

GUARANTEEING CONSUMER RIGHTS IN ONLINE COMMERCE

GARANTAREA DREPTURILOR CONSUMATORILOR ÎN CADRUL COMERȚULUI ONLINE

¹Olesea PLOTNIC, dr. hab.

E-mail : [valeriapraporscic97@gmail.com/](mailto:valeriapraporscic97@gmail.com)

²Valeria PRAPORȘCIC

E-mail : plotnicolesea.aum@gmail.com

¹Academia de Studii Economice din Moldova

MD-2005, Republica Moldova, Chișinău, str. Banulescu Bodoni 61

Tel.: (+373 22) 22 41 28, www.ase.md

²Safeguard Global, <https://www.safeguardglobal.com/>

Abstract. *Protecting consumer rights has always been a global goal. The pandemic accentuated the importance and topicality of the researched subject, because during this period most purchases take place online, and consumers must know their rights. The scope is to inform citizens about their rights as consumers in the online environment, whether they buy from local or international sites. Following the research, we came to the conclusion that although each state has its own legislation, international treaties are applied and any consumer problem can be solved, it is important that the consumer is informed and defends his interests.*

Key words: *consumer rights, European Union, online commerce, Republic of Moldova*

JEL CLASSIFICATION: K4, F5, E2

Introducere

Bogați sau săraci, suntem cu toții consumatori. Adam Smith însuși o afirmă în bogăția națiunilor: „consumul este singurul scop și singurul motiv pentru toată producția” Dar dacă consumul este universal și la fel de vechi ca umanitatea, în ce moment putem spune că consumatorul modern apare în istorie? La acest capitol părerile marilor economiști ai timpurilor se împart. Unii consideră că consumatorul modern a apărut odată cu producția modernă, când tehnologia, agricultura, comerțul și imperiul convergeau pentru a declanșa Revoluția industrială, în acest moment noua lume a mărfurilor a dat naștere consumatorului, totuși alții o situează după cel de-Al Doilea Război Mondial. Evident, consumatorul modern nu a apărut peste noapte. Este produsul unui proces istoric care a avut loc pe parcursul lungului secol al XVIII-lea în Europa de Nord și coloniile nord-americane. Important, noile practici de consum nu sunt produsul pur al revoluției industriale, ci dimpotrivă, au precedat de un secol ascensiunea fabricilor și a mașinii cu aburi.

I. Conceptul de consumator

Din punct de vedere istoric, utilizarea noțiunii de consumator, totuși, este disputată între europeni și nord-americani. Pe când cei din urmă afirmă că președintele american John Kennedy a utilizat prima dată noțiunea în fața Congresului, în 1962, rostind celebrele cuvinte: „Consumers, by definition, include us all”^[17], europenii pun pe seama economiștilor folosirea termenului, în timpul crizei economice din 1930^[18]. Totuși, pericolele generate de societatea de consum au fost denunțate

¹⁷ John Kennedy, Consumatori, prin definiție, sîntem noi toți

¹⁸ FAGNART J.L. s.a., Les pratiques du commerce et la protection et l'information du consommateur, Editions du Jeune Barreau de Bruxelles, 1991, p. 19

mai întâi în Statele Unite ale Americii de filosofi precum Marcuse, economiști precum Galbraith și Vance Packard, pentru ca, în anul 1962, în mesajul sau despre starea noțiunii, președintele Kennedy să constate oficial că masa consumatorilor reprezintă, pe plan economic, grupul cel mai important, dar și cel mai puțin ascultat^[19].

Indiferent unde și când a fost denumit astfel, consumatorul a existat din cele mai vechi timpuri. M. Jakotă susținea că „cumpărător sau utilizator, era protejat încă din antichitate împotriva viciilor ascunse ale lucrului achiziționat”²⁰. La contractul de vânzare din dreptul roman putea fi adăugat chiar și așa numitul "pactum disciplinentiae", stipulat în favoarea cumpărătorului, care avea posibilitatea să înapoieze lucrul într-un anumit termen, când constata că nu-i este pe plac^[21]. Renumitul civilist francez J. Ghestin menționa că „această putere discreționară a consumatorului de a retracta consimțământul face parte din reglementările europene recente ale protecției consumatorului din Europa timpurilor noastre”^[22].

În evul mediu, consumatorul s-a aflat pe un plan secundar. Tot interesul societății era orientat spre industrie, aflată în fază incipientă. În lucrarea sa „International product liability, a study of comparative and international legal aspects of product liability”, autorul american Tebbens H.D. menționa că deși produsele de pe piață prezentau un risc sporit pentru consumatori, ideea încurajării dezvoltării industriei i-a determinat pe legiuitorii acelor timpuri să fie indulgenți cu fabricanții, sfătuindu-i pe cumpărători să țină seama în tranzacțiile lor de maxima: „caveat emptor”^[23].

