

**PROVOCĂRILE TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE ÎN
RAPORTURILE DE COMERȚ LA DISTANȚĂ.
CHALLENGES OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN DISTANCE
SALE RELATIONS**

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

Abstract

Modern technologies generate new economic, legal and social problems, which imply the creation of new ways to solve them. The emergence and prospects for the development of the distance sales institution are under the enormous influence of the technogenic and multifaceted nature of distance means of communication used to achieve the will of the contracting parties.

Within the European market, distance contracts occupy a well-deserved place in the civil and commercial contracts system and enjoy fairly successful regulation as well as increased attention from doctrines and practitioners. It is from these considerations that the issue of distance trade has become a priority area of scientific and practical concern for European researchers.

Keywords: *distance selling, distance sale contract, distance means of communication, contract between absent, consumer, professional, e-commerce.*

Din perspectiva istorică, fenomenul vânzărilor la distanță este relativ unul nouă pe plan mondial și recent cunoscut de sistemul de drept autohton. Conturarea instituției în spațiului European a început abia în anii 70 al sec. XX și se află în permanentă dezvoltare până în zilele de astăzi. Apariția și perspectivele dezvoltării a instituției vânzărilor la distanță se află sub influență enormă a caracterului tehnogen și multifacțat al mijloacelor de comunicare la distanță utilizate pentru realizarea acordului de voințe a părților contractante.

În cadrul pieții europene contractele la distanță ocupă un loc binemeritat în sistemul contractelor civile și comerciale și se bucură de reglementare destul de reușită precum și atenție sporită din partea doctrinarilor și practicienelor. Anume din aceste considerente problematica ce decurge din comerț la distanță a devenit un domeniu prioritar de preocupări științifice și practice ale cercetătorilor europeni.

Un loc aparte între izvoarele normative principale în material vânzărilor la distanță îl ocupă DIRECTIVA 2011/83/UE a parlamentului european și a consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor (Directiva 2011/83/UE). Mai mulți doctrinari europeni remarcă că Directiva 2011/83/UE are drept scop de a păstra balanța între drepturile consumatorilor și interesele competitive ale comercianților (Rogers, 2011, p. 59).

Simultan cu dezvoltarea tehnologiilor informaționale, reglementarea juridică a vânzărilor la distanță se schimbă nu numai în țările europene, ci și în Republica Moldova. În ultimii 4-5 ani în RM au apărut câteva acte normative speciale care reglementează raporturile de vânzare la distanță prin prisma legislației Uniunii Europene, iar recent a fost adoptată și va intra în vigoare la 01.03.2019 Legea privind modernizarea Codului Civil, care corespunde ultimelor tendințe europene și internaționale. (Legea privind modernizarea Codului civil).

Cu toate acestea, tehnologiile moderne generează probleme noi de natură economică, juridică și socială, ce implică crearea unor noi modalități de rezolvare a acestora. Deosebirea esențială a raporturilor juridice civile în Internet de cele care există în exteriorul Rețelei informaționale globale constă în virtualitatea lor, ele apar și se dezvoltă într-un spațiu nelimitat. În această situație, legea deseori nu este capabilă să asigure real apărarea drepturilor utilizatorilor rețelei informaționale. În aceste circumstanțe, nu este întotdeauna posibil de a asigura, de exemplu, apărarea judiciară a drepturilor civile, care pot fi încălcate în cursul executării de către părți a condițiilor tranzacției. Realizarea normei, însă, în orice caz trebuie să fie asigurată cu posibilitatea de aplicare a unei sancțiuni în caz de încălcare a obligațiilor asumate, deoarece anume posibilitatea forțării de a executa norma constituie un semn specific al normei de drept (Țonova, 2010, p.71).

În acest context, Legiitorul autohton în Strategia națională de dezvoltare a societății informaționale “Moldova Digitală 2020” recunoaște că avantajele tehnologiilor digitale, de care persoanele ar putea profita în calitate de cetățeni/consumatori sânt diminuate în multe țări, inclusiv în Republica Moldova, de probleme de siguranță și confidențialitate (Hotărârea Guvernului Republicii Moldova privind Strategia Națională de dezvoltare a societății informaționale).

Astfel, ar trebui să fie evidențiate câteva probleme importante în domeniul raporturilor de vânzare la distanță care necesită o atenție deosebită din partea doctinarilor, practicienilor și magistraților.

