract de distributie avand o clauza de aprovizionare exclusiva

Documentele justificative legale sunt, dupa caz:

- a) contractul de distributie;
- b) documentul care reziliaza contractul de distributie;
- c) contractul de franciza,

precum si declaratia pe propria raspundere, inclusa in notificarea vanzarilor de lichidare, a comerciantului persoana fizica sau, dupa caz, a reprezentantului asociatiei familiale ori a imputernicitului comerciantului persoana juridica.

21. Produsele destinate a fi comercializate in cadrul procedurii de vanzare de lichidare, care reprezinta doar o parte a stocului structurii de vanzare, vor fi depozitate separat, iar comercializarea acestora va fi organizata intr-un raion/spatiu distinct.

22. In termenul de 15 zile pana la inceperea vanzarii de lichidare notificate in conformitate cu prevederile [art. 21](#) alin. (1) din ordonanta, comerciantul poate reveni asupra deciziei sale si poate anula vanzarea de lichidare astfel:

a) in cazul in care vanzarea de lichidare a fost precedata de publicitate, cu respectarea urmatoarelor conditii cumulative: anuntarea anularii vanzarii de lichidare prin aceleasi mijloace prin care a fost promovata - mass-media, anunturi publicitare in exteriorul sau interiorul structurii de vanzare; instiintarea primariei la care s-a facut notificarea despre anularea vanzarii de lichidare;

b) in cazul in care vanzarea de lichidare nu a fost precedata de publicitate, se va instiinta primaria la care s-a facut notificarea despre anularea vanzarii de lichidare.

In ambele cazuri primaria va fi instiintata in scris printr-o adresa depusa la sediul acesteia sau prin scrisoare recomandata cu confirmare de primire; instiintarile se vor adresa primarului. Dovada/confirmarea de primire va fi pastrata la sediul structurii de vanzare respective pentru prezentarea acesteia la cererea organelor de control abilitate.

ORDONANTA:

[ART. 22](#)

(1) Pe durata vanzarilor de lichidare se pot lichida numai produsele inscrise in lista de inventar aferenta notificarii si aflate in stocul unitatii comerciale la data depunerii/transmitterii notificarii. Stocul este format din produsele expuse in spatiile destinate vanzarii si cele aflate in depozitele structurii de vanzare; produsele detinute in antrepozite si/sau depozite situate in afara structurii de vanzare pentru care a fost facuta notificarea nu intra in componenta stocului de lichidat.

(2) Pot face obiectul vanzarilor de lichidare numai produsele care fac parte din stocul structurii de vanzare si a caror contravaloare a fost achitata de comerciant la data depunerii/transmitterii notificarii sau a emiterii hotararii judecatoresti prevazute la [art. 20](#) lit. b) sau la data evenimentelor prevazute la [art. 20](#) lit. g).

[ART. 23](#)

In afara cazurilor prevazute la [art. 20](#) lit. b) si g), orice vanzare de lichidare trebuie sa aiba loc in structura de vanzare in care produsele au fost vandute in mod obisnuit.

[ART. 24](#)

Vanzarea de soldare este orice vanzare insotita sau precedata de publicitate si anuntata sub denumirea "soldare/soldari/solduri" si care, printr-o reducere de preturi, are ca efect vanzarea accelerata a stocului de marfuri sezoniere dintr-o structura de vanzare cu amanuntul.

[ART. 25](#)

Vanzarile de soldare se pot efectua numai in cursul a doua perioade pe an, cu o durata maxima de cate 45 de zile fiecare, cu conditia ca produsele propuse pentru soldare sa fie achitate furnizorului de catre comerciant cu cel putin 30 de zile inaintea datei de debut a perioadei de vanzari de soldare si oferite spre vanzare in mod obisnuit inaintea acestei date.

[ART. 26](#)

Stocul de produse propus pentru soldare trebuie sa fie constituit in prealabil in structura de vanzare respectiva, in spatiile de vanzare si depozitele structurii de vanzare, precum si, dupa caz, in unul sau mai multe depozite ale comerciantului, cu cel putin 15 zile inainte de data de debut a vanzarii de soldare, si nu va fi reinnoit dupa constituire sau in cursul vanzarilor de soldare.

NORME METODOLOGICE:

23. Vanzarile anuntate sub denumirea "soldare/soldari/solduri" se definesc prin desfacerea accelerata, la pret redus, a stocului de marfuri sezoniere noi sau folosite/de ocazie dintr-o structura de vanzare cu amanuntul, precedata sau insotita de publicitate.

24. Pot fi supuse operatiunilor de soldare numai produsele nealimentare a caror desfacere are caracter sezonier. In aceasta categorie se incadreaza grupe de produse, cum ar fi, dar fara a se limita la: confectii, inclusiv blinarie, pielarie, produse de marochinarie si galanterie, tricotaje, tesaturi, incaltaminte, articole sport-turism, cosmetice, aparate de incalzire si climatizare, ventilatoare, precum si alte produse similare.

25. Marfurile ce fac obiectul soldarii vor fi depozitate separat de celelalte produse si vor fi vandute fie in raioane/spatii special amenajate pentru aceasta operatiune, fie in cadrul acelorasi raioane, caz in care vor fi bine individualizate.

ORDONANTA:

[ART. 27](#)

Vanzarea de soldare trebuie sa aiba loc in structurile de vanzare in care produsele respective erau vandute in mod obisnuit.

[ART. 28](#)

Documentele legale justificative care atesta ca stocul de produse propus pentru soldare a fost constituit cu cel putin 15 zile inainte de data de debut a vanzarii de soldare si achitat cu cel putin 30 de zile inainte de aceasta data vor fi pastrate pentru a putea fi prezentate, ori de cate ori este nevoie, organelor de control abilitate. Dovada achitarii contravalorii produselor supuse vanzarii de soldare rezulta din examinarea actelor contabile.

[ART. 29](#)

(1) Perioadele de soldari prevazute la [art. 25](#) se stabilesc de comerciant intre urmatoarele limite:

- a) perioada 15 ianuarie - 15 aprilie inclusiv, pentru produsele de toamna-iarna;
- b) perioada 1 august - 31 octombrie inclusiv, pentru produsele de primavara-vara.

(2) Comerciantii au obligatia sa notifice la primaria in a carei raza teritoriala isi desfasoara activitatea perioada in care efectueaza vanzarile de soldare cu cel putin 15 zile inainte de inceperea operatiunilor.

NORME METODOLOGICE:

26. Formularul notificarii vanzarilor de soldare si al listei de inventar pentru marfurile propuse pentru soldare sunt prevazute in [anexa nr. 3](#) si, respectiv, [anexa nr. 4](#) la prezentele norme metodologice.

Formularul notificarii vanzarilor de soldare se prezinta primarului; formularul se poate completa si depune la sediul primariei localitatii in a carei raza teritoriala este amplasata structura de vanzare, iar in cazul municipiului Bucuresti, la sediul primariilor de sector, dupa caz, sau se poate transmite prin scrisoare recomandata cu confirmare de primire.

Lista de inventar pentru marfurile de soldat va fi completata si pastrata la sediul structurii de vanzare respective pentru a putea fi prezentata la solicitarea organelor de control abilitate.

Comerciantul sau persoana imputernicita de acesta va completa cate doua formulare de notificare. Un exemplar din notificare se depune/se transmite la sediul primariei, iar al doilea exemplar, impreuna cu dovada/confirmarea de primire, se pastreaza la sediul structurii de vanzare respective.

ORDONANTA:

[ART. 30](#)

(1) Este interzis sa se anunte o vanzare de soldare in alte cazuri si conditii decat cele prevazute la [art. 25](#).

(2) Orice anunt sau alta forma de publicitate privind soldarea trebuie sa specifice obligatoriu data de debut a vanzarii de soldare si durata acesteia, precum si sortimentul de marfuri supus soldarii in cazul in care operatiunea de soldare nu se refera la totalitatea produselor din structura de vanzare.

[ART. 31](#)

Vanzarile efectuate in structuri denumite magazin de fabrica sau depozit de fabrica sunt vanzarile din productia proprie, efectuate direct consumatorilor de catre producatori, acestia indeplinind obligatiile ce revin oricarui comerciant care desfasoara comert cu amanuntul. Vanzarile cu pret redus prin magazin sau depozit de fabrica nu sunt supuse notificarii.

