

Закон О внутренней торговле

Глава I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Цель и задачи закона

(1) Целью настоящего закона является создание соответствующей правовой основы для осуществления торговой деятельности посредством развития сети распределения товаров и коммерческих услуг в условиях свободной конкуренции, защиты жизни, здоровья, безопасности и экономических интересов потребителей.

(2) Настоящий закон определяет общие принципы осуществления торговой деятельности на территории Республики Молдова.

(3) Настоящий закон предусматривает выполнение следующих задач:

- a) стимулирование деятельности по реализации товаров и услуг;
- b) поощрение свободной инициативы, обеспечение лояльной конкуренции и свободного движения товаров и коммерческих услуг;
- c) максимальное удовлетворение потребностей потребителей в различных товарах и услугах, обеспечение пищевой и потребительской безопасности;
- d) поощрение развития малых и средних предприятий;
- e) совершенствование институциональной базы по регулированию торговой деятельности;
- f) создание механизма взаимодействия между органами центрального и местного публичного управления в сфере торговли;
- g) модернизация и развитие форм распределения товаров и оказания коммерческих услуг;
- h) упрощение процедуры начала торговой деятельности;
- i) координация функций государственных учреждений, уполномоченных осуществлять надзор в сфере торговли.

Статья 1-1. Основные принципы торговой деятельности

Основные принципы регулирования и осуществления внутренней торговой деятельности – принципы, применимые к осуществлению предпринимательской

деятельности, а именно:

а) равноправие и равенство законных интересов всех физических и юридических лиц, занимающихся торговой деятельностью;

б) прозрачность и предсказуемость начала, осуществления и/или прекращения торговой деятельности. Двусмысленные моменты, возникающие при применении настоящего закона в процессе начала, осуществления и ликвидации торговой деятельности, должны толковаться в пользу подателя/коммерсанта;

с) прозрачность принятия решений в области регулирования торговой деятельности;

д) материальное и процессуальное регулирование посредством законов условий начала, изменения и прекращения торговой деятельности;

е) декларирование подателем под собственную ответственность соблюдения условий, предусмотренных настоящим законом и применимой нормативной базой;

ф) одобрение по умолчанию, в случае превышения органом местного публичного управления установленного законом срока для выдачи справок, схемы размещения или других документов, сопутствующих процедуре уведомления;

г) справедливость (пропорциональность) интересов общества и коммерсантов, а также отношений государства и предпринимателя. Деятельность органа местного публичного управления или другого учреждения, наделенного законом функциями регулирования и контроля в отношении с коммерсантом, должна быть соразмерна обеспечению интересов общества и защите прав коммерсантов. Органы публичного управления не должны предпринимать действий, превышающих потребности достижения целей общества;

h) использование единого окна - органы-эмитенты в сотрудничестве с другими органами с государственными или связанными с ними функциями обязаны взаимодействовать в рамках единого окна в целях минимизации затрат и усилий коммерсантов при начале, осуществлении и прекращении деятельности;

і) реализация ассортимента товаров, соответствующего типу торговой единицы;

ј) управление товарными запасами и предоставление дополнительных услуг с точки зрения обеспечения экономической эффективности;

к) знание форм и методов реализации товаров согласно специализации торговой единицы;

l) обеспечение условий управления, хранения, прослеживаемости и безвредности, характерных для продукции или услуг, согласно законодательству;

m) соблюдение законных требований к осуществлению торговой деятельности на добровольной основе, в том числе посредством декларирования под собственную ответственность.

Статья 2. Сфера регулирования

(1) Настоящий закон регулирует деятельность в области внутренней торговли, устанавливает основные требования к осуществлению данной деятельности, формы ее осуществления и полномочия центральных отраслевых органов публичного управления и органов местного публичного управления в сфере торговли.

(2) Для целей настоящего закона виды деятельности по торговле продовольственными и непродовольственными товарами и предоставлению услуг определены согласно Классификатору видов экономической деятельности Молдовы (КЭДМ) и представлены в приложении 1.

Статья 3. Понятия

В целях настоящего закона используемые понятия означают следующее:

торговая деятельность – деятельность коммерсанта на основе одной или нескольких форм торговли, осуществляемых отдельно или комбинированно путем участия в торговом обороте посредством торговых единиц, в том числе путем предоставления дополнительных коммерческих услуг;

ампласамент – площадь земельного участка или площадь в определенном помещении/сооружении/строении, предназначенная для осуществления торговой деятельности посредством одной или нескольких мелкорозничных торговых единиц;

торговый оборот (рынок товаров и услуг) – регулируемая правовыми нормами система общественных отношений, образующихся в процессе предоставления коммерческих услуг, выполнения работ, подготовки к продаже, продажи/приобретения товаров или услуг, имущественного найма или других действий, связанных с доставкой имущества (продукции, товара) или услуги потребителю, возникающих между субъектами коммерческих отношений;

коммерсант – лицо, осуществляющее торговую деятельность в одной из организационно-правовых форм предпринимательской деятельности или в иной

форме торговой деятельности, предусмотренной законом;

мелкорозничная торговля – деятельность по розничной торговле, выполняемая через мелкорозничные торговые единицы;

торговля cash and carry – форма торговли, осуществляемая через стационарные торговые единицы и сочетающая оптовую и розничную торговлю;

розничная торговля – форма торговли, при которой товары продаются напрямую потребителям для конечного потребления, за исключением прямо предусмотренных законом случаев;

оптовая торговля – форма торговли, осуществляемая через стационарные торговые единицы, в которых товары реализуются главным образом для их розничной перепродажи или использования в производстве, переработке или в иных прямо не запрещенных законом целях;

электронная торговля – торговая деятельность, состоящая в продаже товаров, выполнении работ и/или оказании услуг, осуществляемая с помощью электронных средств, средств дистанционной связи, договоров, заключаемых дистанционно;

контрольная покупка – действие, совершаемое уполномоченными лицами из Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей, Национального агентства по безопасности пищевых продуктов, Государственной налоговой службы, заключающееся в покупке материальных ценностей, размещении заказа на выполнение работ или оказание услуг за счет средств, предусмотренных для этого в бюджете соответствующего органа, без цели их приобретения (потребления) или реализации. После предъявления уполномоченным лицом удостоверяющих личность документов и информирования коммерсанта о контрольной покупке приобретенные товары возвращаются по их стоимости, за исключением товаров, которые не могут быть возвращены в их первоначальном состоянии, и выполненных услуг;

декларация производителя – декларация под собственную ответственность в отношении количества и безвредности реализуемой продукции, составленная согласно установленным Правительством образцу и процедуре, предоставляющая преимущественное право доступа на рынки или ампласаменты на основании части (5) статьи 12;

декларация домашнего производителя – декларация под собственную ответственность в отношении количества и безвредности реализуемой продукции, а также соответствия декларанта требованиям к домашнему

производителю, составленная согласно приложению 6;

податель уведомления в сфере торговли – лицо, подающее уведомление в сфере торговли в соответствии с установленными настоящим законом условиями;

единое окно – процедура, посредством которой орган местного публичного управления в предусмотренных законодательством пределах и случаях без участия подателя проверяет через доступные информационные ресурсы (информационные системы) подлинность представленных подателем данных или по своей инициативе предпринимает действия от имени подателя;

ценник – носитель информации (бумага, картон, пластмасса и т. д.) о стоимости, количестве и, при необходимости, качестве продукта, а также о его различных характеристиках;

место оказания коммерческой услуги – периметр в пределах торговой единицы, где выполняются непосредственные операции, через которые предоставляется (реализуется) услуга (место парикмахера, массажа, татуировки, моечный бокс или бокс для технического обслуживания и т. д.) или объекты напрокат (автомобиль, велосипед, единица развлечений и т. д.);

общественное место – место, строение, здание или открытая либо огражденная площадка, которые в силу своей природы или назначения постоянно или в рабочее время доступны общественности;

уведомление в сфере торговли – волеизъявление подателя, которым орган местного публичного управления уведомляется об условиях начала, изменения, приостановления или прекращения торговой деятельности, о соблюдении под собственную ответственность установленных законом условий для осуществления торговой деятельности, а также о возложении на себя определенных прав и обязанностей;

размещение на рынке – ввод имущества (продукции, товара) или услуги в торговый оборот на основе гражданского договора (применимого к торговой деятельности);

базисная цена – наименьшая цена, применяемая той же торговой единицей в течение последних 30 дней или по истечении двух третей срока годности пищевых продуктов, до даты применения сниженной цены;

продажная цена – окончательная цена единицы товара или определенного количества товара, включая налог на добавленную стоимость и все другие сборы;

цена единицы – окончательная цена, включая налог на добавленную стоимость и все другие сборы, единицы измерения продукта или отличительной количественной единицы, используемой при реализации специфических товаров;

домашний производитель – физическое лицо, получающее агропродовольственную продукцию в результате собственного труда или работы совместно с членами семьи, используя приусадебный участок в черте населенного пункта (домашнее хозяйство), земельный участок/земельные участки для огородничества или земельный участок/земельные участки садоводческих товариществ, в целях удовлетворения потребностей в пищевых продуктах и других домашних (семейных) нужд и не подпадающие под понятие коммерсанта;

товары, реализуемые насыпью, – товары, которые взвешиваются или измеряются в присутствии покупателя;

схема размещения – документ, изданный органом местного публичного управления, представляющий собой графическое (схематическое) размещение мелкорозничной торговой единицы, с последующей привязкой ее к земельному участку, если это необходимо;

коммерческая услуга – любая деятельность (услуга), связанная с участием в торговом обороте без физического обмена материальными ценностями, осуществляемая с целью удовлетворения потребностей конечного потребителя;

дополнительная коммерческая услуга – услуга, призванная повысить привлекательность реализуемого товара или оказываемой услуги посредством предоставления конечному потребителю соответствующей информации или консультаций, тестирования и доставки товаров, оказания помощи в оформлении документов, связанных с приобретением или владением товаром, предоставления возможности заказа или бронирования товара, в том числе по телефону или в режиме онлайн, оказания других услуг, характерных или неотъемлемых от основной торговой деятельности;

торговая площадь торговой единицы – площадь, включающая: торговый зал (площадь, предназначенную для выкладки товаров, их оплаты, перемещения продавцов и потребителей); зал обслуживания предприятия общественного питания (включая террасы); помещения для оказания услуг (обслуживания клиентов);

общая площадь торговой единицы – площадь всех помещений торговой единицы, измеренная в пределах внутренней поверхности стен, включая

пандусы, склады, подсобные помещения и переходы в другие здания;

торговая единица – единица (помещение/строение/территория/оборудование), обустроенная/установленная согласно специфике торговой деятельности, через которую осуществляется торговая деятельность;

мелкорозничная торговая единица – единица, осуществляющая деятельность, связанную с розничной торговлей, согласно специфике, установленной в разделе Е приложения 5.

Глава II. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Статья 4. Регулирование торговой деятельности

Государственное регулирование торговой деятельности включает:

a) – *утратил силу*;

b) оценку соответствия товаров и услуг;

c) разрешение торговой деятельности посредством разрешительных документов в предусмотренных законом случаях;

d) мониторинг торговой деятельности (создание и ведение информационного ресурса в сфере торговли);

e) установление правил осуществления торговой деятельности;

f) ограничение или запрещение реализации некоторых товаров и услуг в соответствии с действующим законодательством;

g) обеспечение осуществления торговой деятельности;

h) установление механизма формирования цен/тарифов на социально значимые товары/услуги;

i) продвижение отечественных товаров;

j) контроль торговой деятельности со стороны государства;

k) обеспечение защиты потребителей, лиц, осуществляющих торговую деятельность, населения в целом от рекламы, вводящей в заблуждение, введение запрета на рекламу определенных товаров и услуг, противоречащих морали.

Статья 5. Органы центрального публичного управления, уполномоченные в сфере торговли

(1) Органы центрального публичного управления обеспечивают гармоничное развитие торговых сетей и порядок распределения товаров и коммерческих услуг, а также одинаковые условия деятельности для всех коммерсантов независимо от их вида собственности и организационно-правовой формы.

(11) Правила осуществления торговой деятельности, включая санитарные и санитарно-ветеринарные правила, а также по безопасности пищевой продукции и защите прав потребителей утверждаются Правительством.

