

DIGITALIZAREA ÎN TURISM ȘI A CONTRACTULUI PRIVIND PACHETELE DE SERVICII DE CĂLĂTORIE: NECESITATE SAU TREND LA MODĂ?

DIGITALIZATION IN TOURISM AND THE TRAVEL PACKAGE CONTRACT: NECESSITY OR FASHION TREND?

Chibac Natalia, doctor în drept, lector universitar, Departamentul Drept Privat,
Facultatea de Drept, Universitatea de Stat din Moldova
ORCID 0000-0003-3934-0777

Abstract. This article analyzes the need for new trends in the world such as digitalization in tourism and the contract for travel service packages. The digitalization of society is a dynamic process that affects various spheres of life of citizens, who fulfill the role of employees or employers in various economic entities; consumers of products, who act in economic circulation as individuals or organizations, who purchase goods and services on the market. This is due to the fact that digitalization plays an important role in the promotion of tourism products as well, as it is a special form of communication between buyers and sellers of travel services. The new trend of tourism persists in the increased attention to global trends, as well as the rapid development of strategic approaches, adaptation to dynamic changes in society, modernization of the legal framework, etc.

Keywords: *digitization, tourism, electronic means, distance contract, consumer.*

Digitalizarea societății este un proces dinamic care afectează diverse sfere ale vieții cetățenilor, care îndeplinesc rolul de angajați sau angajatori în diverse entităților economice; consumatorii de produse, care acționează în circulație economică ca persoane fizice sau organizații, care achiziționează bunuri și servicii pe piață.

Totodată, indiferent ce rol joacă cetățenii, folosind tehnologii digitale, aceștia urmăresc să simplifice accesul la servicii, să reducă timpul de căutare a produselor în funcție de parametrii de interes, să primească/furnizeze servicii de consultanță fără a fi prezenți fizic și să minimizeze costurile de utilizare a serviciilor.

În acest sens, digitalizarea este o nouă formă de interacțiune de comunicare între cumpărătorii și vânzătorii de servicii, inclusiv turismul, ea joacă un rol important în promovarea produselor. În consecință, odată cu creșterea alfabetizării digitale a participanților pe piață, furnizorii de servicii turistice sunt nevoiți să introducă noi forme de digitalizare în activitățile lor de afaceri pentru a dobândi

avantaje competitive suplimentare și pentru a nu fi obligați să inițieze un proces de lichidare din cauza unei afaceri neprofitabile.

Astăzi, nivelul de dezvoltare al inovațiilor digitale este unul dintre factorii determinanți în competitivitatea economiei naționale. Economia digitală, care implementează inovațiile digitale, este un anumit sistem de relații economice, sociale și culturale bazat pe utilizarea TIC digitale.

Procesul de digitalizare în acest caz presupune trecerea de la transmisia analogică la cea digitală a informației. Avantajele digitalizării sunt reducerea costului serviciilor în comparație cu economia tradițională, creșterea productivității muncii, apariția unor oportunități de creare de valoare adăugată în diverse industrii.

Digitalizarea proceselor de lucru la nivelul autorităților publice, agenților economici și a persoanelor fizice este direct condiționată de utilizarea semnăturii electronice în activitatea lor zilnică.

În contextul pandemiei, necesitatea utilizării acestui instrument de lucru a crescut considerabil, precum și volumul de documente semnate și transmise electronic, fapt pentru care apar și mai multe întrebări din partea utilizatorilor privind valoarea legală, aplicabilitatea, nivelul de securitate a semnăturii electronice, etc. [25].

Spre deosebire de reglementările anterioare regăsite în Codul Civil de până la modificările intervenite în martie 2019, se consideră valabil încheiat actul care are formă electronică. Vechea reglementare conținea doar admisibilitatea formei verbale, scrise și autentice a actului juridic. Era permisă încheierea actului juridic în formă scrisă prin „utilizarea mijloacelor tennice...în cazul și în modul stabilit de lege ori prin acordul părților.” (art.210 alin.(3) Cod Civil nr.1107 din 06.06.2002 [8]).

Autorii comentariului vechiului Cod Civil din 2002, au remarcat încă atunci că tehnologiile informaționale iau amploare, au recunoaștere largă și răspândire tot mai resimțită la încheierea actelor juridice. Încă la acea vreme, era reglementată semnătura electronică ca mijloc de încheiere a actelor juridice.

