

COMERȚUL LA DISTANȚĂ ÎN CODUL CIVIL MODERNIZAT

DISTANCE TRADE IN THE MODERNIZED CIVIL CODE

Vlada CALMÎC, magistrul, lector univ.,
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract: Distance trade represents the entrepreneurial activity initiated in the field of marketing the goods produced, processed or procured, as well as in the field of execution of various works and the provision of services within an organized scheme of sales or provision of remote services, administered by the entrepreneur, who uses only one or more means of distance communication for the conclusion of the contract. The institution of distance trade is not homogeneous, neither practically nor theoretically. Currently, distance trading can be regarded as a set of institutions governed by similar rules because of its specific nature.

Cuvinte-cheie: *comerț, vânzare la distanță, prestare serviciilor la distanță, contract la distanță, mijloace de comunicare la distanță, contract între absenți, consumator, profesionist, comerț electronic.*

Dezvoltarea comerțului la distanță se datorează progresului tehnico-științific, maturizării economiei de piață, prosperării consumerismului și, nu în ultimul rând, evoluției metodelor și procedurilor de comunicare la distanță și livrării mărfurilor. Pe plan național, raporturile la distanță și-au luat avântul pe scară largă în ultimii 10-15 ani, întrucât s-au format premisele de ordin economic, tehnologic, juridic și social pentru dezvoltarea acestora.

Dacă facem o retrospectivă, dezvoltarea instituției comerțului la distanță a început la sfârșitul secolului al XIX-lea în Statele Unite ale Americii. Întemeietorul vânzărilor la distanță în SUA este considerat Benjamin Franklin. În 1744 el a publicat primul catalog, prin care a vândut cărți științifice și academice. În 1845, a apărut Tiffany Blue Book - primul catalog de comandă prin poștă a mărfurilor prin corespondență [1]. Mai activ vânzarea la distanță în SUA a început să se dezvolte în anii '70 ai secolului al XIX-lea, iar primele companii care se specializau în comerțul la distanță erau „Montgomery Ward” și „Sears, Roebuck and Co”.

În anii 1970-1990, domeniul comerțului la distanță a crescut în mod semnificativ, iar companiile care se specializau în acest domeniu au început să folosească mai multe canale de oferire a mărfii, precum poștă electronică, telefon, videofon, telecopiator, televiziune, publicitate tipărită cu bon de comandă, servicii de mesagerie pe Internet. Astfel, în funcție de mijlocul de comunicare ales de către părțile contractante, doctrinarii evidențiază următoarele forme ale vânzărilor la distanță: vânzarea prin intermediul cataloagelor cu bon de comandă, vânzarea

bunurilor pe TV, vânzarea telefonică și, nu în ultimul rând, vânzări pe Internet (comerțul electronic) [2, p. 27].

Din punct de vedere economic relațiile de afaceri dintre subiecți pot fi clasificate în următoarele grupuri: *business-to-client* (B2C), *client-to-business* (C2B), *business-to-business* (B2B), *business-to-guvern* (B2G), *guvern-to-business* (G2B), *consumator la consumator* (C2C) [3, p. 7]. B2C este un model de comerț în care companiile vând la cumpărători individuali – persoane fizice. Segmentul B2C include comerțul la distanță, iar B2B include atât vânzările cu amănuntul, cât și cele angro. Diferența esențială dintre aceste grupuri constă în faptul că consumatorul participă și se bucură de protecție specială oferită de legiuitor doar în cadrul vânzărilor B2C. Această clasificare a modelelor de comerț are, mai degrabă, însemnătate economică decât juridică, dar este folosită foarte frecvent pentru a arăta natura multilaterală a comerțului la distanță.

