

# Titlul I. Vânzarea între profesioniști și consumatori – vânzare de consum

## I. Trăsăturile caracteristice ale vânzării de consum

### 1. Un drept al consumației?

1. Dezvoltarea rapidă a societății de consum, progresul înregistrat pe plan tehnologic au determinat necesitatea în planul juridic a unor norme care să contureze o conduită a relațiilor contractuale în care s-a vorbit tot mai mult despre consum. Noțiunea de consumerism a devenit din ce în ce mai uzitată în plan global, unde s-a pus problema unor reguli de conduită a profesionistului în raporturile cu un profan. La nivel european, încă din anul 1960, noțiunea de „protecție a consumatorului” s-a dovedit din ce în ce mai necesară într-o intensă societate de consum precum cea contemporană. Astfel, la 6 martie 1962 a fost creată BEUC<sup>[1]</sup> de către o serie de organizații ale consumatorilor din state dezvoltate economic precum Belgia, Luxemburg, Franța, Olanda, Italia și Germania; această asociație europeană a fost prima organizație care a făcut lobby pentru a pune bazele unei legislații la nivel european în domeniul protecției consumatorului. Astăzi, politica de protecție a consumatorilor se găsește din ce în ce mai mult în centrul principalelor provocări cu care se confruntă cetățenii, economia și societățile. Complexitatea piețelor cu amănuntul crește rolul consumatorilor; datorită acestui lucru, consumatorii au acum puteri mai mari în ceea ce privește administrarea propriilor afaceri. În timp ce mulți dintre ei pot obține avantaje, cei mai vulnerabili sunt mai slab dotați, iar creșterea nivelului de consum al copiilor și îmbătrânirea populației duc la creșterea numărului de clienți mai vulnerabili. Cu toate acestea, nevoia de încredere din partea consumatorilor, care să stimuleze economia, nu a fost niciodată atât de mare. Piața internă deține potențialul de a fi, în termeni economici, cea mai mare piață cu amănuntul din lume.

---

[1] The European Consumer Organisation, Organizația Europeană a Consumatorului, cu sediul la Bruxelles.

Politica UE de protecție a consumatorilor este prin urmare esențială pentru a face față schimbărilor menționate. Ea poate aborda aceste probleme pe care persoanele particulare nu au mijloacele să le rezolve. Garantează securitatea produselor și serviciilor, precum și corectitudinea și transparența piețelor, astfel încât consumatorii să poată alege în cunoștință de cauză, iar comercianții necinstiți să fie excluși. Această politică poate oferi consumatorilor mijloacele necesare pentru a face alegeri raționale și pentru a-și asuma responsabilitatea promovării propriilor interese. Grație încrederii consumatorilor în funcționarea pieței interne, UE poate deveni o destinație fiabilă pentru comerțul electronic din restul lumii. Rolul UE în gestionarea acestor schimbări va continua să crească. Piața internă rămâne contextul fundamental pentru politica de protecție a consumatorilor. Această politică este de asemenea esențială pentru o funcționare mai bună a pieței interne. Extinderile din 2004 și 2007 ale pieței interne au adus cu sine noi provocări specifice. Dezvoltarea piețelor deschise și adoptarea normelor de protecție a consumatorilor fiind relativ recente în aceste state membre, drepturile și obligațiile prevăzute de politica UE de protecție a consumatorilor sunt mai puțin ancorate în comportamentul consumatorilor, al agențiilor de control și al întreprinderilor<sup>[1]</sup>. Având în vedere atât interesul, cât și profunzimea reglementării la nivel comunitar, credem că se poate vorbi de o nouă ramură a dreptului, ca drept autonom, distinct, un *drept al consumației*. Acest drept, privit comparativ cu dreptul civil în sens larg, a fost apreciat ca un drept excepțional, derogator, în care esența reglementării nu mai e nuanțarea aplicării dreptului comun, ci eliminarea intelectuală a acestuia și înlocuirea lui cu o altă logică normativă<sup>[2]</sup>. Rămânem la părerea că dreptul consumatorului nu este decât o ramură a dreptului privat, fundamentată pe principiile generale ale dreptului civil, cu norme speciale aplicabile raporturilor contractuale dintre comerciant și consumator, majoritatea imperative, pentru a-și putea atinge finalitatea.