[ART. 32](#)

In cadrul vanzarilor definite la [art. 31](#), cu exceptia produselor alimentare, producatorii pot practica vanzari cu pret redus pentru acea parte din productia lor care indeplineste urmatoarele conditii asupra carora consumatorii au fost informati:

- a) nu a fost anterior oferita spre vanzare din cauza defectelor de fabricatie;
- b) face obiectul retururilor din reseaua comerciala;
- c) reprezinta stocul din productia sezonului anterior ramas nevandut.

NORME METODOLOGICE:

27. Vanzarile sub denumirea "magazin de fabrica" sau "depozit de fabrica" se refera la vanzarile realizate de producatorii industriali pentru produsele care nu sunt oferite spre vanzare prin reseaua comerciala.

Vanzarile efectuate sub una dintre aceste denumiri sunt realizate de producatori care desfac produsele lor direct catre consumatori, in absenta unui intermediar. Produsele vizate sunt cele care nu au fost anterior oferite spre vanzare din cauza defectelor de fabricatie, cele care fac obiectul retururilor din reseaua comerciala, precum si stocul din productia sezonului anterior ramas nevandut.

28. Daca vanzarile sunt efectuate in magazinele de prezentare si desfacere ale producatorului, deschise publicului, stocul de marfuri vandut sub aceste denumiri trebuie sa fie bine individualizat, produsele respective fiind comercializate in raioane/spatii special amenajate, separat de celelalte produse oferite consumatorilor. In acest caz producatorul trebuie sa indeplineasca obligatiile care ii revin oricarui comerciant cu amanuntul.

Producatorii pot organiza astfel de vanzari si in depozitele sau spatiile special amenajate in acest scop din cadrul unitatilor de productie, cu conditia ca acestea sa fie deschise publicului, in masura in care vanzarile nu sunt organizate numai pentru angajatii producatorului.

In ambele cazuri consumatorii trebuie sa fie informati in limba romana, corect, complet si fara echivoc despre natura produselor oferite spre vanzare, respectiv in ce categorie se incadreaza acestea in conformitate cu prevederile lit. a) - c) ale [art. 32](#) din ordonanta.

ORDONANTA:

[ART. 33](#)

Orice producator care vinde cu pret redus o parte a productiei sale, conform prevederilor [art. 32](#), este obligat sa puna la dispozitie organelor de control abilitate toate documentele legale care justifica originea si data de fabricatie a produselor care fac obiectul acestor vanzari.

[ART. 34](#)

(1) In sensul prezentei ordonante, vanzarile promotionale sunt vanzarile cu amanuntul/vanzarile cash and carry/prestarile de servicii de piata care pot avea loc in orice perioada a anului, fara sa faca obiectul notificarii, cu conditia ca:

- a) sa nu fie efectuate in pierdere;
- b) sa se refere la produse disponibile sau reprovizionabile, precum si la servicii vandute ori, dupa caz, prestate in mod curent;
- c) produsele si serviciile promovate trebuie sa existe la vanzare pe durata intregii perioade anuntate a vanzarilor promotionale sau comerciantul va informa consumatorii ca oferta este valabila numai in limita stocului disponibil.

(2) In sensul prezentei ordonante, nu sunt considerate vanzari promotionale:

- a) actiunile de promovare efectuate de producatori;
- b) actiunile de lansare de produse/servicii noi pe piata.

NORME METODOLOGICE:

29. In cazul produselor, vanzarile promotionale pot avea loc in tot timpul anului si se deruleaza in mod liber, fara sa faca obiectul notificarii, daca sunt indeplinite urmatoarele conditii:

- a) vanzarile sa se faca la pret redus, dar nu in pierdere;
- b) sa nu tinda la o vanzare accelerata a unui stoc de marfuri pe care comerciantul nu il va mai reproviziona, ca in cazul lichidarilor sau soldarilor;
- c) sa se refere la produse disponibile sau care pot fi reprovizionate; comerciantul care doreste sa relanseze vanzarile dintr-un raion sau sa promoveze intr-o anumita perioada o categorie de produse, trebuie sa-si reinnoiasca stocul si sa-l reasorteze in scopul satisfacerii cererilor consumatorilor pe intreaga perioada anuntata sau sa informeze consumatorii ca oferta este valabila numai in limita stocului disponibil.

In cazul promovarii prestarilor de servicii, acestea trebuie sa fie disponibile pe durata intregii perioade anuntate ca "vanzare promotionala".

In situatia in care comerciantul nu anunta consumatorii despre practicarea unor "vanzari promotionale" sau preturi reduse pentru anumite produse/servicii, acestea pot fi efectuate in orice perioada a anului, cu respectarea prevederilor [art. 19](#) din ordonanta.

ORDONANTA:

[ART. 35](#)

(1) Vanzarile cu pret redus prevazute la [art. 18](#), astfel cum sunt definite de prezenta ordonanta, atunci cand consumatorii sunt anuntati despre o reducere de preturi care comporta o comparatie exprimata in cifre, sunt supuse urmatoarelor reguli de fixare si publicitate a preturilor:

a) Orice comerciant care anunta o reducere de pret trebuie sa o raporteze la pretul de referinta practicat in acelasi spatiu de vanzare pentru produse sau servicii identice. Pretul redus trebuie sa fie inferior pretului de referinta. Pretul de referinta reprezinta cel mai scazut pret practicat in acelasi spatiu de vanzare in perioada ultimelor 30 de zile, inainte de data aplicarii pretului redus.

b) Orice anunt de reducere de preturi, indiferent de forma, modul de publicitate si motivatia reducerii, trebuie sa se adreseze ansamblului consumatorilor si sa indice in cifre o reducere in raport cu preturile de referinta, exceptie facand:

- publicitatile comparative de pret;

- anunturile publicitare exclusiv literare, care nu contin cifre;
- anunturile de pret de lansare a unui nou produs pe piata;
- anunturile publicitare orale efectuate exclusiv in interiorul magazinului pentru reduceri de preturi la un anumit raion, pentru o foarte scurta perioada a unei zile de vanzare.

c) Publicitatea prin catalog si ofertele de reducere de preturi, lansate de comerciantii care practica vanzarea prin corespondenta, pot fi valabile numai pana la epuizarea stocurilor, cu conditia ca aceasta mentiune sa figureze vizibil si lizibil in catalog.

d) Orice anunt de reducere de pret exprimata in valoare absoluta sau in procent trebuie efectuat vizibil, lizibil si fara echivoc pentru fiecare produs sau grupa de produse identice:

- fie prin mentionarea noului pret langa pretul anterior, barat;
- fie prin mentiunile "pret nou", "pret vechi" langa sumele corespunzatoare;
- fie prin mentionarea procentului de reducere si a pretului nou care apare langa pretul anterior, barat.

e) Se interzice ca o reducere de pret pentru un produs si/sau serviciu sa fie prezentata consumatorilor ca o oferta gratuita a unei parti din produs si/sau serviciu.

f) Toate documentele justificative legale care atesta veridicitatea pretului de referinta trebuie sa fie pastrate pentru a putea fi prezentate ori de cate ori este nevoie organelor de control abilitate.

g) Orice anunt de reducere de preturi ce nu corespunde reducerii practicate efectiv in raport cu pretul de referinta este considerat o forma de publicitate inselatoare si este sanctionat conform reglementarilor legale in vigoare.

(2) Aceste reguli nu se aplica atunci cand reducerile de pret pe produs rezulta din cresterea cantitatii de produs continuta in ambalajul utilizat in mod uzual in comercializarea acestora sau din cresterea numarului de produse identice oferite spre vanzare intr-un ambalaj colectiv.