Cu adoptarea Legii privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor nr. 8 din 26.02.2016 care a intrat în vigoare la 25.09.2016 [4], consumatorul moldovean a obținut un set de drepturi noi, care îl protejează în raporturile de comerț la distanță. Necesitatea reglementării relațiilor la distanță, datorită dezvoltării mijloacelor de comunicare și creșterii interacționării economice interstatale, a creat demult condițiile pentru apariția unui astfel de act normativ. Legea nr. 8 din 26.02.2016 oferea cadrul legal necesar pentru aplicarea prevederilor Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25.10.2011 privind drepturile consumatorilor [5], reglementând drepturile și obligațiile consumatorilor în cadrul contractelor la distanță, contractelor în afara spațiilor comerciale și contractelor legate.

Armonizarea legislației RM cu legislația Uniunii Europene constituie unul din obiectivele primordiale ale Republicii Moldova în procesul de apropiere de UE și, concomitent, piatra de temelie a întregului proces de integrare în UE. Armonizarea legislației naționale cu legislația comunitară este un proces continuu, care are drept scop asigurarea compatibilității depline a normelor de drept intern cu cele comunitare, prin modificarea, completarea sau elaborarea actelor normative naționale armonizate cu cerințele comunitare, ulterior aceste norme juridice devenind parte componentă a dreptului național [6].

Astfel, urmărind obiectivul de a unifica și raționaliza sistemul juridic autohton, legiuitorul a codificat prevederile legii și le-a incorporat în Codul civil modernizat, care a intrat în vigoare la 01.03.2019, simultan cu abrogarea legii nr. 8 din 26.02.2016 [7]. Însă, normele legale din CC modernizat ce reglementează raporturile la distanță nu sunt cuprinse într-un singur capitol, ci sunt situate în diferite capitole și secțiuni ale codului.

Totodată, trebuie de remarcat faptul că, Codul civil modernizat acordă o atenție sporită raporturilor între profesionist și consumator în general, precum și

regimului juridic a contractelor la distanță în special. În această ordine de idei, definiția contractului la distanță este redată în Legea privind modernizarea CC, precum și în Legea despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum [8].

Astfel, CC modernizat, în art. 1013, prevede că contractul la distanță (contract încheiat prin mijloace de comunicare la distanță) este un contract negociat și încheiat între profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unui sau a mai multe 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.

Principalele elemente unificatoare ale contractelor la distanță:

1. profesionistul și consumatorul nu sunt prezenți fizic simultan la încheierea contractului;
2. încheierea contractului se efectuează prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță;
3. contractele se încheie în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat;
4. imaterialitatea, interactivitatea și caracterul transfrontalier al contractelor la distanță [9, p. 15].

În continuare, Legea privind comerțul interior conține noțiunea activității de comerț care reprezintă activitatea de întreprinzător inițiată în baza raporturilor stabilite în domeniul comercializării mărfurilor produse, prelucrate sau procurate, precum și în domeniul executării diverselor lucrări și prestări de servicii, având ca scop satisfacerea intereselor economice private și asigurarea unei surse de venit [10].

Dacă unim conceptul de activitate de comerț și contractul la distanță, putem crea o definiție complexă a **comerțului la distanță**, care reprezintă activitatea de întreprinzător inițiată în domeniul comercializării mărfurilor produse, prelucrate sau procurate, precum și în domeniul executării diverselor lucrări și prestării serviciilor în cadrul unei scheme organizate de vânzări sau de prestări de servicii la distanță, administrate de întreprinzător, care utilizează exclusiv unul sau mai multe mijloace de comunicare la distanță pentru încheierea contractului.

În literatura de specialitate a fost expusă părerea precum că comerțul la distanță este una dintre formele de vânzare cu amănuntul a mărfurilor, care diferă de comerțul din magazinele tradiționale prin existența distanței dintre vânzător și consumator [11, p. 85]. În viziunea noastră, opinia doctrinarului este una greșită pe motiv că comerțul este o activitate complexă și nu se limitează doar la vânzarea de bunuri, dar și la prestarea de servicii. Aceeași abordare poate fi regăsită în teza de doctor a savantului rus Фролов И. В. [12, p. 45].