În primul rând, un aspect important al preocupărilor noastre l-a constituit problema securității raporturilor de vânzare la distanță. În condițiile dezvoltării dinamice a mijloacelor de comunicare la distanță, asigurarea securității tranzacțiilor la distanță constituie cea mai importantă provocare ce stă în față statelor și agenților economici. Beneficiile utilizării mijloacelor ce permit comunicarea la distanță nu ar trebui să ascundă și potențialul pentru realizarea de fraude. Nu se contestă faptul că lipsa de siguranță juridică, precum și incertitudinea, constituie, în egală măsură, o frână în calea comerțului la distanță. Considerăm că pentru a putea să se dezvolte, raporturile de vânzare la distanță trebuie să beneficieze de încrederea consumătorului de rând.

Cercetătorii în domeniu evedințează trei tipuri de fraude des întâlnite în aplicațiile bazate pe tranzacții electronice: plata în avans pentru produse care nu există în realitate, livrarea de bunuri sau servicii care sunt în realitate de o calitate inferioară celei pentru care s-a plătit, precum și acțiuni de convingere a clienților să achiziționeze ceva ce ei nu doresc cu adevărat, prin intermediul unor tehnici de marketing și de promovare foarte agresive (Platon, Varanița, 2015, p. 39).

În această ordine de idei, un element de bază pentru securitatea comerțului la distanță îl constituie identificarea și autentificarea participanților, precum și transmiterea sigură a informației și păstrarea confidențialității (Button, Cross, 2017, p.12). Menționăm că în raporturile la distanță participă în mod activ consumatori, profesioniști, intermediari și alții.

Importanța identificării cumpărătorului în tranzacțiile la distanță rezidă în faptul necesității verificării capacității de exercițiu, consimțământul precum și scopurilor urmărite de cumpărător. În literatura de specialitate au fost expuse unele păreri referitor la problema stabilirii identității cumpărătorului și verificării capacității lui de a contracta. Unii savanți ruși pune la dubii valabilitatea contractelor încheiate în cazul în care o parte contractantă nu poate fi veridic identificată (Еманова, 2016, 113-122) . Problema principală în aceste circumstanțe constă în faptul că de cele mai dese ori este imposibil de verificat existența sau lipsa de consimțământ la încheierea contractului a potențialului cumpărător.

Unii cercetători străini și-au expus părerea precum că ignoranța problemei capacității va fi scuzabilă pentru acele acte care sunt încheiate rapid, sau care sunt obișnuite părților, și pentru toate actele în care verificarea amănunțită a capacității ar constitui o veritabilă greutate pentru comerț liber (Bocșa, 2010, p. 177). Savantul I. M. Bocșa susține că în cazul contractelor cu executare imediată, comercianții nu sunt interesați de capacitatea contractantului, deoarece obligația contractuală fiind efectuată, riscurile acțiunii în nulitate a contractului rămân minime. În opinia acestor savanți un contractant poate ignora în mod legitim faptul că co-contractantul său străin nu se bucură de o capacitate deplină (Glenn, 1997, p. 688).

Totodată, această ignoranță nu este scuzabilă în toate cazurile, iar pericolul comandării produselor «nepotrivite» de persoanele «nepotrivite» rămâne iminent în domeniul vânzărilor la distanță. Astfel, consider că este oportun elaborarea unor principii și standarde universale de identificare personală a participanților raporturilor de vânzare-cumpărare la distanță.

Menționăm, în literatura de specialitate se discută, iar în practica deja se utilizează câteva metode reușite de identificare a părților contractante, cum ar fi: practica de înregistrare a persoanelor care doresc să procure un produs sau serviciu de pe Internet, utilizarea semnăturii electronice, utilizarea buletinului electronic și altele. În această situație elaborarea și implementarea procedurii clare și universale de identificare a părților contractante în legislația

autohtonă este o soluție efectivă în **vederea creșterii gradului de securitate a tranzacțiilor la distanță.**

Problema identificării vânzătorului-profesionistului trebuie să fie tratată prin prisma obligației imperative de informare a cumpărătorului în privința tuturor aspectelor importante ale tranzacției la distanță, inclusiv în privința denumirii complete a profesionistului, numărului de identificare de stat, adresei sediului la care este stabilit comerciantul, numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia și alte detalii. Atât legiuitorul, cât și doctrinarii și magistrații, califică neprezentarea informației complete despre identitatea profesionistului ca fiind practica comercială neloială (Plotnic, 2010, p. 82-90).

