

DREPTURILE CONSUMATORILOR ÎN CADRUL COMERȚULUI ELECTRONIC

CONSUMER RIGHTS IN E-COMMERCE

CZU: 347.451.031:004:366.54

Mihaela PASCAL¹
Sergiu ZESTREA²

ABSTRACT. *E-commerce is a catalyst for innovation and productivity for the creation and development of business startups of any kind. It is directly influenced by the evolving consumer needs and technological advances. In the Republic of Moldova, e-commerce is regulated by the Law no. 284/2004 on electronic commerce, whilst the updated Civil Code pays closer attention to the relationship between the businesses and the consumer in general, putting an emphasis onto the legal regime of remote contracts and contracts concluded outside the commercial premises.*

In the named context, in this particular study, the authors addressed the deficiencies of the homogenous application of the legal rules governing the remote contracts and those concluded outside of commercial premises, in conjunction with those concluded within the commercial premises, in a practical way.

Keywords: *consumer, economic agent, e-commerce, remote contract, right of revocation, products and services*

REZUMAT. *Influențat de evoluția nevoilor consumatorilor și de progresele tehnologice, comerțul electronic a fost transformat rapid și este un catalizator pentru inovare și productivitate în inițierea și dezvoltarea afacerilor de orice tip. În Republica Moldova comerțul electronic este reglementat de Legea nr. 284/2004 privind comerțul electronic, iar Codul civil modernizat acordă o atenție sporită raporturilor între profesionist și consumator în general, și în mod special regimului juridic a contractelor la distanță și a contractelor încheiate în afara spațiilor comerciale.*

Context în care, în cadrul acestui studiu autorii au abordat carențele la aplicarea uniformă a normelor juridice care guvernează contractele la distanță și cele încheiate în afara spațiilor comerciale, coroborate cu cele încheiate în spațiile comerciale, în mod practic.

Cuvinte-cheie: *consumator, profesionist, comerț electronic, contract la distanță, drept de revocare, produse și servicii*

Începutul secolului XXI a fost marcat de o nouă eră tehnologică, o epocă a economiei digitale bazate pe implementarea și utilizarea unui complex de tehnologii digitale. Inovațiile tehnologice, întotdeauna au provocat modificări majore în stilul de viață al oamenilor și al societății, ceea ce a condus la reducerea

¹ Mihaela PASCAL, doctorandă, asistent universitar Academia „Ștefan cel Mare” a MAI, ORCID: 0000-0003-2018-4495, Email: mihaelapascal2018@gmail.com

² Sergiu ZESTREA, Șef al Direcției control metrologic, Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecție a Consumatorilor ORCID: 0000-0002-3854-0008, Email: zestreas@gmail.com

costurilor și a fost însoțită de schimbări semnificative în organizarea și structura comerțului internațional.

Digitalizarea are potențialul de a oferi soluții pentru multe dintre provocările cu care se confruntă cetățenii. Tehnologiile digitale schimbă atât modul în care comunică oamenii, dar și modalitatea în care aceștia trăiesc și muncesc. Situația creată de pandemia de COVID-19 a dat și Republicii Moldova un nou impuls pentru a depune eforturi în scopul accelerării tranziției tehnologice.

Soluțiile digitale contribuie la crearea de locuri de muncă, la progresul educației, la stimularea competitivității și a inovării și pot îmbunătăți viețile cetățenilor. Tehnologia digitală joacă un rol esențial în transformarea economiei și a societății. Respectiv, un sector al comerțului cu amănuntul dinamic și competitiv este important pentru consumatori, întreprinderi și, prin urmare, pentru întreaga economie a țării.

Dezvoltarea comerțului cu amănuntul prin multiple canale și estomparea frontierelor dintre comerțul offline (desfășurat în spații comerciale) și cel online (comerțul electronic) promovează concurența și stimulează inovarea în acest sector.

În Republica Moldova comerțul electronic este reglementat de Legea nr. 284/2004 privind comerțul electronic, precum și de Codul Civil.

