

INFRAȚIUNILE PREVĂZUTE LA art.255 CP RM: ASPECTE DE DREPT PENAL

Vitalie STATI

Universitatea de Stat din Moldova

Obiectul prezentului studiu îl constituie elementele constitutive și circumstanțele agravante ale infracțiunilor prevăzute la art.255 CP RM. În acest context, sunt analizate obiectul juridic și obiectul material al respectivelor infracțiuni. De asemenea, este definită noțiunea „consumator”, care desemnează victima infracțiunilor specificate la art.255 CP RM. În continuare, sunt supuse examinării cele trei modalități normative ale faptei prejudiciabile reprezentând aceste infracțiuni. În legătură cu analiza subiectului infracțiunilor prevăzute la art.255 CP RM, sunt definite noțiunile „distribuitor”, „vânzător” și „prestator”. Nu în ultimul rând, sunt stabilite condițiile de operare a circumstanței agravante consemnate la lit.b) alin.(2) art.255 CP RM, presupunând săvârșirea infracțiunii de două sau mai multe persoane.

Cuvinte-cheie: *înșelarea clienților, consumator, depășire, înșelare, altă inducere în eroare, practică comercială, distribuitor, vânzător, prestator.*

OFFENCES REFERRED TO AT art. 255 PC RM: PENAL LAW ASPECTS

This study worked with the constituent elements and the aggravating circumstances of the offences provided by art.255 PC RM. In this context, there are analyzed the legal object and the material object of these offences. It is also defined the term “consumer”, which designates the victim of the offences specified at art.255 PC RM. Further are examined the three normative forms of the prejudicial act describing the offences in question. With regard to the analysis of the subject of the offences referred to at art.255 PC RM, there are defined the notions “distributor”, “seller” and “provider”. Finally but not least, there are set the operating conditions of the aggravating circumstance recorded at lett.b) par.(2) art.255 PC RM, with regard to the offence committed by two or more persons.

Keywords: *mislead of clients, consumer, exceedance, deception, another misleading, commercial practice, distributor, seller, provider.*

În art.255 CP RM, sub denumirea marginală de înșelare a clienților sunt reunite două variante-tip de infracțiuni¹ și o singură variantă agravată de infracțiune.

La concret, prima variantă-tip de infracțiune, specificată la alin.(1) art.255 CP RM, se exprimă în depășirea prețurilor cu amănuntul stabilite, precum și a prețurilor și tarifelor pentru serviciile sociale și comunale prestate populației, în înșelarea la socoteală sau în altă inducere în eroare a clienților, săvârșite în proporții mari.

La rândul său, varianta agravată de infracțiune, consemnată la lit.b) alin.(2) art.255 CP RM, presupune că infracțiunea prevăzută la alineatul (1) este săvârșită de două sau mai multe persoane.

Cea de-a doua variantă-tip de infracțiune, specificată la lit.c) alin.(2) art.255 CP RM, constă în depășirea prețurilor cu amănuntul stabilite, precum și a prețurilor și tarifelor pentru serviciile sociale și comunale prestate populației, în înșelarea la socoteală sau în altă inducere în eroare a clienților, săvârșite în proporții deosebit de mari.

În anexa nr.1 la Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Strategiei în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013-2020, nr.560 din 24.07.2013 [22], se menționează: „În acțiunile de susținere a exercitării drepturilor consumatorilor, autoritățile publice în multe cazuri nu urmăresc decât finalitatea protecției în sine, în virtutea legii. Consumatorul însă, în plan economic și social, trebuie privit ca un instrument indispensabil pentru crearea și menținerea concurenței pe piață, dezvoltarea diversității și

¹ Accentuăm că la lit.c) alin.(2) art.255 CP RM este consemnată nu o circumstanță agravantă a infracțiunii specificate la alin.(1) art.255 CP RM. De fapt, la alin.(1) și la lit.c) alin.(2) art.255 CP RM sunt prevăzute infracțiuni de sine stătătoare. Aceste infracțiuni se pot afla între ele în concurs.

Explicația acestui fapt constă în următoarele: nu există o componentă „de bază” de înșelare a clienților, componentă care: 1) nu ar presupune cauzarea de daune în proporții mari sau de daune în proporții deosebit de mari și 2) pe care s-ar grefa în calitate de circumstanțe agravante cauzarea de daune în proporții mari sau de daune în proporții deosebit de mari. Iată de ce cauzarea de daune în proporții deosebit de mari nu poate fi privită ca circumstanță agravantă pentru infracțiunea prevăzută la alin.(1) art.255 CP RM, infracțiune care presupune cauzarea de daune în proporții mari. Or, cauzarea de daune în proporții deosebit de mari nu poate fi privită ca apendice, ca adaos, ca supliment, ca anexă la componenta de infracțiune specificată la alin.(1) art.255 CP RM, care deja presupune cauzarea de daune în proporții mari.

eficienței activității antreprenoriale, minimizarea prețurilor și maximizarea calității produselor, precum și pentru scăderea riscurilor pentru viață și sănătate (cauzate de produse și servicii neconforme). Ceea ce, în definitiv, conduce la dezvoltarea economică și socială a statului în întregime... În prezent, în Republica Moldova sunt peste 2,9 milioane de consumatori activi, iar cheltuielile de consum reprezintă peste 63% din produsul intern brut. Valorificarea puterii consumatorului poate fi efectuată numai prin stabilirea și menținerea unui cadru normativ și instituțional care va face ca întreprinzătorul și consumatorul să fie conștienți de drepturile și obligațiile lor”.

Privită din acest unghi, apărarea penală a intereselor consumatorilor este de neconceput fără existența unui cadru juridic corespunzător pentru asigurarea achiziționării produselor și serviciilor în condiții bune de servire. Piața de consum, ca loc de întâlnire a dorințelor consumatorilor cu cele ale producătorilor, poartă amprenta modului de rezolvare a conflictului dintre producător și consumator. În absența oricărei restrângerii, acțiunea brutală a forțelor pieței ar putea conduce la inegalități și la neglijarea necesităților sociale ale consumatorului. Este necesară deci o apărare juridică eficientă a intereselor consumatorilor, astfel încât să fie asigurată echilibrarea acestora cu interesele producătorilor. În această privință, apărarea ordinii de drept împotriva infracțiunilor specificate la art.255 CP RM comportă o semnificație plurivalentă, întrucât își propune să contribuie la realizarea următoarelor obiective: îmbunătățirea consumului populației; asigurarea unei calități corespunzătoare a produselor și serviciilor oferite consumatorilor și a unei inofensivități a acestora; promovarea unui sistem de prețuri (tarife) în concordanță cu calitatea produselor sau serviciilor oferite; apărarea împotriva unei politici agresive de marketing promovate de agenții economici etc.

