

Accace România | Cum sa te asiguri ca ai o campanie de Black Friday conforma: Care este cadrul legal al soldarilor în România



Cu ocazia perioadei de Black Friday, [Accace România](#), una dintre principalele companii de consultanță de afaceri și externalizare servicii din Europa Centrala și de Est, aduce în atenție importanța cadrului legal care guvernează vânzarile la preț redus. Potrivit specialiștilor Accace, legislația privind comercializarea produselor și serviciilor de pe piața românească este extrem de relevantă și necesară pentru a proteja atât drepturile consumatorilor, cât și interesele operatorilor economici.

În România, comercializarea produselor și serviciilor de piață este reglementată de mai multe acte normative și este esențial ca magazinele și consumatorii să fie conștienți de acestea și să le respecte cu strictețe. Astfel, se creează un mediu de afaceri sanatos și echitabil, care aduce beneficii pentru toți actorii implicați.

Ce acte normative reglementează comercializarea produselor și serviciilor în România

Conform legislației române, consumatorii beneficiază de drepturi și protecții solide, reglementate de **Ordonanța 99/2000** privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, alături de **Hotărârea 947/2000** referitoare la modul de afișare a prețurilor pentru produsele disponibile spre vânzare.

Ordonanța 21/1992, privind protecția consumatorilor, reglementează drepturile acestora și promovează o piață corectă și echitabilă. **Ordinul 182/2023** a introdus obligația operatorilor economici de a furniza consumatorilor informații clare și neechivoce cu privire la prețul produselor, sporind transparența în tranzacțiile comerciale. În plus, **Hotărârea 700/2012** a reglementat organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, care joacă un rol crucial în protejarea intereselor acestora și monitorizarea respectării legilor de către toți operatorii economici.

Cum se realizează informarea corectă a consumatorilor

Conform **Ordonanței 21/1992**, magazinele sunt obligate să pună pe piață numai produse sau servicii care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, iar consumatorii au dreptul de a fi informați în mod complet și corect cu privire la acestea. Astfel, **informațiile despre produse sau servicii**, precum și **prețurile** acestora trebuie să fie afișate vizibil pe produs sau eticheta, pe ambalajul de vânzare și în cartea tehnică, precum și pe contract sau în instrucțiunile de folosire.

“Interpretând în mod integrat prevederile legale amintite, devine evident faptul ca toate companiile care comercializează produse sau servicii au obligația de a pune la dispoziția consumatorilor informații complete și corecte, asigurându-se ca aceștia pot lua decizii informate. Aceasta presupune ca produsele și serviciile să fie

conforme cu promisiunile create privind calitatea, descrierea, specificațiile tehnice și în special siguranța în utilizare. Este esențial ca toți consumatorii să ia la cunoștință aceste informații pentru a face alegeri sigure și asumate, în special în contextul evenimentului Black Friday, când se manifesta o tendință accentuată de a face achiziții multiple la prețuri reduse”, a declarat Silviu Constantin, Senior Associate Lawyer Accace România.

Ce tipuri de vânzări la preț redus există în România

Cadrul legal românesc clasifică **vânzările la preț redus într-o serie de categorii bine definite**. Acestea includ **vânzările de lichidare, de soldare și cele promoționale, vânzările efectuate în magazinele sau depozitele de fabrica și vânzările de produse destinate pentru nevoi ocazionale ale consumatorilor**. De asemenea, reglementările prevăd **vânzarea produselor care nu au fost comercializate în termen de 3 luni de la aprovizionare, vânzările accelerate** ale produselor cu risc de deteriorare rapidă, precum și vânzarea **produselor la prețuri aliniate cu cele practicate de alți comercianți** din același domeniu și vânzarea produselor ale caror **prețuri de reprovizionare au scăzut**. Aceste categorii oferă consumatorilor opțiuni multiple pentru achiziționarea de produse la prețuri avantajoase și în conformitate cu cerințele legale.

Cum funcționează lichidările de stoc

Vânzările de lichidare reprezintă o oportunitate pentru consumatori să beneficieze de produse la prețuri reduse, mai ales când vine vorba de **stocuri sezoniere**. Acest tip de vânzare implică reduceri de preț promovate ca „**lichidare**” și are ca scop accelerarea vânzării stocurilor de sezon din magazinele de retail. Stocurile sezoniere cuprind o gamă variată de produse, de la îmbracaminte și încălțăminte la cosmetice și multe altele.

Un aspect important al vânzărilor de lichidare este că pot avea loc **doar de două ori pe an**, fiind determinate de comerciant în perioadele: **15 ianuarie – 15 aprilie inclusiv**, pentru produsele de toamnă – iarnă și perioada **1 august – 31 octombrie inclusiv**, pentru produsele de primăvară – vară. Acestea au o durată maximă de **45 de zile fiecare**, cu condiția ca produsele să fie plătite furnizorilor **cu cel puțin 30 de zile înainte** de începerea vânzării. În plus, trebuie păstrate documentele justificative care atestă că stocul de produse propuse pentru vânzare a fost constituit cu cel puțin **15 zile înainte** de data începerii vânzării și achitat la timp.

Cum funcționează vânzările promoționale în funcție de perioade, preț și publicitate

Conform legislației, **vânzările promoționale** pot avea loc în orice perioadă a anului și se referă la produse disponibile sau reînnoite și la servicii vândute sau furnizate în mod regulat. Astfel, bunurile și serviciile trebuie să fie disponibile pentru vânzare pe **toată perioada de vânzare promoțională anunțată**, iar comerciantul va informa consumatorii că oferta este valabilă numai **în limita stocului disponibil**.

Pentru a asigura transparența și corectitudinea acestor vânzări, comercianții trebuie să prezinte o comparație în cifre între prețul redus și prețul de referință, care este cel mai mic preț practicat în același punct de vânzare în ultimele 30 de zile. Astfel, orice reclamă pentru o reducere de preț, indiferent de formă, modalitatea de publicitate și motivul reducerii, trebuie să fie adresată tuturor consumatorilor și trebuie să prezinte reducerea propriu-zisă, prin **indicarea acesteia în procente și afișarea noului preț lângă prețul anterior**.