

Notiunea de "consumator" în reglementarea Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relația cu consumatorii

asist. univ. dr. Juanita GOICOVICI

Facultatea de Drept

Universitatea "Babes-Bolyai" din Cluj-Napoca

Résumé

La notion de "consommateur", définie par les dispositions de la Loi n° 363/2007 sur la lutte contre les pratiques incorrectes des commerçants en relation avec les consommateurs, désigne les personnes physiques, agissant pour un usage pouvant être considéré comme étranger à leur activité professionnelle. La notion reste imprécise en ce qui concerne l'étendue et la portée de la protection en matière de but mixte de l'acquisition (professionnel et extraprofessionnel). Les personnes morales sont exclues de la protection (car l'opération entre dans le cadre de leur activité professionnelle), que si' il s'agit d'une association de consommateurs. Le noyau dur de la protection du consommateur est, donc, offert par l'utilisation du bien ou du service par une personne physique, dans un but personnel ou familial.

Les associations de consommateurs, ayant pour objet la protection des intérêts collectifs ou individuels des consommateurs, jouent un double rôle: informer les consommateurs (a), mais aussi les représenter, en agissant en justice dans l'intérêt collectif des consommateurs (b). En droit français de la consommation, le droit d'agir en justice dans l'intérêt des consommateurs et le droit de représenter les consommateurs dans les différents organes administratifs au niveau national ou local ne sont reconnus qu'aux associations agréées. Les conditions de l'agrément sont rigides: (1) une durée d'existence d'un an au moins; (2) une dimension suffisante (10.000 membres au moins, pour les associations nationales); (3) une activité publique effective en vue de la protection des consommateurs (appréciée en fonction des publications et des réunions); (4) une indépendance à l'égard de toute forme d'activité professionnelle; (5) la protection des consommateurs, comme but principal mentionné dans le statut. L'agrément est accordé, en France, aux associations nationales par l'arrêt du ministre chargé de la consommation et aux associations locales par le préfet. En se différenciant, le droit roumain de la consommation ne connaît pas une procédure stricte d'agrément, en cas d'associations de consommateurs, même si une telle procédure pourrait s'avouer utile. Le risque de la pratique incorrecte d'un commerçant de provoquer des victimes potentielles suffit à caractériser l'atteinte à l'intérêt collectif des consommateurs et de justifier l'action en justice de l'association de consommateurs.

Mot-clé: consommateur, pratiques incorrectes, associations de consommateurs, protection des intérêts, droit roumain de la consommation.

I. Observatii introductive

Codul consumului, adoptat prin Legea nr. 296 din 18 iunie 2004¹ și modificat prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relația cu consumatorii și armonizarea reglementarilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor² descrie *consumatorul* ca fiind "orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale" (Anexa Codului consumului, pct. 13). Elementele esențiale ale definiției consumatorului sunt, *de lege lata*, două: (1) consacarea ca unic protejat, în dreptul consumului, a *persoanei fizice*, cu excluderea celor juridice, altele decât asociațiile de consumatori; (2) *scopul extraprofesional* al dobândirii / utilizării bunului sau serviciului.

1. ¹Publicată în M. Of. nr. 593 din 1 iulie 2004, în vigoare de la 1 ianuarie 2007.

2. ²Publicată în M. Of. nr. 899 din 28 decembrie 2007. Legea nr. 363/2007, al cărei titlu complet - tradând silința legiuitorului de a disloca erorile de reglementare anterior comise în materia protecției consumatorilor printr-un unic act normativ, de "modificare și completare" a altor 7 acte normative - este "Lege privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relația cu consumatorii și armonizarea reglementarilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor", nu reprezintă cea mai recentă

"actualizare" *en gros* a legislației consumeriste. O.U.G. nr. 174/2008 pentru modificarea și completarea unor acte normative privind protecția consumatorilor (publicată în M. Of. nr. 795 din 27 noiembrie 2008) se vrea a fi o ultimă "finisare" a legislației aplicabile în dreptul consumului.

Prin Legea nr. 363/2007, *scopul extraprofesional al contractării* a fost instituit drept criteriu pentru circumscrierea domeniului personal al legislației consumeriste, renunțându-se la formularea tautologică și neinspirată din cuprinsul precedentei definiții legale, potrivit căreia consumator era cel care "cumpără, dobândește, utilizează ori consumă bunuri sau servicii". Ne propunem, în cele ce urmează, o prezentare detaliată a accepțiunii celor două elemente definitorii ale noțiunii de "consumator", astfel cum figurează acestea în varianta modificată propusă de legiuitor (I). Totodată, ideea pusă în circuit de definiția legală - potrivit căreia nu numai consumatorul - persoana fizică își poate reprezenta interesele în instanță, ci și asociațiile de consumatori - merita o abordare aparte, în contextul inexistenței unei cauzistici autohtone în materie (II). Asemenea repere pot fi importate din dreptul francez, unde Codul consumului nu numai că trasează criteriile nete pentru o procedură prealabilă "de agreare" a asociațiilor de consumatori de către instituțiile statale - centrale sau locale - competente (a), dar stabilește concomitent și tipurile de acțiuni pe care asociațiile de consumatori le pot introduce în fața instanțelor de judecată, între anumite limite legale creionate cu precizie (b). În fine, existența în practică a unor situații "de graniță", în care achiziționarea (ori uzul imprimat) bunului / serviciului a avut loc în dublu scop - parțial profesional și parțial personal - ridică problema de a ști în ce măsură asemenea ipoteze respectă cerința legală a "scopului extraprofesional al consumului" în vederea aplicării normelor consumeriste speciale (III).

II. Primul element al definiției: persoana fizică

1. Consumatorul - persoana fizică

Consacrarea ca unic protejat, în dreptul consumului, a *persoanei fizice* este un atribut platit vocației acestuia de a se erija într-un "drept al ocrotirii demnității umane", al echilibrării poziției "partii slabe", ca răspuns la fragilitatea contemporană a acesteia. Or, despre demnitate garantată nu putem vorbi decât în cazul persoanelor fizice, chiar dacă au existat (și există) voci în doctrină care au pledat pentru introducerea în domeniul noțiunii de consumator și a persoanelor juridice al caror reprezentant acționează în afara specialității sale. Cât despre "grupul de persoane fizice constituite în asociații", formularea Legii trebuie înțeleasă nu în sensul că orice asociații de persoane ar putea fi ocrotite de legile consumeriste, ci în sensul că *asociațiile de consumatori* - care sunt frecvent în măsură să susțină interesele juridice ale membrilor lor, mult mai bine decât ar putea-o face ultimii pe cont propriu - sunt, la rândul lor, subiecți ai dreptului consumului. De pildă, o fundație constituită pentru întrajutorarea copiilor orfani ori a femeilor care au fost victime ale violenței domestice nu poate invoca normele legale consumeriste într-un litigiu contra producătorului / distribuitorului unui produs ori contra profesionistului prestatar al unui serviciu, din următoarele rațiuni: (1) numai consumatorul-persoana fizică poate susține pretenții proprii contra unui atare pârât, în dreptul consumului; (2) fundațiile și asociațiile (altele decât cele de protecție a consumatorilor) nu pot face dovada respectării celui de-al doilea criteriu - scopul extraprofesional al dobândirii / utilizării bunului sau serviciului³, achiziția având loc, dimpotrivă, într-un scop profesional, al promovării activităților pentru derularea cărora a fost aprobată înființarea acestora; (3) asemenea asociații și fundații nu au ca obiect principal

de constituire ocrotirea intereselor - colective sau individuale - ale consumatorilor, motiv pentru care ele nu se regasesc nici în cea de-a doua categorie de persoane protejate de dreptului consumului ("asociațiile de consumatori"). Pentru aceleasi argumente, o asociatie de proprietari, cuprinzând totalitatea proprietarilor de apartamente dintr-un imobil, de exemplu, nu poate revendica statutul de "asociatie de consumatori" în raport cu profesionistii furnizori de bunuri ori servicii, astfel încât nu poate fi considerata "consumator" în înțelesul legii.

3. ³ Din același motiv, legislatia consumerista nu poate fi invocata de catre societatile comerciale, întrucât principiul specializării - chiar și în varianta edulcorata a acestuia, aplicabila în dreptul comercial contemporan - nu admite validitatea încheierii unor acte juridice al caror obiect s-ar situa "în afara" activității lor economice.

2. Asociatiile de consumatori. Drept comparat

2.1. Criterii de legitimare

Codul român al consumului, ca, de altfel, întregul set de acte normative destinate protejării consumatorului nu cuprinde reguli speciale, care să detalieze misiunea asociațiilor de consumatori, din unghiul reprezentării în fața instanțelor de judecată a intereselor indivizilor concreți. Un asemenea set de norme legale ar fi fost necesar cu atât mai mult cu cât, dacă abandonăm abordările ipocrite, este de subliniat superioritatea aparării intereselor colective ale consumatorilor de către astfel de asociații, în raport cu efortul dispersat și timid al consumatorilor individuali. Ar fi, însă, pertinentă reprezentarea juridică a consumatorilor prin *orice* fel de asociații, independent de aplicarea vreunui criteriu concret de eligibilitate și, mai presus, de legitimitate? În *dreptul francez al consumului* - care se poate dovedi un model, în materie, pentru o viitoare reglementare legală autohtonă a activității asociațiilor de consumatori - *nu orice* asociații pentru protecția consumatorilor sunt abilitate să reprezinte în instanța drepturile consumatorilor, ci numai cele care au fost supuse unei proceduri prealabile de acord (agrement) din partea instituțiilor statale competente⁴. O atare procedură funcționează în Franța încă din 1973, în ideea de a escamota riscul ca amintitele asociații, sub masca protejării intereselor consumatorilor, să servească faptic altor interese, mai puțin oneste ori licite⁵. Următoarele reguli guvernează, în dreptul francez, procedură acordării agreementului, pentru asociațiile de consumatori:

4. ⁴ Agreementul este acordat, în Franța, prin decizia ministrului de resort (pentru asociațiile naționale de consumatori), respectiv prin decizia prefectului (pentru asociațiile locale de consumatori), cu avizul prealabil al procurorului general. Apropierea dintre procedură franceză a agreementului și procedură avizării în dreptul român a asociațiilor și fundațiilor, de către ministerul de resort este doar aparentă; în realitate, lucrurile pot fi sintetizate astfel: (1) în România neexistând, spre deosebire de Franța un minister alocat protecției consumatorilor, avizul de constituire a unei asociații de consumatori este dat de ANPC [potrivit art. 7 alin. (2) din O.G. nr. 26/2000 privind asociațiile și fundațiile, avizul fiind, în general, dat de ministerul de resort sau de "organul de specialitate al administrației publice centrale în a cărui sferă de competență își desfășoară activitatea" asociația care urmează a fi înființată]; (2) din nou spre deosebire de dreptul francez, avizul nu este acordat, în dreptul român, în baza întrunirii unor criterii legale speciale, expres enunțate în lege, ci în temeiul cerințelor generale, aplicabile înființării oricărei asociații fără scop patrimonial, cu singura excepție reprezentată de faptul că - în cazul asociațiilor de consumatori - potrivit art. 30 din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, modificată prin Legea nr. 363/2007, acestea pot avea *un unic scop* (iar nu un scop multiplu, nici măcar la nivelul scopurilor secundare), constând în protecția intereselor consumatorilor.