NORME METODOLOGICE:

30. Orice anunt de reducere de preturi, indiferent de: forma - afise pe vitrine, prospecte, anunturi in presa, radio, televiziune sau orice alta forma; modul de publicitate - scrisa, orala sau orice alt mod; motivatia reducerii - soldari, lichidari sau orice alta motivatie, care se adreseaza consumatorilor si care comporta o comparatie exprimata in cifre, indiferent daca acesta se realizeaza in afara sau in interiorul structurii de vanzare, trebuie sa precizeze:

a) reducerea efectiva in raport cu pretul de referinta care reprezinta cel mai scazut pret practicat in aceeasi suprafata de vanzare, pentru produse sau servicii identice, in perioada ultimelor 30 de zile calendaristice inainte de data aplicarii pretului redus;

b) produsele sau serviciile ori categoriile de produse sau servicii la care se refera anuntul publicitar;

c) perioada pentru care produsele sau serviciile respective sunt oferite la pret redus; in cazul lichidarilor si soldarilor aceasta conditie poate fi inlocuita de mentiunea: "pana la epuizarea stocului". Aceasta mentiune poate fi folosita si in cazul vanzarilor promotionale.

31. Indicarea, respectiv marcarea sau, dupa caz, afisarea preturilor pentru produsele cu preturi reduce care intra sub incidenta prevederilor legale in vigoare cu privire la indicarea preturilor pentru produsele oferite consumatorilor spre vanzare va indica pretul de referinta al produsului, pretul redus anuntat si pretul pe unitatea de masura corespunzator pretului redus.

32. Orice produs/serviciu comandat in perioada indicata in anuntul publicitar privind pretul sau reducerea de pret trebuie sa fie livrat/prestat sau furnizat la pretul indicat in anuntul respectiv chiar daca livrarea/prestarea sau furnizarea se face dupa terminarea perioadei din anuntul publicitar respectiv.

33. Nici o publicitate de pret sau reducere de pret care se adreseaza consumatorilor nu poate fi efectuata pentru produse care nu sunt disponibile la vanzare sau pentru servicii care nu pot fi prestate/furnizate in timpul perioadei la care se raporteaza aceasta publicitate, cu exceptia lichidarilor si soldarilor, caz in care perioada de reduceri este considerata terminata la epuizarea stocului de marfuri declarat, in limita perioadei de reduceri anuntate si notificate.

ORDONANTA:

ART. 36

Vanzarea la distanta este acea forma de vanzare cu amanuntul care se desfasoara in lipsa prezentei fizice simultane a consumatorului si a comerciantului, in urma unei oferte de vanzare efectuate de acesta din urma, care, in scopul incheierii contractului, utilizeaza exclusiv tehnici de comunicatie la distanta.

Articolele 37 - 41 se abroga. (Legea nr. 650/2002)

ART. 42

(1) Vanzarea directa este acea practica comerciala prin care produsele sau serviciile sunt desfacute de catre comerciant direct consumatorilor, in afara spatiilor de vanzare cu amanuntul, prin intermediul vanzatorilor directi, care prezinta produsele si serviciile oferite spre vanzare.

(2) Vanzarea prin retele (multilevel marketing) este o forma a vanzarii directe prin care produsele si serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei retele de vanzatori directi care primesc un comision atat pentru vanzarile proprii, cat si pentru vanzarile generate de retelele de vanzatori directi pe care i-au recrutat personal.

ART. 43

Sunt considerate practici comerciale interzise:

a) vanzarea piramidala, vanzarea practicata prin procedeul denumit "bulgare de zapada" sau orice alte procedee similare care constau in special in a oferi produse/servicii consumatorilor facandu-i sa spere ca le vor obtine fie cu titlu gratuit, fie la un pret redus fata de valoarea lor reala si conditionand vanzarile de plasarea contra plata de bonuri, tichete, cupoane ori a altor titluri similare catre terti sau de colectarea de adeziuni sau subscrieri;

b) faptul de a propune unei persoane sa colecteze adeziuni sau sa se inscrie pe o lista, facand-o sa spere castiguri financiare rezultate din cresterea numarului de persoane recrutate sau inscise.

ART. 44

(1) In cazul retelelor de vanzare constituite prin recrutarea aderentilor sau afiliatilor este interzis sa se solicite aderentului sau afiliatului retelei plata unei sume aferente dreptului de intrare in retea, cu exceptia contravalorii materialelor sau a serviciilor de natura pedagogica, formativa, demonstrativa ori de vanzare sau a oricarui alt material sau serviciu similar.

(2) In cadrul aceleiasi retele este, de asemenea, interzis sa se impuna unui aderent sau afiliat achizitionarea unui stoc de produse destinat vanzarii ulterioare, fara obligatia ca stocul de produse nevandute de aferent/afiliat sa fie reprimut de titularul retelei.

ART. 45

(1) Vanzarile in afara spatiilor comerciale sunt acele vanzari directe realizate de comercianti in urmatoarele situatii:

a) in timpul unei deplasari organizate de comerciant in afara spatiilor sale comerciale;

b) in timpul unei vizite efectuate de comerciant, daca aceasta nu a avut loc la solicitarea expresa a consumatorului:

- la locuinta unui consumator, unde pot fi incheiate contracte si cu alte persoane prezente;

- la locul de munca al consumatorului sau in locul in care acesta se gaseste, chiar temporar, pentru motive de lucru, studiu sau tratament;

c) in orice alte locuri publice sau destinate publicului, in care comerciantul prezinta o oferta pentru produsele sau serviciile pe care le furnizeaza, in vederea acceptarii acesteia de catre consumator.

(2) Comerciantii care efectueaza vanzari in afara spatiilor comerciale raspund civil fata de efectele activitatii vanzatorilor directi.

ART. 46

Comerciantii sunt obligati sa elibereze legitimatii pentru vanzatorii directi, angajati in acest sistem de vanzare. Legitimatiile trebuie sa contina numele, prenumele si fotografia vanzatorului, denumirea si sediul comerciantului, semnatura administratorului/directorului si vor fi vizate trimestrial. Legitimatiile vor fi retrase imediat ce detinatorii acestora isi pierd calitatea de vanzatori directi.

ART. 47

Vanzatorii directi, angajati in acest sistem de vanzare, sunt obligati sa se legitimeze inaintea prezentarii produselor/serviciilor oferite, precum si la solicitarea consumatorilor.

ART. 48

(1) Loteria publicitara este acea practica de promovare a produselor/serviciilor care tinde sa stimuleze in randul participantilor speranta unui castig prin tragere la sorti.

(2) Loteriile publicitare sunt admise numai in conditiile in care participantilor nu le este impusa in contrapartida nici o cheltuiala directa sau indirecta, suplimentara achizitionarii produsului/serviciului.

(3) Cheltuielile efectuate de catre participanti pentru achizitionarea de efecte si servicii postale si pentru tarifele telefonice normale, referitoare la participarea la loteria publicitara, nu intra sub incidenta alin. (2).

Articolul 49 se abroga. (Legea nr. 650/2002)

ART. 50

(1) In privinta castigurilor puse in joc in cadrul unei loterii publicitare, anunturile de prezentare a acesteia vor preciza natura, numarul si valoarea comerciala a respectivelor castiguri, precum si urmatoarea mentiune: "regulamentul de participare/desfasurare este disponibil in mod gratuit oricarui solicitant". In acest scop se va mentiona adresa sau numarul de telefon la care solicitarea poate fi transmisa, respectiv facuta.

(2) In regulament se va preciza obligatia organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele castigatorilor si castigurile acordate.

ART. 51

(1) Regulamentul si/sau orice alt document in baza caruia urmeaza sa se desfasoare loteria publicitara trebuie sa fie autentificat si depus la un notar public inainte de inceperea operatiunii. In scopul prevenirii desfasurarii unor jocuri de noroc deghizate organizatorul va depune un exemplar al regulamentului si/sau al documentului autentificat, dupa caz, la Directia generala de administrare a veniturilor publice si a monopolurilor din Ministerul Finantelor Publice, pana la data inceperii loteriei publicitare.

(2) Pentru a verifica corecta desfasurare a loteriei publicitare respective reprezentantii Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor, Ministerului Finantelor Publice si Ministerului de Interne pot solicita organizatorilor de loterii publicitare regulamentul de desfasurare a acestora, precum si un exemplar al anunturilor adresate publicului, caz in care organizatorii vor prezenta aceasta documentatie in termen de 5 zile de la data solicitarii.

ART. 52

Prezenta ordonanta nu exclude controlul actiunilor de promovare a vanzarilor prin acest gen de operatiuni publicitare de catre asociatiile profesionale cu rol de autoreglementare in domeniul publicitatii, precum si dreptul persoanelor, care se considera induse in eroare in cursul desfasurarii acestor operatiuni, de a se adresa direct acestor asociatii.

