CORELAŢIA DINTRE CONTRACTUL DE VÂNZARE-CUMPĂRARE ŞI CONTRACTUL DE VÂNZARE-CUMPĂRARE LA DISTANŢĂ

Vlada CALMÎC

Este bine cunoscut faptul că contractul de vânzare-cumpărare este unul dintre cele mai vechi instituţii de drept civil, iar evoluţia lui de-a lungul veacurilor a fost una spectaculoasă. Inventarea internetului şi a altor tehnici de comunicare la distanţă a conferit şi mai multă importanţă contractului clasic de vânzare-cumpărare în circuitul civil modern. Totodată, noile tehnici de comunicare la distanţă au ridicat probleme juridice, mai ales, în ceea ce priveşte stabilirea momentului şi locului încheierii contractului, informarea consumătorului în privinţa caracteristicilor produselor achiziţionate, răspunderea părţilor contractante şi intermediarilor, precum şi altele.

În afara celor menţionate, o întrebare primordială este dacă contractul de vânzare-cumpărare la distanţă este un contract original cu statut juridic independent sau este o specie, o varietate a contractului clasic de vânzare-cumpărare sau în genere nu poate fi calificat ca o noţiune juridică de sine stătătoare? Oferind răspunsul la această întrebare, constatăm că doctrina autohtonă nu acordă atenţie fenomenului vânzărilor la distanţă. Lipsa cercetărilor ştiinţifice în acest domeniu ne obligă să facem apel la normele de drept.

Actualmente, legislaţia evidenţiază mai multe varietăţi ale contractului de vânzare-cumpărare, reglementate de Codul civil în vigoare şi alte legi speciale. Până nu demult contractul de vânzare-cumpărare la distanţă nu se bucura de reglementare juridică separată, în pofida faptului că comerţul la distanţă a început să se dezvolte în ţară mai mult de 15 ani în urmă.

Recent a fost adoptată Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor nr. 8 din 26.02.2016 (în continuare lege nr. 8

din 26.02.2016) care va intra în vigoare la 25.09.2016 [1]. Prezenta lege creează cadrul legal necesar pentru aplicarea prevederilor Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European şi a Consiliului din 25.10.2011 privind drepturile consumatorilor [2]. În sfârşit legiuitorul a răspuns solicitărilor societăţii, care tot mai frecvent întâlneşte obstacole la capitolul reglementărilor vânzărilor la distanţă. Prezenta lege oferă definiţia contractului la distanţă în general, omiţând definirea instituţiei vânzărilor la distanţă. Astfel, în conformitate cu prevederile art. 3 alin. (2), contractul la distanţă prezintă orice contract negociat şi încheiat între comerciant şi consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanţă, organizat, fără prezenţa fizică simultană a comerciantului şi a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multe mijloace de comunicare la distanţă, până la/şi în momentul în care este încheiat contractul, inclusiv orice comandă făcută de consumator şi care produce efecte obligatorii asupra lui.

Totodată, în tabelul de concordanţă pentru proiectul Legii nr.8 din 26.02.2016 a fost subliniat faptul compatibilităţii parţiale între definiţia contractului de vânzare prevăzută de Directiva 2011/83/UE, proiectul legii şi legislaţia în vigoare. În comparaţie cu Republica Moldova, la nivel european se remarcă o tendinţă clară de a reglementa vânzarea la distanţă ca un contract care are drept obiect atât produse, cât şi servicii. Din acest raţionament, în varianta finală a legii nu au fost incluse noţiunile „contractul de vânzare-cumpărare” sau „contractul de vânzare-cumpărare” la distanţă. În tabelul nominalizat este explicat faptul că prezenta lege reglementează contractele care au ca obiect atât bunuri, cât şi servicii, scopul principal al cărora este transferul proprietăţii asupra bunurilor, care se consideră, în sensul acestei legi, contracte de vânzare. Totodată, abordarea aleasă de Legea nr.8 din 26.02.2016 vine în contradicţie cu legislaţia în vigoare, şi nu oferă răspunsuri clare la întrebările abordate în prezenta lucrare.

Este notabil faptul că majoritatea textelor de legi naţionale şi internaţionale studiate, inclusiv Directivele Uniunii Europene, nu definesc conceptul de vânzare-cumpărare la distanţă, ci direct stabilesc regimul său juridic sau definesc aparte noţiunile „contractului de vânzare-cumpărare” şi „contractului la distanţă”.