5. ⁵ A se consulta, pentru detalii, Y. Picod, H. Davo, *Droit de la consommation*, Ed. Armand Colin, Paris, 2005, p. 330 și urm.; J. Calais-Auloy, Fr. Steinmetz, *Droit de la consommation*, 5e édition, Ed. Dalloz, Paris, 2000, p. 25.

(1) *cerinta duratei minime*: asociatia care solicita agreementul sa aiba o durata a existentei de cel putin un an;

(2) *conditia minimei experiente*: asociatia în cauza sa faca dovada derularii unei activitati publice efective în materia protectiei consumatorului (activitate apreciata în lumina publicatiilor aparute, a reuniunilor organizate de catre respectiva asociatie, a frecventei manifestarilor specifice s. a.);

(3) *conditia reprezentativitatii*: asociatia sa aiba o dimensiune reprezentativa (cel putin 10.000 de membrii cotizanti, în cazul asociatiilor nationale);

(4) *cerinte de independenta*: independenta totala în raport cu orice forma de activitate profesionala (în ideea evitarii afilierii profesionale la grupuri economice de interese, care ar macula scopul protejarii consumatorilor în raport cu profesionistii industriei, comertului si serviciilor);

(5) *conditia scopului statutar explicit*: asociatia în cauza trebuie sa aiba ca obiect statutar de activitate, cu titlu explicit si principal, protectia consumatorilor, chiar daca statutul mentioneaza si alte obiecte secundare de activitate.

Agreementul este acordat, în Franta, pentru o perioada de 5 ani, cu posibilitatea reînnoirii sale precum cele aplicabile în cazul avizului initial; un raport anual de activitate este solicitat fiecarei asociatii de consumatori agreeate. În absenta unui agreement oficial, o asociatie franceza de consumatori nu poate actiona în justitie contra unui profesionist decât în cazurile în care invoca existenta unui prejudiciu strict personal (al asociatiei, ca entitate), rezultând din savârsirea unei infractiuni de catre pârât.

2.2. Actiuni în justitie introduse de asociatiile de consumatori în apararea unui interes colectiv

(a) Actiuni civile. Acceptiunea notiunii de "interes colectiv"

În dreptul francez al consumului, un prim set de actiuni în justitie care pot fi introduse de asociatiile agreeate de consumatori în apararea unui interes colectiv este reprezentat de "actiunile civile", prin care se înteleag actiunile în repararea unui prejudiciu (patrimonial si/sau moral) cauzat printr-o infractiune savârsita de un profesionist al industriei, comertului ori serviciilor. Asemenea actiuni pot fi introduse fie în fata unei instante penale (i), fie în fata uneia civile (ii). Optiunea asociatiei de consumatori favorizeaza, de regula, calea penala, data fiind rapiditatea solutionarii si solutia mai "energica" aplicata, în raport cu varianta civila a judecatii. Asociatia se poate constitui, deci, parte civila în procesele penale declansate din oficiu de catre institutiile statale cu competente în materia protectiei consumatorilor (1), de catre un consumator concret (2) ori prin plângerea depusa de catre asociatia însasi (3).

Conditia *sine qua non* pentru admisibilitatea unei atare actiuni civile este *existenta unei infractiuni prin care a fost lezat un interes colectiv al consumatorilor*⁶. Sursa concreta a normei juridice încalcate de catre profesionistul pârât prin savârsirea respectivei infractiuni este irelevanta, putând fi vorba atât de infractiuni prevazute de Codul francez al consumului, cât si de infractiuni prevazute de Codul penal ori de textul unei legi speciale⁷

6. ⁶ A se vedea Y. Picod, H. Davo, *op. cit.*, p. 332.

7. ⁷ În jurisprudenta Curtii franceze de Casatie, interesul colectiv promovat prin actiunea asociatiei de consumatori nu a fost cu necesitate unul ocrotit prin normele Codului consumului, infractiuni precum omorul din culpa (a), vatamarea corporala (b) ori infractiuni savârsite prin presa (c) fiind considerate a leza, la rândul lor, interese colective ale consumatorilor. În acelasi registru, au fost admise actiunile civile introduse

de asociatiile de consumatori în conexiune cu savârsirea unei infractiuni precum organizarea neautorizata de loterii si jocuri de hazard (d), excrocheria (e) ori practicarea publicitatii însetatoare (f); a se consulta, de exemplu, Curtea franceza de Casatie, camera penala, decizia din 24 iunie 1997; *idem*, decizia din 20 noiembrie 1980; *idem*, decizia din 15 mai 1984 (produse pentru slabit periculoase pentru sanatate); *idem*, decizia din 22 august 1990; *idem*, decizia din 30 ianuarie 1995; *idem*, decizia din 10 octombrie 1996; *idem*, decizia din 27 octombrie 1997, citate dupa Y. Picod, H. Davo, *cit. supra*.

Notiunea de "interes colectiv" se situeaza "la jumatatea drumului între interesul individual al fiecarui consumator si interesul general al societatii"⁸, ceea ce promoveaza asociatiile de consumatori prin amintitele actiuni în justitie reprezentând un "artificiu tehnic" plasat la granita dintre interesul social, al cetatenilor luati ca masa nediferentiata (incluzând atât consumatorii, cât si profesionistii) si interesul particular, al consumatorului concret lezat de una din practicile comertului. Primul este protejat prin normele de ordine publica, iar actiunea penala - acolo unde este cazul - poate fi declansata din oficiu de catre organismele statale competente; ultimul poate fi promovat de catre victima însasi a prejudiciului; când, însa, una si aceeasi practica comerciala este susceptibila de a leza nu interesele unei persoane izolate, ci interese de grup, ale colectivitatii de consumatori, asociatiile de profil pot interveni în justitie pentru a bloca practicarea respectivului abuz. Ipotezele în care infractiunea savârsita de catre profesionist (precum publicitatea însetatoare, de pilda) nu a prejudiciat victime concrete, ci este doar susceptibila de a genera un astfel de prejudiciu permit, la rândul lor, introducerea unei actiuni civile de catre asociatia de consumatori, riscul existentei unor victime potientiale fiind suficient în acest sens.

8. ⁸ Precizarea se regaseste la J. Calais-Auloy, Fr. Steinmetz, *op. cit.*, n° 556.

La nivel probatoriu, asociatiei de consumatori reclamante i se solicita doar sa probeze existenta unei atingeri - efective sau potientiale - aduse unui interes legitim al consumatorilor, cu ocazia practicarii unui act de consum, în sens larg. Când despre *prejudiciu*, acesta poate fi direct (i) sau indirect (ii), însa trebuie sa fie unul distinct de cel suferit de vreun consumator concret, ca victima a infractiunii si aceasta întrucât actiunile de care ne ocupam promoveaza un *interes colectiv*, al masei consumatorilor, iar nu un interes individual concret, al unui consumator izolat. Urmatoarele sanctiuni pot fi dispuse de catre instantele franceze, cu titlu principal sau complementar:

(1) *condamnarea profesionistului vinovat la plata de daune-interese*, pentru acoperirea prejudiciului colectiv; evaluarea daunelor-interese în discutie nu s-a dovedit, în practica, a fi deloc facila, uneori instantele oprindu-se la acordarea unui "euro simbolic", drept admitere a vinovatiei pârâtului, viziune care a fost acuzata de nesocotirea functiei punitive si educative a daunelor-interese, apte sa corijeze comportamentul viitor al profesionistilor comertului; oricum, dincolo de rolul disuasiv mai mult sau mai putin modest al despagubirilor acordate, este de retinut ca acestea intra în patrimoniul asociatiei de consumatori reclamante, care le va folosi în viitoarele actiuni de promovare a drepturilor consumatorilor;

(2) *obligarea pârâtului la rambursarea cheltuielilor procesuale* întreprinse de asociatia de consumatori reclamanta (inclusiv a celor care nu sunt cuprinse în quantumul taxelor procesuale, precum onorariul avocatului, de pilda)⁹;

9. ⁹ În dreptul român al consumului, actiunile în ocrotirea unui interes al consumatorilor sunt *scutite de taxa de timbru*, fie ca sunt introduse de un consumator izolat, fie de catre o asociatie de consumatori (aspect retinut expres, în privinta asociatiilor de consumatori, de textul art. 47 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia

consumatorilor, modificata prin Legea 363/2007); ramâne, în continuare, relevanta însa rambursarea de catre profesionistul pârât, în caz de admitere a actiunii, a cheltuielilor presupuse de plata onorariilor avocatului.

(3) *încetarea de catre pârât a activitatii ilicite*, dispusa de instanta de judecata corespunde scopului principal urmarit de catre asociatia de consumatori prin promovarea respectivei actiuni în justitie, reclamanta putând solicita instantei sa-l oblige pe pârât sa înceteze practicarea în viitor a activitatii comerciale ilicite, sub presiunea amenzii cominatorii pentru fiecare zi de întârziere;

(4) *obligarea pârâtului la difuzarea publica a hotarârii judecatoresti de condamnare, pe cheltuiala sa* reprezinta o pedeapsa accesorie ce poate fi pronuntata complementar condamnarii la plata de daune-interese, calea de difuzare fiind aleasa în functie de pertinenta acesteia (publicarea unui comunicat în presa scrisa, difuzarea unui comunicat televizat ori a unuia radiofonic, reproducerea literala în presa a deciziei instantei, afisaj s. a.), metoda care poate avea efecte disuasive importante, dat fiind impactul sau asupra reputatiei comerciale a pârâtului.

(b) Actiuni în reprimarea unor clauze abuzive

Suprimarea unei clauze abuzive figurând în cuprinsul unui contract de consum poate fi solicitata instantei si de catre o asociatie de consumatori, în promovarea interesului colectiv al consumatorilor de a nu se confrunta în contractele de adeziune cu clauze care nu au putut fi negociate direct cu profesionistul si care, contrar bunei-credinte, creeaza un dezechilibru semnificativ între drepturile si obligatiile partilor, conform definitiei clauzelor abuzive. Astfel de dispozitii contractuale sunt reprimare si în dreptul român al consumului prin Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive în contractele încheiate între comercianti si consumatori¹⁰. În dreptul francez, atare actiuni ale asociatiilor de consumatori s-au dovedit a fi un mijloc mai eficace de a lupta contra clauzelor abuzive decât actiunile dispersate si costisitoare intentate de catre consumatori izolati. Astfel, în masura în care asociatiei îi este adusa la cunostinta existenta, într-un contract-tip propus consumatorilor de catre un comerciant ori de catre o institutie de credit, a unor clauze abuzive în acceptiunea legii - indiferent de suportul material concret de consemnare a unor atare clauze (bonuri de comanda, bilete, certificare de garantie) - actiunea în anularea clauzei (ori în reputarea acesteia ca nescrisa) introdusa de asociatia de consumatori va fi admisibila în masura în care chiar *modelul contractual* practicat de catre profesionistul pârât *în mod uzual*, în relatiile cu clientii sai profani, cuprinde asemenea clauze (pentru a se respecta ideea "interesului colectiv promovat de catre asociatia de consumatori prin actiunile sale")¹¹.