În înțelegerea tehnicilor juridice, folosite în dreptul de consum de către Y.Picod et E.Davo, J. Beauchard, fenomenul apariției societății de consum este fundamental^[24]. Această apariție este dificil de datat cu exactitate, întrucât a luat amploare, de abia, după cel de-al doilea război mondial, cu toate că „germenii săi au existat, cu siguranță, încă de la finele secolului al XIX-lea”^[25]. Societatea de consum fiind însăși produsul așa-numitei revoluții industriale, construită pe terenul unor invenții tehnice remarcabile, facilitată de invenții juridice precum cea a societăților anonime, s-a caracterizat prin fabricarea mecanizată de obiecte în serie^[26]. Acest nou mod de producție era realizat cu costuri mai mici și favoriza ridicarea nivelului de trai, inclusiv a confortului. Treptat, obiectele de folosință curentă se transformă în marfă și în produse de serie: valoarea lor de întrebuințare dispare treptat, lăsând locul așa-numitei „valori de schimb”. originalitatea obiectelor se estompează, fiind condamnată la disoluție și înlocuită cu caracterul comun, de fabricat în serie al lucrurilor. Unicitatea unui bun de uz casnic, de pildă ori pur și simplu fabricarea acestuia la comandă, pe baza preferințelor deținătorului este taxată deja drept excentricitate și tinde să izoleze individul de grup^[27].

În această ordine de idei, rezultă că apartenența la un grup (prin gusturi, stiluri și modele-tip) și la valorile comune ale acestuia este concepția secolului XX. Acest curent a modificat radical natura

¹⁹ CALAIS-AULOY J., STEINMETZ F., Droit de la consommation, 5^{em} édition, Dalloz, Paris, 200, p.2,.

²⁰ JAKOTA M.V., Dreptul roman, Ed. Fundației "Chemarea" Iași, 1993, vol. II, p. 412 - 413.

²¹ JAKOTA M.V., Dreptul roman, Ed. Fundației "Chemarea" Iași, 1993, vol. II, p. 414

²² GHESTIN J., La protection de la partie faible dans les rapports contractuels. Comparaisons franco-belges, ouvrage présentée par le Centre de Droit des Obligations de l'Université de Paris et le Centre de Droit des Obligations de l'Université Catholique de Louvain Wirection: M. Fontaine), L.G.D.J., Paris, 1996, p. 22

²³ „Cavea emptor” – fii vigilent, TEBBENS H.D., International product liability, a study of comparative and international legal aspects of product liability, Noordhoff International, Alphen aan den Rijn, The Netherlands, 1980.

²⁴ PICOD Y. et DAVO E., Droit de la consommation, ed.Armand Colin, Toulouse 2005, p.3, 9, p.371

²⁵ BEAUCHARD J., Droit de la distribution et de la consommation, P.U.F., Paris, 1996, p. 22

²⁷ PLOTNIC, O. Evoluția instituției protecției consumatorului prin prisma dreptului francez / „Studios Universitates”, nr.3 (23), Chișinău, 2009. p.85-88

obiectelor cotidiene, deoarece acestea au început să fie utile, practice, relativ economice, de un gust comun, produse în serie. Cu toate acestea, autorii J. Ghestin și D. Marcheschaux în lucrarea „L'élimination des clauses abusives en droit français à l'épreuve du droit communautaire” susțin că nivelul de protecție nu a fost același, ceea ce era incompatibil cu existența unei pieți europene unice, fapt ce a condus la armonizarea legislației europene prin adoptarea la 5 aprilie 1993 a Directivei privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.^[28]

Conform clasificării date de J. Beauchard a revoluțiilor în domeniul de consum, revoluția industrială a fost urmată, în secolul XX - XXI, de fenomenul, nu mai puțin important, și anume al revoluției comerciale, aceasta fiind centrată pe distribuitori, care reușesc să creeze un comerț modern, rezultat din alianța metodelor de vânzare noi (vânzarea pe suprafețe mari, vânzarea prin corespondență, vânzarea telematică și, astăzi, cea electronică, promoția vânzărilor și tehnici eficiente de marketing etc.) cu forța publicității și atracția generată de creditul pentru consum.^[29] Mișcarea consumeristă a contribuit la luarea în calcul a intereselor consumatorilor de către autoritățile statale, dar și de către profesioniștii comerțului, pentru care doleanțele consumatorilor (cel puțin în aparență) nu au mai rămas neglijabile. Astfel, în majoritatea țărilor Europei occidentale, guvernele au luat act de revendicările consumeriste încă din anii '70-'80, pe de o parte pentru a oficializa acțiunile acestei mișcări, pe de altă parte, pentru a institui măsuri legislative de protecție a consumatorilor, născându-se treptat un veritabil „drept al consumației”. Construcția acestuia este, se pare, departe de a fi fost finalizată.