ART. 53

Se considera publicitate inselatoare acele fapte prin care organizatorul unei loterii publicitare sugereaza destinatarului, prin anuntul publicitar efectuat, ca:

a) a intrat in posesia marelui premiu, desi tragerea la sorti pentru atribuirea castigurilor se va desfasura ulterior;

b) a intrat in posesia unui castig important, in realitate fiind insa vorba de un premiu de o valoare minima sau de un premiu de consolare.

ART. 54

Nu sunt asimilate loteriei publicitare concursurile in cadrul carora premiile sunt castigate exclusiv datorita abilitatii, cunostintelor si perspicacitatii participantilor, castigatorul fiind desemnat in functie de valoarea prestatiei sale.

ART. 54¹

Nu este asimilata loteriei publicitare si este considerata practica comerciala permisa alocarea de premii in mod aleator, inainte de oferirea la vanzare a produselor/serviciilor si atribuirea castigurilor la achizitionarea produselor/serviciilor, chiar daca intrarea in posesie a premiilor are loc la o data ulterioara.

ART. 55

Vanzarea cu prime este acea practica comerciala prin care la vanzarea sau oferta de vanzare de produse/servicii se ofera consumatorului, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, prime sub forma unor produse/servicii.

ART. 56

Este interzisa orice vanzare sau oferta de vanzare de produse sau orice prestare sau oferta de prestare de servicii facuta catre consumator, care da dreptul acestuia, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, la o prima sub forma unor produse/servicii, in afara cazurilor in care acestea sunt identice sortimental cu produsele/serviciile cumparate.

NORME METODOLOGICE:

34. Vanzarile cu prime sub forma unor produse/servicii identice sortimental cu produsele/serviciile cumparate sunt considerate practici comerciale admise. Urmatoarele practici, precum si alte cazuri similare constituie exemple de vanzari cu prime legale:

a) "pentru un set de ciorapi cumparat primiti gratuit o pereche";

b) "pentru 5 ciocolate cumparate primiti o ciocolata";

c) "pentru dezvoltarea a doua filme foto si eliberarea fotografiilor, oferim gratuit dezvoltarea unui al treilea film".

ORDONANTA:

ART. 57

Nu sunt considerate prime:

a) ambalajele produselor;

b) produsele sau serviciile indispensabile utilizarii normale a produsului sau serviciului cumparat;

c) produsele sau serviciile a caror valoare este de pana la 10% din preturile de vanzare/tarifele produselor/serviciilor achizitionate de catre consumatori;

d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtand mesaje publicitare, inscriptionate in mod vizibil si care nu se regasesc ca atare in comert;

e) serviciile postvanzare;

f) facilitatile de stationare oferite de catre comercianti consumatorilor.

NORME METODOLOGICE:

35. Nu sunt considerate prime si pot fi oferite cu titlu gratuit consumatorilor:

a) ambalajele produselor: ambalarea produsului/produselor dupa ce acesta/acestea a/au fost achitat/achitate de consumator;

b) produsele sau serviciile indispensabile utilizarii normale a produsului sau serviciului cumparat: CD-urile cu sistemul de operare a calculatorului, cablul de alimentare pentru un produs electrocasnic sau alte cazuri similare;

c) produsele sau serviciile a caror valoare este de pana la 10% din preturile de vanzare/tarifele produselor/serviciilor achizitionate de catre consumatori, altele decat cele prevazute la lit. b) si, respectiv, la prezentul punct. Valoarea produselor/serviciilor oferite gratuit consumatorilor este reprezentata de preturile de vanzare/tarifele practicate in structura de vanzare respectiva, in cazul in care acestea sunt comercializate in acea structura, iar in cazul in care produsele/serviciile nu sunt comercializate in structura de vanzare respectiva si sunt aprovizionate/furnizate de comerciant special pentru a fi oferite gratuit consumatorilor, valoarea acestora este reprezentata de costurile de achizitie ale produselor si, respectiv, de tarifele serviciilor;

d) articolele personalizate, respectiv obiectele purtand mesaje publicitare, inscriptionate in mod vizibil si care nu se gasesc ca atare in comert: tricouri, brichete sau pixuri inscriptionate cu marca producatorului ori a distribuitorului sau alte cazuri similare;

e) servicii postvanzare: transportul la domiciliu si instalarea unei masini de spalat rufe, retusurile la un costum pentru barbati efectuate in cadrul structurii de vanzare, precum si alte asemenea servicii;

f) facilitatile de stationare oferite de comercianti consumatorilor: parcare autoturismelor clientilor in locuri special amenajate de catre comercianti, fara plata taxei de stationare.

ORDONANTA:

ART. 58

Este interzisa conditionarea vanzarii catre consumator a unui produs de cumpararea unei cantitati impuse sau de cumpararea concomitenta a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisa prestarea unui serviciu catre consumator, conditionata de prestarea altui serviciu sau de cumpararea unui produs.

ART. 59

Nu sunt considerate vanzari conditionate:

1. vanzarile la un pret global pentru produse sau servicii diferite, care constituie un ansamblu, precum si pentru produse identice preambalate oferite intr-un ambalaj colectiv, cu conditia ca:

a) fiecare produs si fiecare serviciu sa poata fi achizitionat si separat la pretul practicat in cadrul aceleiasi suprafete de vanzare;

b) cumparatorul sa fie informat despre aceasta posibilitate si despre pretul de vanzare aferent produsului sau serviciului;

2. vanzarile de produse in loturi sau ambalaje consacrate de uzantele comerciale si de nevoile de consum.

NORME METODOLOGICE:

36. Pretul global pentru un ansamblu de produse sau servicii, identice ori diferite, nu este obligatoriu sa fie egal cu suma preturilor individuale pentru fiecare produs sau serviciu component, vandut separat.

ORDONANTA:

ART. 60

Prin vanzare fortata se intelege:

a) expedierea unui produs catre o persoana, fara o cerere prealabila din partea acesteia, solicitandu-i cumpararea acelui produs sau returnarea lui catre expeditor, chiar si fara taxe, in cazul refuzului de cumparare;

b) prestarea unui serviciu catre o persoana, fara o cerere prealabila din partea acesteia, solicitandu-i acceptarea acelui serviciu prin achitarea contravalorii.

ART. 61

Orice vanzare fortata este interzisa. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu catre o persoana se face numai in baza unei comenzi prelabile din partea acesteia.

ART. 62

Nu sunt considerate vanzari fortate ofertele efectuate in scopuri filantropice. In cazul acestor oferte, pe documentele insotitoare va fi inscriptionata, in mod clar si vizibil, urmatoarea mentiune: "destinatarul nu are nici o obligatie de a plati sau de a returna produsul".

ART. 63

Se interzice a se refuza consumatorului fara un motiv justificat, conform prevederilor legale in vigoare, vanzarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

CAP. 6

Reguli generale de comercializare a produselor si serviciilor

ART. 64

(1) Producatorii si importatorii sunt obligati sa introduca pe piata numai produse sigure pentru viata, sanatatea si securitatea consumatorilor.

(2) Aceeasi obligatie revine si oricarui comerciant care, pe baza informatiilor obtinute de la producator/importator si a cunostintelor profesionale, trebuie sa se asigure ca produsele oferite spre comercializare sunt sigure si sa informeze consumatorii asupra factorilor de risc in utilizarea/consumul acestora.

(3) Se interzice introducerea pe piata a produselor, daca acestea nu sunt insotite de documentele de angajare ale producatorului/importatorului referitoare la calitatea si securitatea acestora, emise conform reglementarilor legale in vigoare.

ART. 65

Produsul care este conform reglementarilor cu caracter obligatoriu, prin care sunt definite caracteristicile de securitate ale acestuia si modalitatile de control al conformitatii cu caracteristicile parametrilor definiti, este considerat sigur.

ART. 66

Daca securitatea produselor nu este determinata conform prevederilor [art. 65](#), un produs va fi considerat sigur atunci cand, utilizat in conditiile normale sau previzibile, nu prezinta riscuri pentru viata, sanatatea si securitatea consumatorilor.