**2. La nivelul Comunității Europene, protecția consumatorului dispune de o amplă reglementare în toate ramurile pieței de consum, începând cu Rezoluția Consiliului Europei din 14 aprilie 1975 pe un**

---

[1] Strategia UE pentru politica de protecție a consumatorilor 2007-2013, pe site-ul [http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons\\_policy/doc/cps\\_0713\\_ro.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/cps_0713_ro.pdf).

[2] A se vedea P. Vasilescu (coord.), *Consumerismul contractual: repere pentru o teorie generală a contractelor de consum*, Ed. Sfera Juridică, Cluj, 2006, p. 43-44.

program preliminar al CEE în domeniul protecției consumatorului și al politicii de informare și continuând cu Decizia Comisiei 2013/63/UE din 24 ianuarie 2013 de adoptare a unor orientări privind punerea în aplicare a condițiilor specifice pentru mențiunile de sănătate prevăzute la articolul 10 din Regulamentul (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului<sup>[1]</sup>. La nivel intern, necesitatea transpunerii directivelor comunitare în acest domeniu a condus la apariția mai multor acte normative care au conturat, începând cu anul 1992, un drept al consumului; în acest sens, O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor<sup>[2]</sup> a trasat pentru prima dată în dreptul nostru principiile pe care s-a clădit această ramură de drept; concepte precum dreptul la informare, consiliere, securitate, sunt importate și în dreptul nostru. Codul consumului<sup>[3]</sup>, independent de lacunele încă prezente în textul său, se constituie într-o etapă importantă în coagularea dreptului român al consumului și, în pofida opțiunii legiuitorului de a reglementa în afara acestuia o serie de aspecte decisive ale statutului juridic al consumatorilor, reprezintă primul reper legal substanțial la care practicianul recurge, în confruntarea cu situațiile concrete de lezare a drepturilor consumatorilor de către operatorii economici<sup>[4]</sup>.

## 2. Noțiunea de vânzare. Vânzarea – contract de consum

3. Vânzarea își găsește o amplă reglementare în noul Cod civil, destinată a reglementa atât raporturile juridice civile, cât și raporturile juridice născute între profesioniști. Potrivit art. 1650 alin. (1) NCC, vânzarea este un contract prin care o parte, numită vânzător, transmite sau se obligă să transmită celeilalte părți, numită cumpărător, dreptul de proprietate asupra unui bun pentru care cumpărătorul se obligă să plătească în schimb un preț. Potrivit alin. (2) din același articol, obiect al vânzării îl poate forma și un dezmembrământ al dreptului de proprietate, precum și orice alt drept. Dacă însă avem în vedere interpretarea extensivă dată noțiunii de bunuri mai ales pe plan internațional, unde a dobândit o sferă de aplicare autonomă, independentă în raport cu calificările formale ale drep-

---

[1] Publicată în JO L nr. 22L din 25 ianuarie 2013. A se vedea și site-ul <http://eur-lex.europa.eu/ro/legis/latest/chap152020.htm>.

[2] Republicată pentru a doua oară în M. Of. nr. 208 din 18 martie 2007.

[3] Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului a fost publicată inițial în M. Of. nr. 593 din 1 iulie 2004 și republicată în M. Of. nr. 224 din 24 martie 2008.

[4] A se vedea J. Goicovici, prefață la *Codul consumului și legile conexe*, Ed. C.H. Beck, București, 2011.

tului intern, putem spune că vânzarea are ca obiect „orice interes economic ce are o valoare patrimonială”<sup>[1]</sup>. Prin adoptarea unor norme speciale în domeniul protecției consumatorului care aduc în prim plan contractele încheiate cu acesta, putem vorbi despre o vânzare aparte de dreptul comun, și anume o vânzare de consum care împrumută atât trăsăturile caracteristice ale dreptului comun, fundamentându-se pe principiile generale, cât mai ales trăsăturile caracteristice ale contractului de consum, înțelegând prin acesta din urmă contractul prin care consumatorul dobândește produsul sau serviciul oferit de către profesionistul care acționează în sfera sa de activitate. Nu putem pune semnul egalității între vânzarea de consum și contractul de consum, însă de cele mai multe ori contractul de consum este juridic o vânzare. Poate fi și un contract cu titlu gratuit, căci nenumărate sunt căile comerciantului în activitatea sa. Cum vânzarea constituie de cele mai multe ori mijlocul contractual prin care bunul/serviciul ajunge la consumator, lucrarea își propune o analiză juridică a vânzării ca și contract de consum.