În continuarea, vom analiza infracțiunea prevăzută la alin.(1) art.255 CP RM.

Obiectul juridic generic al acestei infracțiuni, în particular, și al infracțiunilor specificate în Capitolul X al Părții Speciale a Codului penal, în general, îl formează relațiile sociale cu privire la economia națională (*alias* relațiile sociale economice), bazate pe următoarele principii de desfășurare a activității economice: libertatea activității economice; exercitarea activității economice în temeiuri legale; concurența loială a subiecților activității economice; buna-credință a subiecților activității economice; interzicerea formelor vădit infracționale ale conduitei subiecților activității economice.

Obiectul juridic special al infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM are un caracter multiplu²: *obiectul juridic principal* îl constituie relațiile sociale cu privire la corectitudinea efectuării operațiilor de evaluare sau măsurare în domeniul circulației bunurilor sau serviciilor sociale ori comunale; *obiectul juridic secundar* îl formează relațiile sociale cu privire la posesia asupra banilor sau altor bunuri aparținând victimei.

Obiectul material al infracțiunii examinate îl reprezintă banii sau alte bunuri aparținând victimei.

În special, bunurile aparținând victimei apar ca obiect material atunci când serviciul se prestează cu utilizarea bunurilor consumatorului. În acest sens, conform alin.(1) art.22 al Legii privind protecția consumatorilor, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 13.03.2003 [14], dacă serviciul se prestează integral sau parțial din materialul consumatorului, prestatorul răspunde pentru integritatea acestui material și pentru utilizarea lui corectă. De asemenea, bunurile aparținând victimei pot să apară ca obiect material al infracțiunii specificate la alin.(1) art.255 CP RM atunci când prețul la marfă este plătit în natură. Această posibilitate este prevăzută în alin.(1) art.18 al Legii vânzării de mărfuri, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 03.06.1994 [3]. Totuși, prețul la marfă este determinat, de regulă, în expresie bănească. În această ipoteză, obiectul material al infracțiunii în cauză îl constituie banii încasați de către făptuitor peste valoarea reală a contraprestației.

Instrumentele de măsurare, utilizate de făptuitor la săvârșirea infracțiunii analizate, nu pot forma obiectul material al acesteia. Într-adevăr, înșelând victima, făptuitorul urmărește obținerea banilor sau altor bunuri aflate în sfera patrimonială a victimei. Prin influențarea nemijlocită infracțională asupra acestor entități (și nu asupra instrumentelor de măsurare) el lezează interesele victimei; deci, aduce atingere obiectului juridic special prin intermediul entităților care formează obiectul material.

Victima infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM este clientul sau, altfel spus, consumatorul.

Potrivit art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, prin „consumator” se înțelege orice persoană fizică care intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională.

² Aceasta deoarece, în cazul infracțiunii analizate, printr-o singură acțiune sau inacțiune (iar nu printr-un sistem de acțiuni sau inacțiuni, ca în cazul infracțiunilor complexe) se aduce atingere mai multor valori sociale speciale și, implicit, relațiilor sociale aferente.

Interpretând această definiție, I.Moscalciuc deduce: în calitate de victimă a infracțiunilor prevăzute la art.255 CP RM, consumatorul este persoana care corespunde următoarelor criterii: 1) procură produsele sau comandă serviciile; 2) doar intenționează să facă aceasta; 3) se folosește de produsele sau serviciile pe care nu le-a procurat (comandat) în propria persoană; 4) nu are statutul de persoană juridică; 5) nu-și satisface necesitățile legate de activitatea de întreprinzător sau profesională [23]. Într-adevăr, o persoană juridică nu poate evolua în calitate de consumator. Interesele consumatorului pot fi exercitate, deci și apărute, deja din momentul apariției intenției de a consuma, chiar dacă această intenție încă nu și-a găsit realizarea. Întreprinzătorul (chiar cu statut de persoană fizică) nu poate să apară în calitate de consumator. Așa cum nu poate să apară în această calitate nici cel care își satisface necesitățile legate de activitatea profesională³.

Latura obiectivă a infracțiunii specificate la alin.(1) art.255 CP RM are următoarea structură: 1) fapta prejudiciabilă exprimată în acțiunea sau inacțiunea de depășire a prețurilor cu amănuntul stabilite ori a prețurilor sau tarifelor pentru serviciile sociale ori comunale prestate populației, de înșelare la socoteală sau de altă inducere în eroare a clienților; 2) urmările prejudiciabile sub formă de daune în proporții mari; 3) legătura cauzală dintre fapta prejudiciabilă și urmările prejudiciabile.

Astfel, fapta prejudiciabilă examinată cunoaște următoarele trei modalități normative cu caracter alternativ:

- a) depășirea prețurilor cu amănuntul stabilite ori a prețurilor sau tarifelor pentru serviciile sociale ori comunale prestate populației;
- b) înșelarea la socoteală;
- c) altă inducere în eroare a clienților.

Prima modalitate normativă din cele menționate mai sus se atestă atunci când de la victimă se încasează un suprapreț, în pofida prevederilor actelor normative sau contrar înțelegerii stabilite între făptuitor și client.

Modalitatea normativă analizată presupune două modalități faptice alternative: 1) depășirea prețurilor cu amănuntul stabilite; 2) depășirea prețurilor sau tarifelor pentru serviciile sociale ori comunale prestate populației. Prima din aceste modalități faptice se referă la produsele comercializate; cea de-a doua – la serviciile sociale ori comunale prestate populației.