ART. 67

Pentru evaluarea securitatii unui produs vor fi luate in considerare urmatoarele elemente:

- a) proprietatile produsului, inclusiv compozitia, instructiunile de montare si punere in functiune, de utilizare, de intretinere si de depozitare, service-ul necesar pe durata medie de utilizare a produsului;
- b) prezentarea produsului, informatiile furnizate de producator prin etichetare, marcare si/sau ambalajul acestuia, precum si orice alta informatie furnizata de producator;
- c) influenta produsului asupra altui produs sau produse, cand in mod justificat se presupune ca acesta va fi utilizat impreuna cu alt produs sau produse;
- d) categoriile de utilizatori carora li se adreseaza, o atentie deosebita fiind acordata grupei de consumatori cu grad de risc major.

ART. 68

Prevederile [art. 65](#) - 67 sunt aplicabile in egala masura si serviciilor de piata.

ART. 69

Prevederile [art. 65](#) - 67 nu se aplica in cazul produselor care necesita reparatii sau reconditionari inaintea utilizarii, cu conditia ca despre acest fapt consumatorii sa fie informati de catre comercianti in momentul cumpararii.

ART. 70

In aplicarea prevederilor [art. 65](#), [67](#) si [68](#) se vor avea in vedere reglementarile legale in vigoare privind activitatea de standardizare, acreditare si infrastructura pentru evaluarea conformitatii.

A. Reguli privind etichetarea si ambalarea

ART. 71

La vanzarea produsului sau la prestarea serviciului comerciantul ori, dupa caz, prestatorul trebuie sa aduca cu buna-credinta la cunostinta consumatorului, la solicitarea acestuia, pe langa informatiile furnizate prin etichetare, marcare si ambalare si informatii corecte si utile privind caracteristicile produsului sau serviciului, conditiile de vanzare si modul de utilizare.

ART. 72

(1) Informatiile furnizate prin etichetare, marcare, ambalare vor respecta prevederile legale referitoare la etichetare.

(2) Pentru unele categorii de produse, in scopul asigurarii protectiei consumatorilor si pentru mentinerea unui mediu concurential normal, Guvernul poate elabora reglementari specifice de etichetare.

(3) Pentru a informa consumatorul despre impactul unor produse asupra mediului inconjurator, precum si pentru a promova productia si utilizarea acelor produse care, pe toata durata lor de viata, au efecte nesemnificative asupra calitatii apei, aerului si solului, se va institui un sistem national de etichetare ecologica.

ART. 73

Ambalajele produselor trebuie sa asigure integritatea si protectia calitatii acestora, sa fie usor de manipulat, sa promoveze vanzarea produselor, fiind totodata conforme prevederilor legale referitoare la protectia muncii, mediului si a securitatii consumatorilor.

B. Obligatia indicarii preturilor/tarifelor

ART. 74

(1) Comerciantul care in reseaua de distributie ofera spre vanzare produse/servicii trebuie sa indice pretul de vanzare/tariforul practicat si pretul pe unitatea de masura, conform reglementarilor legale in vigoare.

(2) Preturile de vanzare, preturile pe unitatea de masura si tarifele practicate se indica in mod vizibil, lizibil si fara echivoc prin marcare, etichetare si/sau afisare.

(3) Cand livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior platii unui acot, comerciantul este obligat sa elibereze consumatorului, la plata acotului, un document fiscal conform legislatiei in vigoare sau, dupa caz, un contract scris si sa respecte conditiile contractuale.

(4) Comerciantii care, potrivit legislatiei in vigoare, sunt obligati sa utilizeze aparate de marcat electronice fiscale vor elibera bonuri fiscale cumparatorilor de produse/servicii.

C. Reguli privind indicarea cantitatii

ART. 75

(1) In functie de tipul si caracteristicile produsului, pe ambalajul acestuia se vor indica vizibil, lizibil si fara echivoc dimensiunile sau numarul de articole (bucati) continute, cantitatea neta continuta, exprimata in unitati de masura recunoscute de autoritatea statului roman in materie de metrologie.

(2) Obligativitatea indicarii acestor date revine producatorului, ambalatorului sau, dupa caz, importatorului.

ART. 76

In cazul vanzarilor la distanta prin corespondenta, orice comerciant care informeaza consumatorul asupra ofertei sale de produse prin intermediul cataloagelor, brosurilor sau al altor publicatii tiparite este obligat ca pentru produsele preambalate sa mentioneze cantitatea neta continuta de fiecare ambalaj, pretul de vanzare, precum si pretul pe unitatea de masura, conform dispozitiilor legale in vigoare.

ART. 77

(1) Pentru produsele comercializate in vrac, care sunt cantarite sau masurate in prezenta consumatorului, dispozitiile [art. 75](#) alin. (1) nu se aplica.

(2) Informatiile furnizate de aparatele de masura utilizate pentru determinarea cantitatii produselor vandute in vrac trebuie sa fie clare si vizibile pentru consumator.

NORME METODOLOGICE:

37. La cantarirea produselor comercializate in vrac, vanzatorii sunt obligati sa scada greutatea materialelor utilizate pentru ambalarea produselor.

ORDONANTA:

D. Clauze abuzive

[ART. 78](#)

In calitate de parte contractanta consumatorii pot refuza incheierea contractelor care cuprind clauze definite ca abuzive, conform prevederilor legale in vigoare.

[ART. 79](#)

Pentru unele categorii de produse/servicii, in scopul asigurarii unui echilibru intre obligatiile si drepturile partilor contractante si pentru a promova un mediu concurential normal, Guvernul poate stabili contracte-tip cu caracter obligatoriu.

CAP. 7

Sanctiuni

[ART. 80](#)

Constituie contravenții, daca nu au fost savarsite in astfel de conditii incat, potrivit legii penale, sa constituie infractiuni, si se sanctioneaza dupa cum urmeaza:

1. desfasurarea oricarui exercitiu comercial cu incalcarea prevederilor [art. 5](#) alin. (1), cu suspendarea activitatii comerciale pana la data autorizarii si cu amenda:

- a) de la 2.000.000 lei la 5.000.000 lei pentru structurile de vanzare cu suprafata mica;
- b) de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei pentru structurile de vanzare cu suprafata medie;
- c) de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei pentru structurile de vanzare cu suprafata mare;
- d) de la 1.000.000 lei la 2.000.000 lei pentru comerciantii ambulanti;
- e) de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei pentru comerciantii care practica vanzari in afara spatiilor comerciale si pentru cei care practica vanzari directe;

2. nerespectarea prevederilor [art. 5](#) alin. (2), cu amenda de la 2.000.000 lei la 10.000.000 lei;

3. comercializarea de produse si servicii de piata, altele decat cele inscrise in autorizatia de functionare, cu amenda de la 1.000.000 lei la 10.000.000 lei;

4. nerespectarea prevederilor [art. 11](#), cu amenda de la 2.000.000 lei la 20.000.000 lei;

5. oferirea spre vanzare a produselor in pierdere in alte cazuri decat cele prevazute la [art. 19](#), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei, in masura in care nu sunt aplicabile prevederile [Legii concurentei nr. 21/1996](#), cu modificarile ulterioare;

6. vanzarile de lichidare efectuate in alte cazuri decat cele prevazute la [art. 20](#) lit. a) - g), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei si cu sistarea operatiunilor de lichidare;

7. nerespectarea prevederilor [art. 21](#) alin. (1) si [art. 29](#) alin. (2), cu privire la notificare, cu amenda de la 2.000.000 lei la 10.000.000 lei;

8. neprezentarea la solicitarea organelor de control abilitate a documentelor legale privind justificarea situatiei care a motivat lichidarea, conform dispozitiilor cuprinse in [art. 21](#) alin. (2), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei;

9. nerespectarea prevederilor [art. 22](#), [25](#) si [26](#), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei si cu sistarea vanzarilor de lichidare sau de soldare, dupa caz;

10. realizarea vanzarilor de soldare in alte perioade decat cele prevazute la [art. 29](#) alin. (1), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei si cu sistarea vanzarilor de soldare;

11. neprezentarea, la solicitarea organelor de control abilitate, a documentelor legale justificative, conform prevederilor [art. 28](#) si [33](#), cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei;