Pe deplină dreptate, cercetătorii Чекмаев și Соловьев definesc comerțul la distanță ca o ramură de comerț de sine stătătoare, cu potențial de creștere ridicat [13, p. 119]. Astfel, considerăm că instituția comerțului la distanță nu este omogenă, nici din punct de vedere practic, nici și teoretic. Actualmente, comerțul la distanță poate fi privit ca un ansamblu de instituții guvernate de reguli similare datorită naturii sale specifice. Dacă examinăm comerțul la distanță din perspectiva cea mai vastă, remarcăm că el însumează o gamă largă de relații civile:

1. vânzarea produselor la distanță;
2. prestarea serviciilor la distanță;
3. furnizarea serviciului public de alimentare cu apă și de canalizare, furnizarea gazelor naturale, furnizarea energiei electrice sau furnizarea energiei termice, în măsura în care aceste utilități sunt furnizate pe bază contractuală;
4. contractele privind conținuturi digitale.

Așadar, comerțul la distanță are un caracter complex, multiaspectual, care cuprinde un spectru larg de relații civile, ce se exprimă prin existența multitudinii varietăților acesteia, care de cele mai dese ori se bucură de reglementare juridică separată, concomitent cu regulile comune ale ramurii de drept.

Totodată, nu putem să trecem cu vederea preocuparea cea mai puternică a legiuitorului din diferite țări - drepturile și interesele consumatorilor în raporturile la distanță. Anume poziția vulnerabilă a consumatorului a influențat puternic materia normativă vizând comerțul la distanță expusă în Codul civil modernizat. Justificarea teoretică și economică pentru economia de piață presupune că livrarea de bunuri și servicii la distanță trebuie să corespundă lesne cererii consumatorilor plasând astfel cerințele consumatorilor într-o poziție pivot pe piață [14, p. 10]. Constatăm că în economia modernă, un nivel ridicat de protecție a consumatorilor este în general o normă de reglementare a pieței care este, de obicei, în paralel cu reglementarea de concurs axată pe reglementarea directă a conduitei de afaceri pe piață.

Referințe bibliografice:

1. The Tiffany story,[accesat 03.10.2018]. Disponibil: <http://international.tiffany.com/WorldOfTiffany/TiffanyStory/Legacy/?lppromo=сyc>
2. ШЕЛИХОВ, В. В., ГРОМОВА, О. О. *Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика*. Москва: Амалданик, 2011. 109 с.
3. Демьянец М. В., Елин В. М., Жарова А. К. *“Предпринимательская деятельность в сети Интернет: Монография”* Москва: “ЮРКОМПАНИ”, 2014, 440 с.

4. Legea RM 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. Abrogată.
5. Directiva a Parlamentului European și a Consiliului 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: nr. 2011/83/UE din 25 octombrie 2011. În: *Jurnalul Oficial al Comunităților Europene*, 22.11.2011, L 304, pp. 64–88.
6. Hotărîrea Guvernului al Republicii Moldova cu privire la armonizarea legislației Republica Moldova cu legislația comunitară. Nr. 1345 din 24.11.2006. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 15.12.2006, nr. 189, art. 1470.
7. Legea RM privind modernizarea Codului civil și modificarea unor acte legislative: nr. 133 din 15.11.2018. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 14.12.2018, nr. 467-479, art. 784.
8. Legea RM despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum: nr. 157 din 18.07.2014. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 22.08.2014, nr. 249-255, art. 572.
9. Vasilache D. *Plăți electronice*. București: Rosetti, 2004. 288 p.
10. Legea RM cu privire la comerțul interior: nr. 231 din 23.09.2010. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 22.10.2010, nr. 206-209, art. 681.
11. Семенихин В. В. *Торговля. Энциклопедия*. Москва: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2010.
12. ФРОЛОВ, И. В. *Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации*: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. Москва, 2018, 166 с.
13. СОЛОВЬЕВ, К. В., ЧЕКМАРЕВ, Г. Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования. В: *Вестник Международного института экономики и права*. 2016. № 3 (24). 119-126 с.
14. Voșța I. M. *Încheierea contractelor de comerț internațional prin mijloace electronice*. București: Universul Juridic, 2010. 420 p.