Prin „preț” se are în vedere suma de bani pe care trebuie să o plătească cumpărătorul pentru achiziționarea unui produs sau pentru un serviciu. Totodată, prin „preț cu amănuntul” se înțelege prețul la care se vând către populație bunurile de consum, alimentare și nealimentare. În dispoziția art.255 CP RM nu se are în vedere și prețul cu ridicata la produsele comercializate, adică prețurile pentru mărfurile vândute în cantități mari⁴.

De exemplu, conform alin.(5) art.25 al Legii privind protecția consumatorilor, vânzătorii și prestatorii de servicii trebuie să informeze consumatorii despre prețul de vânzare al produsului și prețul pe unitatea de măsură a produsului (când este aplicabil). De asemenea, potrivit pct.7 al Hotărârii Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Regulilor de comercializare cu amănuntul a unor tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare, nr.65 din 26.01.2001 [9], unitatea de comerț asigură în mod obligatoriu prezența indicatoarelor de prețuri (întocmite corect) la mărfurile expuse spre comercializare.

Totodată, potrivit alin.(7) art.25 al Legii privind protecția consumatorilor, informațiile referitoare la serviciile prestate trebuie să cuprindă, conform reglementărilor în vigoare, tarifele. În general, prin „tarif” se are în vedere taxa oficială fixată pentru anumite prestații de serviciu, pentru vânzarea anumitor articole, transporturi de mărfuri și de persoane etc. În contextul infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM, se are în vedere taxa oficială fixată pentru serviciile sociale sau comunale prestate populației.

³ În pct.17 din preambulul la Directiva Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene din 25.10.2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului Uniunii Europene și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului Uniunii Europene și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene (2011/83/UE)* se face o precizare nelipsită de interes: „Definiția consumatorului ar trebui să includă persoanele fizice care acționează în afara activității lor comerciale, a afacerii, meseriei sau profesiei lor. Cu toate acestea, în cazul contractelor cu dublu scop, când contractul este încheiat în scopuri parțial circumscrise activității comerciale și parțial aflate în afara acesteia, și dacă scopul comercial este într-atât de limitat, încât nu are o pondere predominantă în contextul general al contractului, respectiva persoană trebuie să fie și ea considerată drept un consumator”.

* Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, 2011, L 304/64.

⁴ De exemplu, potrivit art.3 al Legii cu privire la comerțul interior, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 23.09.2010*, comerț cu ridicata este activitatea desfășurată de comercianții care cumpără produse în scopul revânzării acestora către alți comercianți sau utilizatori profesioniști (producători agricoli, industriași, prestatori de servicii, meșteșugari).

* Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010, nr.206-209.

Pentru a verifica dacă prețurile cu amănuntul ori prețurile sau tarifele pentru serviciile sociale ori comunale prestate populației – practicate de către comerciant sau prestator – sunt întocmite corect, este necesară compararea acestora cu prețurile sau tarifele stabilite conform regulilor de la art.756 și 932-935 din Codul civil ori cu cele fixate în următoarele acte normative: Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la măsurile de coordonare și reglementare către stat a prețurilor (tarifelor), nr.547 din 04.08.1995 [4]; Instrucțiunea Departamentului Comerțului al Republicii Moldova privind formarea prețurilor la întreprinderile de alimentație publică ale agenților economici din Republica Moldova, nr.12 din 26.04.1996 [5]; Hotărârea Guvernului Republicii Moldova despre aprobarea Regulamentului privind formarea prețurilor la medicamente și alte produse farmaceutice și parafarmaceutice, nr.603 din 02.07.1997 [7]; Hotărârea Guvernului Republicii Moldova privind stabilirea nivelului limită al prețurilor la procurarea cărbunelui și lemnului de foc, nr.1364 din 07.12.2001 [12]; Hotărârea Guvernului Republicii Moldova pentru aprobarea Regulamentului privind modul de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre comercializare, nr.966 din 18.10.2010 [16]; Hotărârea Agenției Naționale pentru Reglementare în Energetică privind tarifele de livrare a energiei termice consumatorilor finali, nr.404 din 02.02.2011 [17]; Hotărârea Agenției Naționale pentru Reglementare în Energetică privind tarifele la energia electrică, nr.470 din 11.05.2012 [19]; Hotărârea Agenției Naționale pentru Reglementare în Energetică privind tarifele la gazele naturale, nr.509 din 27.02.2013 [20]; Hotărârea Agenției Naționale pentru Reglementare în Energetică privind tarifele la energia electrică produsă din surse regenerabile de energie, nr.510 din 27.02.2013 [2], etc.

Cea de *a doua* modalitate normativă a faptei prejudiciabile prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM este înșelarea la socoteală. În cazul dat, victima achită prețul calculat cu bună știință incorect de către făptuitor, nu recepționează – în întregime sau parțial – restul care i se cuvine etc.

În legătură cu aceasta, este de menționat că vânzătorul (prestatorul) trebuie să indice prețul de vânzare (tariful practicat) și prețul pe unitatea de măsură, conform reglementărilor legale în vigoare. Prețurile și tarifele trebuie indicate în mod vizibil și într-o formă neechivocă, ușor de citit, prin marcarea, etichetare și/sau afișare. Lipsa indicatoarelor de prețuri ori întocmirea lor cu încălcarea regulilor stabilite nu sunt suficiente pentru a atesta înșelarea la socoteală, deși pot să apară drept condiție de săvârșire a infracțiunii de înșelare a clienților în modalitatea normativă examinată. De una singură, fapta de încălcare a regulilor de comerț, concretizată în lipsa indicatoarelor de prețuri ori în întocmirea lor cu încălcarea regulilor stabilite, atrage răspunderea conform pct.6) art.273 din Codul contravențional.

O altă condiție a înșelării la socoteală ar putea consta în neînmânarea bonului de casă sau a unui alt document consumatorului ce confirmă faptul cumpărării produsului (beneficierii de serviciu). Cerința înmânării unui asemenea document este stabilită de: lit.f) art.9 și de lit.f) art.10 ale Legii privind protecția consumatorilor; pct.27 din Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova, nr.517 din 18.09.1996 [16]; pct.29 al anexei nr.1 la Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul, nr.931 din 08.12.2011 [18], etc. De una singură, neeliberarea de către casier a bonului de casă consumatorului atrage răspunderea potrivit alin.(4) art.293¹ din Codul contravențional.