12. nerespectarea prevederilor [art. 21](#) alin. (3) si [art. 30](#) alin. (2), cu amenda de la 5.000.000 lei la 30.000.000 lei;

13. utilizarea denumirii "soldare/solduri/soldari" sau a sinonimelor acesteia, in cazuri in care aceasta nu este in legatura cu o operatiune de soldare astfel cum este definita de prezenta ordonanta, cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei si cu interzicerea practicarii acestei denumiri;

14. practicarea de vanzari sau de orice alte procedee prevazute la [art. 43](#), cu amenda de la 100.000.000 lei la 500.000.000 lei, iar veniturile realizate din aceste practici se confisca si se fac venit la bugetul de stat;

15. nerespectarea prevederilor [art. 46](#), cu amenda de la 5.000.000 lei la 10.000.000 lei;

16. nerespectarea prevederilor [art. 47](#), cu amenda de la 1.000.000 lei la 2.000.000 lei;

17. nerespectarea de catre organizatorii de loterii publicitare a prevederilor [art. 48](#) alin. (2), cu amenda de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei, iar veniturile realizate ilicit din aceasta practica se confisca si se fac venit la bugetul de stat;

18. neprezentarea in termen a documentelor solicitate conform prevederilor [art. 51](#) alin. (2), cu amenda de la 10.000.000 lei la 20.000.000 lei;

19. nerespectarea prevederilor [art. 56](#), cu amenda de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei;

20. nerespectarea prevederilor [art. 58](#), [61](#) si [63](#), cu amenda de la 5.000.000 lei la 20.000.000 lei;

21. nerespectarea prevederilor [art. 77](#) alin. (2), cu amenda de la 1.000.000 lei la 5.000.000 lei;
22. exercitarea de activitati de comert cu ridicata si comert cu amanuntul in aceeasi structura de vanzare, respectiv suprafata de vanzare, cu amenda de la 20.000.000 lei la 100.000.000 lei si cu interzicerea uneia dintre cele doua activitati;
23. desfasurarea oricarui exercitiu comercial in perioada suspendarii activitatii comerciale, cu amenda prevazuta la pct. 1 lit. a) - e), caz in care limitele minime si maxime se dubleaza, iar veniturile realizate ilicit in perioada dintre data suspendarii activitatii comerciale si momentul constatarii contraventiei se confisca si se fac venit la bugetul de stat.

[ART. 81](#)

Sanctiunile prevazute la [art. 80](#) se pot aplica si persoanelor juridice, caz in care limitele minime si maxime ale amenzilor se dubleaza.

[Articolul 82](#) se abroga. ([Legea nr. 650/2002](#))

[ART. 83](#)

Impiedicarea sau obstructionarea sub orice forma, de catre comerciant sau de oricare alta persoana, a organelor autoritatilor administratiei publice in exercitarea atributiilor lor privind controlul respectarii prevederilor prezentei ordonante constituie contraventie si se sanctioneaza cu amenda de la 20.000.000 lei la 50.000.000 lei.

[ART. 84](#)

Contraventiile prevazute la [art. 80](#) se constata si se sanctioneaza de catre:

- a) organele de control abilitate ale primariilor, pentru cele prevazute la pct. 1 - 4, 6 - 11, 13 si 21 - 23;
- b) organele de control abilitate ale Ministerului Finantelor Publice, pentru cele prevazute la pct. 5, 6, 8 - 11, 13, 14, 17 - 19 si 22;
- c) organele de control abilitate ale Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor, pentru cele prevazute la pct. 4, 12, 18, 20 si 21;
- d) organele de control abilitate ale politiei, pentru cele prevazute la pct. 15, 16 si 18.

[ART. 85](#)

Prevederile prezentei ordonante referitoare la contraventii se completeaza cu dispozitiile [Ordonantei Guvernului nr. 2/2001](#) privind regimul juridic al contraventiilor, aprobata cu modificari si completari prin [Legea nr. 180/2002](#), cu exceptia [art. 28](#) si [29](#).

[ART. 86](#)

In cazul repetarii contraventiilor prevazute la [art. 80](#) pct. 1, 3, 6 - 11, 13, 22 si 23 intr-un interval de 12 luni, chiar daca amenda a fost platita, precum si in cazul in care se incalca in mod repetat dispozitiile legale privind linistea si ordinea publica, primariile vor suspenda activitatea comerciala pe o perioada de pana la 30 de zile pentru structura de vanzare respectiva.

[ART. 86¹](#)

Sanctiunile aplicate de organele de control abilitate, conform prevederilor prezentei ordonante, vor fi aduse la cunostinta primariilor in termen de 48 de ore de la aplicarea acestora.

CAP. 8

Dispozitii finale

[ART. 87](#)

In cazul vanzarilor de lichidare si de soldare, atunci cand acestea se efectueaza in pierdere, conform prevederilor [art. 19](#), costul de achizitie este deductibil din punct de vedere fiscal.

[ART. 87¹](#)

In termen de 18 luni de la data intrarii in vigoare a prezentei ordonante comerciantii care desfasoara activitati de comercializare a produselor si serviciilor de piata sunt obligati sa solicite autorizarea exercitiilor comerciale in conformitate cu prevederile prezentei ordonante.

NORME METODOLOGICE:

38. In termen de 18 luni de la data intrarii in vigoare a ordonantei comerciantii care desfasoara activitati de comercializare a produselor si serviciilor de piata in zone publice in structuri de vanzare cu sediu fix ori ambulant, permanent sau, dupa caz, sezonier sunt obligati sa solicite acordul desfasurarii exercitiilor comerciale in conformitate cu prevederile pct. 1 lit. d) din prezentele norme metodologice.

ORDONANTA:

[ART. 87²](#)

Ministerul cu atributii in domeniul comertului interior, cu avizul Ministerului Finantelor Publice, va elabora norme metodologice de aplicare a prezentei ordonante, in termen de 60 de zile de la data publicarii in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I, a legii de aprobare a prezentei ordonante. Normele metodologice vor fi supuse spre aprobare Guvernului.

[ART. 88](#)

Ministerul cu atributii in domeniul comertului interior, in baza consultarii cu alte organisme abilitate ale administratiei publice, precum si cu organizatiile neguvernamentale, elaboreaza reglementari specifice cu privire la comercializarea produselor si serviciilor de piata.

[ART. 88¹](#)

Data

Semnatura autorizata

În baza prevederilor art.9 alin(6) din Legea nr.414/2002 privind impozitul pe profit a fost elaborat actul normativ pentru aprobarea normelor privind limitele legale de perisabilitate la marfuri în procesul de comercializare.

□ **ORDIN Nr. 259/980/65 din 24 noiembrie 2003 pentru stabilirea condițiilor minime obligatorii la comercializarea produselor agricole și agroalimentare în piețele de gros**

EMITENT: AGENȚIA NAȚIONALĂ PENTRU ÎNTREPRINDERI MICI ȘI MIJLOCII ȘI COOPERAȚIE

Nr. 259 din 24 noiembrie 2003

MINISTERUL AGRICULTURII, PĂDURILOR, APELOR ȘI MEDIULUI

Nr. 980 din 3 decembrie 2003

MINISTERUL SĂNĂTĂȚII

Nr. 65 din 28 ianuarie 2004

PUBLICAT ÎN: MONITORUL OFICIAL NR. 106 din 4 februarie 2004

În baza [Hotărârii Guvernului nr. 753/2003](#) privind organizarea și funcționarea Agenției Naționale pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie și în temeiul [art. 88](#) din Ordonanța Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, aprobată și modificată prin [Legea nr. 650/2002](#),

în baza [Hotărârii Guvernului nr. 739/2003](#) privind organizarea și funcționarea Ministerului Agriculturii, Pădurilor, Apelor și Mediului și în temeiul [art. 30](#) alin. (2) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, aprobată cu modificări prin [Legea nr. 57/2002](#),

în baza [Hotărârii Guvernului nr. 743/2003](#) privind organizarea și funcționarea Ministerului Sănătății, văzând referatul de aprobare întocmit de Direcția strategii, politici și programe pentru comerț interior din cadrul Agenției Naționale pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie,

președintele Agenției Naționale pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperatie, ministrul agriculturii, pădurilor, apelor și mediului și ministrul sănătății emit prezentul ordin.

