

Practici comerciale incorecte

Autor:

Prof. Beatrice Petrescu

Colegiul Economic "Hermes", sector 2, București

Practicile comerciale incorecte sunt reprezentate de orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau prezentare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant, în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor.

Practicile comerciale susceptibile să deformeze în mod esențial comportamentul economic numai al unui grup de consumatori clar identificabil, cu precădere vulnerabil la respectiva practică sau la produsul la care aceasta se referă, din motive de infirmitate mentală sau fizică, de vârstă sau de credulitate, într-un mod în care comerciantul ar putea, în mod rezonabil, să îl prevadă, trebuie evaluate din perspectiva consumatorului mediu al acestui grup.

Consumatorul vulnerabil

Vulnerabilitatea este determinată de anumite caracteristici fizice sau psihice, cum ar fi vârsta, infirmitatea fizică sau mintală, credulitatea ori caracteristici socio-profesionale, cum ar fi șomaj, analfabetism etc. Din aceste motive, consumatorii vulnerabili au dificultăți în a obține și a asimila informația necesară luării unor decizii privind achiziționarea unor bunuri sau servicii.

Grupuri de consumatori vulnerabili: persoane în vârstă, copii, persoane cu boli care le limitează capacitatea de interacțiune sau boli incurabile, șomeri, persoane cu un nivel de educație foarte scăzut etc.

Consumatorul mediu:

Legea privind practicile comerciale incorecte prevede că în evaluarea caracterului incorect al unei practici se va avea în vedere efectul acesteia asupra consumatorului mediu. În jurisprudența Curții Europene de Justiție, consumatorul mediu este prezentat ca o persoană cu „*un nivel de informare rezonabil, care este rezonabil de atentă și circumspectă, luându-se în considerare factorii sociali, culturali și lingvistici*”. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare obișnuite și legitime ce constau în declarații exagerate sau declarații ce nu sunt destinate a fi luate ca atare.

Pentru a fi considerată incorectă, practica comercială trebuie să deformeze sau să fie susceptibilă să deformeze în mod esențial comportamentul economic al

consumatorului mediu. Astfel, se impune luarea în considerare a două aspecte. În primul rând, potrivit legii, comportamentul economic al consumatorului este considerat deformat atunci când, prin intermediul practicii comerciale, acesta este determinat să ia o decizie pe care altfel nu ar fi luat-o. În al doilea rând, nu este nevoie ca practica comercială să provoace efectiv o schimbare a comportamentului economic al consumatorului, fiind suficientă existența unei posibilități în acest sens.

Legea analizează două tipuri de practici comerciale incorecte: ***înșelătoare*** și ***agresive***.

Practicile comerciale înșelătoare sunt grupate în două categorii: ***acțiuni înșelătoare*** și ***omisiuni înșelătoare***.

Acțiuni înșelătoare

Acțiunile reprezintă activități ale operatorilor pe care aceștia le întreprind în promovarea și vânzarea produselor.

O practică este considerată a fi ***acțiune înșelătoare*** în mai multe situații:

- dacă ea conține informații false;
- dacă, în orice situație, inclusiv în prezentarea generală, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informațiile prezentate sunt, în fapt, corecte în privința unuia sau mai multor elemente;
- dacă implică orice activitate de comercializare privind produsul, inclusiv publicitatea comparativă, creând o confuzie cu alt produs, marcă, nume sau cu alte semne distinctive ale unui concurent.

În fiecare dintre aceste situații, elementul esențial pentru ca practica comercială să fie considerată înșelătoare este ca aceasta să îl determine sau să fie susceptibilă să-l determine pe consumator să ia o decizie comercială pe care altfel nu ar fi luat-o.

Aceste criterii au ***natură obiectivă***, prin urmare nu trebuie dovedit că prin practica respectivă consumatorul a fost indus în eroare. De asemenea, ***nu trebuie probată existența unei pierderi de natură financiară***.

Omisiuni înșelătoare:

În analiza practicii comerciale se ține seama de toate caracteristicile și circumstanțele acesteia, precum și de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației.

În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spațiu sau în timp, se va ține cont, în momentul determinării practicii ca fiind sau nu ***omisiune înșelătoare***, de aceste

limite, precum și de orice măsuri luate de către comerciant în vederea punerii informației la dispoziția consumatorului prin alte mijloace.

Informațiile trebuie prezentate clar, o prezentare neclară putând fi considerată o omisiune de informare.

Practicile comerciale incorecte, prin omisiune și înșelăciune, sunt metode folosite de comercianți pentru a influența în mod nejustificat decizia de cumpărare a consumatorilor. Aceste practici sunt reglementate și interzise prin Legea nr. 363/2007 din România, care transpune Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale.

Practici comerciale agresive

O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul prezentării situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele limitează sau este susceptibilă să limiteze în mod semnificativ libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu, cu privire la produs prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influență nejustificată și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie comercială pe care altfel nu ar fi luat-o.

Exemple de practici comerciale incorecte

a. Prin acțiuni înșelătoare: oferirea de informații false despre caracteristicile produsului (ex.: calitate, proveniență, preț etc), afirmarea că produsul are aprobări sau certificări inexistente, publicitate falsă, cum ar fi oferirea unor promoții înșelătoare, pretinderea că un produs este disponibil doar pentru o perioadă limitată de timp pentru a presa consumatorii să îl cumpere, publicitate care promovează un produs la un preț foarte mic, dar la achiziție se oferă alte produse mai scumpe (reclama „*momeală*”).

b. Prin omisiuni înșelătoare: necomunicarea unor informații esențiale pentru luarea unei decizii de cumpărare în cunoștință de cauză, prezentarea informațiilor într-un mod ambiguu sau incomplet, astfel încât consumatorul să fie indus în eroare, nedeazăluirea unor costuri suplimentare, omisiunea termenilor de garanție sau a dreptului de returnare, nespecificarea termenului de livrare sau a costurilor adiționale, cum ar fi taxele de manipulare.

Consecințe legale

Practicile comerciale incorecte pot atrage sancțiuni administrative, precum amenzi aplicate de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului (ANPC), retragerea produselor sau serviciilor de pe piață, dreptul consumatorilor de a cere despăgubiri.