(2) Центральным отраслевым органом публичного управления, ответственным за разработку государственной политики в сфере торговли и за регулирование данной области, является Министерство экономики. К основным полномочиям Министерства экономики в сфере торговли относятся:

- a) разработка проектов нормативных актов по совершенствованию законодательства в области внутренней торговли;
- b) разработка государственных программ и стратегий развития торговой деятельности;
- c) проведение государственной политики в сфере реализации товаров и услуг;
- d) разработка предложений по осуществлению торговой деятельности, а также создание благоприятных условий для производства и реализации товаров и услуг;
- e) координация действий центральных отраслевых органов публичного управления и органов местного публичного управления в области внутренней торговли;
- f) разработка и выдвижение мер по защите внутреннего рынка;
- g) мониторинг, посредством информационного ресурса в сфере торговли, торговой деятельности, осуществляемой на территории соответствующего населенного пункта;
- h) изучение мнений физических и юридических лиц с целью развития отношений в области торговли;

i) внесение предложений по оптимизации полномочий государственных органов, наделенных функциями контроля в сфере торговли;

j) инициирование, организация и проведение республиканских ярмарок и выставок;

k) организация семинаров, круглых столов, тренингов и других мероприятий в целях подготовки и повышения квалификации кадров в области торговли, информирования населения по вопросам, связанным с торговлей.

(3) Государственная инспекция по надзору за непищевыми продуктами и защите прав потребителей:

a) координирует и реализует стратегию государства в области защиты потребителей;

b) участвует в разработке нормативных актов, касающихся правил осуществления торговой деятельности;

c) выдвигает предложения по прекращению производства, импорта и реализации товаров/услуг, которые вредят здоровью потребителей и наносят ущерб государству;

d) организует курсы по подготовке персонала, участвующего в реализации товаров и услуг;

e) осуществляет государственный контроль за соблюдением норм и правил осуществления торговой деятельности, в том числе посредством контрольной покупки.

(4) Контролирующие органы разрабатывают, издают и периодически актуализируют (при изменении действующего законодательства или в целях совершенствования) справочные руководства, которые содержат доступно изложенные требования, подлежащие выполнению коммерсантами при осуществлении торговой деятельности. Контролирующие органы обеспечивают опубликование руководств на своих официальных веб-страницах и доступность их широкой общественности.

Статья 6. Полномочия органов местного публичного управления в сфере торговли

(1) Торговая деятельность, осуществляемая на местах, администрируется и координируется органами местного публичного управления в соответствии с действующими национальными нормами. Органы местного публичного управления осуществляют следующие полномочия:

- a) обеспечивают в пределах своей компетенции реализацию на местах государственной политики в сфере торговли;
- b) разрабатывают и внедряют программы развития торговли на соответствующей территории;
- c) участвуют в рассмотрении проектов нормативных актов, регулирующих торговую деятельность;
- d) способствуют консолидации товарных ресурсов с целью обеспечения бесперебойной торговли минимальным ассортиментом, необходимым для удовлетворения повседневного спроса потребителей на соответствующей территории;
- e) обеспечивают реализацию принципа единого окна при проверке данных, указанных в подаваемых коммерсантами уведомлениях;
- f) – утратил силу;
- g) проверяют и оценивают типологию торговых единиц согласно Номенклатуре торговых единиц;
- h) стимулируют развитие малых и средних предприятий, осуществляющих торговую деятельность, с целью повышения уровня занятости населения;
- i) положением о местной торговле регулируют осуществление торговли в общественных местах, организуют проведение базаров и ярмарок;
- j) осуществляют меры по защите прав потребителей в пределах своей компетенции;
- k) координируют действия децентрализованных структур в сфере торговли на соответствующей территории;
- l) осуществляют надзор в сфере торговой деятельности в соответствии с законодательством;
- m) предъявляют в судебную инстанцию заявление о приостановлении (ограничении) торговой деятельности согласно части (3) статьи 17-4;
- n) в рамках положения о местной торговле устанавливают запреты и требования к осуществлению торговой деятельности согласно части (5);
- o) организуют тренинги, семинары, круглые столы по подготовке и повышению квалификации кадров в сфере торговли;

р) предоставляют льготы или освобождения от платы за уведомление, в частности, в случае подачи уведомления в режиме онлайн.

(2) Структуры экономического профиля органов местного публичного управления представляют Министерству экономики по требованию информацию, связанную с торговой деятельностью, осуществляемой в рамках соответствующей территории. Районные советы оказывают Министерству экономики помощь в распространении информации на местах и/или обобщении информации с мест, а также в осуществлении политики в области экономики.

(3) При разработке территориальных стратегий в сфере торговли органы местного публичного управления консультируются с профессиональными ассоциациями, потребительскими обществами, патронатами, территориальными представительствами Торгово-промышленной палаты, другими заинтересованными лицами.

(4) В целях продвижения и защиты торговой деятельности, осуществляемой в пригородах, а также в неблагоприятных условиях сельских зон, органы местного публичного управления могут устанавливать специальные льготы в пределах своей компетенции. Для развития торговой деятельности в туристических зонах или в зонах, представляющих архитектурную ценность, органы местного публичного управления могут предоставлять в соответствии с действующим законодательством льготы инвесторам, участвующим своими силами в восстановлении соответствующей зоны.

(5) В рамках положения о местной торговле местный совет вправе устанавливать запреты и требования к осуществлению торговой деятельности в следующих отношениях:

а) запрет осуществления торговой деятельности или определенных форм торговой деятельности, включая мелкорозничную торговлю, в периметре определенных зон или улиц либо в интервале определенных дней или часов;

б) порядок осуществления торговой деятельности вблизи зданий органов публичной власти, образовательных учреждений, медицинских учреждений, культовых мест, памятников, произведений искусства, сооружений архитектурного, исторического или археологического значения, исторических зон, а также мест (направлений), представляющих туристический интерес;

с) распределение торговой деятельности между центральной зоной и периферией населенного пункта, а также между местами большого и малого скопления людей;

- d) периметр, в котором запрещена продажа алкогольной продукции вблизи образовательных и медицинских учреждений, а также культовых мест;
 - e) требования к режиму работы (расписанию) коммерсантов в периметре определенных зон или улиц;
 - f) запрет на продажу определенных товаров или услуг в периметре определенных зон или улиц;
 - g) требования относительно парковок, которыми должен располагать коммерсант при осуществлении определенных форм торговой деятельности;
 - h) требования к соблюдению правил обеспечения чистоты по адресу торговой единицы/предприятия общественного питания в порядке, установленном органом местного публичного управления;
 - i) порядок доступа специальных технических средств (машин скорой помощи, противопожарной техники, банковских спецавтомобилей и т. д.) к объектам социального значения (зданиям органов публичной власти, здравоохранения, банков, культовых сооружений, торговых центров) или к публичным земельным участкам – отдельно или в сотрудничестве с другими органами публичной власти (субъектами) либо лицами частного права.
- (6) Требования, предусмотренные частью (5), утверждаются решением местного совета. Положение о местной торговле, установленные схемы размещения или другие акты органа местного публичного управления, прямо влияющие на торговую деятельность, размещаются на официальной веб-странице органа местного публичного управления, а при отсутствии таковой – на видном месте в здании примэрии и выдаются по запросу в виде копии (на бумаге или в электронном виде), а также прилагаются к решению об утверждении, опубликованному в регистре местных документов. При отсутствии положения о местной торговле запреты и требования к осуществлению торговой деятельности в соответствующем населенном пункте являются недействительными.

Глава III. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья 7. Формы осуществления торговли

(1) Основными формами осуществления торговли являются:

- a) оптовая торговля;

- b) розничная торговля;
- c) торговля cash and carry;
- d) оказание коммерческих услуг;
- e) общественное питание.

(2) Типология торговых единиц устанавливается согласно номенклатуре, предусмотренной приложением 5. Незначительные отклонения от типов не могут считаться несоответствием указанному в уведомлении типу. Незначительными отклонениями являются отклонения, продиктованные рыночной конъюнктурой (спросом и предложением), спецификой рынка или другими (сезонными) условиями торговой деятельности либо условиями, которых невозможно избежать.

Статья 8. Оптовая торговля

(1) Оптовая торговля осуществляется через торговые единицы типа С (согласно приложению 5), которые в случае необходимости располагают складами, организуют хранение и переработку товаров, пополняют их запасы, обеспечивают информационную поддержку, оказывают транспортные и иные услуги, связанные с торговлей.

(2) При осуществлении оптовой торговли коммерсанты обязаны соблюдать следующие требования:

- a) наличие складских помещений необходимых размеров, технически оснащенных в соответствии с объемом и характером хранящихся товаров. В случае реализации продовольственных товаров торговая единица при необходимости должна быть оснащена холодильным оборудованием, а в случае осуществления деятельности по переработке (упаковке) продуктов – оборудованием, соответствующим данной деятельности;
- b) обеспечение торговой единицы системой компьютерного учета;
- c) использование метрологически поверенных контрольно-измерительных средств;
- d) соблюдение технических правил, основанных на принципе товарного соседства;
- e) – утратил силу.

(3) – утратила силу.

(4) – утратила силу.

(5) – утратила силу.

Статья 8-1. Торговля cash and carry

(1) Общими условиями и требованиями к осуществлению торговли cash and carry и отнесению торговых единиц к соответствующему типу являются следующие:

a) торговля осуществляется по принципу самообслуживания, что позволяет клиенту выбрать товар из предлагаемого ассортимента;

b) предлагаемый ассортимент должен содержать разнообразие продовольственных и непродовольственных товаров, обеспечивая широкий спектр потребностей клиентов, и не может состоять лишь из продукции одного вида;

c) клиенты регистрируются в электронной базе данных торговой единицы, в которой регистрируются все совершенные с каждым клиентом операции. После регистрации в базе данных клиенту выдается не подлежащее передаче удостоверение доступа;

d) разрешительные документы, необходимые для торговли cash and carry, и применяемые условия соответствуют таковым для оптовой торговли;

e) логотип (бренд) компании, размещаемый в помещениях торговых единиц, на вывесках и используемый в рекламе, должен в обязательном порядке содержать надпись «cash and carry», нанесенную разборчивым шрифтом.

(2) В случае торговли cash and carry оплата приобретенных товаров производится по выбору клиента наличными или по перечислению, а выдаче налоговой накладной предшествует идентификация его личности. Выдача накладной и ее оплата допускаются только при условии распознавания информационной системой, управляемой коммерсантом, удостоверения доступа клиента, зарегистрированного в базе данных.

Статья 9. Розничная торговля

(1) Розничная торговля осуществляется через торговые единицы, за исключением указанных в части (1) статьи 8.

(2) Специфические правила осуществления розничной торговли утверждаются Правительством.

Статья 10. Оказание коммерческих услуг

(1) Деятельность по оказанию (реализации) коммерческих услуг осуществляется через торговые единицы.

(2) При оказании коммерческих услуг коммерсанты обязаны соблюдать следующие требования:

а) наличие работников, способных оказывать услуги;

б) наличие необходимой технической базы (предприятий по оказанию услуг и необходимого оборудования);

с) наличие предложения по оказанию услуги со специфическими характеристиками таковой.

(3) – утратила силу.

Статья 11. Общественное питание

(1) Деятельность, связанная с общественным питанием, осуществляется в специализированных предприятиях, которые классифицируются по типам в зависимости от предоставляемых потребителям услуг.

(2) Специфические правила оказания услуг общественного питания (включая санитарные правила) утверждаются Правительством с соблюдением следующих обязательных условий:

а) наличие помещений, оснащенных оборудованием, соответствующим технологическому процессу для каждого типа предприятий общественного питания;

б) регистрация в области безопасности пищевых продуктов в соответствии с главой V 1 Закона о безопасности пищевых продуктов № 306/2018.

Статья 12. Организация торговли на рынках

(1) Рынок является специально обустроенной зоной, в которой реализуются преимущественно сельскохозяйственная продукция, продовольственные и непродовольственные товары, а также услуги через размещенные здесь торговые единицы.

(2) В зависимости от специфики реализуемых товаров рынки могут быть следующих типов: агропродовольственные рынки, непродовольственные рынки, авторынки, цветочные рынки, рынки товаров second hand, смешанные рынки и т.д.

(3) Рынки создаются решением местного совета. Администраторы рынка, по согласованию с органом местного публичного управления, утверждают положение о функционировании рынка, разработанное в соответствии с типовым положением, утвержденным Правительством.

(4) Рынки управляются администратором рынка, которым может быть непосредственно орган местного публичного управления или хозяйствующий субъект, в соответствии с действующим законодательством.

(5) Мелкорозничные торговые единицы (за исключением предусмотренных позициями 37 и 38 приложения 5) на агропродовольственных и смешанных рынках предоставляются в первоочередном порядке отечественным предприятиям-производителям агропродовольственной продукции (зарегистрированным в соответствии с законодательством) для реализации ими своей продукции на основе декларации производителя. Доля мелкорозничных торговых единиц для предприятий-производителей агропродовольственной продукции устанавливается администратором рынка в зависимости от типа рынка, но не может составлять менее 50 процентов торговой площади агропродовольственного рынка и 30 процентов торговой площади смешанного рынка.