În acest sens, autorii menționează Legea model C.N.U.D.C.I. asupra comerțului electronic, aprobată de Adunarea Generală a O.N.U. la 16.12.1996, Directiva 1999/93/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene din 13.12.1999 privind regimul comunitar al semnăturilor electronice [2].

De asemenea, doctrinarii au utilizat drept exemplu de utilizare a tehnologiilor informaționale la semnarea actelor juridice în domeniul contractelor încheiate între bănci și clienți referitoare la utilizarea cardurilor bancare, reglementate la art.1289 Cod Civil nr.1107 din 06.06.2002. Conform acestor contracte, formarea numărului personal de identificare a clientului era echivalată cu semnătura lui manuscrisă [18, p.423-424].

În redacția actuală a Codului Civil al Republicii Moldova [9], prevederile referitoare la forma electronică pe care o poate îmbrăca actul juridic, indică faptul că toate tipurile de semnături electronice care pot fi aplicate unui document electronic, gradul de protecție al fiecărui tip și valoarea lui juridică sînt determinate de lege. Prin urmare, în cazul în care regăsim dispoziții diferite ce țin de semnătura electronică în alte legi speciale, forță juridică superioară vor avea prevederile din legile speciale față de cele generale.

Sediul materiei cu privire la semnătura electronică este stabilit de Legea nr.124 din 19.05.2022 privind identificarea electronică și serviciile de încredere [10]. Prin intermediul acestei legi, a fost creat cadrul necesar aplicării Directivei nr. 1999/93/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 13 decembrie 1999 privind un cadru comunitar pentru semnăturile electronice. Respectiva Directivă stabilește un cadru comunitar pentru semnăturile electronice, în scopul garantării bunei funcționări a pieței interne în domeniul semnăturilor electronice, instituind un cadru juridic armonizat și potrivit pentru utilizarea semnăturilor electronice în interiorul Comunității Europene.

Cu atât mai mult că art. 5 (1) al Directivei consacră egalitatea de tratament juridic între semnătura electronică extinsă (avansată) și semnătura olografă, stipulând că numai semnăturile electronice extinse (avansate) au același efect egal ca și semnătura scrisă de mână în statele membre, ceea ce rezultă că aceste tipuri de semnături vor fi admise în calitate de probă legală. Privitor la semnăturile electronice simple, art. 5 (2) al Directivei prevede ca statele membre trebuie să se asigure că unor astfel de semnături nu li se refuză efectul legal sau nu sunt refuzate ca probe în procese numai pe baza faptului că nu sunt calificate drept semnături electronice extinse (avansate).

În lumea contemporană, se observă tot mai frecvent tendința de a utiliza diverse servicii electronice care eficientizează activitățile pe care le desfășurăm zilnic. Oamenii recurg la utilizarea serviciilor de e-plăți, e-comerț, e-afaceri, e-educație prin intermediul aplicațiilor sau paginilor web de pe telefonul mobil sau calculator. Însă, pentru a putea beneficia de asemenea mijloace flexibile și utile, utilizatorul trebuie, întâi de toate, să-și demonstreze identitatea, că anume ea este persoana care se pretinde. Stabilirea identității se realizează printr-un proces numit autentificare. Conform Legii nr.124/2022 autentificarea este un proces electronic care permite confirmarea identificării electronice a persoanelor fizice și/sau juridice sau a originii și integrității anumitor date în formă electronică.

Utilizarea practică a mecanismelor semnăturii electronice în Republica Moldova este implementată prin serviciul electronic guvernamental de autentificare și control al accesului (MPass) [26].

Acesta reprezintă un serviciu, furnizat la nivelul platformei tehnologice co-

mune a Guvernului, care are scopul de a oferi un mecanism integrator, securizat și flexibil de autentificare și control al accesului utilizatorilor în sistemele informaționale, inclusiv serviciile electronice. Funcția de autentificare a utilizatorilor poate fi exercitată prin diverse metode de autentificare oferite de furnizorii de autentificare.

Modul de funcționare și administrare a serviciului electronic guvernamental de autentificare și control al accesului (MPass) este reglementat de Regulamentul privind serviciul electronic guvernamental de autentificare și control al accesului (MPass), aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 1090 din 31 decembrie 2013 [15].

Ca factor untr-u creșterea în dezvoltarea și utilizarea TIC-ului în lume, dar și în Republica Moldova a fost pandemia de COVID-19, care a accelerat ritmul deja ridicat al digitalizării tehnologii în toate etapele de formare, promovare și consum a produsului turistic, a făcut ajustări la funcționarea industriei turistice în ansamblu și la comportamentul turiștilor în special.

