

CONTRACTUL DE VÂNZARE-CUMPĂRARE LA DISTANȚĂ: DEFINIȚII

Vlada CALMÎC

Universitatea de Stat din Moldova

Dezvoltarea vânzărilor la distanță pe plan mondial se datorează progresului tehnico-științific, maturizării economiei de piață, prosperării consumerismului și, nu în ultimul rând, dezvoltării metodelor și procedurilor de comunicare la distanță și de livrare a mărfurilor. Totodată, evoluția acestei instituții în Republica Moldova nu este un proces productiv și consecvent. Savanții, practicienii, iar până nu demult și legiuitorul nu acordau atenție potrivită contractului de vânzare-cumpărare la distanță, care actualmente este mijlocul cel mai eficient și progresist de atingere a scopurilor societății și de satisfacere a necesităților individuale.

Cuvinte-cheie: vânzări la distanță, consumator, absența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, sistem de vânzări organizat la distanță, contract încheiat între absenți.

DISTANCE SALE CONTRACT: DEFINITIONS

Worldwide development of distance sales are based on scientific and technical progress, maturation of the market economy, prosperity of consumerism, and last but not least changes in the methods and procedures of distance communication and delivery of goods. However, the development of this institution in Moldova is not productive and consistent, scholars, practitioners, and until recently the legislature did not pay proper attention the distance sale contract, which is currently the most effective and progressive way of achieving goals of society and individual needs.

Keywords: distance sales, consumer, simultaneous physical absence of a trader and the consumer, organized distance sales system, the contract between absent.

Introducere

Actualmente, evoluția vieții economice în Republica Moldova este condiționată de rolul și importanța contractului de vânzare-cumpărare și a varietăților lui care asigură dezvoltarea dinamică a circuitului civil. Vânzarea la distanță este o ramură a economiei care se dezvoltă foarte rapid, fiind una dintre cele mai promițătoare domenii de afaceri din întreaga lume. Totodată, reglementarea vânzărilor la distanță și a comerțului electronic pe plan mondial nu este uniformă, în unele țări fiind progresistă, iar în altele neexistând deloc sau fiind fragmentară și ineficientă. Până nu demult legislația Republicii Moldova în domeniul vânzărilor la distanță era într-atât de nedezvoltată, încât analiza completă a fenomenului era prejudiciată, cu toate că această varietate a contractului clasic de vânzare-cumpărare a început să se dezvolte în țara noastră cu mai mult de 15 ani în urmă.

Elementele contractului de vânzare-cumpărare la distanță, precum și drepturile și obligațiile părților contractante sunt într-atât de specifice, încât contractul de vânzare-cumpărare la distanță devine o varietate distinctă a contractului de vânzare-cumpărare, care necesită o abordare legislativă și doctrinară complexă. În prezentul articol vom analiza natura contractului de vânzare-cumpărare la distanță, care reflectă trăsăturile originale ale acestuia și joacă un rol decisiv în delimitarea acestui contract de toate celelalte.

Constatăm, cu regret, că doctrina autohtonă nu acordă atenție fenomenului vânzărilor la distanță. Actualmente, în Republica Moldova nu există nicio lucrare științifică în domeniul vânzărilor la distanță, în afara unor lucrări dedicate comerțului electronic – formă specifică a vânzării-cumpărării la distanță. De aceea, la definirea conceptului de vânzări la distanță pot fi utilizate doar prevederile actelor normative naționale și internaționale, precum și abordările doctrinare străine. Totodată, sperăm că cu adoptarea noului act normativ – a Legii privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor, această instituție va căpăta o atenție sporită atât din partea savanților și practicienilor, cât și a consumatorilor de rând.

Este evident că definiția contractului, în special cea legislativă, facilitează perceperea sensului conceptelor relevante, contribuind la utilizarea adecvată a acestora. De aceea, definirea conceptelor cu care operează dreptul este o condiție a eficienței dispozițiilor legale [1].

Textele de legi naționale și internaționale studiate, codurile și proiectele de codificare, inclusiv Directivele Uniunii Europene, cu unele excepții, nu definesc conceptul de contract de vânzare-cumpărare la distanță, ci direct stabilesc regimul juridic al acestuia sau în genere explică aparte noțiunile „contract de vânzare” și „contract la distanță”. Astfel, în prezent nu există definiția legală a contractului de vânzare-cumpărare la distanță, ceea ce implică unele dificultăți la calificarea acestuia și delimitarea de alte instituții juridice similare.