În secolul XXI în dreptul de consum apare „era consumismului” ca drept de reacție și ordine publică de protecție. În interiorul acestei revoluții comerciale transformate rapid în consumism pur, consumatorul a fost cel mai adesea neglijat, tratat ca simplu spectator ori, mai grav, exploatat ca depozitar al unei credulități naturale. Principala trăsătură psihologică a noului subiect de drept numit „consumator” este fragilitatea. Precum menționează autorii J. Calais-Auloy, F. Steinmetz, consumatorul devine în interiorul contractelor de adeziune – „partea slabă”, atât din punct de vedere economic și informațional, cât și în plan psihologic.^[30] Fără un precedent aparent în istoria dreptului privat, această „tutelă a majorului” care este consumatorul, face obiectul unei ample prezentări, în cuprinsul teoriei consumeriste. Datorită afinității evidente a protecției în cauză cu ideea clasică de „tutelă”, de ocrotire reglementată prin lege în folosul unor persoane cărora această asistență le este indispensabilă, înțelegem mai ușor faptul desemnării, în dreptul italian de pildă, a protecției consumatorilor prin sintagma „tutelă a consumatorului”^[31].

Trebuie să recunoaștem că consumatorii sunt mereu pe poziție de inegalitate în cadrul raporturilor de consum, mai ales mediul online: pe de o parte există „partea puternică”, adică agentul economic și pe de altă parte este „partea slabă”, adică consumatorul. Adoptarea unei legislații specifice privind protecția consumatorilor a avut ca premisă realitatea, și anume la momentul încheierii contractului, indiferent de natura acestuia, consumatorul se găsește într-o situație de triplă inferioritate față de agentul economic:

1. tehnică, întrucât agenții economici cunosc bine produsele sau serviciile pe care le comercializează, în timp ce consumatorii le cunosc prea puțin sau deloc;

²⁸ GHESTIN et MARCHESCHAUX, L'élimination des clauses abusives en droit français à l'épreuve du droit communautaire, RED consom. 1993.65;

²⁹ BEAUCHARD J., Droit de la distribution et de la consommation, P.U.F., Paris, 1996, p. 23

³⁰ CALAIS-AULOY J., STEINMETZ F., Droit de la consommation, 7em édition, Dalloz, Paris, 2006, p.96, 681p.

³¹ ZÎNA M., Tutela consumatorului în dreptul contractelor italian, în « Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Jurisprudentia », nr.2/2005, p.168

2. economică, pentru că agenții economici dispun în această privință de o forță economică disproporționată față de cea a consumatorilor;
3. juridică, deoarece consumatorii se găsesc privați de orice posibilitate de negociere și se văd constrânși să adere la propunerile ce le sunt făcute.

Prin urmare inegalitatea se explică prin faptul că consumatorul este mult mai vulnerabil față de agentul economic, datorită faptului că nu are posibilități financiare, cunoștințe speciale în domeniu, asistență juridică necesară pentru a avea, într-o relație contractuală, o poziție de egalitate cu agentul economic, așa cum există în cadrul raportului civil. Spre exemplu, la încheierea contractului privind furnizarea energiei electrice, consumatorul contractează de unul singur în fața unei echipe pregătite a furnizorului de energie electrică, formate din juriști, economiști, ingineri și electricieni;

Potrivit accepțiunii legale naționale^[32] oferite noțiunii de consumator, consumator este orice persoană fizică ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește produse, servicii pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională. Potrivit acestei noțiuni se pot delimita următoarele elemente de identificare a consumatorului:

- a) „orice persoană fizică”, și anume în vederea echilibrării „părții slabe” în raport cu puterea economică a „părții puternice” și ca răspuns la fragilitatea contemporană a consumatorului, Legea nr.105-XV din 13.03.2003 privind protecția consumatorilor, prevede în conținutul său ca unic protejat doar consumatorul cu statut de persoană fizică, or persoana juridică nu poate beneficia de protecția specială a Legii privind protecția consumatorilor.
- b) „ce intenționează să comande sau să procure ori care comandă, procură sau folosește”, fapt ce denotă că urmează a fi identificate două categorii de consumatori:
 - consumatori care intenționează să comande sau să procure produse, servicii.
 - consumatori care comandă, procură sau folosesc produse sau servicii în scop neprofesional;
- c) „pentru necesități nelegate de activitatea de întreprinzător sau profesională”, adică sfera contractelor în care o persoană poate avea calitatea de consumator se restrânge la contractele încheiate în scopuri personale, familiale sau colective. În doctrină și în jurisprudență a apărut problema de a cunoaște care e momentul în funcție de care se poate stabili că o persoană acționează sau nu în afara profesiei sale. Aprecierea momentului lucrativ se poate face ținându-se cont de trei criterii, care vizează legătura dintre contractul încheiat și activitatea profesională:
 - criteriul raportului direct al contractului cu activitatea profesională relevă natura profesională a contractului, situație în care persoana juridică va fi considerată că încheie acel contract în scopul pentru care s-a constituit;
 - criteriul raportului indirect dintre contract și activitatea profesională indică situația în care contractul, deși este încheiat în scop profesional, se situează în afara sferei de competență a profesionistului;

