



## REGIMUL JURIDIC AL CONTRACTELOR COMERCIALE

*Alexandru CUZNEȚOV,*  
*doctor în drept, conferențiar universitar (USM)*

Contractele comerciale se prezintă ca o instituție juridică diferită prin caracteristicile sale față de contractul civil clasic, ce se revede prin regimul lui juridic special.

**Cuvinte-cheie:** contracte comerciale; dreptul afacerilor; regimul juridic al contractelor comerciale; trăsăturile specifice ale contractului comercial.

\*\*\*

Commercial contracts are presented as a separate legal institution through its characteristics towards classic civil contract, which is revisited through the special legal regime.

**Keywords:** commercial contracts; business law; commercial legal regime; specific features of the commercial contract.

**C**ontractul comercial este principalul instrument juridic cu ajutorul căruia se înfăptuiește comerțul intern și cel internațional. Contractul comercial este un acord de voință între părțile participante la un raport comercial (având statut de antreprenori), acord prin care se creează, se modifică sau se stinge un raport juridic comercial.

La prima vedere, contractul comercial pare a fi un contract oarecare, similar celor reglementate de Codul civil. O analiză mai atentă a specificului acestui contract demonstrează că el se prezintă ca o instituție juridică diferită prin caracteristicile sale față de contractul civil. El beneficiază de reguli proprii și suportă impactul regulilor Codului civil în măsura în care legea comercială este insuficientă pentru a lămuri total aspectele pe care realitatea vieții le evidențiază în legătură cu aceste contracte.

Contractul comercial este sursa cea mai importantă de obligații comerciale, dar nu unica.

### **Trăsături:**

1. Este cu titlu **oneros**: fiecare dintre părți urmărește obținerea unui avantaj material ca urmare a implicării sale în raportul juridic comercial. Caracterul oneros este de esență comercială pentru că finalitatea comerțului este profitul.

Doctrina a semnalat câteva situații când prin efectul unor contracte comerciale comerciantul nu a obținut profit pentru sine, ci creează anumite avantaje altuia, adică partenerului. S-a emis ideea că titlul gratuit nu este cu totul incompatibil cu operațiunile comerciale [1].

La o analiză atentă a problemei, se poate constata că aceasta este doar o aparență. Vom observa că în fiecare din aceste cazuri de intruziune a titlului gratuit în contractele comerciale (distribuirea de eșantioane gratuite, vânzarea sub costuri, vânzarea promoțională, acordarea de licențe gratuite privind brevete de invenții), comerciantul nu obține imediat un câștig. Totuși el nu are intenția de a gratifica partenerii, ci urmărește câștigarea în timp a unui segment de piață. În perspectivă, o asemenea politică comercială îi va aduce un câștig prin obținerea de noi clienți, înlăturând concurența. Scopul acțiunii comerciantului rămâne, în perspectivă, tot oneros.

2. Este un contract **comutativ**. Atât drepturile cât și întinderea obligațiilor pe care le generează contractul comercial sunt de la început certe, determinate. Fiecare dintre parteneri se obligă față de celălalt în deplină cunoștință de cauză cu privire la executarea și întinderea obligațiilor asumate.

Caracterul comutativ este numai de natura acestui contract, nu și de esența sa. Există contracte comerciale care conțin elemente aleatorii: contractul de asigurare și reasigurare creează drepturi și obligații supuse unei condiții ce presupune un risc; contractul de societate are un dublu caracter aleatoriu: părțile nu știu dacă vor obține un câștig, și dacă îl vor obține, nu-i vor ști întinderea.

3. Este un contract **sinalagmatic**. El generează drepturi și obligații reciproce, interdependente între părți. Fiecare dintre parteneri este concomitent creditor și debitor al celuilalt cocontractant. Spre deosebire de contractele civile care se împart în sinalagmatice perfecte și imperfecte, contractele comerciale sunt sinalagmatice perfecte. Legea a prevăzut o singură excepție în acest sens: contractul de gaj cu deposedarea debitorului este un contract sinalagmatic imperfect [2].