(5-1) Правительство устанавливает образец, порядок заполнения, регистрации и учета декларации производителя, а также порядок обобщения и анализа содержащихся в ней данных, с использованием Автоматизированной информационной системы «Погашение налоговых обязательств посредством Службы по сбору местных налогов и сборов» (АИС ССМНС). Декларация производителя хранится на учете администрации рынка или, в случае ампласаментов, органа местного публичного управления до обобщения и в течение одного года после обобщения.

(5-2) В случае отсутствия спроса, продиктованного сезонными факторами или связанного с урожаем определенной сельскохозяйственной продукции, и чтобы избежать неэффективного использования площадей для торговых единиц, администратор рынка может принять решение об использовании площадей, предназначенных под торговые единицы, предусмотренные частью (5), в других целях (перепрофилирование). Перепрофилирование может носить только временный характер. Возвращение к долям, предусмотренным частью (5), производится с момента исчезновения условий перепрофилирования.

(5-3) Торговые единицы, предназначенные для использования долей, предусмотренных частью (5), не указываются в уведомлении органу местного публичного управления и предоставляются ежедневно по принципу «первым пришел – первым обслужен».

(5-4) Органы местного публичного управления могут принять решение о применении положений части (5) к ампласаментам.

(6) Тарифы на услуги рынка устанавливаются администратором рынка на основе принципов прозрачности, недискриминации и экономической справедливости и в течение 30 календарных дней согласуются с органом местного публичного управления. Размер тарифов определяется с учетом расходов на предоставление услуг рынка. Установление платы за допуск на рынок запрещается.

(7) Специфические правила осуществления торговли на рынках, типы рынков, типовое положение о функционировании рынков, а также перечень товаров, запрещенных к продаже на рынках, утверждаются Правительством.

(8) Деятельность и размещение торговых единиц на рынках осуществляются на основе и на время действия договора, заключенного подателем/коммерсантом и администратором рынка, за исключением случаев, предусмотренных частью (5) настоящей статьи и статьей 12-1.

Статья 12-1. Домашние производители

(1) Положения частей (5), (5-2) и (5-3) статьи 12 применяются в равной мере к домашним производителям после удовлетворения спроса предприятий, указанных в части (5) статьи 12, на торговые единицы. В течение сезона (когда собирается урожай определенной сельскохозяйственной продукции) места для размещения торговых единиц предоставляются домашним производителям и предприятиям, указанным в части (5) статьи 12, по принципу «первым пришел – первым обслужен».

(2) Домашние производители могут реализовывать только излишки сезонной сельскохозяйственной продукции, в отношении которой обеспечено соблюдение требований безопасности пищевых продуктов, а также излишки продукции животноводства в натуральном виде, живом и убойном весе, в отношении которой обеспечено соблюдение санитарно-ветеринарных требований. Реализация подлежащей санитарно-ветеринарному контролю продукции допускается в порядке, установленном Правительством.

(3) Домашние производители могут реализовывать продукцию, указанную в части (2), на рынках, ампласаментах, а также напрямую из собственного хозяйства (приусадебного участка в черте населенного пункта (домашнего хозяйства), земельного участка/земельных участков для огородничества или земельного участка/земельных участков садоводческих товариществ).

(4) Предоставление мелкорозничных торговых единиц домашним производителям осуществляется представителем администрации рынка или, в случае ампласментов, представителем органа местного публичного управления на основе декларации домашнего производителя. Представитель администрации рынка или представитель органа местного публичного управления указывает в декларации домашнего производителя дату и выделенную торговую единицу (место/номер места расположения торговой единицы на территории рынка или ампласмента), поставив подпись или, по обстоятельствам, другой специальный идентификатор в соответствующей рубрике декларации.

(5) Декларация домашнего производителя заполняется лично либо с помощью представителя администрации рынка в случае торговли на рынке или представителя органа местного публичного управления в остальных случаях с указанием соответствующего документа, подтверждающего право собственника или обладателя земли, предусмотренное статьей 20 Земельного кодекса.

(6) По исчерпанию количества указанной в декларации продукции или при прекращении осуществления торговли в случаях торговли на рынках или ампласментах декларация домашнего производителя представляется представителю администрации рынка или, по обстоятельствам, представителю органа местного публичного управления с указанием остатка нереализованной продукции и вырученной суммы. Представитель администрации рынка или органа местного публичного управления подтверждает получение декларации поставив подпись или, по обстоятельствам, другой специальный идентификатор в соответствующей рубрике декларации.

(7) В случае торговли из собственного хозяйства домашний производитель включает в декларацию домашнего производителя предполагаемое количество продуктов для реализации с предоставлением копии таковой до начала продаж органу местного публичного управления (примэрии), на чьей подведомственной территории осуществляется торговая деятельность. По истечении срока действия декларации или по завершении реализации декларация представляется в примэрию с указанием дневного и окончательного остатка нереализованной продукции, а также вырученной от реализации суммы.

(8) В случаях, предусмотренных частью (4), срок действия декларации домашнего производителя составляет один день, а в случаях, предусмотренных частью (7), – 30 дней.

(9) Администратор рынка или представитель органа местного публичного управления вправе периодически проверять остаток продукции в целях оценки правильности заявленных домашним производителем данных.

(10) Декларация домашнего производителя хранится на учете администрации рынка или, в случае ампласментов и торговли из собственного хозяйства, органа местного публичного управления до обобщения и в течение одного года после обобщения. Правительство устанавливает порядок регистрации, обобщения и анализа данных из деклараций домашнего производителя с использованием Автоматизированной информационной системы «Погашение налоговых обязательств посредством Службы по сбору местных налогов и сборов» (АИС ССМНС).

(11) Домашний производитель не подлежит государственной регистрации в качестве предпринимателя и подаче уведомления о начале торговой деятельности. Сбор за торговую единицу на рынке или ампласменте для домашнего производителя не может превышать 0,5 процента установленного Правительством гарантированного минимального размера заработной платы в реальном секторе. Орган местного публичного управления принимает решение о размере сбора или об освобождении от его уплаты.

(12) Домашний производитель несет ответственность перед потребителем за качество и безвредность реализуемой продукции.

(13) В процессе реализации декларация домашнего производителя представляется по запросу потребителю, представителю администрации рынка, служащим органа местного публичного управления, а также органам, уполномоченным осуществлять государственный контроль или контрольную покупку. В таких случаях декларация домашнего производителя возвращается владельцу (домашнему производителю).

(14) К категории домашних производителей не относятся физические лица, превратившие выращивание и реализацию агропродовольственной продукции или продукции животного происхождения в профильное занятие.

(15) Факт профилирования занятия, указанного в части (14), устанавливается Государственной налоговой службой на основании следующих критериев:

а) использование арендованных земель за чертой населенного пункта;

б) использование оборудования (сельскохозяйственной техники), предназначенного для получения агропродовольственной продукции в промышленных объемах или не могущей быть отнесенной к излишкам, происходящим естественным образом вследствие обычного возделывания земель и ухода за животными, предназначенными для личного или семейного потребления, с учетом положений законодательства, применимых к методам возделывания земель, сбору урожая или практикам в агропродовольственной

сфере;

с) реализация излишков агропродовольственной продукции в год на сумму, превышающую размер личного освобождения, предусмотренного частью (1) статьи 33 Налогового кодекса, независимо от количества деклараций за тот же период;

d) реализация продукции, не характерной для климатической зоны, в которой расположена Республика Молдова;

e) количество реализуемой продукции в соотношении с количеством деклараций домашнего производителя, свидетельствующее о превышении возможностей получения излишков продукции в домашних условиях.

(16) При первом установлении констатирующим субъектом факта профилирования занятия, указанного в части (15), домашний производитель предупреждается (официально уведомляется) о необходимости регистрации занятия (деятельности) в одной из организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. После повторного установления занятия применяются меры, предусмотренные законодательством за незаконное занятие предпринимательской деятельностью.

Глава IV. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья 13. Начало торговой деятельности

(1) Торговая деятельность может осуществляться физическими и юридическими лицами в соответствии с требованиями настоящего закона.

(2) – утратила силу.

(3) – утратила силу.

(4) – утратила силу.

(5) Центральные отраслевые органы публичного управления и органы местного публичного управления, профессиональные ассоциации, а также другие заинтересованные юридические лица могут организовывать курсы по профессиональной подготовке и повышению квалификации в области реализации товаров и услуг в соответствии с действующим законодательством.

(6) Для осуществления торговой деятельности коммерсанту необходимо:

а) иметь профессиональную подготовку в соответствующей области или нанять персонал, соответствующий требованиям к профессиональной подготовке и

здоровью согласно статье 21-4;

b) зарегистрироваться согласно действующему законодательству;

c) подать уведомление в орган местного публичного управления согласно настоящему закону;

d) получить соответствующий разрешительный документ, если это требуется по закону в отношении деятельности коммерсанта.

(7) – утратила силу

Статья 14. Уведомление о торговой деятельности

(1) Торговая деятельность обуславливается подачей уведомления в сфере торговли лицом, зарегистрированным в соответствии с законом. Торговая деятельность начинается со дня выдачи посредством информационного ресурса в сфере торговли органом местного публичного управления справки о приеме.

(2) В предусмотренных законом случаях начало и осуществление торговой деятельности могут обуславливаться получением соответствующих разрешительных документов.

(3) В случае невыдачи в срок справок, схем размещения или в случае связанных с уведомлением любого рода действий или бездействия органа местного публичного управления, которые ведут к невозможности начала, изменения, приостановления или прекращения торговой деятельности, происходит одобрение по умолчанию, уведомление считается поданным, а коммерсант может начать/прекратить деятельность:

a) с третьего рабочего дня, следующего за днем подачи уведомления, или

b) с 16-го рабочего дня со дня подачи уведомления в случаях, предусмотренных пунктом а) части (3) статьи 213.

(4) В случаях, указанных в части (3), идентификационным номером уведомления считается номер, созданный информационным ресурсом в сфере торговли при вводе уведомления в систему (номер дела).

(5) Уведомление должно содержать общие данные, обязательные согласно части (6), а также другие данные, соответственно специфике деятельности, типу торговой единицы и условиям деятельности согласно формам, предусмотренным приложением 7.

(6) Общими данными, обязательными для уведомления, являются:

- a) наименование/имя, адрес/место проживания, IDNO/IDNP и контактные данные коммерсанта или его законного представителя;
- b) наименование и код торговой деятельности согласно приложению 1 (на уровне четырех знаков) с указанием реализации алкогольной продукции, пива и/или табачных изделий;
- c) наименование и адрес торговой единицы или рынка/ампласамента;
- d) тип торговой единицы согласно Номенклатуре торговых единиц;
- e) график работы торговой единицы;
- f) кадастровый номер объекта недвижимости по месту расположения торговой единицы, за исключением мелкорозничной торговли;
- g) указание места расположения торгового объекта в многоквартирном жилом доме;
- h) торговая и/или общая площадь, по обстоятельствам;
- i) декларация под собственную ответственность коммерсанта о соблюдении законодательства.

(7) Другие данные в уведомлении, не предусмотренные частью (6), указываются соответственно торговой деятельности, реализуемой продукции или оказываемым услугам, типу торговой единицы и праву собственности на земельный участок, на котором расположена торговая единица. Торговая деятельность, предусмотренная позициями 5.8, 5.8.1, 5.8.2, 5.8.3 и 5.81 пункта 5 части I и позициями 3.3 и 3.4 пункта 3 части II приложения 6 к Закону о ветеринарно-санитарной деятельности № 221/2007, а также виды деятельности, предусмотренные приложением 2 к Закону о государственном надзоре за общественным здоровьем №10/2009 (в соответствии со следующими классами указанного приложения (КЭДМ-2): 46.46; 47.30; 47.73; 55.20 – только для детских лагерей; 93.29 – только для деятельности пляжей; 96.02; 96.04; 96.09), указывается в уведомлении и в тех случаях, когда она не является основной деятельностью коммерсанта.

(8) Органы местного публичного управления проверяют правильность уведомления в плане соотношения элементов, указанных в части (7), и по запросу оказывают помощь подателям в заполнении уведомлений.

(9) К уведомлению о начале торговой деятельности рынка прилагаются информация о номере и дате решения о создании рынка и копия положения о функционировании рынка.

(10) В случае торговых единиц, расположенных на земельном участке/в помещении, находящемся в публичной собственности, к уведомлению прилагается копия документа, подтверждающего право собственности или, по обстоятельствам, пользования земельным участком/помещением, находящимся в публичной собственности. Копии указанных документов заверяются подписью коммерсанта или его законного представителя.