Conform legislației, comerțul electronic reprezintă activitatea de întreprinzător desfășurată de către persoane fizice sau juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, care este efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contractelor electronice.

Totodată, contractele în comerțul electronic pot fi încheiate sub formă de contract electronic, în conformitate cu prevederile Legii nr. 91/2014 privind semnătura electronică și documentul electronic sau sub altă formă, cu utilizarea mijloacelor electronice. [3] De asemenea, față de contractele încheiate în cadrul comerțului electronic se aplică legislația civilă.

Concomitent, odată cu modificările operate în Codul civil prin Legea nr. 133 din 15.11.2018 au fost clarificate multe aspecte privind forma electronică a actului juridic, contractului. Astfel, conform art. 318 Cod civil actul juridic are formă electronică dacă se cuprinde într-un document electronic care întrunește condițiile legii. Tot în acest articol legiuitorul a identificat și tipurile semnăturii electronice care pot fi aplicate unui document electronic, gradul de protecție al fiecărui tip și valoarea juridică. Actul juridic în format electronic este asimilat cu actul juridic încheiat în formă scrisă, indiferent de tipul de semnătură utilizat care este prevăzut de lege, dacă prin acordul părților nu se prevede utilizarea unui anumit tip de semnătură, precum și în alte cazuri prevăzute de lege. La art. 319 CC RM se reglementează actul juridic încheiat prin utilizarea de mijloace electronice, astfel de fapte se reușește să rezolve cazuri întâlnite în practica de încheiere a contractelor prin mijloace electronice, în care subiectul de drept nu

utilizează semnătură electronică, inclusiv unele cazuri de procurare a produselor online sau de luare cu împrumut a mijloacelor bănești.

În acest sens legiuitorul s-a expus că actul juridic încheiat prin utilizarea oricărui mijloc electronic, pe care persoana nu l-a încheiat prin semnătură electronică prevăzută de art.318 alin.(3) Cod civil, se prezumă că consimțământul este al acelei persoane până când ea nu contestă existența lui. În același sens, legiuitorul a venit și cu o definiție nouă dată contractelor la distanță (art.1013 Cod civil), și anume: orice contract negociat sau încheiat între un profesionist și un consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat, fără prezența simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și în momentul în care este încheiat contractul, inclusiv orice comandă făcută de consumator care produce efecte obligatorii asupra lui. [1]

Totodată, art. 9 alin. (3) și (4) din Legea 231/2010 cu privire la comerțul interior prevede că dreptul de a efectua comerț electronic se obține din momentul înregistrării la organul înregistrării de stat a persoanei juridice sau a întreprinzătorului individual în condițiile Legii nr.220/2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali. [7]

Prin urmare, magazinul on-line are la bază aceleași principii de activitate ca și un magazin fizic, însă prezentarea produselor, acceptarea ofertei și procurarea bunurilor are loc la distanță în spațiu virtual pe o platformă web.

Subiecți ai comerțului electronic pot fi persoanele fizice și juridice, inclusiv străine, indiferent de tipul de proprietate și forma de organizare juridică, iar obiecte ale comerțului electronic sînt bunurile ce pot fi înstrăinate conform prevederilor legale, lucrările și serviciile.

Potrivit art. 14 din Legea 231/2010, comerciantul are dreptul să desfășoare activitatea de comerț concomitent cu depunerea la administrația publică locală a unei notificări privind inițierea activității de comerț. Iar regulile specifice de desfășurare a comerțului cu amănuntul pe teritoriul Republicii Moldova și Nomenclatorul unităților comerciale care desfășoară comerț cu amănuntul, sunt aprobate prin HG nr. 931 din 8 decembrie 2011. Conform acestui nomenclator, magazin on-line (virtual) reprezintă pagină-web, prin intermediul căreia se efectuează publicitatea unui produs sau serviciu, se acceptă comenzile de cumpărare și care oferă utilizatorului posibilitatea de a alege modalitatea de achitare, precum și metoda de primire a mărfii. [10]