În general, algoritmul achitării produselor (serviciilor) este cel descris în pct.29 al anexei nr.1 la Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul, nr.931 din 08.12.2011: casierul sau vânzătorul care recepționează banii pentru marfă este obligat să efectueze operațiunea de achitare cu cumpărătorul precum urmează: să rostească distinct suma primită de la cumpărător și să pună acești bani deoparte, într-un loc vizibil pentru cumpărător, să extragă cecul din aparatul de casă și control, să anunțe cumpărătorului restul ce i se cuvine și să i-l înmâneze împreună cu cecul. Cumpărătorul verifică corectitudinea calculului. Banii primiți de la cumpărător se depun în sertarul aparatului de casă numai după ce au fost efectuate operațiunile de vânzare.

Înșelarea la socoteală, ca modalitate normativă prevăzută la alin.(1) art.255 CP RM, nu trebuie confundată cu încălcarea modului de formare și aplicare a prețurilor libere (de piață) și a celor de stat cu amănuntul, precum și a tarifelor. Conform alin.6 art.10 al Legii cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 03.01.1992 [2], veniturile ilicite obținute de agenții economici prin exagerarea costului producției, rentabilității, adaosului comercial, volumului de lucrări efectuate în construcții și tarifelor la serviciile prestate, nerespectându-se astfel actele normative care reglementează formarea și aplicarea prețurilor, precum și amenziile aplicate în quantum echivalent acestor venituri se percep la bugetul

de stat în baza deciziei adoptate de Curtea de Conturi, de Inspekția financiară din subordinea Ministerului Finanțelor, prin înaintarea ordinelor incaso, în termen de 30 de zile de la data înmânării deciziei de către organul ce a adoptat-o.

Cea de *a treia* modalitate normativă a faptei prejudiciabile prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM – altă inducere în eroare a clienților – presupune o practică comercială înșelătoare⁵ în sensul prevederilor de la alin.(6)-(12) art.13 al Legii privind protecția consumatorilor.

Astfel, o practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare în cazul în care conține informații false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu și, în orice situație, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare⁶ pe care nu ar fi luat-o în altă situație, chiar dacă informația este corectă de fapt cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente: a) existența sau natura produsului; b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: disponibilitatea, avantajele, eventualele riscuri previzibile, fabricarea, compoziția, accesoriile, asistența acordată după vânzare și soluționarea reclamațiilor, modul și data fabricării sau prestării, livrarea, capacitatea de a corespunde scopului, utilizarea, cantitatea, termenul de valabilitate, specificațiile, originea geografică sau comercială, rezultatele care se pot obține din utilizare, rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului; c) amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, precum și toate declarațiile sau toate simbolurile care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct ori indirect acordat comerciantului sau produsului; d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului ori existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul; e) necesitatea unui serviciu, a unei piese separate, a înlocuirii sau remedierii; f) natura, competențele și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, cum ar fi: identitatea și patrimoniul, calificările sale, statutul, autorizarea, afilierea sau legăturile sale, drepturile de proprietate intelectuală sau comercială ori recompensele și distincțiile primite; g) drepturile consumatorului, inclusiv dreptul de a beneficia de remediere, de înlocuire sau de restituire a contravalorii produsului, serviciului necorespunzător, reducerea prețului ca urmare a rezilierii contractului în condițiile art.18 al Legii privind protecția consumatorilor.

O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele de spațiu și de timp impuse mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, această practică omite o informație esențială necesară consumatorului mediu, ținând cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacționare în cunoștință de cauză și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

O practică comercială este considerată, de asemenea, ca fiind omisiune înșelătoare în cazul când, ținând cont de aspectele prevăzute la alin.(8) art.13 al Legii privind protecția consumatorilor, un comerciant ascunde o informație esențială sau o oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu sau în contratimp ori nu-și declară intenția comercială adevărată, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în orice situație, consumatorul mediu este determinat sau poate fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o. În cazul în care mijloacele de comunicare utilizate pentru transmiterea practicilor comerciale impun limite în spațiu ori în timp, în momentul determinării practicii ca fiind sau nefiind omisiune înșelătoare se va ține cont de aceste limite, precum și de orice măsuri luate de către comerciant în vederea punerii informației la dispoziția consumatorului prin alte mijloace.

În cazul unei invitații de a cumpăra⁷, pentru determinarea practicilor comerciale incorecte, se consideră esențiale următoarele informații, dacă acestea nu rezultă deja din context: a) caracteristicile principale ale produsului, ținând cont de mijlocul de comunicare utilizat și de produs; b) sediul și celelalte date de identificare

⁵ În acord cu art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, practici comerciale (practici ale comercianților în relația cu consumatorii) reprezintă orice acțiune, omisiune, comportament, declarație sau comunicare comercială, efectuate de un comerciant în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs consumatorilor.

⁶ Potrivit art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, decizie de tranzacționare este orice decizie pe care o ia un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, privind modalitatea de plată (integrală sau parțială) pentru un produs, privind păstrarea ori renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul, decizie ce poate conduce la acțiunea ori la inacțiunea consumatorului.

⁷ Potrivit art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, invitație de a cumpăra este comunicarea comercială în care se menționează caracteristicile și prețul produsului într-un mod corespunzător mijloacelor de comunicare comercială utilizate pentru aceasta și care îl determină pe consumator să cumpere un produs.

ale comerciantului și, în cazul în care el acționează în numele altui comerciant, sediul și celelalte date de identificare ale acestuia; c) prețul cu toate taxele incluse sau modalitatea de calcul al acestuia – în cazul când prețul, în mod rezonabil, nu poate fi calculat în avans, ținând cont de natura produsului. De asemenea, după caz, se consideră esențiale toate costurile adiționale pentru transport, livrare sau taxele poștale ori, în cazul în care aceste costuri, în mod rezonabil, nu pot fi calculate în avans – precizarea că pot exista costuri adiționale ce trebuie suportate de consumator; d) modalitățile de plată, de livrare, de executare și de examinare a reclamațiilor, în cazul în care acestea diferă de cerințele diligenței profesionale⁸; e) menționarea dreptului de renunțare sau de reziliere, în cazul produselor și tranzacțiilor ce implică acest drept.