Un interes deosebit prezintă prevederile Legii de Modernizare a CC care oferă alte soluții în cazul în care profesionistul nu a îndeplinit obligațiile de informare a consumătorului în contractele la distanță. Astfel, articolul 678⁹ prevede că profesionistului îi revine sarcina să demonstreze că a îndeplinit cerințele dispozițiilor art. 678⁵-678⁷. Această regulă nu se aplică în procedurile de tragere la răspundere contravențională sau penală.

Alin. (2) al articolului comentat reglementează efectele încălcării dreptului de informare în orice contract la distanță, inclusiv vânzarea la distanță și prestarea serviciilor la distanță. În această ordine de idei, dacă un profesionist a încălcat una dintre obligațiile impuse de dispozițiile art. 678¹-678⁸, iar contractul a fost încheiat, profesionistul va purta obligații contractuale așa cum cealaltă parte le-a înțeles în mod rezonabil din cauza absenței informației sau incorectitudinii ei. În caz de neexecutare a acestor obligații contractuale, consumatorul poate recurge la mijloacele disponibile creditorului conform dispozițiilor art. 602-623²⁴.

Indiferent dacă contractul s-a încheiat sau nu, profesionistul care nu a îndeplinit obligațiile de informare poartă răspundere față de persoana îndreptățită pentru prejudiciul cauzat prin această neîndeplinire.

Continuând gândul, trebuie de menționat că problema informării eficiente a cumpărătorului în raporturile de comerț la distanță în esență este mult mai complexă. Analiza literaturii științifice ne permite să afirmăm că obligația informării este unul dintre pilonii de protecție a consumătorului menite să asigure echilibrul contractual și bunăstarea ultimului (Gillies, 2016, p. 117). Este notabil faptul că informația prezentată cumpărătorului înainte de încheierea contractului de vânzare-cumpărare la distanță este cea mai amplă și detaliată în comparație cu contractul de vânzare-cumpărare obișnuit datorită faptului că părțile nu se întâlnesc și cumpărătorul nu poate aprecia vizual proprietățile și calitatea obiectului de vânzare.

Analiza practicii judiciare a arătat că cel mai des litigii în cadrul comerțului electronic vizează lipsa informațiilor complete și corecte privind caracteristicile esențiale ale produsului/serviciului, precum și lipsa

informațiilor privind drepturile consumatorilor la achiziționarea on-line a produselor și serviciilor (Poalelungi, 2016, p. 760).

Menționăm că până la adoptarea Legii privind modernizarea Codului Civil, cumpărătorul a avut mai puține oportunități de apărare în cazul neprezentării informației clare și complete despre tranzacția la distanță. În schimb, începând din martie 2019, dacă un profesionist va încălca una dintre obligațiile de informare, iar contractul va fi încheiat, profesionistul va purta obligații contractuale așa cum cealaltă parte le-a înțeles în mod rezonabil din cauza absenței informației sau incorectitudinii ei.

În continuare, nu putem să trecem cu vederea problema statutului juridic al intermediarilor în raporturile la distanță. În lumea modernă achiziționarea produselor la distanță este imposibilă fără participarea intermediarilor profesioniști precum platformele electronice, organizații care se ocupă cu conceperea și aplicarea software-ului, furnizorii serviciilor de hosting, persoanele care prestează servicii informaționale, persoane fizice sau juridice care oferă serviciile logistice. Totodată, legislația în vigoare nu stabilește atât de clar statutul juridic al intermediarilor în raporturile la distanță. Unică excepție este domeniul comerțului electronic, unde statutul juridic și responsabilitățile intermediarilor sunt reglementate prin legea nr. 284 din 22.07.2004 (Legea privind comerț electronic). Totodată, chiar și în domeniului dat, există probleme de delimitare a vânzătorilor, reprezentanților lor și intermediarilor, respectiv stabilirea răspunderii a subiecților nominalizați în raporturile de vânzare la distanță.

O altă provocare importantă a tehnologiilor informaționale în raporturile la distanță este asigurarea protecției datelor cu caracter personal. Lipsa de control din partea statului în domeniul vânzărilor la distanță are și laturi negative. Astfel, lipsă de reglementare specială, precum și rea-credință unor comercianți rămâne a fi sursa principală de fraude în relațiile de vânzare la distanță. Situația cea mai drastică s-a format în domeniul vânzărilor on-line, datorită participării agenților străini în raporturile vizate (Button, Cross, 2017, p.155).