Totodată, există şi excepţii în acest sens, mai exact Codul civil german care oferă noţiuni pentru diferite forme ale vânzărilor, printre care se regăseşte şi contractul de vânzare-cumpărare la distanţă [3].

Astfel, legiuitorul german califică contractul de vânzare-cumpărare la distanţă ca o formă specifică a vânzării-cumpărării. La fel, Hotărârea Guvernului Federaţiei Ruse nr.612 din 27.09.2007 cu privire la aprobarea Regulamentului de vânzare a bunurilor la distanţă defineşte că contractul de vânzare-cumpărare a bunurilor la distanţă conţine reguli speciale aplicabile acestuia [4]. Aceeaşi abordare a contractului de vânzare-cumpărare la distanţă este propusă de Convenţia Europeană privind vânzarea poştală transfrontalieră şi vânzarea la distanţă din 27 martie 2002 [5].

Astfel, în legislaţia unor ţări contractul de vânzare-cumpărare la distanţă este reglementat ca o varietate distinctă a contractului de vânzare-cumpărare, are o definiţie legală şi reguli specifice de aplicare. În opinia autorului prezentei lucrări, această abordare legislativă este una adecvată şi corespunde condiţiilor circuitului civil modern.

Contractul de vânzare-cumpărare la distanţă are o gamă întreagă de trăsături distincte care îi oferă un statut juridic special şi face posibilă delimitarea acestui contract de toate celelalte instituţii conexe. Axându-ne pe prevederile legale, putem să desprindem trăsăturile specifice ale acestuia:

1. Contractul se încheie în cadrul unui sistem de vânzări la distanţă organizat;

2. Unica metodă de a încheia acest contract este utilizarea unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanţă (cum ar fi comanda prin poştă, internet, telefon sau fax);

3. Contractul se încheie fără prezenţa fizică simultană a comerciantului şi a consumatorului, de aceea el de cele mai dese ori este atribuit la categoria contractelor încheiate între absenţi;

4. Există o modalitate specială de informare a consumătorului despre marfa care exclude posibilitatea examinării nemijlocite a acesteia. Informaţia prezentată cumpărătorului este cea mai amplă în comparaţie cu celelalte contracte de vânzare-cumpărare sau prestare de servicii;

5. Contractul este încheiat în baza ofertei care nu este publică, dar una specială, fiind în esenţă aceeaşi propunere adresată unui cerc nedeterminat de persoane în reţeaua Internet, în diferite reviste şi cataloage, la televizor etc. Toate aceste acţiuni ale ofertantului îl obligă să încheie contactul în baza condiţiilor din ofertă cu oricine îşi va manifesta voinţa în acest sens;

6. Pe lângă reglementările generale prevăzute de normele Codului civil al Republicii Moldova, contractul cade sub incidenţa unor acte normative speciale;

7. Cumpărătorul beneficiază de dreptul special de retragere, ce îi oferă un statut mult mai protejat în comparaţie cu celelalte contracte, inclusiv contractul de vânzare-cumpărare.

Astfel, conexiunea dintre contractul clasic de vânzare-cumpărare şi vânzare-cumpărare la distanţă este indisolubilă. Totodată, elementele contractului de vânzare-cumpărare la distanţă, drepturile şi obligaţiile părţilor contractante sunt într-atât de specifice, încât contractul s-a transformat într-o varietate distinctă a contractului clasic de vânzare-cumpărare şi a căpătat o reglementare legislativă proprie. Cu adoptarea noului act normativ – Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor, autorul îşi exprimă speranţa că instituţia vânzărilor la distanţă va căpăta o atenţie sporită, atât din partea savanţilor şi practicienilor, cât şi din partea consumatorilor.

Referinţe:

1. Legea privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor nr. 8 din 26.02.2016. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 25.03.2016, nr. 69-77, art. 115.
2. Directiva UE privind drepturile consumatorilor nr. 2011/83/UE. Publicată în: *Jurnal Oficial al UE* L 304 din 22.11.2011, p. 0064-0088.
3. Codul civil german. Ediţia a 3-a. Moscova: Wolter Kluwer, 2008.
4. Hotărârea Guvernului Federaţiei Ruse nr. 612 din 27.09.2007 cu privire la aprobarea Regulamentului de vânzare a bunurilor la distanţă.
5. http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/054-private-act.pdf
6. KOTLYAROV, I.D. Эволюция форм торговли: традиционная, дистанционная, электронная. В: *Вопросы управления,* 2012, № 2 (19), с. 34-54.