Sunt considerate ca fiind înșelătoare, în orice situație, următoarele practici comerciale: a) afirmarea de către comerciant că este parte semnatară a unui cod de conduită⁹ în cazul în care nu este; b) afișarea unui certificat, a unei mărci de calitate sau a unui echivalent fără a fi obținută autorizația necesară; c) afirmarea că un cod de conduită a primit aprobarea unei entități publice sau a unei alte entități în cazul în care aprobarea nu a fost primită; d) afirmarea că un comerciant, inclusiv practicile sale comerciale, sau un produs al său a fost agreat, aprobat ori autorizat de o entitate publică sau privată fără un temei real sau fără a îndeplini condițiile necesare pentru agrearea, aprobarea sau autorizarea obținută; e) lansarea unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț în cazul în care comerciantul nu dezvăluie în invitație existența unor motive rezonabile în a căror bază ar aprecia că nu va putea să furnizeze, el însuși sau prin intermediul altui comerciant, acele produse sau produse similare la același preț, pentru o perioadă și într-o cantitate rezonabilă, avându-se în vedere produsul, amploarea publicității și prețul oferit; f) lansarea de către comerciant a unei invitații de a cumpăra produse la un anumit preț, în scopul promovării unui produs similar, pentru a recurge ulterior la una din următoarele acțiuni: să refuze prezentarea produsului ce a făcut obiectul publicității; să refuze preluarea comenzii privind respectivul produs sau livrarea lui într-un termen rezonabil; să prezinte un eșantion cu defecte; g) afirmarea falsă că un produs va fi disponibil doar pentru o perioadă foarte limitată de timp sau că va fi disponibil doar în anumite condiții, pentru o perioadă foarte limitată, în scopul obținerii unei decizii imediate și lipsirii consumatorilor de alte posibilități sau de un termen suficient pentru a putea face o alegere în cunoștință de cauză; h) angajamentul comerciantului de a furniza un serviciu postvânzare către consumatori fără a-i informa în mod clar pe aceștia, înainte de angajarea lor în tranzacție, referitor la limba în care furnizează serviciul în situația în care, înaintea încheierii tranzacției, comerciantul a comunicat cu consumatorul în altă limbă decât limba oficială a statului în care se prestează serviciul; i) afirmarea sau crearea impresiei că un produs poate fi vândut în mod legal în situația în care acest lucru nu este posibil; j) prezentarea drepturilor oferite consumatorilor prin lege ca o caracteristică distinctă a ofertei comerciantului; k) lansarea de afirmații nefondate cu privire la natura și amploarea riscului pentru securitatea personală a consumatorului sau a familiei acestuia în situația în care consumatorul nu achiziționează produsul; l) promovarea de către comerciant, cu intenția de a induce în eroare consumatorul, a unui produs care se aseamănă cu un produs similar fabricat de un producător anume, astfel încât consumatorul să creadă că produsul este fabricat de acest producător; m) crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilității de a primi remunerația doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem și nu ca urmare a vânzării sau a consumului produselor¹⁰; n) afirmarea de către un comerciant că își încetează activitatea sau că se stabilește în altă parte în cazul când acest lucru nu este adevărat;

⁸ Conform art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, diligență profesională este nivelul de competență specializată și de considerare pe care comerciantul poate să-l exercite în mod rezonabil față de consumatori, în conformitate cu practica comercială corectă și/sau cu principiul general al bunei-credințe în domeniul de activitate al comerciantului.

⁹ În conformitate cu art.1 al Legii privind protecția consumatorilor, cod de conduită este acordul sau totalitatea de reguli, neimpuse prin legislație sau prin dispoziții administrative, ce definesc comportamentul comercianților care se angajează să le respecte în legătură cu una sau mai multe practici comerciale ori în unul sau mai multe sectoare de activitate.

¹⁰ Răspunderea se va aplica potrivit art.255 CP RM, și nu conform art.241¹ CP RM, dacă făptuitorul având calitatea specială de distribuitor, vânzător sau prestator (calitate dovedită prin licență (autorizație) și înregistrarea de stat corespunzătoare sau prin deținerea patentei de întreprinzător) desfășoară practici comerciale înșelătoare constând în crearea, operarea sau promovarea unui sistem promoțional piramidal, pe care un consumator îl ia în considerare datorită posibilității de a primi remunerația doar ca urmare a introducerii unui alt consumator în sistem și nu ca urmare a vânzării sau a consumului produselor, în cazul în care această faptă a cauzat daune în proporții mari.

Dimpotrivă, dacă va lipsi respectiva calitate a subiectului infracțiunii, se va aplica art.241¹ CP RM. Or, așa cum rezultă din acest articol, activitatea infracțională corespunzătoare presupune drept condiție indispensabilă lipsa de înregistrare și de autorizare în modul prevăzut de legislație.

o) afirmarea că un produs poate spori șansele de câștig la jocurile de noroc; p) afirmarea neîntemeiată că produsul poate vindeca boli, disfuncții sau malformații; q) transmiterea de informații inexacte cu privire la condițiile oferite de piață sau cu privire la posibilitatea achiziționării produsului cu intenția de a determina consumatorul să cumpere produsul în condiții mai puțin favorabile decât în condițiile normale ale pieței; r) afirmarea, în cadrul unei practici comerciale, că se va organiza un concurs sau se va oferi un premiu în scopuri promoționale fără a acorda premiul promis sau un echivalent rezonabil; s) descrierea unui produs ca fiind „gratuit”, „fără costuri” sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să suporte și alte costuri, în afară de costurile inevitabile ce rezultă din practica comercială, inclusiv plata pentru livrarea sau ridicarea produsului; t) includerea în materialele publicitare a unei facturi sau a unui document similar referitor la plată, prin care consumatorului i se creează impresia că deja a comandat produsul promovat, când, de fapt, el nu l-a comandat; u) afirmarea falsă sau crearea impresiei false că acțiunile comerciantului nu sunt legate de activitățile sale comerciale, industriale, de producție sau artizanale ori falsa prezentare a sa în calitate de consumator; v) crearea impresiei false că serviciul postvânzare cu privire la un produs este disponibil într-un stat, altul decât cel în care produsul este vândut.