ART. 1

(1) Piețele de gros pentru produse agricole și agroalimentare, denumite în continuare piețe, sunt structuri de vânzare, altele decât cele cu amănuntul, care asigură condițiile necesare pentru comercializarea legumelor și fructelor proaspete, a unor produse agroalimentare, precum și produse industriale specifice, cum ar fi unelte și echipamente agricole, în conformitate cu reglementările legale în vigoare.

(2) Stabilirea condițiilor minime obligatorii la comercializarea produselor agricole și agroalimentare în piețe are ca scop:

a) sprijinirea producătorilor agricoli organizați în exploatații agricole, asociații profesionale și interprofesionale;

b) valorificarea potențialului agricol din zonă;

c) creșterea consumului de legume și fructe proaspete;

d) creșterea calității și competitivității acestora;

e) crearea condițiilor de transparență și concurență loială între participanții la piață;

f) asigurarea unei protecții mai mari a consumatorilor și satisfacerea cerințelor acestora la nivel superior.

ART. 2

(1) Pentru buna desfășurare a tranzacțiilor și menținerea calității produselor în procesul de comercializare, condițiile tehnice minime pe care piața trebuie să le pună la dispoziție utilizatorilor săi constau în spații, servicii de uz general, servicii obligatorii de securitate și pază, precum și unele aparate și echipamente, după cum urmează:

a) spații pentru expunerea, vânzarea și păstrarea produselor;

b) spații pentru depozitarea produselor;

c) spații pentru spălarea și sortarea produselor;

d) spații pentru circulația și parcare a autovehiculelor;

e) spații pentru conducerea și administrația societății piața de gros;

f) spații pentru serviciul de control al calității produselor, controlul sanitar, fitosanitar și sanitar-veterinar;

g) spații pentru stocarea ambalajelor de transport recirculabile și a celor scoase din uz;

h) spații amenajate pentru colectarea deșeurilor rezultate din activitatea comercială;

i) grupuri sanitare cu apă curentă potabilă pentru utilizatorii pieței;

j) servicii de uz general pentru electricitate, încălzire, apă, canalizare, salubritate;

k) servicii pentru paza și securitatea bunurilor și de pază contra incendiilor;

l) mijloace și echipamente de transport intern pentru manipularea mărfurilor și ambalajelor;

m) echipament pentru înregistrarea intrării și ieșirii mărfurilor și persoanelor, precum și pentru încasarea taxelor.

(2) Spațiile sunt închiriate, concesionate sau date spre folosință sub altă formă legală producătorilor agricoli, asociațiilor de producători, importatorilor și comercianților de gros, în baza condițiilor stabilite de administrația pieței; serviciile generale și cele obligatorii sunt incluse în taxele de folosință aferente spațiilor.

ART. 3

(1) Pentru optimizarea condițiilor în care se derulează activitatea de comercializare, piața trebuie să ofere utilizatorilor săi, după caz, și alte servicii și utilități, cum sunt:

- a) servicii specifice unor grupe de produse, pentru: climatizare, coacere, refrigerare;
- b) camere de frig sau cu atmosferă controlată;
- c) servicii pentru porționarea și ambalarea produselor;
- d) echipamente pentru transportul mărfurilor în interiorul pieței;
- e) ateliere pentru repararea sau recuperarea ambalajelor;
- f) aparate pentru cântărirea sau măsurarea produselor;
- g) servicii financiar-contabile, servicii bancare, punct vamal;
- h) ATM - ghișeu automat de bancă și automate comerciale;
- i) puncte de alimentație publică;
- j) echipament pentru înregistrarea, prelucrarea și diseminarea informațiilor privind prețurile și tranzacțiile pieței.

(2) Costurile acestor servicii și utilități sunt suportate, după caz, de utilizatorii interesați să le folosească, prin tarife stabilite de administrația pieței.

ART. 4

Piața de gros și spațiile închiriate de utilizatorii care comercializează produse alimentare de origine animală se autorizează, din punct de vedere sanitar și sanitar-veterinar, de către autoritățile competente, conform reglementărilor în vigoare.

ART. 5

(1) Comercializarea produselor în piață se face cu respectarea legislației în vigoare, precum și a regulamentului intern al pieței.

(2) Regulamentul intern al pieței se elaborează în baza Regulamentului intern-cadru pentru comercializarea produselor agricole și agroalimentare prin piețele de gros, prezentat în [anexa](#) care face parte integrantă din prezentul ordin.

(3) Regulamentul intern al fiecărei piețe trebuie să cuprindă punctele de reper ale regulamentului intern-cadru, prin adaptarea și particularizarea acestora la condițiile și cerințele pieței respective, și se aprobă de către Consiliul de administrație al pieței de gros.

ART. 6

(1) Nerespectarea de către societatea piața de gros a condițiilor tehnice minime înscrise la [art. 2](#), nesupravegherea de către administrația societății piața de gros a respectării regulamentului intern al pieței și nerespectarea de către utilizatorii și clienții pieței a reglementărilor privind funcționarea pieței se constată și se sancționează de către organele de control abilitate din localitățile unde funcționează piețele de gros.

(2) Nerespectarea normelor sanitare veterinare privind transportul, depozitarea și comercializarea produselor alimentare de origine animală se constată și se sancționează de către reprezentanții autorității naționale sanitare veterinare teritoriale, conform legislației în vigoare.

(3) Nerespectarea normelor sanitare privind transportul, depozitarea și comercializarea produselor alimentare se constată și se sancționează de către reprezentanții autorităților locale de sănătate publică, conform legislației în vigoare.

ART. 7

Prezentul ordin intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Agenției Naționale pentru
Întreprinderi Mici și Mijlocii și Cooperație,
Eugen Ovidiu Chirovici
Ministrul agriculturii,
pădurilor, apelor și mediului,
Ilie Sârbu
Ministrul sănătății,
Ovidiu Brînzan

ANEXA 1

REGULAMENT INTERN-CADRU

pentru comercializarea produselor agricole și agroindustriale prin piețele de gros

1. Domeniul de aplicare

1.1. Regulamentul se aplică tuturor activităților desfășurate în incinta pieței de gros, denumită în continuare piața, pentru protejarea intereselor tuturor participanților la actul de vânzare-cumpărare.

1.2. Prevederile regulamentului pot fi completate prin regulamente specifice anumitor servicii generale sau comune, administrate sau concesionate de piață.

2. Tipuri de activități desfășurate în piață

2.1. Activități specifice:

2.1.1. închirierea sau concesionarea de spații comerciale;

2.1.2. închirierea de spații frigorifice;

2.1.3. facilitarea accesului utilizatorilor la instalațiile tehnice din dotarea pieței;