(11) Положения части (10) не применяются в случаях, предусмотренных частями (3) и (6) статьи 21-3.

(12) Торговые единицы типа, соответствующего позиции 32 приложения 5, и другие торговые единицы, не располагающие торговой площадью в силу специфики торговой деятельности, не должны включать в уведомление данные, предусмотренные в пункте h) части (6) настоящей статьи, а в части, относящейся к адресу торговой единицы или рынка/ампласамента, предусмотренным в пункте с) части (6) настоящей статьи, должны указывать населенный пункт, в котором:

а) располагается место нахождения/место жительства коммерсанта – для создаваемых новых торговых единиц (уведомление о начале торговой деятельности);

б) прекращается торговая деятельность с использованием торговой площади, с проведением предусмотренной в части (13) настоящей статьи оценки за квартал, следующий за кварталом, в котором прекращается торговая деятельность с использованием торговой площади;

с) осуществляется большая часть деятельности (в котором осуществляется большая часть поставок потребителю) в результате оценки, предусмотренной в части (13) настоящей статьи.

(13) Оценка размещения торговой единицы, подпадающая под действие положений части (12), осуществляется коммерсантом один раз в 75 дней, исчисляемых с 1 января каждого года, с изменением по обстоятельствам адреса торговой единицы в течение 15 дней после завершения оценки и соответственно с подачей уведомлений о прекращении и начале торговой деятельности – в случае возникновения ситуации, предусмотренной в пункте с) части (12).

(14) Если объект недвижимости не имеет кадастрового номера, указание в уведомлении данных, предусмотренных в пункте f) части (6), не является

обязательным.

Статья 15. Требования к уведомлению о начале торговой деятельности

(1) Данные, включенные коммерсантом в уведомление о начале торговой деятельности, должны соответствовать запретам и требованиям, предусмотренным настоящим законом и положением о местной торговле, утвержденным местным советом, согласно части (5) статьи 6.

(2) Уведомление о начале торговой деятельности подается коммерсантом отдельно в отношении каждой торговой единицы, за исключением случаев, предусмотренных частью (5) статьи 12 и частью (1) статьи 12-1.

(3) Уведомление о начале, изменении, приостановлении или прекращении торговой деятельности может быть подано онлайн посредством информационного ресурса в сфере торговли или непосредственно в окно приема органа местного публичного управления.

(4) Уведомление о начале, изменении, приостановлении или прекращении торговой деятельности подается в орган местного публичного управления (примэрию села (коммуны), города или муниципия) по месту планируемой или осуществляемой торговой деятельности, который может быть иным чем примэрия, на чьей подведомственной территории лицо имеет юридический адрес или место проживания.

(4-1) Торговая деятельность, предполагающая по существу осуществление деятельности за пределами указанной в уведомлении торговой единицы, аукционов или посреднических мероприятий, организацию рекламных мероприятий либо осуществление деятельности нерегулярного характера на территории административно-территориальной единицы, отличной от указанной в уведомлении, не требует отдельного уведомления, за исключением случаев осуществления названной деятельности через филиалы или случаев утраты торговой деятельностью своего нерегулярного характера. Нерегулярный характер торговой деятельности может определяться количеством услуг или объемом продаж, соотнесенных с деятельностью, связанной с указанной в уведомлении торговой единицей.

(4-2) Орган местного публичного управления, на чьей подведомственной территории констатируется утрата нерегулярного характера торговой деятельности, может обратиться в судебную инстанцию для принуждения к уведомлению. Уплата местных сборов в таких случаях исчисляется со дня установления утраты нерегулярного характера торговой деятельности.

(4-3) Действия, предусмотренные частью (41), в помещениях/на земельных участках, являющихся публичной собственностью, осуществляются с соблюдением требований, предусмотренных частью (2) статьи 21-5.

(5) Уведомления, собственноручно подписанные подателем, а также связанные с ними документы, представленные на бумажном носителе, хранятся в архиве органа местного публичного управления. Документы, поданные онлайн или загруженные в информационный ресурс в сфере торговли, хранятся согласно техническим требованиям к работе безбумажного ресурса.

(6) Мелкорозничная торговая деятельность может осуществляться только подателем уведомления.

(7) Подача уведомления о начале или изменении торговой деятельности подразумевает внесение подателем органу местного публичного управления платы за уведомление в размере 100 леев, за исключением случаев, при которых в соответствии с пунктом р) части (1) статьи 6 применяется освобождение от нее.

(8) Подтверждение внесения платы за уведомление представляется одновременно с подачей уведомления на физическом или электронном носителе в зависимости от способа оплаты, а также от формы подачи уведомления.

(9) Уведомления о начале или изменении торговой деятельности, поданные с нарушением условий, предусмотренных частями (7) и (8), недействительны.

Статья 16. Прием уведомления

(1) В момент приема уведомления орган местного публичного управления обязан:

а) обработать данные уведомления в информационном ресурсе в сфере торговли;

б) выдать коммерсанту в соответствии с формой подачи – непосредственно или онлайн справку о приеме или об отказе в приеме уведомления с указанием в ней следующей информации:

– дата и время приема уведомления;

– порядковый номер уведомления, присвоенный информационным ресурсом в сфере торговли;

– фамилия и имя, должность и контактные данные (телефон, e-mail) ответственного лица органа местного публичного управления, принявшего

уведомление или отказавшего в его приеме;

с) сообщить территориальному органу государственного пожарного надзора о полученном уведомлении и передать содержащуюся в нем информацию;

д) в случае отказа в приеме указать основание и представить рекомендации по устранению недостатков.

(2) Справка о приеме или об отказе в приеме выдается:

а) не позднее второго рабочего дня, следующего за днем подачи уведомления, – в случае подачи онлайн;

б) в день подачи уведомления – в случае подачи уведомления в окно приема органа местного публичного управления;

с) в отступление от пунктов а) и б) в срок до 15 рабочих дней со дня подачи уведомления в сфере торговли – в случаях, предусмотренных пунктом а) части (3) статьи 21-3.

(2-1) Уведомления рассматриваются в порядке получения/введения в информационный ресурс в сфере торговли. Операторы органов местного публичного управления постоянно проверяют наличие в информационном ресурсе в сфере торговли полученных уведомлений в сфере торговли.

(2-2) В случае наличия нескольких уведомлений, субъектом которых является одна и та же мелкорозничная торговая единица, доступная для уведомления в рамках ампласамента или обнародованная в соответствии с частью (б) статьи 6, принятым считается первое уведомление. Просроченное (пропущенное) уведомление, на которое, однако, была выдана справка о приеме, считается недействительным в соответствии с настоящей частью, о чем и информируется податель посредством информационного ресурса в сфере торговли или заказным письмом.

(2-3) Справка о приеме или об отказе в приеме выдается посредством информационного ресурса в сфере торговли. Справка доводится до подателя:

а) по электронному адресу – в случае подачи уведомления в сфере торговли онлайн;

б) на бумажном носителе – в случае подачи уведомления в сфере торговли в окно приема органа местного публичного управления;

с) по электронному адресу – во всех случаях, когда электронный адрес подателя введен в информационный ресурс в сфере торговли;

d) на бумажном носителе, по запросу подателя, независимо от формы подачи уведомления в сфере торговли.

(3) Орган местного публичного управления отказывает в приеме уведомления лишь в следующих случаях:

a) уведомление не содержит данных, указанных в части (6) статьи 14, или содержит явные отступления от элементов, предусмотренных частью (7) статьи 14;

b) к уведомлению не прилагаются документы, предусмотренные, по обстоятельствам, частями (9) или (10) статьи 14;

c) уведомление не подписано лицом, обладающим соответствующими полномочиями;

d) уведомление противоречит требованиям положения о местной торговле в отношении места расположения торговой единицы, графика работы или реализуемых товаров;

e) не представлено подтверждение внесения платы за уведомление.

(4) – утратила силу.

(5) Орган местного публичного управления посредством информационного ресурса в сфере торговли подает заявление о выдаче недостающего разрешительного документа, связанного с деятельностью, предусмотренной позициями 5.8, 5.8.1, 5.8.2, 5.8.3 и 5.81 пункта 5 части I и позициями 3.3 и 3.4 пункта 3 части II приложения 6 к Закону о ветеринарно-санитарной деятельности №221/2007, а также деятельностью, предусмотренной приложением 2 к Закону о государственном надзоре за общественным здоровьем №10/2009 (в соответствии со следующими классами указанного приложения (КЭДМ-2): 46.46; 47.30; 47.73; 55.20 – только для детских лагерей; 93.29 – только для деятельности пляжей; 96.02; 96.04; 96.09), в следующих случаях:

a) выбора подателем соответствующей опции в информационном ресурсе в сфере торговли при подаче уведомления онлайн;

b) письменного запроса об этом в разделе «Приложения» уведомления, заверенного собственноручной подписью подателя при подаче уведомления в окно приема.

(6) Осуществление подателем действий, указанных в части (5), является волеизъявлением и декларацией соблюдения требований законодательства для

выдачи недостающего разрешительного документа. Орган местного публичного управления не проверяет подлинность представленных подателем данных (документов), выполняя необходимые действия в информационном ресурсе в сфере торговли от имени и в интересах подателя.

Статья 17. Проверка точности данных и соблюдения требований к осуществлению торговой деятельности

(1) Орган местного публичного управления проверяет указанные в уведомлении данные на предмет соответствия положениям настоящего закона.

(2) Данные уведомления и поданные коммерсантом документы рассматриваются по принципу единого окна следующим образом:

а) точность данных о наименовании/имени, юридическом адресе/месте проживания, администраторе коммерсанта и IDNO/IDNP проверяется посредством доступа к данным Государственного регистра правовых единиц и, соответственно, Государственного регистра населения или других государственных реестров – по необходимости;

б) точность данных об адресе торговой единицы проверяется посредством доступа к данным информационных ресурсов, которые ведет Агентство публичных услуг, – по необходимости;

в) соблюдение требований в сфере градостроительства, обустройства территории и строительства проверяется посредством доступа к данным и взаимодействия с ответственными подразделениями органа местного публичного управления – в случае необходимости.

(3) Орган местного публичного управления сотрудничает с другими органами публичной власти либо с частными субъектами в целях осуществления полномочий по проверке законности деятельности коммерсантов. По запросу органа местного публичного управления указанные органы и субъекты представляют соответствующую информацию с соблюдением законодательства.

(4) Орган местного публичного управления может проверять деятельность коммерсанта в соответствии с положениями Кодекса Республики Молдова о правонарушениях.

(5) Информация о новом уведомлении (с приложением уведомления о начале или об изменении, по обстоятельствам) направляется посредством информационного ресурса в сфере торговли Агентству по техническому надзору – во всех случаях, Национальному агентству по безопасности пищевых продуктов – в случае осуществления коммерсантом видов деятельности,

предусмотренных позициями 5.8, 5.8.1, 5.8.2, 5.8.3 и 5.81 пункта 5 части I и позициями 3.3 и 3.4 пункта 3 части II приложения 6 к Закону о ветеринарно-санитарной деятельности №221/2007, и Национальному агентству общественного здоровья – в случае осуществления коммерсантом видов деятельности, предусмотренных приложением 2 к Закону о государственном надзоре за общественным здоровьем №10/2009 (в соответствии со следующими классами указанного приложения (КЭДМ-2): 46.46; 47.30; 47.73; 55.20 – только для детских лагерей; 93.29 – только для деятельности пляжей; 96.02; 96.04; 96.09).

(6) Органы, указанные в части (5), рассматривают данные из уведомления на предмет соответствия деятельности коммерсанта предусмотренным законом требованиям, в том числе могут использовать данные из уведомления в целях установления противоправного деяния, предусмотренного законом о правонарушениях или уголовным законом, или осуществляют государственный контроль при наличии установленных законом оснований для его осуществления.

Статья 17-1. - утратила силу.

Статья 17-2. - утратила силу.

Статья 17-3. Срок осуществления торговой деятельности

(1) Торговая деятельность не ограничивается во времени, за исключением следующих случаев:

- a) ликвидация юридического лица либо смерть физического лица, уведомившего о торговой деятельности, или отсутствие торговой деятельности в течение 13 месяцев после начала деятельности;
- b) подача уведомления о прекращении торговой деятельности согласно статье 17-5;
- c) приостановление торговой деятельности согласно статье 17-4;
- d) истечение срока в случае уведомлений со сроком в соответствии с частью (6);
- e) истечение срока для торговых единиц с рынков на основании части (8) статьи 12;
- f) истечение срока, на который создан ампласмент.