10. ¹⁰Publicata în M. Of. nr. 560 din 10 noiembrie 2000 si modificata prin Legea nr. 65/2002, publicata în M. Of. nr. 52 din 25 ianuarie 2002 si, ulterior, prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 899 din 28 decembrie 2007. Potrivit acestei din urma reglementari, prin "comerciant" se înțelege "orice persoana fizica sau juridica autorizata, care, în temeiul unui contract care intra sub incidenta prezentei legi, actioneaza în cadrul activitatii sale comerciale, industriale sau de productie, artizanale ori liberale, precum si orice persoana care actioneaza în acelasi scop în numele sau pe seama acesteia" (art. VI pct. 1 din Legea nr. 363/2007).

11. Caracterul *abuziv* al unei clauze se apreciaza, conform modificarilor aduse art. 4 din Legea nr. 193/2000 prin art. VI, pct. 2 din Legea nr. 363/2007, în functie de: "(a) natura produselor sau serviciilor care fac obiectul contractului la momentul încheierii acestuia; (b) toti factorii care au determinat încheierea acestuia; (c) alte clauze ale contractului sau ale altor contracte de care acesta depinde". În pofida aerului de inovare de care textul legal citat se înconjoara, în realitate asa-zisele noi criterii de apreciere a

caracterului abuziv al clauzelor contractelor de consum nu se vor dovedi, în practica, deloc facil de aplicat, însasi formularea lor fiind una excesiv de evaziva. Astfel, ce înseamna ca judecatorul se va ghida dupa "natura produselor sau serviciilor care fac obiectul contractului"? Mai nimic, adevaratele repere ramânând cele din definitia clauzei abuzive: (1) lipsa negocierii directe între profesionist si consumator; (2) încălcarea exigentei generale a bunei-credinte; (3) crearea unui dezechilibru semnificativ între drepturile si obligatiile partilor (art. 4 din Legea nr. 193/2000). În ce sens "toti factorii care au determinat încheierea contractului" vor livra judecatorului premisele depistarii clauzei abuzive? Cel mult absentia negocierii directe a respectivei clauze este relevanta, comerciantul neputând proba libertatea consumatorului de a modifica textul clauzei. Cât despre precizarea ca o clauza va fi apreciata ca fiind abuziva în functie de economia contractului în ansamblul sau, tinând cont de "alte clauze ale contractului sau ale altor contracte de care acesta depinde", criteriul este redundant, dat fiind faptul ca, oricum, estimarea existentei unui dezechilibru semnificativ între drepturile si obligatiile partilor (mentionata în definitia clauzelor abuzive) presupunea deja investigarea pozitiei contractuale a consumatorului în ansamblul sau, anumite drepturi alocate expres prin contract consumatorului putând echilibra balanta în favoarea acestuia, în pofida rezervarii unor drepturi aparte de catre profesionist.

12. ¹¹ Nu a fost admisa, în schimb, actiunea introdusa de o asociatie de consumatori în reprimarea unei clauze abuzive figurând într-un contract de vânzare-cumparare încheiat între particulari (atât vânzatorul, cât si cumparatorul contractând în calitate de neprofesionisti), nefiind respectate premisele teoretice ale procedurii de suprimare a clauzelor abuzive: Curtea franceza de Casatie, camera I civila, decizia din 4 mai 1999, citata dupa Y. Picod, H. Davo, *op. cit.*, p. 336.

2.3. Actiuni în justitie introduse de asociatiile de consumatori pentru sustinerea intereselor unui consumator concret

(a) Interventia individuala

Asociatiile de consumatori agreeate pot interveni în justitie, în dreptul francez, si pentru a sustine actiunea introdusa de unul sau mai multi consumatori concreti, în contextul în care cererea initiala de chemare în judecata are ca obiect repararea prejudiciului - patrimonial si/sau moral suferit de catre consumatori izolati¹². O atare actiune nu poate fi introdusa decât în fata instantelor civile, nu si în fata celor penale ori de contencios administrativ. Premisele sunt acestea: actiunea introdusa cu titlu principal de catre consumatorul concret trebuie sa aiba ca obiect *angajarea responsabilitatii civile delictuale ori contractuale* a unui profesionist al industriei, comertului ori serviciilor, ceea ce exclude posibilitatea interventiei de sustinere a asociatiilor de consumatori în litigiile purtând asupra stabilirii validitatii unui contract de consum. De pilda, în aplicarea amintitei conditii de admisibilitate, asociatiile de consumatori nu pot interveni în litigiile de reesalonare a platii datoriiilor (de "supraîndatorare"), având ca parti un consumator si o institutie de credit ori o banca¹³; în schimb, este admisibila interventia lor în ipoteza existentei unei actiuni principale introdusa de un consumator locatar contra profesionistului - proprietar al imobilului închiriat, având ca obiect rambursarea de catre locator a unor sume nedatorate de chiras¹⁴.

13. ¹² Detalii asupra procedurii de interventie a asociatiei de consumatori în atare situatii ofera Y. Picod, H. Davo, *op. cit.*, p. 337.

14. ¹³ Curtea franceza de Casatie, camera I civila, decizia din 4 aprilie 1991, citata dupa Y. Picod, H. Davo, *loc. cit. supra*.

15. ¹⁴ *Ibidem*, Curtea franceza de Casatie, camera a III-a civila, decizia din 10 martie 1999.

Scopul interventiei procesuale a asociatiei de consumatori este, în asemenea ipoteze, acela de a obtine, pe suportul oferit de cazul consumatorului concret, încetarea pentru viitor a anumitor practici comerciale neloiale ori reprimarea unor clauze abuzive uzual utilizate de catre profesionistul pârât. "Orice masura

destinată să determine încetarea acțiunilor ilicite ori suprimarea unei clauze ilicite în contractele încheiate între comercianți și consumatori" (art. L. 421-2 din Codul francez al consumului) poate fi pronunțată de către instanța de judecată, în urma intervenției procesuale a asociației de consumatori. De pildă, instanța poate condamna comerciantul pârât, în cazul constatării vinovăției acestuia, atât la plata de daune-interese pentru acoperirea prejudiciului dovedit de către consumatorul individual ce figurează ca reclamant în cererea principală de judecată (i), cât și la plata de daune-interese față de asociația de consumatori intervenientă, în repararea prejudiciului invocat de aceasta, ca urmare a încălcării unui interes colectiv al consumatorilor (ii). În alți termeni, o asociație agreată se poate servi de prilejul oferit de acțiunea principală introdusă de un consumator concret, pentru a stopa practicarea în viitor, de către pârât, a unor activități comerciale ilicite de același tip; întrucât practica comercială în cauză a produs deja o victimă (în persoana consumatorului reclamant), asociația poate cere instanței aplicarea de remedii curative (obligarea pârâtului la publicarea hotărârii judecătorești de condamnare, pe cheltuielile sale; suprimarea clauzei abuzive în cauză din modelul contractual folosit de către profesionistul pârât etc.), pentru evitarea producerii de victime viitoare în rândul consumatorilor, în măsura în care instanța apreciază un asemenea pericol ca fiind latent.

Evident că, după cum am văzut mai sus, asociația de consumatori poate opta și pentru introducerea unei acțiuni separate, cu titlu principal, pentru protejarea respectivului interes colectiv al consumatorilor, însă la fel de bine aceasta poate alege și varianta "intervenției individuale" care, în pofida denumirii, nu "completează" în niciun mod plângerea principală, a consumatorului individual, ultima servind doar ca suport pentru o intervenție a asociației tintind la evitarea producerii de victime viitoare în rândul consumatorilor potențiali, prin intermediul aceleiași practici comerciale neloiale.

(b) Acțiunile în co-reprezentare

În ipoteza în care mai mulți consumatori au suferit un prejudiciu individual declansat de o sursă comună, constând de regulă în fapta ilicită a aceluiași profesionist¹⁵, aceștia pot încredința unei asociații de consumatori agreate *un mandat de reprezentare comună*, împuternicind-o să acționeze în justiție contra autorului faptei în numele lor, în vederea reparării prejudiciului. Spre deosebire de acțiunile deja detaliate, acest din urmă tip de acțiune care poate fi formulată în dreptul francez vizează un soi de "aparare colectivă a unor interese individuale"¹⁶ mai degrabă decât apararea unui interes colectiv al consumatorilor. Reglementarea franceză a acestei proceduri a fost inspirată de așa-numitele *class actions* existente în dreptul american și care oferă judecătorului posibilitatea de a se pronunța într-un singur litigiu, la inițiativa unei asociații de consumatori, asupra unei pluralități de dispute intervenite între mai mulți consumatori și același profesionist, în baza unor acte de consum similare. Avantajul prezentat de o atare procedură (reglementată în Franța printr-o lege din 18 ianuarie 1992) constă în a permite consumatorilor care au înregistrat un prejudiciu prea modest încât să justifice un efort procesual singular să se grupeze pentru a mandata o asociație de consumatori să susțină în justiție pretențiile lor, fondate pe săvârșirea aceleiași fapte de către profesionistul pârât (i). Totodată, procedura evită obținerea unor decizii judecătorești dispersate și, poate, chiar contradictorii, în materia prejudiciilor generate de un fapt comun și care ar trebui judecate în același registru (ii). Nu în ultimul rând, varianta procesuală aici discutată favorizează rolul punitiv și disuasiv al unei hotărâri judecătorești de condamnare în dreptul consumului, întrucât permite, printr-un

singur gest judiciar, obligarea profesionistului la plata de daune-interese substantiale (însușind valoarea tuturor prejudiciilor cauzate consumatorilor implicați)¹⁷ cu reverberații economice și de imagine grave pentru pârât, în timp ce soluționarea individualizată a tuturor litigiilor fondate pe respectiva faptă nu numai că ar diminua impactul economic al rezolvării, dar ar presupune, în plus, o durată de timp mult mai mare (iii).

16. ¹⁵ De pilda, victimele aceluiași accident aviatic pot manda o asociație de consumatori să le sustină în instanță, într-un unic proces, interesele în raporturile cu compania aviatică, în vederea obținerii de despăgubiri, în temeiul neîndeplinirii obligației de securitate și în măsura în care condițiile acestui tip de răspundere sunt întrunite.

17. ¹⁶ Formularea aparține lui Y. Picod, H. Davo, *op. cit.*, p. 338.

18. ¹⁷ Care pot fi, în practică, de ordinul sutelor (precum în cazul accidentelor aviatică ori al consumului unui medicament cu defect, de exemplu).