Furnizorul unui serviciu de telecomunicații electronice destinat publicului are obligația de a lua măsuri tehnice și organizatorice adecvate în vederea asigurării securității prelucrării datelor cu caracter personal (Cimpoeru, 2013, p. 54). Legea cadru în materia abordată este Legea privind protecția datelor cu caracter personal nr. 133 din 08.07.2011 care prevede că, prelucrarea datelor cu caracter personal cu scopul identificării persoanei poate fi efectuată numai dacă: persoana vizată și-a dat în mod expres consimțământul sau prelucrarea este prevăzută în mod expres de o dispoziție legală (Legea privind protecția datelor cu caracter personal). Prin urmare, un nivel ridicat de protecție a datelor cu caracter personal transmise vânzătorului are un rol esențial pentru creșterea încrederii în piața la distanță, inclusiv și cea on-line, încurajând astfel creșterea economică a industriei implicate în vânzările.

În majoritatea tranzacțiilor de vânzare la distanță sunt implicate, în general, trei entități care interacționează: o banca, un cumpărător și un vânzător. Însă tranzacțiile cu carduri bancare conțin informații confidențiale privind cardul și informațiile personale ale clienților, informații ce pot fi interceptate în timpul transmisiei prin Internet. Fără un soft special, orice persoană care monitorizează traficul pe rețea poate citi conținutul acestor date confidențiale și le poate folosi ulterior. Este necesară elaborarea unor standarde specifice sistemelor de plăți, care să permită coordonarea părților legitime implicate în transfer și folosirea corectă a metodelor de securitate (Șerbu, 2004, p. 42).

Atragem atenția asupra faptului că prestatorii de servicii de plată nu controlează legalitatea, realitatea și oportunitatea operațiunii în legătură cu care prestează serviciul de plată sau emit moneda electronică, dacă legislația în domeniul prevenirii și combaterii spălării banilor și finanțării terorismului, precum și legislația valutară nu prevăd altfel.

Totodată, legiuitorul oferă și unele garanții la acest capitol. În primul rând această activitate comercială este supusă licențierii din partea statului. Iar, în conformitate cu prevederile art. 6 al legii nr. 114 din 18.05.2012, persoanele care nu sînt prestatori de servicii de plată în sensul art. 5 nu au dreptul să presteze serviciile de plată prevăzute la art. 4 alin. (1).

Potrivit art. 5 din Legea cu privire la serviciile de plată și moneda electronică nr. 114 din 18.05.2012, persoanele juridice care au dreptul de a presta servicii de plată în RM sînt:

- a) băncile care activează în conformitate cu Legea instituțiilor financiare;
- b) societățile de plată;
- c) societățile emitente de monedă electronică;
- d) furnizorii de servicii poștale care activează în conformitate cu Legea poștei;
- e) Banca Națională a Moldovei (în continuare – Banca Națională) – în cazul în care nu acționează în calitate de autoritate a politicii monetare sau în calitate de altă autoritate publică;
- f) Trezoreria de Stat din cadrul Ministerului Finanțelor (în continuare – Trezoreria de Stat).

Astfel, se vede o tendință clară a legiuitorului de a oferi consumătorului toate pârghiile necesare pentru a-și apăra interesele în materie formării, achitării, transferării prețului contractului de vânzare-cumpărare la distanță, cum ar fi:

- consumatorului i se atrage atenția, în mod specific, printr-o formulare lipsită de ambiguitate, asupra faptului că efectuarea comenzii atrage după sine obligația de a plăti comerciantului;

- legea interzice comercianților să perceapă de la consumatori comisioane aferente utilizării unui anumit mijloc de plată care depășesc costul suportat de comerciant pentru utilizarea respectivului mijloc de plată;

- înainte ca utilizatorul serviciilor de plată să devină parte la un contract-cadru, prestatorul de servicii de plată pune la dispoziția utilizatorului serviciilor de plată, cu suficient timp înainte, pe suport de hârtie sau pe alt suport durabil, în termeni ușor de înțeles, într-o formă clară, informația detaliată cu privire la prestatorul de servicii de plată, cu privire la utilizarea serviciului de plată, cu privire la comisioane, rata dobânzii și cursul valutar, cu privire la cerințele de protejare și la măsurile de siguranță și corective, precum și cu privire la soluționarea litigiilor (Legea privind modernizarea Codului Civil).