### 3. Reglementare legală

4. Cum aminteam anterior, vânzarea între profesioniști și consumatori este reglementată în legislația din domeniul consumerismului. Fără a putea preciza toate actele edictate în domeniu, enumerăm cu caracter exemplificativ pe cele edificatoare, urmând ca pe parcursul studiului, să facem referire și la celelalte: O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, O.G. nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale<sup>[2]</sup>, O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață<sup>[3]</sup>, Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între profesioniști și consumatori<sup>[4]</sup>, O.G. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță<sup>[5]</sup>, Legea nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte<sup>[6]</sup>, Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a pro-

---

[1] A se vedea J.F. Renucci, *Tratat de drept european al drepturilor omului*, Ed. Hamangiu, București, 2009, p. 560.

[2] Republicată în M. Of. nr. 168 din 5 martie 2008.

[3] Republicată în M. Of. nr. 603 din 31 august 2007.

[4] Republicată pentru a treia oară în M. Of. nr. 543 din 3 august 2012.

[5] Republicată în M. Of. nr. 177 din 7 martie 2008.

[6] Republicată în M. Of. nr. 313 din 22 aprilie 2008.

duselor<sup>[1]</sup> etc. În măsura în care aceste dispoziții speciale nu sunt îndestulătoare, pentru a oferi suport raporturilor juridice născute din încheierea unor asemenea contracte, trimiterea se va face către noul Cod civil, în vederea aplicării principiilor generale, aceleași atât pentru vânzările între neprofesioniști, cât și pentru vânzările între profesioniști sau între un profesionist și un profan.

#### 4. Noțiunea de consumator

5. O definiție a acestei noțiuni o întâlnim în mai multe acte normative, Codul consumului preluând definiția dată de art. 2 pct. 2 din O.G. nr. 21/1992, act normativ care la rândul său preia noțiunea din directiva comunitară. Consumator este așadar „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”<sup>[2]</sup>. În înțelesul art. 4 lit. a) din O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață, consumator este „orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care cumpără, dobândește, utilizează sau consumă produse sau servicii în afara activității profesionale”. În accepțiunea O.U.G. nr. 50/2010 privind contractele de credit pentru consumatori<sup>[3]</sup>, potrivit art. 7 pct. 1, consumatorul este numai persoana fizică „ce acționează în scopuri care se află în afara activității sale comerciale sau profesionale”. Se observă că fondul definițiilor este același, însă adaptat obiectului reglementat de actul normativ.

*a. Consumator este numai o persoană fizică.* Concluzia desprinsă din definiție este că numai o persoană fizică (sau grup de persoane fizice constituite în asociații) poate avea calitatea de consumator. Apare astfel inexplicabilă soluția de a oferi protecție numai persoanei fizice nu și celei juridice care acționează în afara ariei sale profesionale. Când persoana juridică acționează în afara obiectului său de activitate, se situează pe aceeași poziție inferioară precum persoana fizică și rațiunea pentru care s-a impus o legislație protectivă față de persoana fizică – consumator se regăsește și în cazul persoanei juridice profane. O astfel de viziune adoptată la nivel comu-

---

[1] Republicată în M. Of. nr. 360 din 9 mai 2008.

[2] În fond, definiția consumatorului este aceeași și în art. 2 alin. (1) lit. b) din O.G. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță.

[3] Publicată în M. Of. nr. 389 din 11 iunie 2010.

nitare, ce exclude protecția persoanei juridice, s-a fundamentat pe ideea de protecție a demnității umane, considerându-se că lărgirea ariei de protecție și la persoana juridică ar reduce eficacitatea normei de protecție<sup>[1]</sup>. Cu toate acestea, jurisprudența franceză cunoaște cazuri de aplicare a normelor de protecție și pentru persoana morală. Practica noastră a oferit soluții de respingere a cererii persoanei juridice care a invocat protecția specială din domeniul consumatorului, întemeiate pe lipsa calității de consumator a persoanei morale<sup>[2]</sup>; pentru un asemenea raport juridic, persoana morală beneficiară a unui produs sau serviciu comercializat pentru consum are la dispoziție numai dreptul comun, temeiul răspunderii putând fi, după caz, unul contractual sau delictual, fiind exclusă de la beneficiul conferit consumatorului.