Soluțiile digitale sunt văzute ca un factor care are impact semnificativ asupra transformării vieții cotidiene, dar mai cu seamăși în industriei turismului, iar în viitor, după cum va arăta timpul, influența sa va crește doar. Serviciile digitale sunt numite unul dintre cele mai promițătoare instrumente în dezvoltarea durabilă a sectorului turistic și promovarea integrată a produselor turistice. Se prevede că soluțiile digitale vor însoți turiștii în toate etapele - de la planificarea unei vacanțe până la împărtășirea impresiilor după finalizarea acestuia.

Accelerarea și schimbarea ritmului vieții moderne a omenirii duce la faptul că oamenii caută să reducă timpul petrecut pe orice tip de activitate, inclusiv în industria turismului. Rezolvarea acestei probleme este facilitată de introducerea realizărilor digitalizării nu numai în procesele de producție, ci și în viața de zi cu zi a oamenilor.

Nu a trecut acest proces și industria turismului. Acest lucru se datorează faptului că digitalizarea joacă un rol important în promovarea produselor turistice, întrucât este o formă specială de comunicare între cumpărătorii și vânzătorii de servicii de călătorie. Deja astăzi turismul și standardele sale semnificative diferită de ceea ce a fost pe piața turistică încă zece ani în urmă. Pe măsură ce alfabetizarea digitală a populației crește, profesioniștii sunt forțați să introducă în mod constant noi forme de digitalizare în activitatea lor pentru a obține avantaje suplimentare față de concurenții săi.

Unul dintre motivele principale de apariție a contractelor la distanță, inclusiv contractului de vânzare la distanță, este revoluția tehnică și apariția noilor mijloace de comunicare la distanțe foarte mari. Dezvoltarea revoluționară a sectorului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor înlătură orice limite spațiale,

temporale și legislative dintre cumpărători și vânzători. Cercetătorii din domeniu remarcă că tehnologia informațională împuternicește, beneficiază și leagă oamenii din întreaga lume ... accesul la oportunitățile digitale trebuie, prin urmare, să fie deschis tuturor [19, p.9].

Întru dezvoltarea și apărarea drepturilor consumatorului în ceea ce privește contractele la distanță a fost aprobată de către Parlamentul European și a Consiliului a Directivei UE 2011/83/UE din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor [3]. Ghidul Comisiei Europene privind aplicarea Directivei 2011/83/EU neavând caracter juridic obligatoriu, este un act ce oferă unele explicații utile referitor la drepturile consumatorilor în cadrul contractelor la distanță și contractelor încheiate în afara spațiilor comerciale. Ghidul oferă unele soluții practice privind domeniul de aplicare a directivei, analizează foarte minuțios cerințele de informare în cadrul contractelor la distanță, identifică condițiile speciale pentru contractele la distanță, tratează unele momente problematice privind realizarea dreptului de revocare și altele [7].

În prevederile Hotărârii Guvernului RM privind Strategia Națională de dezvoltare a societății informaționale -»Moldova Digitală 2020« este prevăzut, că construirea unui viitor al țării este de neconceput fără o strategie digitală care să creeze în baza tehnologiilor informației și comunicațiilor oportunități de inovare și dezvoltare, iar antreprenorii și instituțiile guvernamentale să maximizeze utilizarea datelor guvernamentale în beneficiul serviciilor pentru cetățeni[16].

Ca parte integrantă a mediului economic general, industria turismului este supusă unor tendințe majore pe termen lung în economia globală: schimbări în clima, demografie, schimbarea cererii de bunuri. Acești factori împreună cu revoluția digitală nu numai că deschid noi oportunități pentru industrie, dar ridică și provocări cu totul noi. Noua tendință a turismului persistă în atenția sporită la tendințele globale, precum și la dezvoltarea rapidă la abordările strategice, adaptare la schimbările dinamice din societate, modernizare cadrul legal etc.

Întru susținerea noilor prevederi legale din lume și Uniunea Europeană, Republica Moldova a adoptat Hotărârea Guvernului nr.129 din 02.03.2022 cu privire la aprobarea Programului de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii [17], unde în art.4 al prezentului act au fost introduse unele noțiuni privind digitalizarea, astfel: *digitizare* – crearea unei reprezentări digitale a obiectelor sau atributelor fizice, trecând de la procesele manuale la cele digitale, conversia datelor, documentelor și proceselor de la cele analoge la cele digitale;

digitalizare – facilitarea sau îmbunătățirea proceselor prin utilizarea tehnologiilor digitale și a datelor digitizate, dezvoltând o cultură a utilizării tehnologiei informaționale în derularea afacerilor, transformarea proceselor de afaceri exis-

tente prin valorificarea tehnologiilor digitale, având ca rezultat oportunități de creștere a competitivității companiilor;

transformare digitală – integrarea tehnologiilor digitale în toate procesele unei afaceri, schimbând fundamental modul în care operează și oferă valoare către clienții săi.