Pentru a fi admisibilă, co-reprezentarea consumatorilor printr-o asociație de profil trebuie să se fondeze, în dreptul francez, pe următoarele premise:

(1) mandatul de reprezentare procesuală să emane de la *persoane fizice identificabile nominal* și care să fi suferit un prejudiciu în calitate de consumatori, astfel cum este această noțiune definită prin lege;

(2) prejudiciile individuale (materiale și / sau morale) să aibă o *origine comună*, cu antrenarea răspunderii - delictuale, contractuale ori extracontractuale - a aceluiași profesionist¹⁸

19. ¹⁸ De exemplu, prejudiciile cauzate de defectul din fabricație al aceluiași model de televizor, existent la data punerii bunului în circulație de către producător.

(3) mandatul de reprezentare procesuală a asociației de consumatori agreeate să fie unul individual (acordat de fiecare consumator în parte, dintre cei reprezentați) și îmbrace *forma scrisă*; este interzisă solicitarea unui atare mandat, de către asociația de consumatori, pe calea unui apel public televizat, radiofonic ori prin afișaj;

(4) mandatul individual de reprezentare trebuie să aibă un obiect determinat (expres enunțat în cuprinsul acestuia) și să confere asociației puterea de a îndeplini toate actele de procedură necesare soluționării litigiului (acțiunea putând fi introdusă, în dreptul francez, atât într-o instanță civilă, cât și într-una penală, prin constituirea ca parte civilă).

2.4. Cadrul organizatoric al asociațiilor de consumatori în dreptul român

Nimic din detaliile de procedură ori din atenția cu care autorizarea și funcționarea asociațiilor de consumatori sunt reglementate în dreptul francez nu se regăsește în dreptul autohton al consumului, ceea ce face ca precizarea Codului român al consumului, relativă la "grupul de persoane fizice constituite în asociații" ca subiect autonom de drept, să rămână din capul locului utopică. Sintagma citată nu revendică, în dreptul român, nimic: ea descrie, doar, un subiect de drept al consumului care principial nu există, întrucât legea nici nu trasează linii de demarcație între asociațiile de consumatori "reprezentative", având un anumit grad de legitimitate (supunându-le, eventual, unei proceduri prealabile de acord) - singurele cărora ar trebui să li se permită reprezentarea în justiție a intereselor consumatorilor - și asociațiile care nu sunt astfel (i), nici nu fixează cadrul procedural în interiorul căruia asemenea asociații și-ar putea finaliza menirea într-un litigiu concret: aceea de a susține interesele colective ori individuale ale consumatorilor (ii).

Ceea ce bruscheaza, însa, atentia analistului este faptul ca, în dreptul român, în materia constituirii si functionarii asociatiilor de consumatori sunt aplicabile în paralel, suprapunându-se partial, doua seturi de norme legale: (1) cele prevazute de Capitolul VI ("Asociatiile de consumatori") din Ordonanta Guvernului nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor¹⁹, cu modificarile aduse prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor; (2) cele continute de Capitolul IV din Codul consumului ("Organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor"). O dubla reglementare care evita, totusi, cu obstinatia identificarea de repere clare, concrete despre misiunea procesuala, într-un litigiu real, a asociatiilor de consumatori, în sustinerea intereselor colective ori individuale ale consumatorilor! În plus, însasi existenta a doua variante de reglementare legala, aflate în vigoare si aplicabile concomitent tradeaza cu asupra de masura superficialitatea legiuitorului român, în acest domeniu²⁰

20. ¹⁹ Republicata în M. Of. nr. 208 din 28 martie 2007.

21. ²⁰ Pentru ca imaginea deabusolata a legiuitorului autohton sa fie completa, este de remarcat faptul ca modificarea masiva, printr-un unic act normativ, a legislatiei consumului, produsa prin Legea nr. 363/2007, intervine asupra articolelor relative la asociatiile de consumatori continute de Capitolul VI din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificându-le si completându-le, dar lasa neatinse articolele similare din Codul consumului!

Constituirea asociatiilor de consumatori nu este reglementata prin reguli speciale, astfel încât vor fi aplicabile dispozitiile de drept comun, relative la constituirea persoanelor juridice de drept privat fara scop patrimonial, cuprinse în O.G. nr. 26 din 2000 cu privire la asociatii si fundatii²¹ Legiuitorul s-a multumit sa defineasca asociatiile de consumatori, în textul art. 30 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007, ca fiind "organizatii neguvernamentale, ca persoane juridice, conform legii si care, fara a urmari realizarea de profit pentru membrii lor, au ca unic scop apararea drepturilor si intereselor legitime ale membrilor lor sau ale consumatorilor, în general". Urmatoarele idei se cuvin a fi retinute, în urma lecturii acestui text legal: (1) în dreptul român, *cerinta scopului unic* - constând în protectia consumatorilor - înlatura, pentru asociatiile de profil, posibilitatea inserarii în statut a altor scopuri, inclusiv a celor accesorii; (2) similar situatiei din dreptul francez al consumului, nu este obligatoriu, în schimb, ca asociatia astfel constituita sa-si propuna doar ocrotirea intereselor propriilor membrii, aceasta putând reprezenta, inclusiv în instanta, si interesele altor consumatori decât membrii cotizanti (ori ale consumatorilor în general).

22. ²¹ Publicata în M. Of. nr. 39 din 31 ianuarie 2000. Pentru detalii în privinta fondarii persoanelor juridice de drept privat fara scop patrimonial, a se consulta S. Diaconescu, *Persoana juridica - subiect al raporturilor de drept civil*, în I. Reghini, S. Diaconescu, P. Vasilescu, *Introducere în dreptul civil*, editia a 2-a, Ed. Sfera juridica, Cluj-Napoca, 2008, p. 248 si urm., îndeosebi p. 270-272.

În afara acestor reguli, sunt aplicabile conditiile generale în materia constituirii asociatiilor fara scop lucrativ, astfel cum sunt acestea enuntate de dispozitiile O.G. nr. 26 din 2000 cu privire la asociatii si fundatii: (a) intentia de asociere a cel puțin trei persoane care, pe baza unei înțelegeri, vor sa puna în comun si fara drept de restituire contributia materiala, cunostintele sau aportul lor în munca (art. 4 din O.G. nr. 26/2000); (b) încheierea de catre asociati a actului constitutiv si a statutului asociatiei în forma autentica (art. 6, alin. 1 din O. G. nr. 26/2000)²²; (c) avizul dat de ministerul de resort sau de organul de

specialitate al administratiei publice centrale în a carui sfera de competenta își desfășoara activitatea asociatia care urmeaza a fi înfiintata (ANPC, în cazul asociatiilor de consumatori); (d) înscrierea în Registrul asociatiilor si fundatiilor, aflat la grefa judecatoriei în a carei circumscriptie se gaseste sediul asociatiei (art. 5 si 17 din O.G. nr. 26/2000) - cerinta solicitata pentru ca asociatiile fara scop patrimonial sa dobândeasca si calitatea de persoane juridice²³ În plus, potrivit art. 34 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007, "dupa constituire, asociatiile de consumatori vor solicita luarea lor în evidenta de catre organul administratiei publice pentru protectia consumatorilor de nivel central sau local, dupa caz" (ANPC, prin oficiile judetene).

23. ²²Actul constitutiv si statutul asociatiei vor avea cuprinsul prevazut de art. 6 alin. (2) si (3) din O.G. nr. 26/2000.

24. ²³A se consulta, în acest sens, S. Diaconescu, *cit. supra*, p. 270.

(a) Rolul de partener social al asociatiilor de consumatori

Alaturând o descriere rebarbativa a rolului teoretic al asociatiilor de consumatori si o prezentare aproape ipocrita a drepturilor (si obligatiilor) acestora în raport cu organismele statale de profil, Codul consumului retine, în Capitolul IV, despre "organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor" - cum sunt acestea numite - ca: "organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele constituite la nivel central si local, cu rol în domeniul protectiei consumatorilor, în care organele administratiei publice sunt reprezentate" (art. 29 din Codul consumului). Un text similar se regaseste în cuprinsul Capitolului VI ("Asociatiile de consumatori") al O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007. Spre deosebire de asociatiile care si-au propus, ca unic scop, apararea intereselor consumatorilor în general, cele care sunt constituite în scopul ocrotirii numai a intereselor membrilor lor "pot deveni parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele consultative cu rol în domeniul protectiei consumatorilor si în care organele administratiei publice sunt reprezentate numai daca au cel puțin 800 de membri" (art. 33 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007). O *conditie de reprezentativitate* - cea a unui numar minimal de membri (800) - este, deci, impusa, din unghiul recunoasterii rolului de partener social cu drept de reprezentare în consiliile consultative, pentru asociatiile de consumatori care si-au limitat prin statut activitatea la apararea intereselor membrilor lor.

Rolul de partener social este primul enuntat de catre textele legale aplicabile, desi acesta s-ar cuveni sa fie cel mai modest în economia activitatilor desfășurate de catre asociatiile de consumatori: dincolo de posibilitatea de a fi consultate de catre organele administratiei publice centrale sau locale, în ipotezele în care se discuta luarea anumitor masuri în materia protectiei consumatorilor, asociatiile de profil s-ar cuveni sa fie centrate pe reprezentarea în instanta a intereselor colective ale consumatorilor, îndeosebi din perspectiva usurarii poverii financiare pe care antamarea unui proces le-ar presupune pentru consumatorul izolat, de cele mai multe ori (nu din unghiul taxei de timbru, de care aceste actiuni sunt oricum scutite, ci din unghiul onorariilor de avocat, de pilda). Or, absentia unor texte legale care sa detalieze interventia procesuala a asociatiilor de consumatori (altele decât cele relative la asa-numitele "actiuni în încetarea unor practici ilicite") face ca "rolul de parteneri sociali cu drept de reprezentare în organismele constituite la nivel central si local" - ca rol-vedeta al

asociațiilor în cauza - să para a fi o divagație poetică, lansată de legiuitor ca surrogat pentru o misiune mult mai concretă și mai importantă.

(b) Cadrul de imparțialitate

Cadrul de imparțialitate al asociațiilor de consumatori este fragil și superficial "asigurat" prin dispoziții legale precum aceea că "personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor sau ale altor autorități, cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, nu au dreptul de a deține funcții în organele de conducere ale organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor" (art. 30 din Codul consumului); au articol cu un conținut similar se regăsește în cuprinsul Capitolului VI relativ la asociațiile de consumatori, din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, modificată prin Legea nr. 363/2007 (art. 35). Pe de altă parte, potrivit art. 33 din Codul consumului, "reprezentanții organizațiilor neguvernamentale ale consumatorilor nu au drept de control al agenților economici" (o dispoziție similară putând fi regăsită în art. 42 din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, modificată prin Legea nr. 363/2007).