Într-adevăr, legislația și doctrina națională analizează separat aceste două fenomene juridice – contractul de vânzare-cumpărare și contractul la distanță. Caracterul fragmentar al reglementării contractului de vânzare-cumpărare la distanță ne obligă să facem apel la normele de drept comun, precum și la unele legi speciale.

Astfel, Codul civil al Republicii Moldova în art.753 alin.(1) conține definiția contractului de vânzare-cumpărare încheiat în mod tradițional [2]. Bineînțeles, această definiție legală nu reflectă toate trăsăturile specifice ale vânzărilor la distanță.

Totodată, în legea recent adoptată contractul la distanță este definit ca formă specifică de încheiere a contractului civil. În acest sens este vorba de Legea despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum, care în art.3 oferă definiția contractului la distanță (contract încheiat prin mijloace de comunicare la distanță): contract încheiat între un furnizor și un consumator, de prestare a serviciilor financiare de consum la distanță, în cadrul unei scheme organizate de vânzări sau de prestări de servicii la distanță, administrate de furnizor, care utilizează exclusiv unul sau mai multe mijloace de comunicare la distanță pentru încheierea contractului [3].

În unele cazuri, vorbind despre contractele la distanță unii cercetători fac referire la legislația care reglementează comerțul electronic. Legea privind comerțul electronic stabilește în art.4 că contract electronic este totalitatea documentelor electronice ce constituie contractul de drept civil, urmărind stabilirea, modificarea sau sistarea unor drepturi și obligații civile, al căror obiect îl pot constitui bunurile, lucrările sau serviciile [4]. Totodată, contractul electronic nu poate fi confundat cu contractul la distanță. Contractul în formă electronică se obține utilizând mijloacele electronice de comunicație la distanță și în unele cazuri poate fi atribuit la categoria contractelor la distanță, dacă corespunde unor criterii analizate în prezenta lucrare. Totodată, nu orice contract în forma electronică este un contract la distanță, deoarece părțile contractante pot exprima consimțământul lor simultan, nemijlocit în prezența ambelor părți, dar îmbracă forma contractului electronic. În susținerea acestei poziții pot fi citate dispozițiile art.2 alin.(4) din Legea despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum, și anume: prezenta lege nu aduce atingere dispozițiilor legale ce reglementează încheierea contractelor, inclusiv a contractelor electronice.

Recent a fost adoptată Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor, nr.8 din 26.02.2016 (MO RM, nr.69-77 din 25.03.2016, art.115), care va intra în vigoare la 25.09.2016. Prezenta lege creează cadrul legal necesar pentru aplicarea prevederilor Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor. În sfârșit, legiuitorul a răspuns solicitărilor societății, care tot mai frecvent întâlnește obstacole la capitolul reglementărilor contractelor de vânzare-cumpărare la distanță. Scopul acestei Legi este de a proteja drepturile consumatorului care participă la încheierea contractului la distanță, contractului negociat în afara spațiilor comerciale și a contractului legat.

Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor oferă definiția contractului la distanță în general, omițând definirea instituției vânzării la distanță. Astfel, în conformitate cu prevederile art.3 alin.(2) al acestei legi, contractul la distanță prezintă orice contract negociat și încheiat între comerciant și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări servicii la distanță, organizat, fără prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și în momentul în care este încheiat contractul, inclusiv orice comandă făcută de consumator și care produce efecte obligatorii asupra lui.

Este notabil faptul că noțiunea dată este aproape identică cu cea expusă în Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor și diferă de cea prevăzută de Legea despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum. Elementul esențial al vânzării la distanță ce nu se regăsește în legea menționată este absența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului în momentul încheierii contractului la distanță.

Elementul comun al tuturor definițiilor este condiția încheierii contractului în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări servicii la distanță organizate, ce subliniază conexiunea indisolubilă între contractul la distanță și contractul de vânzare-cumpărare.

Totodată, în tabelul de concordanță pentru proiectul Legii privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor a fost subliniat faptul compatibilității parțiale între definiția contractului de vânzare prevăzută de Directiva 2011/83/UE, proiectul respectivei legi și legislația în vigoare. Din acest raționament, în varianta finală a legii nu a fost inclusă definiția contractului de vânzare-cumpărare sau a contractului de vânzare-cumpărare la distanță. Totodată, sintagma „sistem de vânzări sau de prestări servicii organizate la distanță”

utilizată în definirea contractului la distanță ne face să concluzionăm că legiuitorul autohton acceptă logica Directivei europene precum că contractul de vânzare poate avea ca obiect nu doar bunuri, dar și servicii. Astfel, în tabelul nominalizat este explicat faptul că Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor se aplică doar atunci când consumatorul este cumpărător, dar nu vânzător, precum și reglementează contractele care au ca obiect atât bunuri, cât și servicii, scopul principal al cărora este transferul proprietății asupra bunurilor, care se consideră, în sensul acestei legi, contracte de vânzare.