4. Este un contract **consensual**. Pentru perfectarea sa este suficient acordul de voință al părților. Există și excepții:

- contractul de gaj comercial cu sau fără deposedare este un contract real;
- contractul de societate este uneori un contract solemn.

În virtutea acestei idei, acordul părților dă naștere contractelor încât înscrisul, în principiu, nu mai este necesar nici pentru nașterea contractului, nici pentru dovada conținutului său [3].

Pentru a dovedi existența unui contract comercial, uneori este prevăzută în lege cerința unui înscris. Și în acest caz, contractul are o existență autonomă față de înscris. Chiar dacă existența înscrisului este obligatorie la nașterea raportului juridic contractul, odată format, există independent de înscris. Dovada drepturilor și obligațiilor se poate face, potrivit principiului probei libere, prin orice mijloc de probă. Obligația există independent de existența înscrisului.



Deseori părțile, fără ca legea să le impună, fac acte scrise la formarea contractelor lor. Aceasta creează consecințe juridice, după cum urmează:

– înscrisurile premergătoare facerii contractului scris sunt socotite nule și neavenite, dacă nu sunt încorporate în înscrisul constatator al contractului;

– acordurile de modificare ale contractului scris sunt valabile numai dacă sunt consemnate tot printr-un înscris [4].

5. Contractul comercial este un **fapt de comerț**. El constituie întotdeauna un act de comerț în sens subiectiv și pentru că are cauză comercială, speculativă (adică scopul principal este de a obține profit). Pe cale de consecință, probațiunea obligațiilor născute din el este supusă regulilor stabilite de legea comercială.

6. Subiecții contractului comercial pot fi doar profesioniștii, adică **antreprenorii**. Nu oricine poate încheia un contract comercial, fiind un contract de categorie specială, subiecții trebuie de asemenea să aibă calitate specială – să fie antreprenori. Doar între antreprenori poate genera apariția unui contract comercial.

#### ***Tendențe actuale în evoluția obligațiilor contractuale comerciale***

1. Practica activității economice indică un anumit curs spre care se îndreaptă obligațiile contractuale. Inițiativa particulară, interesele de grup, ale comunităților și ale statului în activitatea economică fac ca unele reglementări din domeniu să devină desuete.

Sub presiunea nevoilor curente, practicienii creează noi modele de contracte pe care jurisprudența le consacră după ce în prealabil le supune unui examen sever. Contractele nenumite capătă o pondere tot mai însemnată în viața economică și juridică.

2. Contractele comerciale sunt dominate, spre deosebire de cele civile, de spiritul de afaceri, de preocuparea pentru eficiență economică, pentru libera concurență. Clauzele contractuale exprimă dorința de echilibru a sarcinilor, de repartizare echilibrată a riscului contractual [5].

3. Un segment însemnat al obligațiilor contractuale comerciale este dominat de dirijism care înlătură principiile liberale în materie. Acest dirijism se manifestă în două direcții:

– se extind serviciile publice comerciale (poștă, telecomunicații, transporturi publice), ce presupun contracte tip, impuse de autoritatea publică.

– se restrânge libertatea contractuală prin clauze de protecție a consumatorilor, prin necesitatea obținerii de autorizații administrative, prin impunerea de obligații legale de contractare etc. Efectul acestei tendințe se regăsește în creșterea ponderii contractelor de adeziune [6].

#### ***Referințe:***

1. Turcu I. *Contractele comerciale*. Vol. I-II. București, 1997, p.79.
2. Stătescu C., Bîrsan C. *Tratat de drept civil. Teoria generală a obligațiilor*. București, 1981, p. 47.
3. Turcu I. *Contracte comerciale, Introducere în teoria și practica dreptului contractelor comerciale speciale*. Vol. I. București, 1997, p. 19.
4. *Ibidem*, p. 20.
5. *Ibidem*, p. 15.
6. *Ibidem*, p. 16.