Atenționăm că nu poate fi aplicată răspunderea în baza alin.(1) art.255 CP RM în ipoteza consemnată la lit.k) alin.(12) art.13 al Legii privind protecția consumatorilor. În această ipoteză, practica comercială înșelătoare se concretizează în utilizarea unui context editorial în mass-media în vederea promovării unui produs pentru a cărui publicitate comerciantul a plătit, fără însă ca publicitatea să fie precizată clar fie în cuprins, fie prin imagini ori sunete ușor de identificat de către consumator (publicitate mascată). Prevederea de la alin.(1) art.255 CP RM este inaplicabilă, deoarece prezentarea, producerea ori difuzarea publicității neonestе, neautentice, amorale sau a oricărei alte publicități ce contravine legii, de către agenții de publicitate, atrage răspunderea în corespundere cu alin.(6) art.364 din Codul contravențional.

Încheind analiza laturii obiective a infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM, vom menționa că aceasta este o infracțiune materială. Ea se consideră consumată din momentul producerii daunelor în proporții mari. În corespundere cu alin.(1) art.126 CP RM, se consideră proporții mari valoarea pagubei pricinuite de o persoană sau de un grup de persoane, care, la momentul săvârșirii infracțiunii, depășește 2500 unități convenționale.

Dacă daunele cauzate nu ating asemenea proporții, atunci calificarea poate fi făcută conform art.273 din Codul contravențional, pentru încălcarea de către întreprinderile comerciale și de alimentație publică, indiferent de tipul de proprietate și forma juridică de organizare, precum și de către persoanele fizice care practică comerțul, a regulilor de comerț manifestată prin: înșelarea cumpărătorilor la măsurat, la cântar, la achitare (pct.1)); comercializarea mărfurilor fără indicarea datei fabricării și a termenului de valabilitate, comercializarea mărfurilor cu termenul de valabilitate expirat, modificarea termenului de valabilitate indicat pe produs, pe etichetă, pe ambalaj sau în documentația de însoțire (pct.2)); comercializarea prin înșelăciune a unui produs neprevăzut în contract (pct.10)). De asemenea, calificarea poate fi făcută potrivit lit.d) alin.(3) art.344 din Codul contravențional, pentru utilizarea de către comerciant a practicilor comerciale înșelătoare care denaturează sau sunt susceptibile să denatureze în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajung sau căruia li se adresează ori al membrului mediu al unui grup, în cazul când practicile comerciale sunt adresate unui anumit grup de consumatori.

În ipoteza infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM, este esențial ca mărimea daunelor să nu depășească 5000 unități convenționale. În caz contrar, răspunderea se va aplica pentru infracțiunea specificată la lit.c) alin.(2) art.255 CP RM.

Latura subiectivă a infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM se caracterizează prin intenție directă sau indirectă. De regulă, motivul infracțiunii analizate se exprimă în interesul material.

Subiectul infracțiunii examinate este persoana fizică responsabilă care la momentul comiterii faptei a atins vârsta de 16 ani.

De asemenea, subiectul trebuie să aibă calitatea specială de distribuitor, vânzător sau prestator, calitate dovedită prin licență (autorizație) și înregistrarea de stat corespunzătoare sau prin deținerea patentei de întreprinzător. Conform Legii privind protecția consumatorilor, prin „distribuitor” se înțelege agentul economic din lanțul de distribuție, altul decât producătorul sau importatorul, care plasează produse pe piață și asigură transferul titlului de proprietate asupra produsului de la producător la consumator; prin „vânzător” se are în vedere orice persoană juridică sau fizică autorizată pentru activitate de întreprinzător, care desfășoară activitate

comercială în relațiile cu consumatorii; prin „prestator” se înțelege persoana autorizată pentru activitate de întreprinzător, care prestează servicii.¹¹

De exemplu, în practică s-a considerat că făptuitorul are calitatea specială de prestator în cazul următor: *F.G. exercita funcția de șef al Secției evaluare și organizare a licitațiilor din cadrul Agenției de imobil și consulting „N.” SRL din mun. Bălți. Activa în bază de licență și deținea certificatul de calificare a evaluatorului bunurilor imobile eliberat de Agenția de Stat Relații Funciare și Cadastru. În procesul evaluării unui imobil amplasat în or. Edineț, la 01.03.2007 F.G. a întocmit, contrar cerințelor art.9 și art.22 ale Legii cu privire la activitatea de evaluare, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 18.04.2002 [13], un contract fictiv privind prestarea serviciilor de evaluare a imobilului și un act al serviciilor prestate, inducând astfel în eroare clientul V.M. Depășind tariful, F.G. a încasat de la ultimul pentru serviciul acordat 1200 lei. Dintre aceștia, pentru acordarea serviciului în cauză era prevăzută suma de doar 350 lei. Tot F.G., întocmind, la 17.03.2007, un alt contract fictiv privind prestarea serviciilor de evaluare a imobilului și un alt act al serviciilor prestate, a indus în eroare clientul L.U. din or. Edineț. Depășind tariful, a încasat de la ultimul pentru serviciul acordat 910 lei, 20 euro și 3 dolari SUA, dintre care pentru acordarea serviciului în cauză era prevăzută suma de doar 350 lei [1].*

Astfel, pentru a putea fi autorizată, persoana trebuie, înainte de toate, să fie înregistrată în conformitate cu unul din următoarele acte normative: Legea privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali, adoptată de Parlamentul Republicii Moldova la 19.10.2007 [15]; Hotărârea Guvernului Republicii Moldova privind înregistrarea gospodăriilor țărănești (de fermier), nr.977 din 14.09.2001 [11].

În conformitate cu art.1 și 3 ale Legii cu privire la patenta de întreprinzător, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 15.07.1998 [8], patenta de întreprinzător este un certificat de stat nominativ ce atestă dreptul de a desfășura genul de activitate de întreprinzător indicat în ea în decursul unei anumite perioade de timp. Patenta este valabilă numai pentru titularul ei și nu poate fi transmisă altei persoane. Desfășurarea activității de întreprinzător în baza patentei nu impune înregistrarea de stat a titularului acesteia și primirea licenței. Titularul patentei poate desfășura activitatea de întreprinzător specificată în patentă pe întreg teritoriul țării, dacă în patentă nu este indicat altfel.