Astfel, legiuitorul autohton și-a găsit inspirația în acquis-ul european – una dintre cele mai progresiste legislații în lume. Totodată, abordarea aleasă de Legea nr.8 din 26.02.2016 vine în contradicție cu legislația în vigoare – nu doar cu Codul civil, dar și cu alte legi care reglementează instituția vânzării-cumpărării și varietățile ei.

Oare această abordare legislativă este în general recunoscută în toată lumea sau există alte modele de reglementare a vânzărilor la distanță? În această situație putem să recurgem la analiza izvoarelor de drept internaționale.

Reglementarea juridică a vânzărilor la distanță în Europa are o istorie relativ recentă, care începe în anii 70-80 ai secolului XX. În anul 1985 a apărut Directiva 85/577/CEE a Consiliului Europei privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale [5]. Această Directivă (abrogată) a fost prima care a reglementat la nivel european varietatea nouă a contractului de vânzare-cumpărare – vânzare în afara spațiilor comerciale. Totodată, contractul încheiat în afara spațiilor comerciale nu poate fi atribuit la categoria contractelor la distanță, deoarece este încheiat între prezenți fără utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță.

Directiva mai recentă, dar de asemenea abrogată, ne dă răspunsul la unele întrebări. Astfel, Directiva UE 97/7/CE definește „contractul la distanță” ca fiind orice contract privind bunuri sau servicii, încheiat între un furnizor și un consumator, în cadrul unui sistem organizat de vânzare sau de prestare servicii la distanță organizat de furnizor, care pentru acest contract utilizează exclusiv unul sau mai multe mijloace de comunicare la distanță până la momentul în care este încheiat contractul, inclusiv acel moment [6]. Din definiția propusă de legiuitorul european putem concluziona că la momentul adoptării prezentei Directive trăsăturile specifice ale contractului la distanță era vânzarea sau prestarea de servicii la distanță în cadrul unui sistem organizat cu utilizarea exclusiv a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță.

Cea mai recentă directivă în domeniul vânzărilor la distanță este Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor [7]. Această Directivă propune idei noi în privința înțelegerii fenomenului vânzări la distanță. Astfel, ea definește „contractul de vânzare” ca orice contract, în temeiul căruia comerciantul transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor bunuri către consumator, iar consumatorul plătește sau se angajează să plătească prețul acestora, inclusiv orice contract care are drept obiect atât bunuri, cât și servicii.

În comparație cu Directiva UE 97/7/CE, Directiva din 2011 conține un element suplimentar care definește mai clar natura juridică a contractului la distanță, și anume: încheierea contractului fără prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului. Deși la prima vedere acest element nu are un impact major, totuși el capătă o importanță deosebită în delimitarea contractului de vânzare-cumpărare la distanță de celelalte instituții similare.

Din analiza acestor definiții putem concluziona că în viziunea legiuitorului european contractul de vânzare are drept obiect atât bunuri, cât și servicii. Contractul la distanță este caracterizat nu doar prin utilizarea unui sistem de vânzări la distanță, dar și prin faptul că vânzătorul și cumpărătorul nu sunt prezenți fizic simultan în momentul încheierii contractului. Oare acest element – absența fizică a părților în momentul încheierii contractului – este un element indispensabil al contractului încheiat la distanță? În opinia noastră, elemente indispensabile ale contractului la distanță sunt absența simultană a părților, precum și exprimarea consimțământului la încheierea contractului cu ajutorul mijloacelor de comunicare la distanță.

În continuare vom analiza alte abordări, atât legislative, cât și doctrinare, pentru a desprinde elementele indispensabile ale contractului de vânzare-cumpărare la distanță și analiza esența instituției pentru a confirma sau respinge concluziile noastre.

Un izvor de drept conceptual care a influențat puternic Codul civil în vigoare este Codul civil al Germaniei. Acest act normativ reglementează diferite forme ale vânzărilor, printre care se regăsește și contractul de vânzare-cumpărare la distanță. În art.312 b este redată definiția contractului de vânzare-cumpărare la distanță,

potrivit căreia acesta reprezintă orice contract de furnizare a mărfurilor sau de prestare a serviciilor, încheiat între comerciant și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare servicii organizat la distanță, exceptând cazurile când contractul este încheiat în afara unui astfel de sistem [8].