O scurtă privire, din acest unghi, asupra reglementării criteriului de imparțialitate în dreptul francez: pentru însuși obținerea agrementului necesar constituirii valabile, unei asociații de consumatori i se solicită independența totală în raport cu orice formă de activitate profesională, în ideea evitării afilierii profesionale la grupuri economice de interes, care ar macula scopul protecției consumatorilor în raport cu profesioniștii industriei, comerțului și serviciilor²⁴. Or, o atare dispoziție legală lipsește în dreptul român! Desigur, este important că "personalul de conducere și salariații organelor de specialitate ale administrației publice, precum și ale serviciilor publice deconcentrate ale ministerelor și ale celorlalte organe de specialitate ale administrației publice centrale, cu atribuții pe linia protecției consumatorilor" (cum se exprimă legiuitorul, în textul art. 35 din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, modificată prin Legea nr. 363/2007) să nu aibă dreptul de a ocupa funcții în organele de conducere ale asociațiilor de consumatori. Numai că nu este suficient! Dacă personalul de conducere și salariații-cheie ai unui profesionist (persoană juridică ori fizică) din domeniul industriei, comerțului sau serviciilor pot deține funcții de conducere în cadrul unei asociații de consumatori, echilibrarea liniilor de forță între atare profesioniști și consumatori va fi, din capul locului, compromisă. În esență, mai degrabă decât contra unor asemenea strategii, de punere a activității asociațiilor de consumatori în slujba unor interese mercantile ascunse ar trebui protejate asociațiile în cauza - printr-o cerință de imparțialitate enunțată în cuprinsul legii - decât contra "personalului de conducere și salariaților organelor de specialitate ale administrației publice", aflați, prin ipoteză și cel puțin în teorie, în slujba cetățeanului, fie el și consumator.

25. ²⁴A se consulta, în acest sens, J. Calais-Auloy, Fr. Steinmetz, *loc. cit. supra*.

(c) Rolul consultativ al asociațiilor de consumatori

Rolul consultativ al asociațiilor de consumatori, în pofida implicațiilor sale reale mai mult decât modeste, este detaliat reglementat în art. 31 din Codul consumului, care precizează că "organizațiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi consultate de către autoritățile administrației publice cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, la elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția

consumatorilor, cu privire la: (a) cunoasterea cerintelor consumatorilor privind sortimentele si calitatea produselor si serviciilor; (b) formarea unei atitudini corecte a agentilor economici, angajati în producerea si comercializarea produselor si prestarea serviciilor, fata de calitatea acestora; (c) prevenirea practicilor comerciale abuzive si a publicitatii de natura a afecta drepturile si interesele legitime ale consumatorilor". Un text legal similar poate fi reperat în cuprinsul Capitolului VI ("Asociatiile de consumatori") din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007, unde art. 36 arata ca "asociatiile de consumatori sunt consultate de catre serviciile si organismele administratiei publice prevazute la art. 35, potrivit competentelor, la elaborarea dispozitiilor si procedurilor cu caracter general si a altor lucrari care au ca scop protectia consumatorilor (...)". Câteva observatii, pe marginea textelor legale citate:

(1) asociatiile de consumatori ar urma sa fie consultate de catre autoritatile administratiei publice cu atributii în domeniul protectiei consumatorilor, pentru "cunoasterea cerintelor consumatorilor privind sortimentele si calitatea produselor si serviciilor", dispozitie legala cel putin hilara, dat fiind faptul ca - oricât de frecvent si de asiduu ar fi consultate opiniile si preferintele consumatorilor în materie de varietate a sortimentelor de bunuri - nu este misiunea autoritatilor administratiei publice aceea de a propune agentilor economici multiplicarea sortimentelor de marfa comercializata, dupa cum aceasta nici nu se numara printre problemele reale cu care se confrunta consumatorii;

(2) mentiunea ca asociatiile de consumatori vor fi consultate de catre organismele administrative de profil în luarea deciziilor cu caracter general relevante - coroborata cu ideea precedenta, a dreptului asociatiilor de consumatori de a fi reprezentate în asemenea organisme - ar fi salutară, daca asemenea organisme administrative specializate ar exista, în dreptul român al consumului. Or, acestea nu exista! O scurta privire catre dreptul francez²⁵, unde asociatiile de consumatori sunt reprezentate în organisme precum: Institutul national al consumului (INC)²⁶ Consiliul National al Consumului (CNC)²⁷ Consiliul national al Alimentatiei (CNA)²⁸, Comisia clauzelor abuzive (CCA)²⁹, Comisia pentru securitatea consumatorilor (CSC)³⁰, Asociatia franceza de normalizare (AFNOR)³¹ Laboratorul national de testare (LNE)³², Comisiile departamentale pentru echipamente comerciale (CDEC)³³ Biroul de verificare a publicitatii (BVP)³⁴ s. a. Cum asemenea organisme nu au fost înfiintate în spatiul indigen, norma legala citata, care mentioneaza vocatia consultativa a asociatiilor de consumatori, debuseaza firesc în demagogie, camuflata stângaci de enuntarea "bunelor intentii" ale legiuitorului;

26. ²⁵ A se vedea, pentru dezvoltari, Y. Picod, H. Davo, *op. cit.*, p. 35 si urm.

27. ²⁶ Organism public francez cu competente în materie industrială si comercială, având personalitate juridică si bucurându-se de independenta financiară, al carui director este numit prin decret, în baza raportului Primului ministru si a ministrului consumului. INC este administrat de un consiliu format din 7 reprezentanti ai consumatorilor, doi reprezentanti alesi de catre salariatii si cinci persoane calificate. Misiunea sa este de a furniza asistenta tehnica asociatiilor de consumatori (i), de a grupa, produce analiza si difuza informatii, studii, anchete în domeniu (ii), de a antama actiuni de informare si educare a consumatorilor (iii).

28. ²⁷ Organism public având ca obiect de activitate concertarea intereselor colective ale consumatorilor si a intereselor reprezentantilor profesionistilor industriei, comerțului si serviciilor, pe de alta parte si coroborarea acestora cu politicile publice în materia protectiei consumatorilor. CNC este prezidat de ministrul francez al consumului si este compus dintr-un colegiu al consumatorilor si dintr-unul al profesionistilor industriei, comerțului si serviciilor.

29. ²⁸ Organism consultat în vederea adaptării consumului la cerințele nutriționale normale, precum și în probleme de securitate alimentară. Pe lângă reprezentanți ai patronatelor din industria alimentară și distribuția de profil, CNA mai cuprinde și 9 reprezentanți ai asociațiilor de consumatori.

30. ²⁹ Comisia franceză a clauzelor abuzive cuprinde 13 membri, numiți prin ordinul ministrului consumului, pentru un mandat de 3 ani: un magistrat președinte, doi magistrați, doi juristi specializați în dreptul contractelor, 4 reprezentanți ai profesioniștilor comerțului și serviciilor și 4 reprezentanți ai consumatorilor. Această comisie este consultată în cazul adoptării de texte legale incriminând anumite clauze ca fiind abuzive (i), în materia modelelor-tip de contracte propuse de diferite categorii de profesioniști consumatorilor (ii), cât și în cazul litigiilor concrete, în măsura în care instanța de judecată solicită un aviz consultativ în privința caracterului abuziv al unei clauze.

31. ³⁰ Comisie însărcinată cu strângerea de informații relative la pericolele prezentate de produsele sau serviciile defectuoase, în vederea informării publicului și a propunerii de măsuri pertinente. Trei membri ai asociațiilor de consumatori, alături de trei reprezentanți ai organizațiilor naționale ale profesioniștilor industriei, comerțului și serviciilor fac parte din această comisie.

32. ³¹ Organism al administrației centrale, subordonat ministrului industriei și însărcinat cu elaborarea normelor de fabricare și comercializare a produselor, în vederea prezervării securității consumatorilor. La elaborarea proiectelor de normalizare participă reprezentanți ai asociațiilor de consumatori, alături de cei ai patronatelor din industrie.

33. ³² LNE efectuează teste (inclusiv comparative), lucrări de cercetare, expertizare și control, în materie industrială și comercială, în vederea protejării și informării consumatorilor. Este administrat de un consiliu format din reprezentanții administrației publice, ai profesioniștilor industriei și comerțului și ai asociațiilor de consumatori.

34. ³³ În Franța, dincolo de o suprafață determinată, crearea și extinderea de magazine (spații comerciale mari) este supusă obținerii unei autorizații din partea CDEC. Comisia este prezidată de prefect (care nu are drept de vot), fiind alcătuită din primarul localității unde va fi implementată construcția, un consilier general, primarii celor mai populate două comune din apropiere, președintele camerei de comerț și industrie și un reprezentant al asociațiilor de consumatori.

35. ³⁴ BVP este un organism privat, în care consumatorii sunt reprezentați. Biroul este abilitat să întreprindă acțiuni (inclusiv în justiție), în vederea ocrotirii intereselor generale ale publicului, pentru promovarea unei publicități loiale, practicate în conformitate cu normele legale în vigoare relative la interzicerea publicității înșelătoare și a celei comparative ilicite.

(3) rolul consultativ al asociațiilor de consumatori ar urma să se materializeze inclusiv în "elaborarea dispozițiilor și procedurilor cu caracter general și a altor lucrări care au ca scop protecția consumatorilor", de către organele administrației publice cu competențe în materie (art. 31 din Codul consumului); efortul legiuitorului de a exorciza incertitudinea și imprecizia unei astfel de misiuni a asociațiilor de consumatori ar fi unul laudabil, dacă nu ar implica exprimări precum: "alte lucrări"! Sintagma este adăugată inutil, apelul la "dispozițiile și procedurile cu caracter general" fiind suficient;

(4) legea nu prevede procedura și maniera concretă în care obligația autorităților publice cu competențe în materia protecției consumatorilor, de a consulta asociațiile de profil, va putea fi efectiv executată, cu ocazia elaborării actelor normative în domeniu, de unde și inaplicabilitatea *de facto* a textului legal citat.

(d) "Drepturi și obligații". Rolul informativ al asociațiilor de consumatori

Potrivit art. 32 din Codul consumului, asociațiile de consumatori au următoarele drepturi și obligații:

"(a) de a fi sprijinite logistic de către organismele administrației publice centrale și locale, în vederea atingerii obiectivelor lor;

(b) de a primi sume de la bugetul de stat și de la bugetele locale;

(c) de a fi consultate, cu ocazia elaborării actelor normative, standardelor sau specificațiilor care definesc caracteristicile tehnice și calitative ale produselor și serviciilor destinate consumatorilor;

(d) de a solicita autorităților competente luarea de măsuri în vederea opririi producției sau retragerii de pe piață a produselor ori serviciilor care nu asigură nivelul calitativ prevăzut în documentele stabilite de lege sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor;

(e) de a propune agenților economici realizarea de produse și servicii în condiții speciale, în vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de vârstă a treia;

(f) de a solicita și de a obține informații asupra pretului și caracteristicilor calitative ale produselor sau serviciilor, de natură să ajute consumatorul la luarea unei decizii asupra achiziționării acestora;

(g) de a informa opinia publică, prin mass-media, asupra neconformității produselor și serviciilor existente pe piață, precum și asupra posibilelor consecințe vătămătoare dovedite ale acestora, pentru consumatori;

(h) de a introduce acțiuni în justiție pentru apărarea drepturilor și intereselor legitime ale consumatorilor".