Potrivit art.18 al aceleiași legi, se permite desfășurarea activității de întreprinzător în baza patentei de întreprinzător cu condiția ca veniturile din vânzări ale titularului de patentă să nu depășească 300.000 de lei într-o perioadă de 12 luni consecutive. Mărfurile pasibile de comercializare în baza patentei de întreprinzător sunt următoarele: 1) mărfuri industriale: a) îmbrăcăminte; b) încălțăminte; c) țesături de toate tipurile; d) articole de tricotaaj; e) articole de galanterie; f) articole din tul și draperii; g) produse textile, inclusiv de uz personal folosite; h) rechizite școlare și de birou; i) inventar și attribute pentru jocurile sportive; j) articole de parfumerie și cosmetică neaccizate; k) mărfuri de uz casnic, cu excepția aparatelor și utilajelor cu consum de curent electric alternativ sau cu motoare de ardere internă și utilajelor cu termen de garanție stabilit; l) materiale de construcții, cu excepția ușilor și ferestrelor de toate tipurile; parchetului din lemn, laminatului; cimentului și amestecurilor de toate mărcile și tipurile; pietrei și cărămidii de construcție; nisipului, prundișului, argilei și ghipsului; materialelor de toate tipurile pentru acoperit case și podele; teracotei de toate tipurile; țevilor pentru sisteme de aer condiționat, articolelor pentru construcția rețelei de încălzire, de alimentare cu gaze și cu apă, pentru grupul sanitar și de evacuare a reziduurilor; aparataje sau utilaje cu termen de garanție stabilit; m) cărți și alte tipărituri; n) ziare și alte publicații periodice; o) jucării și articole pentru copii; 2) produse alimentare fabricate și ambalate de producător: a) cereale și produse de morărit, crupe de toate felurile; b) amidon c) produse de cofetărie; d) ceaiuri, cu excepția celor medicinale; e) mirodenii și aditivi alimentari; f) ape minerale naturale (cu excepția celor bogate în săruri minerale, medicinale), ape potabile (cu excepția celor ce conțin reziduu sec solubil total peste 1500 mg/l) și băuturi nealcoolice, îmbuteliate; g) sare alimentară; h) mărfuri ușor alterabile, comercializate în hale specializate și utilizate conform cerințelor sanitar-epidemiologice de depozitare, păstrare și comercializare; i) fructe și legume în stare proaspătă (neambalate), cu excepția citricelor și altor fructe exotice; j) fructe și legume prelucrate în mod industrial; k) miere de albine și derivatele ei.

¹¹ Printre alții, are calitatea specială examinată agentul comerțului electronic, adică persoana fizică sau juridică care efectuează comerț electronic (ce constituie activitatea de întreprinzător a persoanelor fizice și juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contractelor electronice).

Conform alin.(3) art.11 al Legii privind comerțul electronic, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 22.07.2004*, agentul comerțului electronic poartă răspundere, în conformitate cu legea, pentru utilizarea practicilor comerciale incorecte.

* Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2004, nr.138-146.

În unele cazuri, activitatea comercială sau prestarea serviciilor se consideră autorizată numai dacă se desfășoară în prezența unei licențe. În special, conform art.8 al Legii privind reglementarea prin licențiere a activității de întreprinzător, adoptate de Parlamentul Republicii Moldova la 30.07.2001 [10], se supun licențierii: comercializarea produselor de uz fitosanitar și/sau a fertilizanților; comercializarea resturilor și deșeurilor de metale feroase și neferoase, de baterii de acumuloare uzate, inclusiv în stare prelucrată; comercializarea articolelor pirotehnice și/sau prestarea serviciului „Spectacole pirotehnice și focuri de artificii” cu articole pirotehnice de divertisment de destinație profesională; comercializarea dispozitivelor medicale și/sau a opticii etc.

Dacă făptuitorul nu are calitatea specială de distribuitor, vânzător sau prestator, erijându-se în distribuitor, vânzător sau prestator, el poate fi tras la răspundere pentru una dintre infracțiunile specificate la art.190 CP RM.

Precizăm că persoana juridică nu poate fi subiect al infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM.

În alt context, circumstanța agravantă consemnată la *lit.b) alin.(2) art.255 CP RM* presupune o pluralitate de făptuitori la comiterea infracțiunii prevăzute la alin.(1) art.255 CP RM. Precizăm că infracțiunea specificată la alin.(1) art.255 CP RM este o infracțiune cu componență specială¹². Persoana, care nu are semnele subiectului infracțiunii cu componență specială, nu o poate săvârși. De aceea, circumstanța agravantă consemnată la *lit.b) alin.(2) art.255 CP RM* nu este aplicabilă în următoarele două ipoteze: 1) infracțiunea este săvârșită de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, împreună cu o persoană care nu are astfel de semne; 2) infracțiunea este săvârșită de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, prin intermediul unei persoane care nu are astfel de semne. Circumstanța agravantă în cauză este aplicabilă numai în ipoteza în care persoanele, care săvârșesc infracțiunea prevăzută la alin.(1) art.240 CP RM, au calitatea specială de distribuitor, vânzător sau prestator, calitate dovedită prin licență (autorizație) și înregistrarea de stat corespunzătoare sau prin deținerea patentei de întreprinzător.

Noțiunea „de două sau mai multe persoane”, în sensul consemnat la *lit.b) alin.(2) art.255 CP RM*, presupune pluralitatea de făptuitori. Iar acești făptuitori trebuie să aibă calitatea de autori mijlociți (mediați) sau de autori nemijlociți (imediat) ai infracțiunii. Un autor – mediat sau imediat – al infracțiunii, alături de o altă persoană având calitatea de organizator, instigator sau complice, nu formează conținutul noțiunii „de două sau mai multe persoane”. Un singur autor al infracțiunii, alături de o persoană care numai contribuie la săvârșirea infracțiunii în calitate de organizator, instigator sau complice, nu este suficient pentru a opera circumstanța agravantă prevăzută la *lit.b) alin.(2) art.255 CP RM*. Aceasta însă nu exclude ca, pe lângă cele două sau mai multe persoane, care iau parte la săvârșirea infracțiunii, să ia parte la activitatea infracțională și alte persoane având calitatea de organizatori, instigatori sau complici.