(2) В случае торговой единицы, осуществляющей несколько видов торговой деятельности, приостановление права на занятие определенным видом деятельности не препятствует осуществлению прочей торговой деятельности, за исключением случаев, когда документ о приостановлении или истечение срока действия применимы ко всей торговой единице.

(3) Коммерсант-юридическое лицо обязан подать уведомление о прекращении торговой деятельности в случаях, предусмотренных пунктом а) части (1). В случае невыполнения такой обязанности, а также по коммерсанту-физическому лицу орган местного публичного управления вносит по собственной инициативе отметку о прекращении торговой деятельности в информационный ресурс в сфере торговли не позднее третьего рабочего дня с момента, когда ему стало официально известно о доказательстве, предусмотренном частью (4).

(4) Доказательство (документ или любая другая законная информация), служащее основанием для изменения статуса уведомления, хранится в бумажном виде на учете органа местного публичного управления в деле уведомления или в электронном деле в зависимости от того, каким способом оно поступило, что не исключает право владения любыми документами на бумажном носителе при условии, что это не требует от коммерсанта неоправданных расходов.

(5) В случаях, предусмотренных пунктами d), e) и f) части (1), деятельность прекращается без подачи уведомления о прекращении.

(6) Орган местного публичного управления может ограничить срок осуществления торговой деятельности:

1) для торговых единиц с рынков на основании части (8) статьи 12;

2) по истечении срока, на который создан ампласамент;

3) по требованию коммерсанта;

4) посредством требований положения о местной торговле:

а) для мелкорозничной торговли, предприятий по организации развлечений, расположенных на земельных участках/открытых площадках или террасах, расположенных на/в земельных участках/местах/зданиях/строениях публичной сферы органа местного публичного управления, без ущерба для положений законодательства;

б) в случаях, предусмотренных статьей 21-5;

с) в случае территорий/помещений/мест/строений/зданий, которые согласно градостроительным планам претерпят изменения, несовместимые с формой, видом торговой деятельности, или исчезнут/преобразуются.

(7) В случаях, предусмотренных подпунктом с) пункта 4) части (6) настоящей статьи, орган местного публичного управления информирует коммерсанта в письменном виде о наступлении обстоятельств, оправдывающих установление срока, не менее чем за 30 дней до его наступления. В случае отсутствия такой информации срок уведомления продлевается до извещения, что не исключает права прекращения, предусмотренного статьей 17-5.

Статья 17-4. Приостановление (ограничение) торговой деятельности

(1) Торговая деятельность приостанавливается (ограничивается) органами, наделенными функциями контроля, путем наложения предусмотренных законодательством запретительных мер в связи с нарушениями, установленными в ходе государственного контроля, проведенного согласно положениям Закона о государственном контроле предпринимательской деятельности № 131 от 8 июня 2012 года.

(2) Торговая деятельность приостанавливается (ограничивается) путем приостановления уполномоченным органом разрешительного документа/лицензии в соответствии с условиями, предусмотренными статьей 17 Закона об основных принципах регулирования предпринимательской деятельности № 235-XVI от 20 июля 2006 года.

(3) Орган местного публичного управления вправе обратиться в судебную инстанцию в целях приостановления торговой деятельности в следующих случаях:

а) установление несоответствия условий осуществления торговой деятельности указанным в уведомлении данным или нарушения положения о местной торговле;

б) установление совершения повторного нарушения правил торговли согласно положениям Кодекса Республики Молдова о правонарушениях;

с) установление нарушения условий, предусмотренных в пункте а) части (7) статьи 21.

(4) Судебное решение о приостановлении торговой деятельности выносится в течение пяти рабочих дней и исполняется в соответствии с законодательством.

(5) Органы, наделенные функциями контроля и/или регулирования, издавшие решения (или другие предусмотренные законом акты), которыми приостановлено или возобновлено в любой форме право коммерсанта на занятие определенным видом деятельности, официально направляют решение (документ) в адрес органа местного публичного управления, включая вынесенное по этому поводу решение судебной инстанции.

(6) Орган местного публичного управления не проверяет подлинность, законность решений или оснований для приостановления/возобновления деятельности, внося в информационный ресурс в сфере торговли отметку о приостановлении или возобновлении, по обстоятельствам, деятельности в срок, установленный частью (3) статьи 17-9.

Статья 17-5. Прекращение торговой деятельности на основании уведомления коммерсанта

(1) Торговая деятельность прекращается по требованию коммерсанта со дня подачи им уведомления о ее прекращении.

(2) Со дня подачи уведомления о прекращении торговой деятельности коммерсант:

а) не вправе осуществлять торговую деятельность в рамках соответствующей торговой единицы;

б) не обязан вносить плату, предусмотренную частью (2) статьи 17-7, за соответствующую торговую единицу.

Статья 17-6. Изменение данных

(1) В случае необходимости изменения данных, указанных в уведомлении о начале торговой деятельности, коммерсант подает в орган местного публичного управления уведомление об изменении данных.

(2) При необходимости коммерсант прилагает к уведомлению об изменении данных необходимые документы, предусмотренные частями (9) и (10) статьи 14.

(3) В случае обнаружения описок, технических погрешностей или несоответствий между поданным уведомлением и фактическим состоянием торговой единицы, если обнаруженное не подпадает под противоправное деяние или не является основанием для отказа, орган местного публичного управления может с согласия коммерсанта, выраженного законным путем, или по его молчаливому согласию изменить уведомление.

(4) Молчаливое согласие, предусмотренное частью (3), наступает в результате письменного предупреждения со стороны органа местного публичного управления, направленного на юридический адрес или по месту жительства коммерсанта заказным письмом, на которое в течение 30 дней со дня получения заказного письма или указанной почтовым отделением даты возврата не дан ответ в письменном виде. В случае отказа коммерсанта согласиться с изменением уведомления в результате предупреждения орган местного публичного управления вправе приостановить действие уведомления в сфере торговли в порядке, установленном пунктом а) части (3) статьи 17-4.

(5) Не принимается изменение уведомления, а подается новое уведомление о начале торговой деятельности в следующих случаях:

- а) в случае рынков как торговых единиц;
- б) изменение адреса торговой единицы;
- в) изменение типа торговой единицы из стационарной в передвижную и наоборот;
- г) изменение ампласамента.

Статья 17-7. Сборы

(1) По каждой торговой единице, в которой осуществляется торговая деятельность, коммерсанты вносят плату за торговую единицу и/или оказание услуг в соответствии с налоговым законодательством.

(2) Сбор за торговые единицы и/или оказание услуг уплачивается в предусмотренном налоговым законодательством порядке на всем протяжении осуществления торговой деятельности согласно статье 17-3.

Статья 17-8. - утратила силу.

Статья 17-9. Информационный ресурс в сфере торговли

(1) Учет и мониторинг торговых единиц, а также относящихся к ним данных осуществляется посредством информационного ресурса в сфере торговли, созданного и администрируемого Правительством.

(2) Правительство обеспечивает и оказывает необходимое содействие в подключении органов местного публичного управления к информационному ресурсу в сфере торговли, а также во взаимодействии такового с другими государственными информационными ресурсами и органами публичной власти.

(3) Органы местного публичного управления обеспечивают ввод и актуализацию данных о торговых единицах, включая данные уведомлений и прилагаемых документов, поданных коммерсантом органу местного публичного управления, а также решения о приостановлении или прекращении торговой деятельности, вынесенные компетентными органами, в течение не более трех дней со дня их получения.

(4) Доступ к информации о торговых единицах, содержащейся в информационном ресурсе в сфере торговли, гарантируется всем лицам на бесплатной основе.

Глава V. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Статья 18. Защита жизни, здоровья и безопасности потребителей

(1) Коммерсанты обязаны размещать на рынке только товары/услуги, не представляющие угрозы для жизни, здоровья и безопасности потребителей. Любой коммерсант, базируясь на информации, полученной от производителей/импортеров, и на профессиональных знаниях, должен убедиться, что предлагаемые им для реализации товары являются безопасными, он также должен проинформировать потребителей о факторах риска при их использовании/потреблении.

(2) Запрещается размещение на рынке товаров без сопроводительных документов, подтверждающих их качество, количество и безопасность, составленных в соответствии с действующими техническими, санитарными нормами и нормами бухгалтерского учета.

(3) Товар/услуга считаются безопасными, если соответствуют нормам обязательного характера, определяющим характеристики безопасности товара и порядок контроля соответствия товара параметрам, установленным согласно действующему законодательству.

(4) Если безопасность товара/услуги не может быть установлена согласно положениям части (3), товар/услуга считаются безопасными в том случае, если при использовании таковых в нормальных или предусмотренных условиях они не представляют угрозы для жизни, здоровья и безопасности потребителей.

Статья 19. Эtiquетирование, маркировка и упаковка

(1) Информация, предоставляемая посредством этикетирования, маркировки и упаковки, а также способы применения этикеток устанавливаются действующим законодательством. Этикетирование и нормы, в соответствии с которыми оно

осуществляется, не должны вводить в заблуждение потребителя.

(2) При реализации товара/оказании услуги коммерсант/поставщик должен довести до сведения потребителя, по его просьбе, наряду с информацией, предоставленной посредством этикетирования, маркировки и упаковки, и другую достоверную и полезную информацию о характеристиках товара/услуги, условиях их реализации и способах применения.

(3) Упаковка товаров должна обеспечивать их целостность и защиту их качества, быть удобной для манипулирования, способствовать продаже товаров и в то же время соответствовать требованиям законодательства об охране труда, окружающей среды и о безопасности потребителей.

Статья 20. Количество и цена

(1) В зависимости от вида и характеристик товара на его упаковке четко и ясно указываются номинальные масса и объем, длина, площадь или другие величины, характеризующие количество (содержание) товара, выраженное в единицах измерения, признанных в Национальной системе метрологии. Положения настоящей части не распространяются на продукцию, реализуемую насыпью.

(2) Обязанность по указанию информации, предусмотренной в части (1), возлагается, в зависимости от случая, на производителя, коммерсанта или на импортера.

(3) Данные измерительных средств для определения количества товаров, реализуемых насыпью, должны быть четкими и хорошо видимыми потребителю. Измерительные средства для определения количества реализуемых товаров должны быть легализованными (включенными в Государственный реестр средств измерений Республики Молдова), адекватными и должны подвергаться периодической метрологической поверке.

(4) Коммерсант, реализующий товар/услугу через розничную торговую сеть, должен указать на ценнике продажную цену, цену единицы измерения и используемый тариф согласно действующему законодательству. Цену единицы измерения не обязательно указывать, если она равна продажной цене товара.

(5) Продажная цена, цена единицы измерения и тариф указываются на видном месте, с исключением возможности их двоякого толкования, путем маркировки, этикетирования, отражения в предлагаемом меню и/или вывешивания и выражаются исключительно в национальной валюте.

(6) На территории Республики Молдова товары и услуги реализуются по свободным продажным ценам, за исключением цен/тарифов, регулируемых

государством. Цена продажи социально значимых товаров/услуг первой необходимости, список которых отражает потребительскую корзину прожиточного минимума, утверждается Правительством и регулируется посредством ограничения рентабельности производства и/или коммерческой надбавки при их реализации.

Статья 20-1. Ограничения в области розничной торговли

(1) Запрещается использование/реализация переносных пластиковых пакетов, с ручками или без ручек, толщиной 50 микрон и более, предоставляемых потребителям в пунктах продажи товаров, с 1 января 2019 года.

(2) Запрещается использование/реализация тонких пластиковых пакетов, толщиной менее 50 микрон, за исключением используемых в качестве упаковки, с 1 января 2020 года.

(3) Запрещается использование/реализация очень тонких пластиковых пакетов, толщиной менее 15 микрон, за исключением используемых в качестве упаковки, с 1 января 2021 года.

(4) Запрещается использование/реализация одноразовых пластиковых тарелок, стаканов, других предметов столовых приборов и палочек, за исключением биоразлагаемых, с 1 января 2021 года.

Статья 21. Иные правила торговли

(1) Коммерсант хранит в торговой единице документы, подтверждающие соответствие торговой единицы или товаров действующим техническим нормам и другим законным требованиям, разрешительные документы, а также копию (копии) справки о приеме уведомления. Указанные документы хранятся в виде заверенных подписью администратора копий и предъявляются по требованию потребителей, контролирующих органов или констатирующих субъектов.

(2) Коммерсанты обязаны вести учет реализованных товаров/оказанных услуг и выдавать покупателям/потребителям кассовый чек или другой документ, подтверждающий реализацию товара/оказание услуги. Учетные документы должны предъявляться по требованию органов контроля согласно действующему законодательству.