O formulare similară are art. 37 din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, cu unica deosebire că, în varianta modificată prin Legea nr. 363/2007, litera (c) a acestui articol prevede dreptul (și obligația) asociațiilor de consumatori "de a informa autoritățile competente cu privire la prezenta pe piață a unor produse neconforme sau care pun în pericol viața, sănătatea ori securitatea consumatorilor, cu privire la clauze abuzive în contracte și practicile incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii". Câteva comentarii, pe marginea acestor texte legale:

(1) de la prima lectură, apare limpede că ceea ce legiuitorul enunță în articolele citate nu reprezintă "obligații" ale asociațiilor de consumatori (sau "drepturi și obligații"), ci numai *drepturi*, întrucât informarea autorităților competente asupra neconformității produselor, de pildă, nu poate fi înțeleasă ca obligație a asociațiilor de profil, acestea neavând atribuții de control al operatorilor economici (potrivit art. 33 din Codul consumului și potrivit art. 42 din O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, modificată prin Legea nr. 363/2007); o atare "obligație de informare" nu se instalează nici între asociație și membrii săi, unde statutul acesteia este aplicabil, iar nu dispozițiile O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor;

(2) cea mai importantă, în plan logistic, dintre amintitele dispoziții legale este, probabil, cea cuprinsă în art. 32 din Codul consumului, lit. (a), implicând dreptul asociațiilor de consumatori de a li se pune la dispoziție de către autoritățile publice, în funcție de posibilități, spații pentru sedii, în condițiile legii;

(3) cea mai hilară dintre dispozițiile legale aici dezbătute este, de departe, cea de la litera (e) a art. 32 din Codul consumului, vizând dreptul asociațiilor de consumatori "de a propune agenților economici realizarea de produse și servicii în condiții speciale, în vederea satisfacerii nevoilor consumatorilor cu handicap sau de vârstă a treia"; prevederea legală tradează reflexul legiuitorului de a vedea în asociațiile de consumatori un soi de centre de asistență a persoanelor cu nevoi speciale, astfel încât legiuitorul imprimă acestor asociații rolul de a milita, mai mult sau mai puțin discret, pe lângă operatorii economici - cu care asociațiile de consumatori, într-un drept al consumului evoluat, nici nu ar trebui

sa ia contact prea frecvent, excedând în mod limpede scopul lor statutar - si de a inculca profesionistilor industriei si comertului ideea fabricarii si comercializarii unor produse speciale; un exemplu ilustru de text legal inutil si ininteligibil;

(4) dreptul asociatiilor de consumatori de a introduce actiuni în justitie pentru apararea drepturilor si intereselor legitime ale consumatorilor - mentionat expres în textul art. 32 din Codul consumului, lit. (h) - nu este limitat la promovarea intereselor membrilor unei asociatii; asociatia de consumatori poate dobândi calitate procesuala activa, substituindu-se în proces unui reclamant-consumator al carui interes legitim a fost lezat, chiar daca acesta nu este membru al asociatiei, substituirea procesuala fiind admisa în scopul ocrotirii interesului colectiv al consumatorilor³⁵.

36. ³⁵A se consulta, pentru detalii în privinta substituirii procesuale amintite, G. Boroï, *Codul de procedura civila. Comentat si adnotat*, vol. I, Ed. All Beck, Bucuresti, 2001, p. 170 si urm.

O misiune la fel de importanta a asociatiilor de consumatori este aceea de a *informa* consumatorii si de a *le oferi consultanta*. Potrivit art. 38 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007, "centrele de consultanta si informare a consumatorilor pot fi organizate la nivel de birouri în structura organizatorica a asociatiilor de consumatori si desfasoara activitati gratuite în folosul acestora, constând în informatii, recomandari si consultanta privind problemele legate de achizitionarea unui produs sau serviciu"³⁶ Asemenea centre de informare si consultanta: (1) ca si Centrul European al Consumatorilor, de altfel, sunt finantate din sume primite de la bugetul de stat, prin intermediul Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor [art. 39, alin. (1) din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007]; (2) pot beneficia de asistenta de specialitate din partea personalului ANPC (art. 43 din O.G. nr. 21/1992 privind protectia consumatorilor, modificata prin Legea nr. 363/2007).

37. ³⁶În materie, sunt aplicabile anumite criterii de evaluare si selectare a asociatiilor de consumatori care pot înfiinta centre de consultanta si informare a consumatorilor, cum ar fi cerintele aprobate prin Ordinul nr. 256/2000 al Presedintelui Oficiului pentru Protectia Consumatorilor.

(e) Actiunile în încetarea practicilor comerciale ilicite

Singurul tip de actiuni speciale reglementate la dispozitia asociatiilor de consumatori, în dreptul român este reprezentat de asa-numitele "actiuni în încetarea practicilor comerciale ilicite"³⁷ introduse ca urmare a transpunerii în legislatia nationala a Directivei nr. 98/27/CE, prin Hotarârea Guvernului nr. 1553 din 2004 privind unele modalitati de încetare a practicilor ilicite în domeniul protectiei intereselor colective ale consumatorilor (în vigoare din 1 ianuarie 2007)³⁸ Scopul hotarârii de guvern mentionate, astfel cum este acesta enuntat de art. 1 din H.G. nr. 1553/2004, este acela de a asigura încetarea activitatilor si practicilor ilicite prevazute de actele normative cuprinse în anexa la aceasta hotarâre, în vederea cresterii gradului de protectie a intereselor colective ale consumatorilor. În esenta, mecanismul în baza caruia ar trebui sa functioneze aceasta procedura este urmatorul:

38. ³⁷În franceza, "actions en cessation en matiere de protection des intéréts des consommateurs".

39. ³⁸Modificata prin H.G. nr. 1822/2005 pentru abrogarea si completarea unor acte normative din domeniul protectiei consumatorilor si prin H.G. nr. 957/2008 pentru modificarea anexei la H.G. nr. 1553/2004 privind unele modalitati de încetare a practicilor ilicite în domeniul protectiei intereselor colective ale consumatorilor.

(1) identificarea de catre o asociatie de consumatori, ca prim pas, a încălcării (alegate) de catre un operator economic a normelor legale continute de cel puțin unul din actele normative mentionate în Anexa la H.G. nr. 1553/2004: (a) Legea nr. 148/2000 privind publicitatea³⁹; (b) Legea nr. 12/1990 privind protejarea populatiei împotriva unor activitati comerciale ilicite⁴⁰; (c) Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianti si consumatori⁴¹ (d) Legea nr. 365/2002 privind comertul electronic⁴²; (e) Legea nr. 504/2002 a audiovizualului; (f) O.U.G. nr. 152/1999 privind produsele medicamentoase de uz uman; (g) O.G. nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice⁴³ (h) O.G. nr. 130/2000 privind protectia consumatorilor la încheierea si executarea contractelor la distanta⁴⁴ (i) O.G. nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spatiilor comerciale⁴⁵; (j) Legea nr. 282/2004 privind protectia dobânditorilor cu privire la unele aspecte ale contractelor purtând asupra dobândirii unui drept de utilizare pe durata limitata a unor bunuri imobiliare; (k) Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor persoane fizice⁴⁶.

40. ³⁹Modificata prin Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelatoare si publicitatea comparativa, publicata în M. Of. nr. 559 din 24 iulie 2008.

41. ⁴⁰Modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 899 din 28 decembrie 2007.

42. ⁴¹Modificata prin Legea nr. 65/2002, publicata în M. Of. nr. 52 din 25 ianuarie 2002 si, ulterior, prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor.

43. ⁴²Republicata în M. Of. nr. 959 din 29 noiembrie 2006.

44. ⁴³Modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor.

45. ⁴⁴Aprobata cu modificari si completari prin Legea nr. 51/2003, modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor (A) si prin Ordonanta de urgenta a Guvernului nr. 174/2008 pentru modificarea si completarea unor acte normative privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 795 din 27 noiembrie 2008 (B).

46. ⁴⁵Publicata în M. Of. nr. 431 din 31 august 1999, aprobata cu modificari si completari prin Legea nr. 60/2002 si modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 899 din 28 decembrie 2007.

47. ⁴⁶Modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii si armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 899 din 28 decembrie 2007 (A) si prin Ordonanta de urgenta a Guvernului nr. 174/2008 pentru modificarea si completarea unor acte normative privind protectia consumatorilor, publicata în M. Of. nr. 795 din 27 noiembrie 2008 (B).

(2) promovarea în fata unei instante judecatoresti, de catre asociatia de consumatori, a unei actiuni în încetarea respectivei practici ilicite (i), pentru a obtine ocrotirea interesului colectiv al consumatorilor lezat prin acea practica (ii); în acceptiunea hotarârii de Guvern mentionate, *practica illicita* consta în "orice actiune sau inactiune prin care sunt încălcate dispozitiile actelor normative prevazute în anexa si care afecteaza interesele colective ale consumatorilor"; prin *interes colectiv* se înțelege, în acest registru, "scopul, a doi sau mai multi consumatori, care urmarestea recunoasterea unui drept prevazut de lege" (art. 2 din H.G. nr. 1553/2004).

Trecem peste exprimarea agramata a fauritorului hotarârii, "scopul (...) care urmareste" fiind o greseala de exprimare nescuzabila chiar si pentru un scolar începator. Remarcam, în schimb, faptul ca este suficienta comunitatea de scop pentru cel putin doi consumatori, pentru ca sa putem vorbi despre un "interes comun", putând fi reprezentat în fata instantelor de judecata de catre asociatia de consumatori. Din nefericire, din cuprinsul H.G. nr. 1553/2004 rezulta ca procedura de stopare a unei practici ilicite a fost gândita ca favorizând drept prima cale varianta *adresarii unei petitii*, de catre asociatia de consumatori, ca reprezentant al consumatorilor concreti, catre autoritatilor statale competente⁴⁷, urmând ca, daca acestea din urma vor constata încalcare dispozitiilor legale ale actelor normative cuprinse în anexa, sa dispuna masurile si sanctiunile contraventionale prevazute în respectivele reglementari legale⁴⁸. Or, a prevede, drept procedura-cheie, în materie, formularea unei petitii catre autoritatile statale competente tradeaza o viziune retrograda si usor ipocrita a legiuitorului român⁴⁹, care plaseaza asociatiile de consumatori în postura unor simpli petenti, în numele membrilor lor, în contextul în care asemenea sesizari puteau fi, oricum, facute si de catre consumatorii izolati. Evident ca asociatiilor nemulumite de rezolvarea data de autoritatile competente se vor putea adresa instantei de judecata, prin ceea ce am putea numi - pe suportul (mediocru, însa real) oferit de dispozitiile H.G. nr. 1553/2004 - *actiuni în încetarea practicilor ilicite*; mai mult, calea actiunii în justitie ramâne deschisa asociatiilor de consumatori, în asemenea ipoteze, chiar si atunci când nu au recurs, în prealabil, la procedura petitiei, întrucât liberul acces la justitie, garantat prin Constitutia României atât pentru consumatori ca indivizi izolati, cât si pentru asociatii, nu poate fi restrictionat prin parcurgerea unei proceduri administrative "obligatorii". Calea sesizarii reprezentantilor ministerelor ori ai altor organisme abilitate prin lege ar trebui înțeleasa ca reprezentând o maniera simplificata - pentru consumatorii reprezentati în asociatii - de a obtine încetarea unei practici comerciale ilicite, respectiv sanctionarea profesionistului vinovat cu amenda prevazuta de lege. Când însa fie asociatia ca reprezentanta a "interesului comun" al consumatorilor, fie un consumator concret au înregistrat prejudicii pe care intentioneaza sa si le recupereze, sesizarea autoritatilor statale competente - si chiar constatarea de catre acestea a contraventiei, cu aplicarea amenzii legale - este inutila din unghiul repararii prejudiciului individual, amenda intrând nu în patrimoniul creditorului obligatiei de reparare a pagubei, ci în vistieria Statului, de unde si caracterul inadecvat al remediului legal discutat.