Calitatea de consumator trebuie să existe la momentul încheierii contractului de consum. Dacă individul contractează în această calitate și ulterior constituie o persoană juridică sau desfășoară orice altă activitate profesională, nu pierde calitatea de consumator avută în momentul contractării. Problema se pune diferit în cazul în care produsul/serviciul este dobândit de un profesionist și, ulterior, ajunge în utilizarea/consumul în scop personal al unei persoane fizice căreia îi și provoacă un prejudiciu. Normele protecționiste devin aplicabile, însă nu raportului încheiat între cei doi profesioniști pentru dobândirea bunului/serviciului, ci individului prejudiciat, în calitate de consumator care a consumat/utilizat bunul sau serviciul.

Consumator poate fi de asemenea și un grup de persoane constituite în asociații, însă nu orice fel de asociație, așa cum s-ar înțelege din formularea normei, ci numai asociațiile de consumatori constituite potrivit art. 30 și urm. din O.G. nr. 21/1992. Asociațiile de consumatori sunt considerate organizații neguvernamentale și sunt constituite ca persoane juridice potrivit legii, având drept scop apărarea drepturilor și intereselor legitime ale membrilor lor sau ale consumatorilor în general, fără a urmări realizarea de profit pentru membrii lor.

---

[1] A se vedea M.-T. Feydeau, *La notion du consommateur: l'état de la jurisprudence*, în *L'Hebdomadaire de l'Institut National de la Consommation – Consommateurs Actualité*, nr. 1015/21 martie 1997, p. 13-38.

[2] A se vedea I.C.C.J., s. com., dec. nr. 192 din 19 ianuarie 2011; I.C.C.J., s. civ., dec. nr. 1222 din 7 martie 2012, [www.scj.ro](http://www.scj.ro); C.A. București, s. a V-a com., dec. nr. 153 din 19 martie 2009, *apud* C.-D. Enache, *Clauze abuzive în contractele încheiate între profesioniști și consumatori*, Ed. Hamangiu, București, 2012, p. 14, nr. 2.

*b. Consumatorul acționează în afara ariei sale profesionale.* Pentru a avea calitatea de consumator, este obligatoriu ca persoana fizică să acționeze în afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, cu alte cuvinte în afara activității sale profesionale. Dacă dobândește bunul sau serviciul în scopul exercitării activității sale profesionale, pierde calitatea de consumator și raportul juridic se va situa pe tărâmul dreptului comun. Nu interesează obiectul activității sale profesionale, ci ca bunul sau serviciul achiziționat să nu servească realizării activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, deci consumul sau utilizarea să se facă în afara activității sale profesionale. Dacă însă persoana fizică desfășoară o activitate profesională, însă dobândește un bun sau un serviciu ce depășește ariea sa profesională, ea se va situa pe aceeași poziție ca și persoana juridică ce acționează în afara ariei sale de activitate, însă, spre deosebire de aceasta din urmă, se bucură de protecția normei consumeriste. Putem conchide afirmând că bunul sau serviciul dobândit de persoana fizică trebuie utilizat în scop personal.

Cât privește raportul contractual, consumatorul poate fi atât cel care dobândește bunul sau serviciul ca parte contractantă, cât și cel care doar consumă bunul, fără a fi fost parte în contractul de dobândire (spre exemplu membrii familiei). Fiind destinatarul produsului sau serviciului oferit, întotdeauna consumatorul va avea poziția cumpărătorului, a dobânditorului, neputându-se situa pe poziția vânzătorului; în cazul în care o persoană fizică oferă un bun sau un serviciu în cadrul activității sale profesionale, devine operator economic, profesionist debitor sau nu al obligațiilor specifice consumerismului, după cum încheie contractul cu o persoană fizică ce acționează în scop profesional/personal; dacă vânzarea bunului sau a serviciului se realizează de o persoană fizică izolat, fără continuitate și deci fără caracter profesional, raportul juridic este unul de drept comun, supus dispozițiilor Codului civil, chiar dacă aceasta se realizează către un dobânditor – persoană fizică pentru a fi utilizat în scop personal.