(3) Каждый коммерсант устанавливает согласно положению о местной торговле, утвержденному местным советом, режим работы торговой единицы при условии соблюдения трудового законодательства и действующих норм относительно тишины и общественного порядка. Предприятия розничной торговли и предприятия, оказывающие коммерческие услуги, могут быть открыты для

посетителей ежедневно. Торговые единицы продовольственного сектора не могут быть закрыты более двух дней подряд в случае узаконенных праздников, за исключением закрытия их по объективным причинам. Режим работы вывешивается при входе в торговую единицу на видном месте с внешней стороны. Коммерсант обязан обеспечить его соблюдение. Любое изменение режима работы торговой единицы производится путем изменения уведомления.

(4) Коммерсанты обязаны обеспечивать сбор, накопление и транспортировку отходов, образовавшихся в процессе торговой деятельности, в соответствии с законодательством об управлении отходами. Сбор и транспортировка отходов осуществляются:

а) коммерсантом – в случае, когда он имеет разрешение на управление отходами; и/или

б) юридическими лицами, имеющими разрешение на управление отходами и заключившими договор с коммерсантом.

(5) Коммерсанты обязаны соблюдать запреты и требования к осуществлению торговой деятельности, установленные положением о местной торговле, включая случаи, когда такие запреты и требования установлены после подачи уведомления о начале торговой деятельности.

(6) При осуществлении торговой деятельности торговцы несут ответственность за соблюдение санитарного и ветеринарно-санитарного законодательства, законодательства о противопожарной безопасности, об охране окружающей среды, а также отраслевого законодательства.

(7) На основании части (1) статьи 5 Закона о жилье №75/2015 запрещается размещение в жилых помещениях торговых единиц, за исключением следующих торговых единиц:

а) типа, соответствующего позиции 32 приложения 5, – лишь в случае осуществления деятельности с физическим присутствием в жилом помещении только одного работника, кроме администратора. В таких случаях торговая единица не может использовать жилое помещение для хранения, перегрузки товаров, приема посетителей (потребителей или клиентов), других видов деятельности, не соответствующих цели использования жилых помещений, а также для создания места для обмена товара;

б) типа, соответствующего позициям 97 и 98 приложения 5.

Статья 21-1. - утратила силу

Статья 21-2. Режим работы

(1) Коммерсант осуществляет торговую деятельность согласно указанному в уведомлении графику работы (расписанию) с соблюдением требований положения о местной торговле.

(2) Деятельность, осуществляемая сверх установленного времени в соответствии со статьей 21-5 или 21-8, не является нарушением графика.

Статья 21-3. Мелкорозничная торговля и ампласаменты

(1) Мелкорозничная торговля осуществляется через мелкорозничные торговые единицы на рынках, ампласаментах или в случаях, предусмотренных статьей 21-5. На рынках и ампласаментах определяются места, предназначенные для размещения мелкорозничных торговых единиц.

(2) Ампласаменты создаются по решению органа местного публичного управления. Ампласаменты могут создаваться на публичной или частной собственности. Создание ампласамента на частной собственности обуславливается письменным согласием ее собственника или владельца.

(3) Для определения мест расположения мелкорозничных торговых единиц и предприятий по организации развлечений на земельных участках/открытых площадках орган местного публичного управления разрабатывает и выдает схемы размещения:

а) индивидуализированные, выдаваемые в течение не более 15 рабочих дней со дня подачи уведомления в сфере торговли подателем, за исключением случаев, когда имеются предварительно установленные схемы размещения;

б) предварительно установленные, разрабатываемые для обеспечения равных условий подачи уведомления в сфере торговли на общих условиях, для чего они обнародуются согласно части (5).

(4) Предварительно установленная схема размещения схематично показывает местонахождение мелкорозничных торговых единиц и их нумерацию, может содержать тип торговых единиц, ассортимент товаров или услуг и другие соответствующие данные, по обстоятельствам. Для случаев, указанных в статье 21-5, предварительно установленная схема размещения может быть заранее согласована с потенциальными коммерсантами или с организатором мероприятия.

(5) Как ампласаменты, так и предварительно установленные схемы размещения обнародуются согласно части (6) статьи 6 с указанием идентификационных характеристик ампласамента и общего срока, на который он создан, или срока для каждой мелкорозничной торговой единицы, по обстоятельствам.

Предварительно установленные схемы размещения, обнародованные с целью проведения аукционов, общественных мероприятий или манифестаций, а также для любых других целей кроме мелкорозничной торговли не служат основанием для подачи уведомления в сфере торговли.

(6) В случае осуществления торговой деятельности в общественных местах посредством террас орган местного публичного управления разрабатывает и выдает коммерсанту индивидуализированную схему размещения, за исключением случаев, когда указанные в уведомлении террасы предусмотрены предварительно установленными схемами размещения.

(7) Размещение мелкорозничных торговых единиц, предприятий по организации развлечений или террас осуществляется в установленном схемой размещения порядке. В прямо предусмотренных положением о местной торговле случаях размещение торговой единицы на месте может обуславливаться присутствием назначенного для этой цели служащего органа местного публичного управления, о чем делается соответствующая пометка в схеме размещения, с указанием даты и времени размещения на месте по обстоятельствам.

(8) Индивидуализированная схема размещения выдается в двух экземплярах, один – для органа местного публичного управления, а другой – для подателя, и предоставляется:

а) по электронной почте, во всех случаях, когда электронный адрес включен в уведомление;

б) через окно приема органа местного публичного управления, получившего уведомление;

с) подразделением органа местного публичного управления, назначенным для этой цели.

(9) Способ выдачи индивидуализированной схемы размещения в случаях, предусмотренных пунктами б) и с) части (8), должен быть прямо установлен в положении о местной торговле, при отсутствии же такого применяются положения пункта б) части (8).

(10) Образец схемы размещения разрабатывается органом местного публичного управления и включается в качестве приложения в положение о местной торговле. Индивидуализированная схема размещения прилагается электронным

способом к уведомлению в информационном ресурсе в сфере торговли органами местного публичного управления.

(11) Мелкорозничные торговые единицы и террасы считаются заявленными в уведомлении, даже если они не получили доступа к необходимым инженерным сетям.

(12) Органы местного публичного управления контролируют наличие свободных площадей для размещения мелкорозничных торговых единиц на ампласаментах и обнаруживают их согласно части (б) статьи 6. Отсутствие площадей для размещения мелкорозничных торговых единиц на указанном в уведомлении ампласаменте служит основой для выдачи справки об отказе на основании пункта d) части (3) статьи 16.

(13) При непосредственном представлении уведомления или в справке об отказе податель информируется о не заявленных в уведомлении местах (свободных площадях) на указанном в уведомлении ампласаменте или в составе другого ампласамента, если таковой существует.

(14) Для осуществления торговли посредством торговых автоматов коммерсант подает уведомление в отношении каждого торгового автомата, если они расположены в разных местах. Коммерсант подает единое уведомление в отношении торговых автоматов, расположенных рядом или в одном помещении, с указанием количества автоматов. Торговые автоматы, принадлежащие торговой единице с другим видом деятельности, включаются в первоначальное уведомление или о них уведомляется путем изменения.

Статья 21-4. Требования к профессиональной подготовке и здоровью

(1) Лица, непосредственно вовлеченные в деятельность по приготовлению, обработке, продаже и/или хранению пищевых продуктов и/или напитков для потребления в торговых единицах, обязаны иметь профессиональную подготовку по направлениям торговли, общественного питания и гигиены.

(2) Лица, непосредственно вовлеченные в физкультурно-оздоровительную деятельность, предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты, обязаны иметь профессиональную подготовку по направлениям физкультурно-оздоровительной деятельности и гигиены.

(3) Считается, что лица, указанные в частях (1) и (2), обладают необходимой профессиональной подготовкой в случае, когда они соответствуют, как минимум, одному из следующих условий:

а) окончили учреждение высшего или профессионально-технического образования, по обстоятельствам, по направлениям торговли, общественного питания, физкультурно-оздоровительной деятельности, парикмахерского дела и другой деятельности в сфере красоты или в области гигиены;

б) окончили курсы специального обучения, по обстоятельствам, по направлениям общественного питания, физкультурно-оздоровительной деятельности, парикмахерского дела и другой деятельности в сфере красоты или в области гигиены, организованные субъектами, указанными в части (5) статьи 13.

(4) Требования и условия проведения медицинских осмотров при поступлении на работу и периодических осмотров в отношении работников коммерческих предприятий применяются в соответствии с положениями Закона о государственном надзоре за общественным здоровьем № 10/2009.

(5) - утратила силу.

(6) Контролирующим органам или другим центральным или местным органам власти запрещается утверждать нормативные акты, обязывающие коммерсантов посещать курсы обучения или профессиональной подготовки и повышения квалификации.

Статья 21-5. Торговая деятельность в рамках торгов, ярмарок, культурных, туристических, спортивных и других подобных мероприятий

(1) Мелкорозничная торговля в рамках торгов, ярмарок, культурных, туристических, спортивных и других подобных мероприятий осуществляется коммерсантом на основании уведомления о начале торговой деятельности в соответствии с установленными распоряжением примара условиями.

(2) Распоряжением примара орган местного публичного управления вправе устанавливать требования к осуществлению торговой деятельности в рамках торгов, ярмарок, культурных, туристических, спортивных и других подобных мероприятий вплоть до разрешения осуществления таковой без подачи уведомления.

(3) Деятельность, указанная в части (1), осуществляется в течение не более 35 дней подряд. Доступ коммерсантов на мероприятия, указанные в настоящей статье, разрешается на основе справки о приеме или в случае мероприятий, осуществляемых согласно части (2) без подачи уведомления, на основе разрешения на доступ, выданного органом местного публичного управления.

Статья 21-6. Защита населения от шума и вибрации при осуществлении

торговой деятельности

(1) Коммерсанты обязаны соблюдать утвержденные Правительством нормативы допустимого уровня шума и вибрации.

(2) Запрещается размещение торговых единиц, использующих музыкальное сопровождение (дискобары, залы торжеств и другие подобные единицы), в жилых домах, образовательных учреждениях, медицинских учреждениях или культовых местах.

(3) Торговые единицы, использующие музыкальное сопровождение (дискобары, залы торжеств и другие подобные единицы), обязаны применять необходимые меры для звукоизоляции в целях соблюдения нормативов допустимого уровня шума и вибрации, с тем чтобы не причинять беспокойства проживающим в зоне или в населенном пункте, где они находятся.

(3-1) В целях соблюдения принятых нормативов физические и юридические лица, осуществляющие деятельность в сфере внутренней торговли, обязаны запрашивать соответствующие измерения по предписанию органов, уполномоченных осуществлять контроль, в том числе в случае поступления жалоб.

(4) Измерение уровня шума и вибрации может осуществляться по требованию:

- a) Национальным агентством общественного здоровья;
- b) компетентными подразделениями органов местного публичного управления;
- c) аккредитованными в соответствии с законодательством лабораториями и учреждениями;
- d) судебным исполнителем согласно статье 25 Исполнительного кодекса № 443/2004.

Глава V-1. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Статья 21-7. Методы торговли по сниженным ценам

Под продажей товаров/услуг по сниженным ценам для целей настоящего закона понимаются:

- a) тотальные распродажи;

b) сезонные распродажи;

c) продажи в торговых единицах типа фирменного магазина;

d) промоакции.

Статья 21-8. Информирование о продажах по сниженным ценам

Информация о продажах по сниженным ценам, если они проводятся в нерабочее время и предполагают скопление выше обычного людей и транспортных средств в прилегающих к торговой единице зонах, должна доводиться в письменном виде до сведения органа местного публичного управления, на чьей подведомственной территории расположена соответствующая торговая единица, не менее чем за семь рабочих дней до начала продаж или за один рабочий день до размещения рекламы о продажах по сниженным ценам.

Статья 21-9. Тотальная распродажа

(1) Под тотальной распродажей понимается любая продажа, предваряемая или сопровождаемая рекламой и объявленная под названием «распродажа», благодаря снижению цен приводящая к ускоренной продаже всего или только части товарного запаса в торговой единице.

(2) Любое объявление или другая форма рекламы тотальной распродажи должны в обязательном порядке указывать дату начала распродажи и ее продолжительность, а также подлежащий тотальной распродаже ассортимент товаров, если операция касается не всех товаров в структуре продаж.

Статья 21-10. Сезонная распродажа

(1) Сезонная распродажа – это любая продажа, предваряемая или сопровождаемая рекламой и объявленная под названием «распродажа/распродажи/остатки/скидки», благодаря снижению цен приводящая к ускоренной продаже запаса сезонных товаров в розничной торговой единице.

(2) Обосновывающие бухгалтерские документы, подтверждающие, что предлагаемый для распродажи товарный запас сформирован не менее чем за 15 дней до даты начала сезонной распродажи, хранятся в течение трех лет для их представления при любой необходимости уполномоченным контролирующим органам.