În țările europene, există tendința de a reduce ponderea apelurilor către to-roperatorii tradiționali, în special, nu vin la biroul unei agenții de turism mai mult de o treime dintre consumatorii de servicii de călătorie [21, p.106-126]. În consecință, două treimi utilizatorii potențiali ai produselor turistice folosesc serviciile online, iar ponderea lor crește de la an la an.

Există două domenii de vânzări online:

1) consumatorii de servicii de călătorie cumpără separat transportul (aerian și feroviar). bilete) și cazare (hoteluri), formând turul pe cont propriu. În prezent timp, turiștii rezervă activ tururi online, le formează în mod independent de la termeni-servicii individuale [22];

2) agențiile de turism se dezvoltă activ online, promovează produse turistice gata făcute.

Unul dintre cele mai importante criterii pentru calitatea unui produs turistic în prezent poate fi considerată siguranța, care direct influențează la decizia consumatorului cu privire la excursie turistica. În plus, consumatorii sunt din ce în ce mai mult interesați de a primi oferte personalizate după propriul plac, dorință și posibilitate.

Crearea condițiilor pentru formarea unui sistem turistic, unirea tuturor participanților pe piață pe o platformă online este una dintre cele mai importante sarcini de dezvoltare a turismului intern și receptiv. Sistemul turistic, ce va integra în sine cu date externe și platforme sociale, va contribui la „conturarea unei experiențe mai bune pentru clienți”. Introducerea instrumentelor digitale poate fi văzută nu numai ca răspuns la schimbarea structurii și canalelor de consum, dar și ca un stimulent pentru dezvoltarea tuturor industriilor legate de turism [21, p.106-126]. Înțelegerea necesității a unor schimbări de infrastructură este o condiție importantă pentru digitalizare.

Potențialul de digitalizare a afacerilor în domeniul turismului depinde de starea financiară și capacitățile tehnologice ale fiecărui subiect și ale industriei în ansamblu.

Acum există posibilitatea de a avea miliarde de persoane conectate prin dispozitive mobile simultan, ceea ce generează o cantitate mare de date, putere de prelucrare, capacități de stocare și a accesul la cunoștințe fără precedent. Inovațiile tehnologice emergente acoperă domenii ample cum ar fi inteligența artificială (AI), robotica, internetul obiectelor (IoT), internetul obiectelor în industrie (IIoT),

vehiculele autonome, imprimarea 3D, nanotehnologia, biotehnologia, știința materialelor, calcul cuantic, etc. Inovațiile se construiesc și se amplifică reciproc într-o fuziune a tehnologiilor în întreaga lume fizică, digitală și biologică. Sunt schimbări profunde în toate industriile, marcate de apariția unor noi modele de afaceri și de restructurarea sistemelor de producție, consum, transport și distribuție. În societate are loc o schimbare de paradigmă determinată de modul în care lucrăm, comunicăm, ne exprimăm, ne informăm și ne distrăm[20].

O contribuție importantă în dezvoltarea turismului o are și Uniunea Europeană prin aprobarea unui șir de acte normative privind turismul, dar mai cu seamă Rezoluția Parlamentului European din 29 octombrie 2015 referitoare la noile provocări și concepte pentru promovarea turismului în Europa (2014/2241(INI))[6], unde s-a ridicat problema cu privire la digitalizarea canalelor de distribuție, dezvoltarea noului sector al economiei colaborative, schimbarea comportamentului consumatorilor, nevoia de a atrage și a menține personal calificat, schimbările demografice și caracterul sezonier.

În legătură cu faptul că, Republica Moldova tinde spre asociere cu UE și a fost semnat Acordul de Asociere dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană care a fost parafat la Vilnius la 23 noiembrie 2013 [1], Republica Moldova s-a obligat să armonizeze legislația țării noastre[11] cu legislația Uniunii Europene.