48. ⁴⁷ ANPC; Consiliul concurentei, Ministerul Sanatatii; Consiliul National al Audiovizualului; Garda financiara; autoritatile publice locale; Ministerul Administratiei si Internelor; Ministerul Comunicatiilor; Autoritatea Nationala de reglementare în Comunicatii; Ministerul Transporturilor; Ministerul Turismului; Autoritatea Nationala pentru Turism; BNR; alte autoritati abilitate prin lege (art. 3, alin. (1) din H.G. nr. 1553/2004, în anexa). Petitia va fi solutionata potrivit dispozitiilor O.G. nr. 27 din 30 ianuarie 2002 privind reglementarea activitatii de solutionare a petitiilor, aprobata cu modificari si completari prin Legea nr. 233 din 23 aprilie 2002, publicata în M. Of. nr. 296 din 30 aprilie 2002 [art. 3, alin. (2) din H.G. nr. 1553/2004].

49. ⁴⁸ La rândul sau, nerespectarea masurilor dispuse de catre autoritatile competente se sanctioneaza conform dispozitiilor actelor normative care reglementeaza domeniul de activitate în care a intervenit practica ilicita [art. 3 alin. (3) din H.G. nr. 1553/2004].

50. ⁴⁹ Vizibil exagerata si discriminatorie este prevederea art. 6 alin. (1) din H.G. nr. 1553/2004, potrivit careia "o organizatie abilitata a unui Stat membru al Uniunii Europene, care reprezinta interesele colective ale consumatorilor lezate de catre un agent economic din România, înainte de a sesiza autoritatea competenta cu atributii în domeniul protectiei consumatorilor pentru dispunerea masurilor impuse în vederea stoparii practicii ilicite, se va adresa persoanei care se face vinovata de savârsirea faptei ilicite, precum si organizatiei abilitate din România, potrivit prezentei hotarâri,

pentru încetarea practicilor ilicite". Potrivit art. 6 alin. (2) din H.G. nr. 1553/2004, în ipoteza în care "practica ilicita nu încetează în termen de 14 zile calendaristice de la data la care s-a adresat persoanei care se face vinovata de savârșirea faptei ilicite", organizatia în cauza "se va adresa autoritatii competente cu atributii în domeniul protecției consumatorilor, stabilita prin actele normative prevazute în anexa". Trei scurte comentarii:

51. (1) exprimari ale legiuitorului precum aceea ca asociatia se va adresa "pentru dispunerea masurilor impuse" bruscheaza simtul lingvistic al oricarui cititor educat; la urma urmei, de ce nu s-ar adresa asociatia "pentru impunerea masurilor dispuse", iar nu pentru "dispunerea masurilor impuse"? Ambele formule violenteaza în chip explicit limba româna, fiind total inadecvate în cuprinsul unui act normativ;

52. (2) pe fond, însa, care ar fi ratiunea pentru care o asociatie de consumatori agreata într-un alt stat-membru al Uniunii Europene ar trebui, în asemenea cazuri - spre deosebire de o asociatie cu sediul în România - sa parcurga o procedura amiabila obligatorie, în doi pasi (adresându-se, mai întâi, profesionistului vinovat, apoi asociatiei române de consumatori), mai înainte de a sesiza cu o petitie autoritatile statale competente? Mai mult, asociatia straina va astepta, potrivit H.G. nr. 1553/2004, înca 14 zile pentru a se adresa autoritatii statale competente, aplicându-i-se un regim aproape imposibil de subordonat unor principii comune, incidente în cazul asociatiilor autohtone de consumatori. Combinarea legala a celor doua elemente (procedura amiabila prealabila si procedura petitiei administrative), în materia plângerilor formulate de catre asociatiile de consumatori dintr-un alt stat-membru al Uniunii, este una dintre cele mai vagi si mai bizare;

53. (3) faptul ca prin practica ilicita profesionistul a lezat un interes colectiv al consumatorilor dintr-un alt stat-membru ar trebui sa fie la fel de grav precum cel al încălcării unui interes colectiv al consumatorilor români, încât sa justifice *din start* sesizarea autoritatilor statale competente, a caror finantare din bugetul public are loc tocmai pentru stoparea unor atare practici si pentru constatarea unor asemenea contraventii! Ori procedura amiabila - a adresării catre autorul practicii ilicite, în vederea încetării acesteia - este considerata utila în evitarea litigiilor superflue, caz în care aceasta ar trebui impusa prin lege si asociatiilor române de consumatori; ori aceeași procedura amiabila este gândita ca fiind improprie, caz în care ea nu ar trebui solicitata nici asociatiilor de consumatori constituite într-un alt stat-membru al Uniunii Europene. Cât despre adresarea ultimelor, în prealabil, unei asociatii autohtone de profil, aceasta dispozitie a hotarârii de Guvern este ea însasi parodica, încât nu merita un comentariu suplimentar.

De altfel, dupa cum se mentioneaza în art. 7 din H.G. nr. 1553/2004, prevederile acestei hotarâri "nu îngrădesc dreptul consumatorilor de a formula plângeri si sesizari în apararea intereselor lor individuale si nici dreptul asociatiilor de protectie a consumatorilor de a actiona potrivit prevederilor legale în vigoare", astfel încât încălcarea de catre un profesionist a prevederilor actelor normative cuprinse în Anexa la H.G. nr. 1553/2004 poate atrage promovarea în justitie, de catre o asociatie de consumatori, a unei actiuni în încetarea practicii ilicite. Desi legiuitorul nu s-a preocupat de stabilirea elementelor esentiale ale unei atare proceduri, este de conchis ca daunele-interese care ar putea fi obtinute prin hotarârea judecatoreasca de admitere a actiunii vor intra, în principiu, în patrimoniul asociatiei de consumatori reclamante - în ipotezele în care aceasta, în baza dispozitiilor H.G. nr. 1553/2004, a actionat în vederea promovării unui *interes colectiv* al consumatorilor - sumele putând fi folosite pentru finantarea activitatilor sale viitoare de reprezentare a consumatorilor în instanta ori de educare si informare a acestora (A). Evident ca, daca asociatia a intervenit în proces pentru a sustine plângerea unui consumator individual - plângere fondata pe savârșirea unei practici ilicite care prezinta riscul de a leza în viitor si interesele altor consumatori - daunele-interese acordate de catre instanta vizeaza în primul rând acoperirea prejudiciului individual al reclamantului din actiunea principala (intrând în patrimoniul consumatorului concret, reclamant în respectiva actiune), putând fi dublate de daunele-interese acordate asociatiei interveniente, în masura în care aceasta a putut proba existenta unui prejudiciu constând în lezarea unui interes colectiv prin aceeași

practica ilicita (B). Acrosate pedepsei principale (condamnarea pârâtului la plata de daune-interese si/sau la încetarea practicii ilicite), anumite sanctiuni complementare pot fi si ele dispuse de catre instanta de judecata, astfel cum sunt acestea reglementate de dispozitiile actelor normative din Anexa la H.G. nr. 1553/2004: publicarea hotarârii judecatoresti de condamnare pe cheltuiala profesionistului pârât; publicarea unei declaratii rectificative s. a. (C).

III. Al doilea element al definitiei: scopul extraprofesional al consumului

Scopul extraprofesional al dobândirii / utilizarii bunului sau serviciului este marca sau reperul esential al ocrotirii furnizate de dreptul consumului. Consumatorul protejat este definit prin opozitie cu profesionistul, primul actionând pentru uzul sau personal sau familial. Elemente de deruta pot interveni însa pe urmatorul palier: chiar si atunci când contracteaza pentru consumul propriu, nu orice consumator este la fel de credul, neinforma, usor impresionabil ori incontinent ca un altul. Exista, asadar, consumatori avizati, si altii mai putin informati. *Prezumtia de ignoranta ori de fragilitate (inferioritate)* este una absoluta ori una relativa? Raspunsul final al doctrinei franceze⁵⁰ a fost în sensul recunoasterii unei prezumtii *absolute* de inferioritate a consumatorului - ca fundament al tehnicilor speciale de protectie învederate si utilizate în dreptul consumului. În prezent, aceasta ramura de drept functioneaza pe pilonul inferioritatii (informationale, economice, psihologice) a consumatorului - devenita regula de fond - o prezumtie relativa în materie fiind suspectata ca ar slabi eficacitatea "ordinii publice de protectie" astfel instituite: a permite profesionistului sa își justifice comportamentul incorect prin apel la gradul de avizare al unui consumator concret ori, mai grav, a solicita unui consumator sa dovedeasca faptul de a fi avut carente de informare ar duce la solutii riscante.

54. ⁵⁰A se vedea, de pilda, J.-P. Chazal, *Le consommateur existe-t-il?*, în Le Dalloz. Recueil, 1997, *Chronique*, p. 260.

În reglementarea anterioara⁵¹, consumatorul era definit drept persoana care "cumpara, dobândește, utilizeaza ori consuma bunuri sau servicii⁵²". Definitia legala anterioara era, fara îndoiala, stângace, fiind binevenita înlocuirea sintagmei mentionate cu expresia "persoana care actioneaza în scopuri din afara activitatii sale comerciale, industriale sau de productie, artizanale ori liberale". Astfel, daca atasarea la verbul "a cumpara" a lui "a utiliza" era de înteles - întrucât cei care utilizeaza bunurile si serviciile pot fi, în fapt, alte persoane decât cele legate printr-o relatie contractuala cu profesionistii comertului (membrii familiei cumparatorului, de exemplu) - în schimb, dublarea actiunii de "a dobândi" de verbul "a cumpara", în textul legal, era inutila, vânzarea-cumpararea fiind doar o specie de dobândire juridica a bunului (în plus, amintita conventie nu poate descrie contractarea unui serviciu). Tot astfel, plasarea termenului de "a consuma" în textul vechii definitii era o scapare din atentie a faptului ca - daca relatia contractuala exista între victima prejudiciului si profesionist - contractul "gestionat" de textul legal este cu necesitate unul "de consum"⁵³ (iar "izolarea" bunurilor consumabile ca obiect de contract, în corpul definitiei, ar fi fost nejustificata)⁵⁴.

55. ⁵¹ Este vorba despre punctul 13 din Anexa Codului consumului, adoptat prin Legea nr. 296 din 18 iunie 2004, mai înainte de modificarea acestuia prin Legea nr. 363/2007, la care am facut trimitere mai sus.