Статья 21-11. Продажи в торговых единицах типа фирменного магазина

Продажи в торговых единицах типа фирменного магазина – это продажи собственной продукции, осуществляемые напрямую потребителям производителями (переработчиками), с выполнением при этом обязанностей, возлагаемых на любого коммерсанта, осуществляющего розничную торговлю.

Статья 21-12. Промоакции

(1) Для целей настоящего закона промоакции – это розничные продажи/продажи cash and carry/предоставление рыночных услуг, которые могут происходить в любое время года, при условии, что они касаются имеющихся или восполняемых товаров, а также услуг, продаваемых или, по обстоятельствам, предоставляемых в данный момент.

(2) Для целей настоящего закона, не считаются промоакциями:

- а) промоакции, проводимые производителями (переработчиками);
- б) действия по выпуску на рынок новых товаров/услуг.

Статья 21-13. Реклама и объявления о снижении цен

(1) Продажи по сниженной цене, предусмотренные статьей 21-7, согласно их определению в настоящем законе, когда потребителей информируют о снижении цен, включающем сравнение в цифровом выражении, подлежат следующим правилам установления и рекламы цен:

1) любой коммерсант, объявляющий о снижении цены, должен соотносить ее с базисной ценой, применяемой той же торговой единицей на идентичные товары или услуги;

2) любое объявление о снижении цен, независимо от формы, способа рекламы и мотивации снижения, должно быть адресовано потребителям и указывать снижение в цифрах по сравнению с базисными ценами, за исключением:

- а) сравнительной рекламы цены;
- б) исключительно текстовых рекламных объявлений, не содержащих цифр;
- с) ценовых объявлений о выпуске на рынок нового товара;
- д) устных рекламных объявлений, делаемых исключительно внутри магазина в отношении снижения цен в определенном отделе на очень короткий период одного продажного дня;

3) каталожная реклама и предложения о снижении цен, размещаемых коммерсантами, осуществляющими продажу за пределами стационарной

торговой единицы, могут быть действительны только до исчерпания запасов при условии, что это указание видимо и в разборчивом виде фигурирует в каталоге;

4) любое объявление о снижении цены, выражаемое в абсолютном значении или в процентах, должно быть видимым, разборчивым и недвусмысленным по каждому товару или группе идентичных товаров:

а) либо путем указания новой цены рядом с прежней, зачеркнутой;

б) либо путем указаний «новая цена», «старая цена» рядом с соответствующими суммами;

с) либо путем указания процента скидки и новой цены, указанной рядом с базисной, зачеркнутой;

5) запрещается представление потребителям снижение цены на товар и/или услугу как бесплатное предложение части товара и/или услуги;

6) все бухгалтерские документы, подтверждающие достоверность базисной цены, должны храниться в течение трех лет для их представления уполномоченным контролирующим органам;

7) любое объявление о снижении цен, не соответствующее фактическому снижению по отношению к базисной цене, признается недобросовестной коммерческой практикой и наказывается согласно законодательству.

(2) Положения части (1) не применяются, если снижение цены на товар вытекает из увеличения количества товара, содержащегося в обычно используемой для их реализации упаковке, или из увеличения количества идентичных товаров, предлагаемых к продаже в общей упаковке.

(3) Товары, выставленные на продажу по сниженной цене/предлагаемые в промоакциях, за три дня до истечения срока годности или минимального срока годности/до конечной даты потребления продовольственных товаров либо до истечения срока годности/до даты минимального срока годности непродовольственных товаров сортируются и выставляются на реализацию на полках или стендах с видимым разграничением и с правильным, полным и точным информированием потребителей. Несоблюдение требований настоящей части признается недобросовестной коммерческой практикой и наказывается согласно законодательству.

Глава V-2. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПОСТАВЩИКОМ И ПОКУПАТЕЛЕМ ПРИ ДОСТАВКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья 21-14. Сфера применения и понятия, используемые для целей данной главы

(1) Положения настоящей главы, касающиеся недобросовестных коммерческих практик при реализации сельскохозяйственной и продовольственной продукции, применяются:

а) поставщиками из категории микропредприятий по отношению к любому покупателю, за исключением покупателей из категории микропредприятий, а также в случае исключений, предусмотренных частью (2);

б) поставщиками из категории малых предприятий по отношению к любому покупателю, за исключением покупателей из категорий микропредприятий и малых предприятий, а также в случае исключений, предусмотренных частью (2);

в) поставщиками из категории средних предприятий по отношению к любому покупателю, за исключением покупателей из категорий микропредприятий, малых и средних предприятий, а также в случае исключений, предусмотренных частью (2).

(2) Положения настоящей главы, касающиеся недобросовестных коммерческих практик при реализации сельскохозяйственной и продовольственной продукции, не применяются:

а) к мелкорозничной торговле, за исключением случая, когда доход мелкорозничного коммерсанта от продаж за налоговый период превышает 1200000 леев;

б) при торговле в фирменных магазинах, предусмотренных позицией 31 приложения 5, товарами производителя/переработчика;

в) к торговым единицам с торговой площадью типа А согласно позиции 1 приложения 5, в случае если они относятся к категории микропредприятий.

(3) Для целей частей (1) и (2) настоящей статьи микропредприятия, малые и средние предприятия классифицируются в соответствии с частью (1) статьи 5 Закона о малых и средних предприятиях № 179/2016.

(4) Для целей настоящей главы следующие основные понятия означают:

коммерческий договор – договор, который включает фактические коммерческие условия, определяемые как сумма всех коммерческих условий, выраженных в процентах от расчетной стоимости продаж, включая все коммерческие расходы, взимаемые в связи с реализацией продукции, абсолютную или процентную долю от оборота;

закупочная стоимость продукции – цена, уплаченная покупателем за продукцию, поставляемую в соответствии с условиями договора;

стоимость продукта – (i) в случае поставщика – стоимость конечного продукта, которая включает прибыль поставщика, производственные затраты, в том числе невозмещаемые налоги и сборы, права на импорт/экспорт, понесенные затраты на доставку, переработку, сортировку, упаковку продукта или другие расходы с целью приведения его в форму и доставки к месту передачи покупателю; (ii) в случае поставщика-посредника – стоимость конечного продукта, которая включает стоимость закупки продукции, прибыль поставщика-посредника и дополнительные расходы на закупку продукции;

дополнительные расходы на закупку продукции (логистические услуги) – расходы, понесенные покупателем с момента получения товара на договорных условиях, с целью приведения продукции в форму или в состояние, необходимое для ее размещения на рынке, расходы на прием, транспортировку, погрузку, разгрузку, невозмещаемые налоги и сборы или другие необходимые расходы;

покупатель – любое физическое или юридическое лицо, лицо либо группа, союзы/ассоциации таких лиц, которые покупают сельскохозяйственную и продовольственную продукцию, за исключением конечного потребителя;

поставщик – любой сельскохозяйственный производитель, любое физическое или юридическое лицо либо группа, союзы/ассоциации таких лиц, которые продают сельскохозяйственную и продовольственную продукцию;

поставщик-посредник – любое физическое или юридическое лицо, которое не является производителем/переработчиком или импортером проданного покупателю продукта; для целей настоящего понятия группы, союзы/ассоциации сельскохозяйственных производителей не считаются посредниками;

внесение в список – действие по включению в предложение покупателя (коммерсанта) сельскохозяйственной и продовольственной продукции;

недобросовестные коммерческие практики – практики, противоречащие корректному коммерческому поведению, добросовестности и правильности, которые в одностороннем порядке навязываются одним торговым партнером другому, даже являясь результатом соглашения между сторонами;

сельскохозяйственная и продовольственная продукция – перечень сельскохозяйственной и продовольственной продукции, установленный Правительством;

скоропортящаяся сельскохозяйственная и продовольственная продукция – сельскохозяйственная и продовольственная продукция, которая по своей природе или на стадии переработки может стать непригодной для продажи в 30-дневный срок после сбора, производства или переработки;

торговые скидки – скидки от стоимости товара (дисконт, уступка, бонус, ретробонус);

коммерческие репрессии – действия, совершаемые покупателем по отношению к поставщику или поставщиком по отношению к покупателю, с целью запугивания для оказания воздействия на их поведение ввиду принятия договорных условий покупателя или поставщика либо неблагоприятных коммерческих условий соответственно для поставщика или покупателя, в том числе угроза исключения из предложения покупателя.

Статья 21-15. Договорные отношения между поставщиком и покупателем и сроки оплаты

(1) Договорные отношения между поставщиком и покупателем сельскохозяйственной и продовольственной продукции устанавливаются договорами, заключенными в письменной форме, в том числе в электронной форме или с использованием электронных средств, заранее согласованных сторонами.

(2) Срок оплаты поставленной сельскохозяйственной и продовольственной продукции устанавливается в договоре путем переговоров и не может превышать 45 календарных дней со дня получения продукции покупателем, за исключением случаев, предусмотренных частями (3) и (4).

(3) Срок оплаты поставленной сельскохозяйственной и продовольственной продукции с минимальным сроком годности/конечной датой потребления до 7 дней включительно составляет 7 дней с момента получения продукции покупателем.

(4) Срок оплаты поставленной сельскохозяйственной и продовольственной продукции с минимальным сроком годности/конечной датой потребления от 8 до 30 дней включительно составляет 30 дней с момента получения товаров покупателем.

(5) Положения частей (3) и (4) настоящей статьи не применяются к поставкам сельскохозяйственной и продовольственной продукции:

а) в публичные образовательные учреждения, указанные в пунктах а)-ф) статьи 12 Кодекса об образовании № 152/2014;

б) в публичные медико-санитарные учреждения, указанные в части (2) статьи 4 Закона об охране здоровья № 411/1995.

(6) Нарушение сроков оплаты, предусмотренных частями (2)–(4) настоящей статьи, рассматривается как недобросовестная коммерческая практика, запрещенная согласно части (1) статьи 21-16.

(7) Покупатель обязан сообщить поставщику о полном или частичном принятии либо о полном или частичном отклонении предложения поставщика не позднее чем за 14 календарных дней. Уточнения к предложению по заявке покупателя не ограничены во времени. Поставщик не может представить идентичное предложение тому же покупателю в течение 14 календарных дней после представления первоначального предложения, за исключением случая, если покупатель прямо или публично запросил подобное предложение.

Неинформирование поставщика в соответствии с нормами настоящей части является недобросовестной коммерческой практикой согласно части (1) статьи 21-16.

(8) Положения частей (2)–(4) настоящей статьи, а также пункта р) части (1) и части (3) статьи 21-16 применяются к любой сельскохозяйственной и продовольственной продукции, независимо от перечня такой продукции, который устанавливается Правительством для целей настоящей главы.

Статья 21-16. Недобросовестные коммерческие практики

(1) Запрещаются следующие недобросовестные коммерческие практики:

а) установление договорных положений, которыми стороны прямо или косвенно устанавливают себе запрет на покупку или продажу товаров/услуг у третьей стороны или третьей стороне. Такие положения являются ничтожными. Эта практика применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14, а также по отношению к любому виду товаров во внутренней торговле;

б) запрос и предложение торговых скидок на социально значимые товары первой необходимости согласно перечню, утвержденному Правительством. Такие положения являются ничтожными. Эта практика применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14;

с) запрос и предложение торговых скидок вне рамок переговоров о заключении договора или предложения, объявленного в письменной форме, в том числе в электронной форме. Такие положения являются ничтожными. Эта практика

применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14, а также по отношению к любому виду товаров во внутренней торговле;

d) условие, налагаемое на поставщика не продавать товар другим коммерсантам по цене ниже той, по которой он продает ему товар. Такие положения являются ничтожными. Эта практика применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14, а также по отношению к любому виду товаров во внутренней торговле;

e) условие, налагаемое на коммерсанта, о сохранении определенной розничной цены. Такие положения являются ничтожными. Эта практика применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14, а также по отношению к любому виду товаров во внутренней торговле;

f) отмена заказа на сельскохозяйственную и продовольственную продукцию, предусмотренную частью (3) статьи 21-15. Такие договорные положения или действия являются ничтожными;

g) отмена или замена покупателем заказов на скоропортящуюся сельскохозяйственную и продовольственную продукцию в пределах короткого срока предварительного уведомления, в течение которого у поставщика нет разумных возможностей найти альтернативу для реализации или использования соответствующих товаров. Срок предварительного уведомления, составляющий менее 30 дней, всегда считается коротким периодом уведомления;

h) изменение покупателем в одностороннем порядке условий коммерческого договора на сельскохозяйственную и продовольственную продукцию, которые касаются частоты, способа, места, графика (сроков или периодичности) поставки или доставки сельскохозяйственной и продовольственной продукции, стандартов качества, условий оплаты или цен либо условий, касающихся поставки услуг, в той мере, в какой они четко указаны в договоре;

i) покупатель требует от поставщика платежи, которые не связаны с продажей сельскохозяйственной и продовольственной продукции поставщика или которые предназначены для компенсации дополнительных расходов на приобретение продукции;

j) покупатель требует от поставщика замены или выплат за порчу или утрату сельскохозяйственной и продовольственной продукции либо за то и другое, если это произошло на площадях покупателя, или после того, как товар становится собственностью покупателя, или с момента получения товара в случае, если такая порча или утрата не были вызваны небрежностью или виной поставщика;