De menționat că, în comparație cu Directiva 2011/83/UE, definiția formulată în Codul civil al Germaniei nu atrage atenția asupra unor momente importante care reflectă natura juridică a acestei instituții, cum ar fi utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță și absența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului în momentul încheierii contractului. Totodată, este păstrată percepția legiuitorului european analizată mai sus asupra obiectului contractului de vânzare-cumpărare.

O altă abordare a contractului de vânzare-cumpărare la distanță este propusă de Convenția europeană privind vânzarea poștală transfrontalieră și vânzarea la distanță (European convention on crossborder mail and distance selling) din 27 martie 2002 [9]. Această convenție nu dă o definiție precisă, dar enumără trăsăturile caracteristice ale contractului de vânzare la distanță. În opinia noastră, această modalitate de a aborda noțiunea unui fenomen juridic este cea mai reușită.

Convenția prevede că activitatea comercială numită „vânzare la distanță” cuprinde diferite metode de marketing, care, de la propunerea comercială inițială făcută de vânzător consumatorului până la executarea ordinului plasat de către consumator, se realizează printr-o gamă largă de mijloace de comunicare și distribuire a informației la distanță, de la documente scrise până la utilizarea celor mai avansate tehnologii de comunicare.

Tehnicile de marketing sus-menționate se caracterizează prin următoarele:

- contractul se încheie fără prezența fizică a ambelor părți implicate;
- bunurile și serviciile sunt prezentate consumatorului printr-o gamă largă de mijloace de comunicare, cum ar fi cataloage, mailing, reclame, telefon, televizor, videotext, audiotext, CD ROM, Internet sau alte mijloace de comunicare la distanță;
- consumatorului i se oferă posibilitatea de a lua cunoștință de informații și propuneri prin diferite canale media și de a comanda bunuri prin aceste canale, off-line, precum și on-line [9].

Institutul vânzării la distanță este demult reglementat de legislația României. Încă în anul 2000 a apărut Ordonanța Guvernului României privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță, care în prezent este abrogată [10]. Cel mai recent act normativ român în domeniul analizat este Ordonanța de Urgență nr.34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative [11].

Ordonanța de Urgență nr.34/2014 conține definiția contractului de vânzare și a contractului la distanță. Astfel, contractul la distanță este orice contract încheiat între profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare servicii organizat la distanță, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și inclusiv în momentul în care este încheiat contractul. Iar contractul de vânzare este orice contract în temeiul căruia profesionistul transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor produse către consumator, iar consumatorul plătește sau se angajează să plătească prețul acestora, inclusiv orice contract care are drept obiect atât produse, cât și servicii. Este notabil faptul că aceste definiții sunt perfect identice cu cele expuse în Directiva 2011/83/UE.

Dicționarul de drept, publicat de Universitatea Oxford, conține definiția vânzării la distanță, stabilind că vânzare la distanță este vânzarea mărfurilor sau serviciilor consumatorului, când părțile nu se întâlnesc [12]. Potrivit Dicționarului, vânzarea se referă nu doar la vânzarea bunurilor, dar și la „vânzarea” serviciilor, iar vânzarea la distanță este caracterizată prin separarea spațială a părților. Totodată, separarea spațială a părților nu este unicul element indispensabil al contractului de vânzare-cumpărare la distanță și reflectă doar parțial natura lui juridică.

O altă percepție a vânzării la distanță poate fi găsită în legislația Federației Ruse. Astfel, Guvernul Federației Ruse în Hotărârea nr.612 din 27.09.2007 cu privire la aprobarea Regulamentului de vânzare a bunurilor la distanță definește „vânzarea bunurilor la distanță”: contract de vânzare-cumpărare a bunurilor pentru consum, încheiat prin studierea de către cumpărător a cataloagelor, broșurilor, pliantelor în care sunt descrise mărfuri propuse de vânzător sau este prezentată o imagine a mărfii ori folosind rețele de servicii poștale, rețele de telecomunicații, inclusiv rețeaua „Internet”, precum și televiziunea, radioul sau alte mijloace, excluzând posibilitatea de examinare nemijlocită de către cumpărător a bunurilor la încheierea unui astfel de acord.