*c. Consumatorul este persoana care „cumpără, dobândește, utilizează sau consumă”.* Dacă am avea în vedere definiția consumatorului din Codul consumului, coroborată cu obiectul de reglementare stipulat în art. 1, consumatorul este persoana fizică care achiziționează produse sau servicii, inclusiv financiare, în scopuri din afara activității sale profesionale; dacă avem în vedere definiția dată de

art. 4 lit. a) din O.G. nr. 99/2000, consumator este cel care cumpără sau dobândește în orice mod un produs sau serviciu, dar și cel care utilizează sau consumă un produs sau serviciu. Din punct de vedere juridic, intenția legiitorului a fost de a supune reglementării orice fel de apropiere indiferent de natura convenției prin care consumatorul ajunge să folosească bunul/serviciul (vânzare, împrumut, antrepriză), intenție exprimată într-un mod nefericit, întrucât exclude alte convenții care permit consumatorului utilizarea bunului fără să-l dobândească în proprietate (locațiune, comodat etc.); consumator este atât individul care contractează cu profesionistul și dobândește fie folosința bunului, fie proprietatea asupra acestuia, precum și cel care utilizează sau consumă produsul/serviciul fără să fi fost parte în contractul încheiat cu profesionistul. Întrucât, de cele mai multe ori, convenția prin care se comercializează bunuri pentru consumator este vânzarea, prezentul studiu își propune o analiză juridică a contractului de vânzare ca și contract de consum.

## **5. Partenerul contractual este un profesionist care acționează în cadrul activității sale**

6. Numai dacă persoana fizică achiziționează produsul/serviciul de la un profesionist, se poate vorbi de un contract de consum și de aplicarea normelor speciale. Dacă acel contract se încheie între doi profani, el nu mai este unul de consum și cumpărătorul/dobânditorul nu poate fi calificat drept consumator, normele de conduită aplicabile fiind cele din dreptul comun. De asemenea, pentru a fi în prezența unui contract de consum, comerciantul trebuie să acționeze în scopul comercializării produsului sau serviciului respectiv și nu în afara acestei activități; este necesar astfel ca partenerul contractual al consumatorului, respectiv vânzătorul – persoană fizică sau juridică, să fie un profesionist care acționează în cadrul activității sale comerciale, industriale sau de producție, artisanale ori liberale, precum și orice altă persoană care acționează în același scop, în numele și pe seama acesteia, nefiind suficientă numai calificarea cumpărătorului ca profesionist. Dacă profesionistul înstrăinează un bun care excede obiectului său de activitate (spre exemplu o fabrică ce produce și comercializează zahăr înstrăinează construcția în care și-a desfășurat activitatea), un asemenea contract nu mai este unul de consum și dispozițiile din domeniul protecției consumatorului nu sunt aplicabile.



7. Termenul de „comerciant” uzitat de legislația privind protecția consumatorilor pentru a desemna „persoana fizică sau juridică autorizată să desfășoare activitatea de comercializare a produselor și serviciilor de piață”<sup>[1]</sup>, a fost înlocuit cu termenul de „profesionist”, conform art. 6 alin. (3) din Legea nr. 71/2011 pentru punerea în aplicare a Legii nr. 287/2009 privind Codul civil<sup>[2]</sup>. Deși în mod curent se face referire la comerciant, Codul consumului, ca și O.G. nr. 21/1992 reglementează raporturile juridice născute între *orice operator economic* și consumator, raportul dintre comerciant și operatorul economic fiind unul ca de la parte la întreg, prin operator economic înțelegându-se din economia dispozițiilor speciale „persoana fizică sau juridică, autorizată, care în cadrul activității sale profesionale fabrică, importă, depozitează, transportă sau comercializează produse ori părți din acestea sau prestează servicii”<sup>[3]</sup>. Este așadar operator economic nu numai comerciantul, dar și producătorul, importatorul, distribuitorul.