- k) покупатель отказывается подтвердить в письменной форме условия коммерческого договора между покупателем и поставщиком, в отношении которых поставщик запросил такое подтверждение;
- l) покупатель незаконно получает, использует или раскрывает коммерческие секреты поставщика;
- m) покупатель угрожает осуществлением или осуществляет коммерческие репрессии против поставщика, в случае если поставщик реализует свои законные или договорные права, в том числе путем подачи жалобы в компетентный орган или путем сотрудничества с этим органом в ходе расследования;
- n) покупатель требует от поставщика компенсации расходов на расследование жалоб клиентов, связанных с продажей продукции поставщика, несмотря на отсутствие небрежного отношения или вины со стороны поставщика;
- o) неоднократный отказ поставщика или покупателя от использования электронных средств связи в процессе переговоров по заключению договора или по внесению изменений в договор, с целью соблюдения положений части (1) статьи 21-15;
- p) возврат поставщику сельскохозяйственной и продовольственной продукции, приобретенной с соблюдением количественных и качественных характеристик, установленных договорами на поставку товаров, но ставшей не соответствующей применимым в продовольственном секторе нормам, в том числе по истечении конечной даты потребления/минимального срока годности. В зависимости от характера несоответствия коммерсант обязан уничтожить или использовать в других целях всю партию несоответствующей сельскохозяйственной и продовольственной продукции. Эта практика применяется в порядке отступления от частей (1) и (2) статьи 21-14;
- q) несоблюдение покупателем условий договора, установленных в соответствии с частью (2);
- r) покупатель обуславливает покупку доставкой в более чем одно из имеющихся в его распоряжении торговых единиц. Предпочтение отдается ближайшей к поставщику торговой единице или любой из оговоренных единиц;
- s) покупатель отказывается во внесении в список, предусмотренный частью (8), за исключением, предусмотренным частью (9);
- t) доставка (продажа) сельскохозяйственной и продовольственной продукции по цене ниже себестоимости продукта без учета прибыли поставщика, за

исключением случая, предусмотренного пунктом с) части (2) и сроков, предусмотренных частью (б). Покупатель не может требовать выплат, предусмотренных частью (2), ниже предела, установленного настоящим пунктом.

(2) Запрещаются следующие недобросовестные коммерческие практики, за исключением случая, если они не были предварительно согласованы четкими и недвусмысленными условиями в коммерческом договоре или другом договоре между поставщиком и покупателем либо последующим изменением:

а) покупатель возвращает поставщику нереализованную сельскохозяйственную и продовольственную продукцию, не заплатив за соответствующую нереализованную продукцию или за ее утилизацию, либо и то, и другое;

б) с поставщика взыскивают плату, которая обусловлена хранением, визуальным представлением, в том числе на полке или на ее части, либо внесением в перечень сельскохозяйственной и продовольственной продукции или размещением на рынке соответствующей продукции;

с) покупатель требует от поставщика нести полностью или частично расходы по предоставлению любых скидок на сельскохозяйственную и продовольственную продукцию, реализуемую покупателем в рекламных целях;

д) покупатель требует от поставщика оплатить рекламу сельскохозяйственной и продовольственной продукции, сделанную покупателем;

е) покупатель требует от поставщика оплаты маркетинговых услуг, предоставляемых покупателем в отношении сельскохозяйственной и продовольственной продукции;

ф) покупатель требует от поставщика оплаты услуг персонала, занятого обустройством помещений, используемых для продажи сельскохозяйственной и продовольственной продукции поставщика.

(3) В случае если пищевые продукты были приобретены с соблюдением количественных и качественных характеристик, установленных договором, и конечная дата потребления/минимальный срок годности превышает 180 дней, коммерсант может вернуть их поставщику с его согласия и при условии, что товары соответствуют требованиям безопасности пищевых продуктов и что осталось не менее 1/3 срока их годности.

(4) Выплаты и расходы, предусмотренные пунктами б)–ф) части (2), а также любые торговые скидки, запрошенные покупателем после заключения коммерческого договора, в том числе в результате успешной продажи, являются

предметом отдельных договоров или отдельных приложений к коммерческим договорам, отдельно отражаются в бухгалтерских учетах поставщика и в налоговой накладной (с приложением подтверждающего документа). Скидки, полученные в соответствии с положениями настоящей части, вычитаются из закупочной стоимости товаров.

(5) В случае если покупатель запрашивает оплату в ситуациях, указанных в пунктах b)–e) или f) части (2), он по запросу поставщика представляет ему письменную оценку разовых или общих платежей в зависимости от того, какая информация является наиболее адекватной, и – в той мере, в какой это относится к ситуациям, упомянутым в пунктах b), d), e) или f) части (2), – оценку расходов и основания для этой оценки. Платежи, произведенные на основании положений настоящей части, регистрируются отдельно в бухгалтерском учете поставщика и отражаются в налоговой накладной (с приложением подтверждающего документа).

(6) В случае, предусмотренном пунктом c) части (2), торговая скидка может быть запрошена покупателем до начала рекламной акции, инициированной покупателем, с указанием периода акции и количества сельскохозяйственной и продовольственной продукции, которую он предполагает заказать по сниженной цене. Продолжительность рекламных акций, проводимых на основании настоящей части, не может превышать 60 дней в год и по каждому товару.

(7) Коммерсант может оформить по своему усмотрению или предложить по соглашению сторон отдельные площади для размещения и рекламы на полке для любого продукта в зависимости от страны происхождения, производителя, географического региона, целевого конечного потребителя или других отличительных характеристик продукта.

(8) Покупатели не могут отказать во внесении в перечень сельскохозяйственной и продовольственной продукции, представленной в форме и согласно минимальным условиям, требуемым покупателем, если такие требования существуют. Требуемые покупателем форма и минимальные условия в отношении способа представления сельскохозяйственной и продовольственной продукции оглашаются и должны соответствовать принятой в данной области торговой и производственной практике, соответствующей категории (виду) продукции. Требования к форме и минимальные условия применяются единообразно к категории (виду) сельскохозяйственной или продовольственной продукции независимо от поставщика. Внесение в перечень охватывает весь ассортимент предлагаемой сельскохозяйственной и продовольственной продукции. В случае идентичных или схожих предложений, касающихся сельскохозяйственной и продовольственной продукции, при внесении в список

приоритет должен отдаваться производителям/переработчикам из категории микропредприятий, малых и средних предприятий, согласно их определению и классификации в статьях 4 и 5 Закона о малых и средних предприятиях № 179/2016.

(9) Для микропредприятий, малых и средних предприятий со схожими предложениями в качестве приоритетных критериев должны выступать:

а) представление товаров, предварительно упакованных соответственно товарной категории;

б) периодичность и объем поставок. Данный критерий не применяется в сезонный период/период уборки определенной сельскохозяйственной и продовольственной продукции, при условии соблюдения пункта а).

(10) Коммерсанты не могут прервать процедуру внесения в перечень сельскохозяйственной и продовольственной продукции, поставляемой микропредприятиями, малыми и средними предприятиями, согласно их определению и классификации в статьях 4 и 5 Закона о малых и средних предприятиях № 179/2016, в течение 60 дней со дня начала процедуры внесения в перечень, если на них распространяются требования, установленные в части (8) настоящей статьи.

(11) Отказ во внесении в перечень может быть обоснован:

а) несоблюдением условий, предусмотренных в части (8);

б) несоответствием критериям, предусмотренным в части (9);

в) отсутствием места в перечне после применения положений части (10).

(12) Предусмотренный частью (11) отказ от внесения в перечень или любое необоснованное исключение из предложения поставщика должен быть доведен до сведения компетентного органа поставщиком и/или покупателем не позднее следующего рабочего дня после даты отказа в письменной форме (за второй подписью) по месту нахождения органа или по его официальному электронному адресу. Уведомление должно содержать идентификационные данные покупателя и поставщика, указание продукта из предложения поставщика и другие необходимые данные.

Проверка условий отказа во внесении в перечень должна быть выполнена компетентным органом в течение пяти рабочих дней после сообщения об отказе, с составлением констатирующего протокола.

Невыполнение проверки условий отказа во внесении в перечень в случае сообщения о таком отказе не является основанием для оценки действий покупателя как недобросовестной коммерческой практики.

Компетентный орган вправе проверять случаи отказа во внесении в перечень или исключения из предложения поставщика на основании уведомления или письменного обращения (в том числе на официальный электронный адреса органа) покупателя или поставщика не чаще одного раза в 15 дней на протяжении 60 дней подряд со дня сообщения об отказе во внесении в список. На проверки, проводимые на основании настоящей части, не распространяются положения Закона о государственном контроле предпринимательской деятельности № 131/2012. Необоснованный отказ во внесении в перечень или необоснованное исключение из предложения покупателя представляет собой недобросовестную коммерческую практику согласно части (1) настоящей статьи.

(13) Коммерсанты могут реализовать скоропортящуюся продукцию по цене ниже закупочной для обеспечения необходимого оборота на полках и соблюдения требований безопасности, а также в случаях, предусмотренных главой VI. Реализация продукции по цене ниже закупочной не может служить основанием для снижения закупочной цены в любой форме (торговые скидки). Требование торговых скидок покупателем от поставщика вследствие реализации продукции по цене ниже закупочной является недобросовестной коммерческой практикой согласно части (1).

Статья 21-17. Компетентные органы

(1) Совет по конкуренции назначается компетентным органом, наделенным полномочиями по установлению, рассмотрению, обеспечению наложения запретов и санкций за осуществление недобросовестных коммерческих практик.

(2) Министерство экономики назначается уполномоченным органом, наделенным полномочиями по мониторингу и обобщению информации о недобросовестных коммерческих практиках.

(3) Компетентный орган обобщает информацию о рассмотренных случаях недобросовестных торговых практик и об отказах в их принятии к рассмотрению и по запросу предоставляет эту информацию органу, наделенным полномочиями по мониторингу и обобщению.

Статья 21-18. Жалобы и процедуры, касающиеся недобросовестной коммерческой практики

(1) Поставщики направляют в Совет по конкуренции жалобы на недобросовестную коммерческую практику. В случае групп юридических лиц,

союзов/ассоциаций юридических лиц, выступающих в качестве поставщиков, жалоба может быть подана в том числе одним из членов таковых, если недобросовестная коммерческая практика касается продукта, поставляемого этим членом.

(2) За рассмотрение Советом по конкуренции жалоб, указанных в части (1), не взимается плата.

(3) Поставщик и покупатель вправе использовать в процессе переговоров средства регистрации в письменной форме, как это предусмотрено частью (1) статьи 21-15, или электронные средства связи, которые могут быть использованы в качестве доказательств недобросовестной коммерческой практики.

(4) Споры, касающиеся недобросовестной коммерческой практики, могут быть урегулированы по взаимному согласию до передачи в Совет по конкуренции согласно Закону о медиации № 137/2015 или в арбитраже согласно Закону об арбитраже № 23/2008.

Глава VII. ПРОДАЖА ТОВАРОВ/УСЛУГ ПО СНИЖЕННЫМ ЦЕНАМ

Статья 25. Вступление в силу закона

(1) Настоящий закон вступает в силу по истечении шести месяцев со дня опубликования.

(2) Со дня вступления в силу настоящего закона признать утратившим силу Закон о внутренней торговле № 749-XIII от 23 февраля 1996 года.

(3) Коммерсанты, осуществляющие деятельность на основании разрешений на деятельность/лицензий, выданных до вступления в силу настоящего закона, продолжают действовать на основании таковых до истечения срока их действия.

Статья 26. Приведение нормативной базы в соответствие с настоящим законом

Правительству:

– в шестимесячный срок со дня опубликования настоящего закона представить Парламенту предложения по приведению действующего законодательства в соответствие с настоящим законом;

– в двенадцатимесячный срок со дня опубликования настоящего закона утвердить свои нормативные акты по реализации положений настоящего

закона.

Закон действующий. Актуальность проверена 03.09.2021