Ulterior încheierii contractului la distanță, profesionistul trebuie să transmită consumatorului confirmarea încheierii contractului, pe un suport durabil, într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță și cel târziu la momentul livrării bunurilor sau înainte de începerea prestării serviciului solicitat. Confirmarea respectivă trebuie să includă principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor; denumirea completă sau prescurtată, numărul de identificare de stat

ale profesionistului persoană juridică ori, respectiv, numele, prenumele și numărul de identificare de stat ale profesionistului persoană fizică; adresa sediului profesionistului și datele de contact, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu acesta; prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, modalitatea de calcul al prețului și toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale ori de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate din timp în mod rezonabil; modalitățile de plată, livrare, executare, data până la care sau termenul în care profesionistul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile; condițiile, termenul și procedurile de exercitare a dreptului de revocare; durata contractului precum și alte informații prevăzute de lege.

De asemenea, în cazul contractelor de vânzare-cumpărare, consumatorul poate să-și exercite dreptul de revocare și înainte de dobândirea posesiei fizice asupra bunurilor, și nu este obligat să justifice decizia de revocare. Termenul de revocare fiind de 14 zile și începe să curgă de la data încheierii contractului. [1]

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. Prin urmare, poziția vulnerabilă a consumatorului a influențat puternic materia normativă vizând comerțul la distanță expusă în Codul civil modernizat, consumatorii obținând un set de drepturi noi, care nu sunt expuse în Legea 105/2003. [5]

Politica europeană în materie de protecție a consumatorilor are ca obiectiv protecția sănătății, a siguranței și a intereselor consumatorilor, în temeiul articolului 169 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene. Această politică promovează dreptul consumatorilor la informare, educare și organizare în vederea apărării intereselor lor.

În Republica Moldova, problematica drepturilor de bază ale consumatorilor a fost reglementată prin Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare. Deși nu este singurul organism cu atribuții în domeniu, Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecție a Consumatorilor reprezintă organul de specialitate al administrației publice centrale căruia îi revine principala sarcină în ceea ce privește protecția consumatorilor, deținând în acest sens statutul de punct național de contact. [5]

Pe de altă parte, *există și unele bariere care îi împiedică pe comercianți să activeze online și pe consumatori să prefere canalele digitale*. Printre acestea se enumeră: consimțământul din partea consumatorului legat de prelucrarea datelor cu caracter personal, lipsa cardurilor bancare pentru majoritatea populației, sabotajul, departamente IT slab dezvoltate și lipsa cadrelor în acest domeniu în autoritățile publice, neîncrederea populației în sistemul bancar, necesitatea deținerii semnăturii electronice pentru realizarea unor procese, lipsa unor reglementări clare privind încheierea contractelor la distanță, lipsa pârghiilor pentru identificarea clienților pentru comerțul online etc.

În scopul facilitării interacțiunii la distanță și promovării serviciilor digitale pentru mediul de afaceri, stimulării utilizării comerțului electronic de către companii și consumatori, stimulării serviciilor poștale și de curierat, promovării și atragerii în țară a platformelor naționale și internaționale de comerț electronic, a fost aprobată Foaia de parcurs pentru impulsionearea procesului de digitizare a economiei naționale și dezvoltare a comerțului electronic. [12]

De asemenea, în proiectul Strategiei pentru o economie incluzivă, durabilă și digitală până în anul 2030 se reiterează necesitatea elaborării și implementării măsurilor de fortificare continuă a capacităților instituțiilor publice în domeniul protecției consumatorilor, conform Noii Agende Europene privind consumatorii - din perspectiva conformității și inofensivității bunurilor (în special a apei, alimentelor și medicamentelor) și serviciilor (inclusiv digitale, financiare și medicale), cu focusare pe acordarea de sprijin dedicat consumatorilor cu nevoi speciale; valorificarea oportunităților de capacitate a consumatorilor, generate de transformările legate de tranziția verde și cea digitală. [11]

Cu toate acestea, în Republica Moldova nu există o strategie de țară pentru comerțul electronic, care ar defini clar particularitățile, etapale, actorii și care ar oferi suport pentru întreprinderi, îndeosebi pentru cele mici care nu departamente sau soluții IT atât de dezvoltate.