Din analiza acestei definiții legale putem conchide că în Federația Rusă obiectul vânzării la distanță sunt doar bunurile pentru consum, nu și serviciile. Suplimentar, vânzarea la distanță este caracterizată prin faptul că consumatorul nu examinează nemijlocit marfa, contractul se încheie cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță, iar elementul separării spațiale a părților nu este evidențiat în mod direct.

Concluzii

Reieșind din cele expuse, putem formula unele concluzii referitor la definirea contractului de vânzare-cumpărare la distanță. Astfel, la nivel european se vede o tendință clară de a reglementa vânzarea la distanță ca un contract care are drept obiect atât produse, cât și servicii. Această abordare legislativă este menită să protejeze consumatorii în modul cel mai efectiv, deși unificarea acestor instituții este o construcție artificială, care nu poate fi interpretată în mod extensiv și aplicată altor situații similare. Contractele care au ca obiect transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor și serviciilor se consideră contracte de vânzare doar în sensul Legii privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor și al Directivei 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor.

Suplimentar, toate actele normative analizate califică contractul de vânzare-cumpărare ca unul de consumator, în care partea economică dezavantajată necesită o susținere din partea statului. Totodată, oare în toate cazurile contractul de vânzare-cumpărare la distanță este contract de consumator? Pe deplină dreptate putem spune că nu. Directivele Uniunii Europene, legislația autohtonă oferă o protecție sporită drepturilor consumatorilor, dar nu exclude folosirea operațiunilor de vânzare-cumpărare la distanță între comercianți, care nu se bucură de drepturile speciale oferite consumatorilor.

În continuare, analizând prevederile legale naționale și internaționale, precum și doctrina extrem de bogată în domeniul contractului de vânzare-cumpărare, dar și reieșind din faptul că orice fenomen juridic poate fi caracterizat printr-o multitudine de calități, vom defini noțiunea de contract prin enumerarea elementelor esențiale și a trăsăturilor specifice și definiții ale contractului de vânzare-cumpărare la distanță.

Astfel, **contract de vânzare-cumpărare la distanță este un contract:**

- în care vânzătorul transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor produse către consumator, iar consumatorul plătește sau se angajează să plătească prețul acestora;
- încheiat în cadrul unui sistem de vânzări organizat la distanță;
- în care cumpărătorul nu are posibilitatea de a examina nemijlocit bunul comandat;
- care se încheie fără prezența fizică simultană a părților contractante.

Pe plan juridic, natura contractului de vânzare-cumpărare la distanță nu este absolut identică cu cea a contractului clasic de vânzare-cumpărare. Contractul de vânzare-cumpărare la distanță este o varietate distinctă a contractului de vânzare-cumpărare, ceea ce înseamnă că are și o natură specifică, care reflectă trăsăturile originale ale acestuia.

Referințe:

1. НАШИЦ, А. *Правотворчество. Теория и законодательная техника* / Под ред. чл.-корр. АН СССР Д.А. Керимова. Москва, 1974, с.194.
2. Codul civil al Republicii Moldova, nr.1107 din 06.06.2002. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2002, nr.82-86, art.661.
3. Legea RM despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum, nr.157 din 18.07.2004. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2014, nr.249-255.
4. Legea RM privind comerțul electronic, nr.284 din 22.07.2004. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2004, nr.138-146.
5. Directiva UE privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale din 20.12.1985. În: *Jurnal Oficial al UE L 372* din 31.12.1985, p.0031-0033. Abrogată.
6. Directiva UE privind protecția consumatorilor în cazul contractelor la distanță din 20.05.1997. În: *Jurnal Oficial al UE L 144* din 04.06.1997, p.0019-0027. Abrogată.
7. Directiva UE privind drepturile consumatorilor, nr.2011/83/UE. În: *Jurnal Oficial al UE L 304* din 22.11.2011, p.0064-0088.
8. Codul civil al Germaniei. Ediția a 3-a. Moscova: Wolter Kluwer, 2008.
9. European convention on crossborder mail order and distance selling. EMOTA [Accesat: 10.04.2016]. Disponibil: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/054-private-act.pdf>

10. Ordonanța Guvernului Român privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță. În: *Monitorul Oficial al României*, 2008, nr.177. Abrogată.
11. Ordonanță de Urgență privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative, nr.34/2014 din 04.06.2014. În: *Monitorul Oficial al României*, Partea I, 2014, nr.427.
12. Oxford Dictionary of Law. Ediția a V-a / Sub redacția Elizabeth A. Martin. Oxford: Oxford University Press, 2002, p.156.

Prezentat la 22.04.2016