Totodată, problema securității tranzacțiilor la distanță rămâne a fi actuală. Remarcăm faptul că sistemul sigur și avansat al plăților electronice, inclusiv non-bancare joacă un rol esențial în dezvoltarea instituției de vânzare la distanță. Reieșind din cele spuse, este importantă adoptarea legislației și dezvoltarea politicilor specifice de securitate informatică și de comunicație. Totodată, toți actorii implicați trebuie să fie conștienți și responsabili de aplicarea măsurilor de securitate în dependență de poziție pe care aceștia le ocupă în sistemul vânzării la distanță.

În această ordine de idei, urmează a fi menționată problema necunoașterii de către populație, de către consumătorii de rând a drepturilor lor și pârghiilor oferite de legislația care reglementează raporturile la distanță. Cu atât mai mult, o mare parte din populație în pofida istoriei suficient de lungi a contractului de vânzarea la distanță nu este încă familiarizată cu el, nu cunoaște semnificația termenilor utilizate de legiuitor, ce influențează în mod negativ dezvoltarea acestei instituției în RM.

Considerăm că consumătorii trebuie să fie informați în ceea ce privește statutul lor în cadrul raporturilor la distanță, în privința drepturilor și obligațiilor acestora, precum și în privința modalităților și instrumentelor de apărare în litigiile cu profesioniști atât din RM, cât și cei din afară republicii. Pe de altă parte, consumătorii trebuie să conștientizeze că în cazul achiziționării produselor la distanță din afară RM și spațiului European, ei nu sunt protejați de legislația autohtonă și legislația Uniunii Europene. Din aceste considerente, cumpărătorul trebuie să afle de sine stătător identitatea comerciantului, regulile de achitare a prețului, precum și garanțiile de securitate și siguranță oferite de ultimul.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Bocșa I. M. Încheierea contractelor de comerț internațional prin mijloace electronice. București: Universul Juridic, 2010.
2. [Button](#) Mark, [Cross](#) Cassandra. Cyber Frauds, Scams and their Victims. Taylor & Francis, London and New-York, 2017, p.12
3. Cimpoeru D. Dreptul internetului. Ediția a 2. București: C. H. Beck, 2013.
4. 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. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 22.11.2011, L 304, p. 64–88.

5. Gillies L. E. Electronic Commerce and international private law. A study of electronic consumer contracts. University of Leicester, UK, Routledge Taylor and Francis group, New York, 2016.
6. Glenn H. P. Le cadre juridique en droit civil québécois des transactions sur l'inforoute, 1997, 42 R.D..
7. Hotărârea Guvernului al Republicii Moldova cu privire la Strategia Națională de dezvoltare a societății informaționale - "Moldova Digitală 2020". Nr. 857 din 31.10.2013. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 08.11.2013, nr. 252-257, art. 963.
8. Legea RM privind comerțul electronic. Nr. 284 din 22.07.2004. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 13.08.2004, nr. 138-146, art. 741.
9. Legea RM privind protecția datelor cu caracter personal. Nr. 133 din 08.07.2011. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 14.10.2011, nr. 170-175, art. 492.
10. Legea RM cu privire la serviciile de plată și moneda electronic. Nr. 114 din 18.05.2012. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 14.09.2012, nr. 193-197, art. 661.
11. 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.
12. Platon L., Varanița G. Dreptul telecomunicațiilor. Curs universitar. Chișinău: Foxtrot, 2015.
13. Plotnic O. Respectarea autonomiei de voință a părților la încheierea contractelor de consum. "Revista Națională de Drept", 2010, nr.9-10.
14. K. M. Rogers. The internet and the law. UK London MPG Book group. 2011.
15. Țonova I. Noțiunea și clasificarea raporturilor civile în Internet conform normelor Codului civil al Republicii Moldova. "Revista Națională de Drept", 2010, nr.11.
16. Șerbu R. Comerțul electronic. Sibiu: Continent, 2004.
17. Еманова Н. С. Порядок заключения электронного розничного договора купли-продажи. Договорная практика. Москва: Юрист, 2016.

Resurse Web:

1. Poalelungi M. ș. a. Pregătirea cauzelor civile pentru dezbateri judiciare. Chișinău, 2016. 760 p. <https://bizlaw.md/wp-content/uploads/2017/01/Pregătirea-cauzelor-civile-pentru-dezbaterile-judiciare.pdf> (vizitat 12.12.2018).