Printre strategiile de protecție a consumatorilor se evidențiază supravegherea pieței, care are scopul de a bloca plasarea pe piață a produselor și serviciilor necorespunzătoare cerințelor prescrise sau declarate în standarde. Până la momentul actual este efectuată o delimitare clară a atribuțiilor autorităților de supraveghere a pieței în scopul excluderii dublărilor și excesului de control asupra agențiilor economice. Dar, pentru a ajusta cadrul legal privind supravegherea pieței la cerințele UE este necesară elaborarea și adoptarea unei legi privind supravegherea pieței și crearea unui mecanism de colaborare și coordonare a activității de supraveghere a pieței la nivel național între organele statale interesate.

Distinct de cele relatate supra, s-a observat curențe sau o lipsă de interpretare și aplicare uniformă în practica aplicării normelor juridice care guvernează revocarea contractelor la distanță și cele încheiate înafara spațiilor comerciale, coroborate cu cele de vânzare.

Printr-o optică juridică în ceea ce privește revocarea contractelor la distanță și cele încheiate înafara spațiilor comerciale versus cele încheiate în spațiile comerciale se observă o măsură de protecție superioară în rândul celor încheiate online, lucru care deranjează economic pe cei care au sarcina de a le aplica, și anume comercianților. Trebuie de spus că noua abordare protectivă a consumatorilor în ceea ce privește contractele online este deranjantă agenților economici implicați în astfel de afaceri, crezând chiar uneori ca ele sunt împotriva acestora.

În general este o dispută între aplicarea practicii înlocuirii produsului de calitate corespunzătoare prevăzute de art. 19 al Legii nr. 105/2003 privind protecția

consumatorilor (care în esență este o revocare a contractului de vânzare cumpărare) și art. 1059 din Codul Civil.

În concret, conform prevederilor art. 19 din Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor în cazul în care lipsește un produs spre înlocuire consumatorul are dreptul să rezilieze contractul, iar vânzătorul este obligat să-i restituie contravaloarea produsului cu excepția produselor nealimentare de calitate corespunzătoare ce nu pot fi înlocuite cu un produs similar prevăzute în anexa 1 a legii.

În ceea ce privește revocarea contractelor online de asemenea există anumite excepții, care sunt reglementate de art. 1065 Cod Civil.

Așadar observăm că în cazul comerțului online lista produselor nealimentare de calitate corespunzătoare ce nu pot fi înlocuite cu un produs similar este redusă la minim, or practic dace cele mai revocate contracte sunt cele legate de produsele electrice și electronice care potrivit anexei din Legea 105/2003 privind protecția consumatorilor nu pot fi returante, spre deosebire de comerțul online care nu prevede o excepție a acestor produse în lista descrisă la art. 1065 Cod Civil.

Mai mult, deși potrivit art. 19 din Legea 105/2003 privind protecția consumatorilor, ca și în art. 1060 Cod Civil este prevăzut același termen de revocare (14 zile calendaristice), în cazul comerțului online, dacă profesionistul nu a transmis consumatorului informațiile privind dreptul de revocare conform art.1015 alin.(1) lit.h), termenul de revocare va expira la 12 luni de la sfârșitul termenului inițial de revocare stabilit în conformitate cu dispozițiile art.1054 alin.(2) și art.1060 alin.(1) Cod civil.

Așadar, fiindcă o dată cu intrarea în vigoare a Codului Civil modernizat, autoritățile nu sau îngrijit să familiarizeze mediul de afaceri suficient pentru a decide cu luciditatea riscului inițierea unei afaceri în domeniului comerțului online, ba chiar au fost prevăzute și anumite sancțiuni pentru încălcarea cerințelor de informare pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și cele la distanță la art. 344 alin. (8) Cod contravențional, ultimii încercă tot mai des să aplice interpretarea Legii 105/2003 privind protecția consumatorilor versus Codul Civil, cum că prima este o lege specială și în cazul unei divergențe (*cel mai des la revocarea contractelor*) este aplicabil art. 19 din Legea 105/2003 privind protecția consumatorilor ca fiind o lege specială vehiculând chiar și judecătorii cu această terminologie. Din punct de vedere juridic nu există legi spegiale și legi generale, există norme speciale și norme generale, care pot fi contradictorii în acte de același nivel (art. 5 Legea nr. 100/2007 cu privire la actele normative), iar o interpretare ca aceasta nu este aplicabilă.