¹² Accentuăm că, în cazul infracțiunilor cu componență specială, se impune o interpretare aparte a noțiunii „săvârșirea infracțiunii de două sau mai multe persoane”. În acest sens, are dreptate I.Țurcan, când se referă la exemplul săvârșirii unei astfel de infracțiuni de două sau mai multe persoane: „O persoană particulară nu poate să săvârșescă (sublinierea este făcută de I.Țurcan – *n.a.*) coruperea pasivă. Chiar dacă persoana particulară ia remunerația ilicită împreună cu o persoană cu funcție de răspundere, nu putem afirma că această persoană particulară execută latura obiectivă a infracțiunii specificate la art.324 CP RM. O persoană particulară poate doar să contribuie la executarea laturii obiective a infracțiunii prevăzute la art.324 CP RM. Să contribuie pe calea complicității, organizării sau instigării la coruperea pasivă. O persoană particulară nu poate să săvârșescă coruperea pasivă, pentru că nu poate fi coruptă.

Însă, circumstanța agravantă „de două sau mai multe persoane” (în cazul oricăror infracțiuni, nu doar al coruperii pasive) nu este aplicabilă, dacă infracțiunea presupune participarea persoanei având semnele subiectului infracțiunii și a persoanei care nu are astfel de semne. Este necesar ca cel puțin două persoane să săvârșescă (sublinierea este făcută de I.Țurcan – *n.a.*) infracțiunea, adică să execute latura obiectivă a infracțiunii. Din aceste considerente, circumstanța agravantă „de două sau mai multe persoane” nu este funcțională în cazul în care infracțiunea de corupere pasivă presupune participarea unei persoane cu funcție de răspundere și a unei persoane particulare.

În concluzie, agravanta de la *lit.b) alin.(2) art.324 CP RM* nu este aplicabilă în următoarele două ipoteze: 1) infracțiunea este săvârșită (sublinierea este făcută de I.Țurcan – *n.a.*) de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, împreună cu o persoană care nu are astfel de semne; 2) infracțiunea este săvârșită (sublinierea este făcută de I.Țurcan – *n.a.*) de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, prin intermediul unei persoane care nu are astfel de semne. Accentuăm, cu riscul de a ne repeta, că aceasta nu infirmă în niciun caz concepția, conform căreia se stabilește răspunderea pentru o infracțiune săvârșită de două sau mai multe persoane în oricare din următoarele trei ipoteze: 1) infracțiunea este săvârșită de doi sau mai mulți coautori; 2) infracțiunea este săvârșită de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, împreună cu o persoană care nu are astfel de semne; 3) infracțiunea este săvârșită de o persoană având semnele subiectului infracțiunii, prin intermediul unei persoane care nu are astfel de semne. Pur și simplu, coruperea pasivă constituie o infracțiune cu componență specială. Iar o persoană, care nu are semnele subiectului infracțiunii cu componență specială, nu poate săvârși (sublinierea este făcută de I.Țurcan – *n.a.*) respectiva infracțiune. În ipoteza contribuției unei persoane particulare la săvârșirea coruperii pasive întotdeauna se va face trimitere la art.42 CP RM**.

* Țurcan I. *Răspunderea penală pentru coruperea pasivă*. Chișinău: CEP USM, 2011, p.166-168.

Răspunderea în baza lit.b) alin.(2) art.255 CP RM le poate fi aplicată distribuitorilor, vânzătorilor sau prestatorilor, cu condiția că toți aceștia fie depășesc prețurile cu amănuntul stabilite sau prețurile ori tarifele pentru serviciile sociale sau comunale prestate populației, fie înșală la socoteală, fie altfel induc victimele în eroare. Or, toți coautorii trebuie să participe la executarea laturii obiective a infracțiunii specificate la lit.b) alin.(2) art.255 CP RM.

În cazul infracțiunii prevăzute la lit.b) alin.(2) art.255 CP RM, coautorii pot realiza simultan și integral latura obiectivă a infracțiunii. Dar, la fel de posibil este ca aceștia să o realizeze succesiv și parțial. Important este ca acești coautori să ia parte la săvârșirea, chiar și parțială, a infracțiunii.

Lipsa sau prezența înțelegerii prealabile dintre coautori nu poate influența calificarea celor săvârșite în baza lit.b) alin.(2) art.255 CP RM, dar poate fi luată în considerare la individualizarea pedepsei.

În încheiere, menționăm că deosebirea infracțiunii specificate la *lit.c) alin.(2) art.255 CP RM* de infracțiunea prevăzută la alin.(1) art.255 CP RM constă, în principal, în conținutul urmărilor prejudiciabile. Astfel, în ipoteza infracțiunii specificate la lit.c) alin.(2) art.255 CP RM, urmările prejudiciabile se exprimă în daune în proporții deosebit de mari. În acord cu alin.(1) art.126 CP RM, se consideră proporții deosebit de mari valoarea pagubei pricinuite de o persoană sau de un grup de persoane, care, la momentul săvârșirii infracțiunii, depășește 5000 unități convenționale.

Bibliografie:

1. Decizia Colegiului penal al Curții Supreme de Justiție din 28.05.2008. Dosarul nr.1ra-784/2008. www.csj.md
2. Monitorul Parlamentului Republicii Moldova, 1994, nr.2.
3. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1994, nr.17.
4. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1995, nr.53-54.
5. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1996, nr.34.
6. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1996, nr.72.
7. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr.91-92.
8. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1998, nr.72-73.
9. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2001, nr.11-13.
10. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2001, nr.108.
11. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2001, nr.116-118.
12. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2001, nr.152-154.
13. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr.102.
14. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2003, nr.126-131.
15. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2007, nr.184-187.
16. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010, nr.206-209.
17. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011, nr.22-24.
18. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2011, nr.222-226.
19. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2012, nr.92.
20. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2013, nr.42-47.
21. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2013, nr.49-55.
22. Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2013, nr.161-166.
23. MOSCALCIUC, I. Consumatorul – victima infracțiunilor săvârșite în sfera consumului de produse și servicii. În: *Revista Națională de Drept*, 2007, nr.5, p.47-53.

Prezentat la 09.07.2015