Legea nr. 6 din 26 februarie 2016 pentru modificarea și completarea unor acte legislative [12] în scopul transpunerii Directivei Consiliului 90/314/CEE din 13 iunie 1990 privind pachetele de servicii pentru călătorii, vacanțe și circuite [4]. Între timp Directiva de 90/314/CEE a fost abrogată și expusă în redacție nouă, cu un regim care mai bine protejează călătorii, prin Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2015 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate [5].

Acest fapt a influențat la adoptarea Legii nr133 din 2018 privind modernizarea Codului Civil și modificarea unor acte legislative [13], unde au fost introduse prevederi cu privire la contractele încheiate prin mijloace electronice în Cartea a treia, Titlu II. Despre contracte în general, Capitolul II. Obligații pre-contractuale.

Totodată, în Secțiunea 3: Obligații specifice în cazul contractelor încheiate prin mijloace electronice în art. 678¹⁰ actual art.1020 CC RM și următoarele) s-a transpus art. 10 al Directivei 2000/31/EC privind comerțul electronic și prevede regula că, dacă un contract urmează a fi încheiat prin intermediul mijloacelor electronice, profesionistul are obligația, înainte ca cealaltă parte să facă oferta sau să accepte oferta, să furnizeze informație cu privire la următoarele: a) pașii tehnici care trebuie urmați pentru a încheia contractul; b) dacă profesionistul va genera un document care reprezintă contractul și dacă documentul va fi acce-

sibil; c) mijloacele tehnice pentru identificarea și corectarea erorilor comise la introducerea datelor înainte ca cealaltă parte să facă oferta sau să accepte oferta; d) limbile care vor fi oferite pentru încheierea contractului; e) toate clauzele contractuale. În cazul contractelor de furnizare a conținutului digital, clauzele care nu au fost negociate individual pot fi incluse prin una din următoarele metode: a) clauzele sunt prezentate celeilalte părți în formă textuală înainte ca consumatorului să i se permită să încheie contractul, iar cealaltă parte își dă consimțământul expres pentru aplicabilitatea clauzelor și, în final, să încheie contractul (numită metoda „click-wrap”); b) cealaltă parte este informată despre existența clauzelor și i se acordă posibilitatea clar identificabilă să acceseze clauzele înainte ca celeilalte părți să i se permită să încheie contractul și, în final, să încheie contractul (numită metoda „browse-wrap”) [14].

Este binevenit faptul că în Republica Moldova cu ajutorul parteneriatului public-privat Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova în anul 2020 a fost lansat portalul turistic de țară Moldova.travel, care este o platformă informativă ce deschide dialogul despre Moldova ca destinație turistică pe piețele internaționale, cu o vitrină a patrimoniului cultural-turistic și un eficient instrument de marketing și popularizare a Moldovei [23].

Totodată, după cum informează ANTRIM șase unități turistice au integrat deja cu succes sistemul de plată pe platformele lor online, devenind primii beneficiari ai inițiativei: vinăriile **Castel Mimi, Mileștii Mici, Chateau Vartely**, și pensiunile **Eco Resort Butuceni, Casa din Luncă și Casa Verde**. Pe lângă acestea, **Vinăria Cricova** este și ea în proces de digitalizare a serviciilor [24].

Acest fapt denotă că în viitor, va exista o integrare a operatorilor de turism, hotelurilor, companiilor aeriene și platformele online, iar linia dintre ele va fi ștersă treptat.

Una din condiții importante pentru dezvoltarea digitalizării este realizarea cooperării coordonate și integre între interesele statului, companiilor private, guverne, autorități locale și comunităților, care se vor exprima în stimularea și controlul participării generale la diferite stadii de dezvoltare a industriei turimului.

Referințe bibliografice:

1. Acordul de Asociere dintre Republica Moldova, pe de o parte și Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a energiei atomice și statele membre ale acestora, pe de altă parte. În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. *L 260 din 30.08.2014, p. 4–738. Disponibil: <http://infoeuropa.md/acordul-de-asociere-ue-rm/>, (Accesat 14.10.2022).*