Astfel, putem spune pe bună dreptate că în cazul contractelor încheiate la distanță și cele încheiate înafara spațiilor comerciale urmează de aplicat garanțiile de protecție a consumatorilor prevăzute de art. 1059 – 1065 Cod Civil și nu cele

prevăzute de Legea nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor, iar o clarificare a acestei divergențe ar fi prin introducerea unei norme juridice în cuprinsul Legii nr. 105/2003 privind protecția consumatorilor.

Influențat de evoluția nevoilor consumatorilor și de progresele tehnologice, comerțul electronic a fost transformat rapid și este un catalizator pentru inovație și productivitate. Comerțul electronic a devenit o realitate pentru majoritatea cetățenilor din UE, el creează atât noi oportunități, cât și noi provocări pentru sector. Motiv din care, reiterăm autorităților că trebuie să identifice măsuri stimulatorii stringente pentru impulsivarea procesului de digitalizare a țării noastre. La moment, politicile guvernamentale și regimurile de reglementare se îndreaptă în direcția corectă, însă sunt necesare eforturi suplimentare pentru o transformare mai rapidă mai încrezătoare.

De asemenea, se atestă unele constrângeri privind metodele de interacțiune la distanță dintre actorii sociali: Guvern, bussines și consumatori, întrucât deși, există cadrul legal suficient pentru realizarea unor reforme serioase, în realitate procesele și măsurile de protecție, au rămas ca inexistente, iar acest lucru împiedică consumatorii să obțină încredere deplină în protecția acestora și pe cale de consecință dezvoltarea afacerilor în acest domeniu din cauza lipsei cererii.

Referinte bibliografice:

1. Codul Civil al Republicii al Moldova. În: Monitorul Oficial al RM, 22.06.2002, nr. 82-86;
2. Codul Contravențional al Republicii al Moldova. În: Monitorul Oficial al RM, 17.03.2017, nr. 78-84;
3. Legea nr. 91 din 27.06.2014 privind semnătura electronică și documentul electronic. În: Monitorul Oficial al RM, 04.07.2014, nr. 174-177;
4. Legea nr. 100 din 22.12.2017 cu privire la actele normative. În: Monitorul Oficial al RM, 12.01.2018, nr. 7-17;
5. Legea nr. 105 din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor. În: Monitorul Oficial al RM, 27.06.2003, nr. 126-131;
6. Legea nr. 157 din 18.07.2014 despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum: În: Monitorul Oficial al RM, 22.08.2014, nr. 249-255;
7. Legea nr. 231 din 23.09.2010 cu privire la comerțul interior. În: Monitorul Oficial al RM, 01.10.2021, nr. 230-237;
8. Legea nr. 284 din 22.07.2004 privind comerțul electronic. În: Monitorul Oficial al RM, 09.02.2018, nr. 40-47;
9. Legea nr. 845 din 03.01.1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi. Monitorul Parlamentului nr. 2 din 28.02.1994;
10. Hotărârea de Guvern nr. 931 din 08.12.2011 cu privire la desfășurarea

comerțului cu amănuntul. În: Monitorul Oficial al RM, 16.12.2011, nr. 222-226;

11. Conceptul Strategiei pentru o economie incluzivă, durabilă și digitală până în anul 2030, <https://cancelaria.gov.md/ro/content/cu-privire-la-aprobarea-strategiei-pentru-o-economiei-incluziva-durabila-si-digitala-pana>, accesat la 24.12.2022
12. Foaia de parcurs pentru impulsionearea procesului de digitizare a economiei naționale și dezvoltare a comerțului electronic, https://me.gov.md/sites/default/files/foia_de_parcurs.pdf, accesat la 24.12.2022