56. ⁵² Alaturarea celor doi termeni face apel la vocatia dreptului consumatiei de a se aplica atât situatiilor în care interesele consumatorului au fost lezate prin intermediul unui bun (a), cât si acelora în care nemulțumirea ultimului decurge din prestarea unui serviciu (b). Strict teoretic, toate bunurile - mobile si imobile, corporale si incorporeale -

pot face obiect al "consumatiei" în sens tehnic, domeniialitatea acesteia nesuprapunându-se lucrurilor consumabile din dreptul civil. Notiunea de *serviciu*, pe de alta parte, nedefinita de Codul civil, dar curenta în limbajul economic înglobează orice prestație apreciabilă (evaluabilă) în bani (cu excepția, firească, a prestației constând în livrarea unui bun). Literatura de specialitate obișnuiește gruparea serviciilor în trei categorii, toate acoperite de normele dreptului consumatiei (în raporturile dintre profesionist și consumatori): servicii de natură *materiale* (cum sunt, de exemplu, cele de curățenie, de reparații, de transport s. a.), cele de natură *financiară* (creditul, asigurările) și servicii de natură (preponderent) *intelectuale* (îngrijiri, tratamente și investigații medicale, consiliere juridică s. a.).

57. ⁵³Pentru sublinieri în privința absurdității - lingvistice și tehnice - a sintagmei "contracte de consum", ca și pentru învederarea ideii că așa-zisul contract de consumatie nu este altceva decât "o armatură normativă, care se va aplica *ope legis* unui contract concret", trimitem la P. Vasilescu, *Contractul de consumatie - reflectii asupra naturii sale juridice*, în *Curierul judiciar* nr. 10/2006.

58. ⁵⁴Ar fi fost suficientă - din unghiul vechii reglementări - definirea consumatorului ca persoana ce *își procura ori utilizează* bunuri și servicii. Categoria celor care *își procura* bunuri sau servicii ar urma să înglobeze persoanele tinute de un nex contractual direct cu profesionistul (printr-un așa-numit "contract de consum": vânzare, locațiune, antrepriza, împrumut, contract de asigurare, de transport s. a.), în vreme ce sfera *utilizatorilor* ar cuprinde, în context, consumatorii - terți la contractul de procurare a bunului / serviciului (membrii familiei și cunoscuții contractantului). Din unghiul acestei definiții, obligația de securitate (și răspunderea specială pentru produsele cu defecte) face figura aparte: aceasta se aplică și în raporturile cu "trecătorul inocent" - victima a defectului produsului (o persoană care nici nu contractează cu profesionistul, nici nu utilizează bunul ca tert la contract; un exemplu în acest sens este cazul trecătorului care este ranit de explozia unui aparat dintr-o vitrină, în timp ce se afla în fața acesteia).

IV. Ipoteza "scopului mixt": situația profesionistului care își procura un bun ori un serviciu în dublu scop (profesional și extraprofesional)

Dihotomia "consumator - profesionist" risca să plonjeze în absurd atunci când un profesionist - asadar, o persoană fizică ori juridică ce acționează în cadrul unei activități repetate (habituale) și organizate de producție / distribuție de bunuri ori de prestare a unui serviciu, inclusiv cel care practică o profesie liberală - încheie un contract cu un alt profesionist, în scopul de a-și procura un bun / un serviciu atât pentru uzul profesiei sale, cât și în vederea utilizării (parțiale a) acestuia pentru satisfacerea unui interes privat, al său ori al familiei sale. Să luăm drept exemplu cazul avocatului, al medicului ori al intermediarului profesionist de afaceri care cumpără un autoturism, în ideea că bunul îi va servi atât pentru deplasările în interes de serviciu, cât și pentru transportul familiei sale ori pentru efectuarea cumpărăturilor săptămânale la *mall*. Dacă bunul prezintă o carentă de conformitate ori un defect care îl face periculos - pentru a nu da decât două exemple - scopul (parțial) profesional al achiziției va obstacula posibilitatea celui în cauză de a invoca normele legale de protecție a consumatorului ori, dimpotrivă, remediilor de drept civil clasic li se vor adăuga - și aici - cele de drept consumerist?

Situațiile de acest gen sunt, în chip vizibil, unele intermediare: scopul profesional melanjat cu cel extraprofesional al contractării "maculează" - nu numai la prima vedere, ci și la nivelul rezolvării tehnice - soluția aplicării dreptului consumului. Dintr-un motiv lesne de înțeles: nu poți fi, în același timp, și consumator și profesionist în același contract, adică și ocrotit de normele speciale și exclus de la o atare protecție! Desigur, de cele mai multe ori problema devine una de tipul "profesionistul care acționează în afara specializării sale nu este oare un consumator (o "parte slabă") în acel contract?" Uneori, însă, viața juridică nu ne oferă situații "dintr-o bucată": să ne imaginăm cazul în care un *dealer* de autoturisme - asadar, un *specialist în domeniu* - cumpără el

Însusi un automobil în dublu scop, profesional și personal. Faptul ca el însusi este prezumat a fi la curent cu ultimele noutati în materie, cât și cu atributele tehnice ale bunului nu lamureste întrebarea de a ști dacă - în cazul în care automobilul nou cumparat a prezentat un viciu de fabricatie care a cauzat un accident, generând prejudicii fizice și morale cumparatorului și unui alt membru al familiei acestuia - profesionistul cumparator ar putea invoca împotriva vânzatorului raspunderea speciala consumerista pentru produsele cu defecte⁵⁵ ori nu.

59. ⁵⁵Reglementata prin Legea nr. 240/2004 privind raspunderea producatorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte (publicata în M. Of. nr. 552 din 22 iunie 2004), modificata prin Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comerciantilor în relatia cu consumatorii și armonizarea reglementarilor cu legislatia europeana privind protectia consumatorilor.

Obedienta vadita fata de claritatea solutiei a determinat unii autori sa opineze - în legatura cu situatii de genul celei descrise mai sus - ca, pentru evitarea oricaror incertitudini și pentru a usura misiunea judecatorului, calitatea de consumator ar trebui refuzata, din start, celui care contracteaza - chiar și partial - pentru uzul profesiei sale⁵⁶. Ceea ce ar semnifica, *per a contrario*, ca regulile protectoare s-ar aplica numai persoanelor fizice care urmaresc, la încheierea actului, un scop personal, extraprofesional în întregime.

60. ⁵⁶În acest sens, a se vedea G. Paisant, *Essai sur la notion de consommateur en droit positif*, în "a Semaine juridique 1993.I.3655.

În ceea ce ne priveste, întrucât - în afara argumentului de "claritate a rezolvării" - nu gasim niciun fel de merite solutiei astfel propuse și în lipsa altor rationi neechivoce pentru care cel care contracteaza "partial" în calitate de consumator sa fie exceptat de la protectia legala speciala, credem, dimpotriva - cu singura precautie ca reclamantul sa fie o persoana fizica și nu una morala - ca simplul fapt al existentei în interiorul a ceea ce se numeste "scopul contractului" a unor mobile extraprofesionale califica victima prejudiciului la aplicarea statutului de "consumator protejat". Este irelevant, astfel, ca - în procent de 75 % din timp - agentul imobiliar care a cumparat un autovehicul în dublu scop, familial și profesional, îl foloseste în interes de serviciu. Suferirea unui prejudiciu fizic, material sau moral în restul de 25 % din timp, cu ocazia transportarii copiilor sai spre scoala, de exemplu, din pricina unui defect de fabricatie ar trebui sa-i permita prevalarea de norme de dreptul consumului. În alti termeni, "scopul extraprofesional" urmarit la contractare nu ar trebui sa însemne "scop 100 % personal"! În caz contrar, riscam "sa izolam" asemenea situatii hibride și sa le refuzam o rezolvare pertinenta: la granita dintre dreptul consumului și dreptul civil ori comercial, aceste "cazuri - melanj" se cuvin mai degraba atrase sub "umbrela" protectiei consumeriste. Astfel, nu exista un procent "standard" dincolo de care, o data întrunit, suntem "consumatori"! Uzul ocazional al bunului / serviciului în calitate de consumator va atrage aplicarea normelor de dreptul consumului în raport cu întregul contract din care s-a nascut respectivul uz.

V. Observatii conclusive

Urmatoarele concluzii pot fi desprinse, pe baza observatiilor de mai sus:

(1) consacra prin lege, ca unic protejat în dreptul consumului, a *persoanei fizice*, cu excluderea explicita a celor juridice, elimina motivele de discordie doctrinara asupra aplicabilitatii, de *lege lata* cel puțin, a normelor consumeriste în favoarea persoanelor juridice (societati comerciale, de exemplu), ultimele ramânând în continuare ocrotite de norme de dreptul comercial, ale dreptului concurentei și ale dreptului civil;

(2) în pofida cadrului legislativ incomplet si neclar, cât si a frapantei carente de jurisprudenta autohtona în materie, asociatiile de consumatori sunt expres abilitate de textul Punctului 13 din Anexa Codului consumului sa invoce în instanta, în folosul consumatorilor individuali, normele legale aparținând dreptului consumului;

(3) singurul tip de actiuni speciale reglementate la dispozitia asociatiilor de consumatori, în dreptul român este reprezentat de asa-numitele "actiuni în încetarea practicilor comerciale ilicite", bazate pe identificarea de catre o asociatie de consumatori a încălcării (alegate) de catre un operator economic a normelor legale continute de cel puțin unul din actele normative mentionate în Anexa la H.G. nr. 1553/2004; strict teoretic, asociatiile de consumatori pot introduce în justitie si actiuni de drept comun, pentru angajarea raspunderii civile ori a celei speciale a profesionistilor comertului, numai ca absentia unor reguli procedurale si substantiale explicite în acest sens (care sa detalieze tipurile de actiuni practicabile) nu este de natura sa le faciliteze misiunea;

(4) potrivit art. 31 din Codul consumului, "organizatiile neguvernamentale ale consumatorilor pot fi consultate de catre autoritatile administratiei publice cu atributii în domeniul protectiei consumatorilor, la elaborarea dispozitiilor si procedurilor cu caracter general si a altor lucrari care au ca scop protectia consumatorilor"; legea nu prevede, însa, procedura si maniera concreta în care obligatia autoritatilor publice cu competente în materia protectiei consumatorilor, de a consulta asociatiile de profil, va putea fi efectiv executata, cu ocazia elaborarii actelor normative în domeniu, de unde si inaplicabilitatea *de facto* a textului legal citat;

(5) scopul extraprofesional al dobândirii / uzului bunurilor ori serviciilor ramâne un element indispensabil pentru departajarea categoriei "consumatorilor" ocrotiti prin dispozitiile legale speciale de cea a profesionistilor exclusi din sfera personala a unor atare reglementari legale;

(6) scopul mixt - profesional si personal - al achizitionarii bunului sau serviciului nu blocheaza, în principiu, posibilitatea invocării de catre persoana fizica a normelor legale aparținând dreptului consumului, fiind suficienta, în acest sens, existenta - la momentul încheierii contractului - a unor motive extraprofesionale, care califica victima prejudiciului pentru aplicarea statutului de "consumator protejat".

Publicat în "REVISTA PANDECTELE ROMÂNE" cu numarul 5 din data de 30 iunie 2009