2. Directiva 1999/93/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene din 13.12.1999 privind regimul comunitar al semnăturilor electronice. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene nr. L 13 din 19 ianuarie 2000. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX:31999L0093> (Accesat 10.10.2022).
3. Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului. Disponibilă: <http://data.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj> (Accesat 14.10.2022).
4. Directiva Consiliului 90/314/CEE din 13 iunie 1990 privind pachetele de servicii pentru călătorii, vacanțe și circuite. Abrogată. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=celex%3A31990L0314> (Accesat 14.10.2022).
5. Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2015 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L2302&from=LV> (Accesat 14.09.2022).
6. Rezoluția Parlamentului European din 29 octombrie 2015 referitoare la noile provocări și concepte pentru promovarea turismului în Europa (2014/2241(INI)). Disponibil: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2015-0391_RO.html (Accesat 14.10.2022).
7. Ghidul de justiție privind Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului. Disponibil: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_ro.pdf (Accesat 11.10.2022).
8. Codul Civil al Republicii Moldova nr.1107 din 06.06.2002. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.82-86 din 22.06.2002.
9. Codul civil al Republicii Moldova nr.1107 din 06.06.2002. *Republicat: în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.66-75 din 01.03.2019.*
10. *Legea nr.124 din 19.05.2022 privind identificarea electronică și serviciile de încredere. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 170-176 din 10.06.2022 (în continuare – Legea nr.124/2022)..*

11. Legea nr.112 din 02.07.2014 pentru ratificarea Acordului de Asociere între Republica Moldova, pe de o parte, și Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de altă parte. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.185-199 din 18.07.2014 art. nr: 442. Disponibil: <http://lex.justice.md/md/353829/> (Accesat 15.10.2022).
12. *Legea nr. 6 din 26 februarie 2016 pentru modificarea și completarea unor acte legislative. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.79-89 din 01.04.2016.*
13. Legea nr.133 din 15.11.2018 privind modernizarea Codului civil și modificarea unor acte normative. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 467-479 din 14.12.2018. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=34327&lang=ro (Accesat 18.10.2022).
14. Nota informativă la proiectul Legii privind modificarea și completarea unor acte legislative, p.43-44. Disponibil: https://justice.gov.md/public/files/transparența_in_procesul_decizional/coordonare/2017/aprilie/Nota_informativ_proiect_amendare_Cod_civil_xxxxxxx.pdf (Accesat 15.10.2022).
15. *Hotărârea Guvernului nr. 1090 din 31 decembrie 2013 privind serviciul electronic guvernamental de autentificare și control al accesului (MPass). În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 4-8 din 10-01-2014.*
16. Hotărârea Guvernului al Republicii Moldova nr. 857 din 31.10.2013 cu privire la Strategia Națională de dezvoltare a societății informaționale - “Moldova Digitală 2020”. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 252-257 din 08.11.2013.
17. *Hotărârea Guvernului nr.129 din 02.03.2022 cu privire la aprobarea Programului de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 68-71 din 11.03.2022.*
18. Băieșu Aurel, Băieșu Sergiu și alții, Codul Civil al Republicii Moldova, Comentariu, art.1-511, Vol.I.Firma editorial-poligrafică, Tipografia Centrală, Chișinău, 2006.
19. MANSELL, R., WHEN, U. Knowledge societies. Information technology for sustainable development. New York: Oxford University Press, 1999. 323 p. ISBN 978-01982-94-108 După: Calmîc Vlada. Cadrul juridic actual al vânzării la distanță. Teza de doctor, Chișinău, 2020, p.9
20. Viorel Iulian Tănase, Ruxandra Victoria Paraschiv. Digitizare, digitalizare și transformare digitală. Disponibil: <http://www.cercetari.institu->

- tuldefilosofie.ro/e107_files/downloads/Extrase%20C.F.P.%20anul%2010,%20nr.%202%20[2018] (Accesat 22.10.2022).
21. Овчаренко Л.А., Лебезова Э.М. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма. Электронный научный журнал «Век качества». 2021, №4, стр. 106-126. Доступно: <http://www.agequal.ru/pdf/2021/421006.pdf> (Accesat 15.10.2022).
 22. Когда туристы снова смогут путешествовать и как будет выглядеть туризм после пандемии. Обзор. Доступно: <https://www.interfax.ru/world/703736> (Accesat 15.10.2022).
 23. Portalul național turistic www.moldova.travel lansat în nouă versiune pentru promovarea digitală a Republicii Moldova ca destinație turistică. Disponibil: <http://www.mc.gov.md/en/node/12420> (Accesat 15.10.2022).
 24. Turismul din Moldova, în plină tranziție digitală. Șase unități turistice, inclusiv eco, au integrat deja soluții inteligente. Disponibil: <https://eco-presa.md/digitalizare-turism-moldova-antrim/> (Accesat 15.10.2022).
 25. www.stisc.gov.md (Accesat 15.10.2022).
 26. www.mpass.md (Accesat 15.10.2022).