Cât privește noțiunea de „profesionist”, acest concept a fost introdus în legislația noastră prin noul Cod civil (denumit în continuare NCC), intrat în vigoare la 1 octombrie 2011, fiind definit prin art. 3 NCC, coroborat cu art. 6 alin. (3) și art. 8 alin. (1) din Legea nr. 71/2011. Potrivit art. 3 alin. (2) și (3) NCC, sunt considerați profesioniști toți cei care exploatează o întreprindere, iar exploatarea unei întreprinderi reprezintă exercitarea sistematică de către una sau mai multe persoane a unei activități organizate ce constă în producerea, administrarea ori înstrăinarea de bunuri sau în prestarea de servicii, indiferent dacă are sau nu scop lucrativ; noțiunea de profesionist include, în sensul art. 8 alin. (1) din Legea nr. 71/2011, categoriile de comerciant, întreprinzător, operator economic, precum și orice alte persoane autorizate să desfășoare activități economice sau profesionale.

## 6. Bunurile ce pot forma obiectul vânzării de consum

8. *Produsele*. Un contract de consum are ca obiect comercializarea de produse și servicii către consumatori. Prin produs, în sensul pct. 29 din anexa de definiții a Codului consumului se înțelege orice bun material a cărui destinație finală este consumul sau utili-

---

[1] În acest sens, pct. 7 din anexa la Codul consumului.

[2] Publicată în M. Of. nr. 409 din 10 iunie 2011.

[3] În acest sens, pct. 1 din anexa la Codul consumului și art. 2 pct. 3 din O.G. nr. 21/1992.

zarea individuală ori colectivă; concluzia care reiese din definiție este că produsul poate fi orice bun mobil corporal consumptibil și neconsumptibil. Se pune întrebarea dacă și bunurile imobile, terenuri sau construcții, pot forma obiect al contractelor de consumație. Spre exemplu, edificarea și/sau vânzarea/închirierea unor case de locuit de către un profesionist către persoane fizice va supune contractul de vânzare numai dreptului comun sau și normelor imperative din domeniul legilor consumului? Răspunsul ar trebui oferit pornind de la elementele în funcție de care cumpărătorul este sau nu calificat drept un consumator. Opinăm în sensul că și aceste contracte pot fi veritabile contracte de consum, supuse dispozițiilor speciale, astfel că și bunurile imobile pot forma în mod valabil obiect derivat al acestor contracte.

Bunul – produs poate fi nou, folosit sau recondiționat; un bun nou este un bun ce nu a fost niciodată folosit, destinat utilizării pentru prima dată; produsul folosit este un produs care a mai fost utilizat anterior de un alt consumator, ulterior reparat și testat anterior vânzării astfel încât să întrunească aceleași calități tehnice și funcționale precum un produs similar nou sau recondiționat. Produsul folosit trebuie să fie un produs sigur, care, folosit în condiții normale sau previzibile, nu prezintă riscuri sau prezintă riscuri minime, ținând seama de întrebuințarea acestuia<sup>[1]</sup>. Spre deosebire de produsul folosit, bunul recondiționat este un produs nou cu ambalaj deteriorat, cu aspect fizic exterior necorespunzător, mici defecte de fabricație, care însă este supus remedierii și adus la parametri tehnici de funcționare inițiali. De menționat că sunt produse și energia termică, electrică, apa și gazele livrate pentru consumul individual.

**9. Serviciile.** O definiție o întâlnim în mai multe acte normative: serviciul este o activitate, efectuarea oricărei prestații evaluabile în bani, alta decât cea din care rezultă bunuri, efectuată în scopul satisfacerii unor necesități ale consumatorilor. În funcție de domeniul de activitate, putem vorbi de serviciu financiar<sup>[2]</sup>, serviciu de alimentație publică<sup>[3]</sup>, serviciu de piață<sup>[1]</sup>. În literatura de specia-

---

[1] În acest sens, pct. 37 din anexa de definiții a Codului consumului.

[2] Potrivit pct. 43 din anexa de definiții a Codului consumului, serviciile financiare sunt „servicii de natură bancară, credite, asigurări, pensii private, investiții sau plăți”.

[3] Potrivit pct. 42 din anexa de definiții a Codului consumului, serviciile de alimentație publică constau în „activitatea de pregătire, preparare, prezentare și