- 2.1.4. facilitarea accesului utilizatorilor la serviciile generale și utilitățile pieței.
- 2.2. Activități și servicii complementare:
 - 2.2.1. activități de întreținere a instalațiilor, echipamentelor tehnice și a serviciilor de utilitate publică;
 - 2.2.2. activități ale agențiilor pentru curățenie și pază;
 - 2.2.3. activități specializate: bancă, vamă, alimentație publică, încărcare-descărcare mărfuri, transport intern.
- 2.3. Servicii și echipamente puse la dispoziție de piață:
 - 2.3.1. servicii generale pentru: apă, canalizare, electricitate, încălzire, depozitarea temporară și transportul deșeurilor, curățenie și pază, al căror cost este cuprins în taxa de intrare și în contractele încheiate cu utilizatorii;
 - 2.3.2. servicii particulare pentru: transport intern, recuperare ambalaje, servicii financiar-contabile, puse la dispoziție de piață contra unor taxe suportate de utilizatori;
 - 2.3.3. echipamente, instalații și servicii comune, cum sunt: camere de frig sau cu atmosferă controlată, instalații de coacere, prăjire, măcinare, sortare, ambalare, oferite de piață în cadrul contractelor de închiriere/concesiune sau prin taxe percepute special.
3. Utilizatorii pieței
 - 3.1. Operatorii pieței, care pot fi: producători agricoli și asociații ale acestora, comercianți de gros și cu amănuntul, consumatori colectivi, prelucrători industriali.
 - 3.2. Utilizatorii de servicii, amenajări și instalații aparținând pieței sau situate în incinta acesteia, care sunt admiși în piață numai în baza autorizațiilor de funcționare sau a avizelor prevăzute de legislația în vigoare.
 - 3.3. Agenții comisionari și mandatarii autorizați, care au obligația de a pune la dispoziție administrației pieței documentele referitoare la tranzacțiile efectuate pentru clienții lor.
4. Alocarea suprafețelor pentru standuri
 - 4.1. Alocarea suprafețelor pentru standuri se face la cererea scrisă a solicitantului, prin încheierea contractelor de închiriere sau concesiune sau prin completarea unor formulare-tip, pentru perioade de timp determinate sau pentru utilizarea ocazională a pieței.
 - 4.2. Stabilirea zonei de amplasare se face în funcție de natura produselor și frecvența utilizării standurilor; se pot acorda priorități pentru utilizatorii pieței care comercializează cantități mari de produse.
 - 4.3. Deținătorii de amplasamente (suprafețe, spații, standuri, camere de frig etc.) au obligația de a monta în fața fiecărui amplasament un panou sau o firmă cu datele de identificare a societății sau a persoanei deținătoare.
 - 4.4. Utilizatorii amplasamentelor pot face amenajări ale acestora, pentru asigurarea condițiilor specifice produselor, pe cheltuiala proprie și în baza unor planuri avizate de către administratorul pieței și de către autoritatea locală de sănătate publică; amenajările urmează a fi dezafectate la încetarea activității, de către utilizatorii respectivi;
 - 4.5. Utilizatorii amplasamentelor în care se depozitează sau se comercializează produse alimentare de origine animală își pot desfășura activitatea numai după obținerea autorizației sanitare veterinare de funcționare, emisă de direcțiile sanitare veterinare județene sau a municipiului București, conform legislației în vigoare.
5. Mărfuri comercializate în piață
 - 5.1. Legume și fructe proaspete, în principal
 - 5.2. Produse alimentare, în special agroalimentare
 - 5.3. Produse nealimentare, din grupele de mărfuri solicitate de producătorii agricoli.
6. Programul de funcționare
 - 6.1. Programul de funcționare a pieței trebuie să indice: zilele de funcționare, orele între care este deschisă piața și orele în care sunt admise tranzacțiile.
 - 6.2. Programul se aprobă și se modifică de către conducerea pieței.
 - 6.3. Programul de funcționare se afișează vizibil, la intrarea în piață.
7. Accesul în incinta pieței
 - 7.1. Intrarea și ieșirea persoanelor din piață se realizează pe baza permisului sau ecusonului de acces.
 - 7.2. Documentul de identificare pentru utilizatorii pieței, respectiv ecusonul, trebuie să conțină: fotografia, numele și prenumele deținătorului, funcția sau calificarea în cadrul pieței.
 - 7.3. Activitățile de aprovizionare comercială sunt permise utilizatorilor numai în timpul programului de funcționare a pieței.
 - 7.4. La intrarea în incinta pieței, orice lot de marfă trebuie să fie însoțit de documentele de proveniență.
 - 7.5. Loturile minime admise pentru intrare sunt stabilite periodic de conducerea pieței.
8. Vânzarea produselor
 - 8.1. Operațiunile de vânzare a produselor se efectuează personal de părțile interesate sau de reprezentanți ai acestora.
 - 8.2. Vânzătorii trebuie să dețină documente de proveniență a mărfurilor oferite și să întocmească documentele de livrare a mărfurilor vândute.
 - 8.3. Este admisă vânzarea numai pentru produsele a căror calitate este corespunzătoare standardelor de comercializare și reglementărilor în vigoare.

8.4. Sunt interzise vânzarea și depozitarea produselor contrafăcute, alterate sau care dăunează în orice fel sănătății și securității consumatorilor.

9. Leșirea mărfurilor din piață

9.1. Livrarea mărfurilor vândute în interiorul pieței se face în timpul programului de funcționare a pieței.

9.2. Leșirea mărfurilor din piață, în afara programului de funcționare, este permisă numai cu acordul administrației pieței.

9.3. La ieșirea din incinta pieței, orice lot de marfă trebuie să fie însoțit de documentele de proveniență.

10. Încărcarea, descărcarea și cântărirea mărfurilor

10.1. Tarifele pentru plata serviciilor de încărcare/descărcare sunt fixate de conducerea pieței.

10.2. Operațiile de cântărire sunt efectuate și suportate de vânzător.

10.3. Aparatele pentru cântărire trebuie să fie menținute curate și în stare de funcționare, regate și verificate în incinta de utilizare, puse la vedere pentru cumpărători.

11. Întreținerea standului

11.1. Fiecare utilizator are obligația să păstreze ordinea și să curețe standul propriu și spațiul comun învecinat.

11.2. Ambalajele deteriorate trebuie strânse și predate la locul de colectare, amenajat sau stabilit în incinta pieței.

11.3. Gunoaiele și deșeurile se depun în containere speciale.

11.4. Spațiile publice trebuie utilizate cu grijă și păstrate curate.

12. Circulația pe teritoriul pieței

12.1. Drumurile de acces, aleile, spațiile cu trafic și cele de parcare din incinta pieței sunt considerate drumuri publice.

12.2. Circulația pe teritoriul pieței este reglementată prin marcaje și semne de circulație.

12.3. Spațiul destinat circulației în incinta pieței poate fi utilizat numai pentru activitățile pieței.

13. Curățenia, ordinea publică, paza și securitatea pieței

13.1. Piața asigură curățenia spațiilor comune și de circulație.

13.2. Operatorii pieței sunt răspunzători pentru efectuarea și păstrarea curățeniei în spațiile închiriate/concesionate.

13.3. Este interzis utilizatorilor și vizitatorilor pieței să aducă deșeuri sau reziduuri, de orice tip, pe teritoriul pieței.

13.4. Utilizatorii pieței sunt obligați să respecte normele fitosanitare privind combaterea dăunătorilor.

13.5. Participanții la activitățile pieței trebuie să păstreze ordinea publică.

13.6. Piața asigură permanent paza și securitatea utilizatorilor pieței, inclusiv în afara programului de funcționare.

14. Controlul pieței și autoritățile competente

14.1. În piață se vor desfășura activități de control de către toate instituțiile care au atribuții în controlul comercializării produselor: vamal, fiscal, igienico-sanitar, sanitar veterinar, concurență, protecția consumatorilor, protecția mediului, protecția muncii, paza și securitatea incendiilor etc.

15. Informarea pieței

15.1. Piața asigură utilizatorilor date statistice și informații de prețuri, prin culegerea de date referitoare la sortimentele, cantitățile și prețurile produselor comercializate în piață.

15.2. Piața întocmește și editează rapoarte referitoare la cantitățile și prețurile produselor comercializate, pe care le pune la dispoziție utilizatorilor săi și instituțiilor interesate.

15.3. Piața pune la dispoziție utilizatorilor panouri de afișare, amplasate în locuri vizibile pentru oferte speciale de produse, cantități, prețuri.

16. Sancțiuni aplicabile utilizatorilor pieței

16.1. Pentru încălcarea gravă sau repetarea încălcării dispozițiilor regulamentului, administrația pieței aplică sancțiunile prevăzute în clauzele din contractele de pentru standuri sau alte spații acordate prin contract utilizatorilor pieței, cu avertisment, suspendare, revocarea acordării spațiului.

16.2. Pentru încălcarea normelor sanitare veterinare privind transportul, depozitarea, expunerea și comercializarea produselor alimentare de origine animală, organele sanitare veterinare de control pot aplica sancțiuni în conformitate cu legislația sanitară veterinară în vigoare.

16.3. Pentru încălcarea normelor sanitare privind transportul, depozitarea și comercializarea produselor alimentare, autoritățile locale de sănătate publică pot aplica sancțiuni conform legislației în vigoare.

17. Dispoziții finale

17.1. Aprobarea și intrarea în vigoare a regulamentului

17.2. Aducerea la cunoștință a regulamentului

17.3. Afișarea regulamentului

17.4. Completarea și codificarea regulamentului

17.5. Alte prevederi specifice pieței.