Privit dintr-o perspectivă mai largă, și anume ținând cont că comerțul online nu are frontiere, este important să stabilim cine este consumatorul European.

Conform Regulamentului (CE) cu privire la competența, recunoașterea și executarea deciziilor în materie civilă și comercială, consumator este acea persoană care încheie un contract într-un scop

³² Art.1 al Legii privind protecția consumatorilor nr.105-XV din 13.03.2003

care se poate considera că se situează în afara domeniului său profesional^[33]. Aceiași linie urmărește și Convenția de la Roma din 1980 cu privire la legea aplicabilă obligațiilor contractuale^[34].

Prin umrăre actualmente pe plan european noțiunea de consumator este oferită de un șir de Directive europene prin care se realizează protecția consumatorilor, termenul de consumator fiind utilizat, dar nu întotdeauna, definit, și anume:

1. Directiva nr.2006/114/CEE privind publicitatea înșelătoare și comparativă, este destinată și protecției consumatorilor, dar nu este definită noțiunea de consumator^[35];
2. Directiva nr.85/374/CEE cu privire la apropierea dispozițiilor legislative, regulamentare și administrative ale statelor membre în materia răspunderii pentru produsele defectuoase, impune o răspundere obiectivă a producătorilor, care funcționează și față de consumatorii prejudiciați, dar nici aici termenul de consumator nu este definit^[36];
3. Directiva nr.85/577/CEE cu privire la protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara sediilor comerciale, definește consumatorul ca fiind „orice persoană fizică, ce încheie tranzacții (în sensul directivei) într-un scop străin activității sale profesionale”^[37];
4. Directiva nr.2008/48/CEE privind contractele de credit pentru consumatori, consideră consumator „(a) o persoană fizică care, în cadrul operațiunilor reglementate de prezenta directivă, acționează în scopuri care se află în afara activității sale comerciale sau profesionale (art.3)”^[38];
5. Directiva nr.93/13/CEE cu privire la clauzele abuzive din contractele încheiate de consumatori, privește consumatorul ca „orice persoană fizică ce acționează în scopuri ce nu intră în sfera activității sale profesionale” (art.2)³⁹.

Parlamentul european a limitat noțiunea de consumator doar la persoana fizică, în scopul evitării unei interpretări și aplicări ambigue a prevederilor directivelor europene în domeniul protecției consumatorilor împotriva puterii economice abuzive din partea antreprenorilor.

În continuare se va analiza excepția noțiunii de consumator francez și anume, în Franța, noțiunea de consumator poartă un sens mai larg, și anume consumator poate fi și persoana juridică

³³ Art.15 al Regulamentul (CE) privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială. Nr. 44/2001 din 22 decembrie 2000. În: **JURNALUL OFICIAL AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE**, 16.01.2001, NR. L. 012

³⁴ Art.5 alin.(1) al Convenției de la Roma privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale din 19 iunie 1980. În: Monitorul Oficial, 27.01.1998, nr.C – 027, p.0034-0046.

³⁵ Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind publicitatea înșelătoare și comparativă. Nr.2006/114/CEE din 12.12.2006. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 27.12.2006, L 376, P. 0021 – 0027.

³⁶ Directiva Parlamentului european și a Consiliului de apropiere a actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre cu privire la răspunderea pentru produsele defectuoase. Nr.85/374/CEE din 25 iulie 1985. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 07.08.1985, L 210, P. 0029 – 0033.

³⁷ Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale. Nr.85/577/CEE din 20 decembrie 1985. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 31.12.1985, L 372, P. 0031 – 0033

³⁸ Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind contractele de credit pentru consumatori și de abrogare a Directivei Nr.87/102/CEE a Consiliului. Nr.2008/48/CE din 23 aprilie 2008. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 22.05.2008, L 133, P. 0066 – 0092

³⁹ Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii. Nr.93/13/CEE din 5 aprilie 1993. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 21.04.1992, nr.92, p. 29-31

sau persoana fizică ce încheie tranzacții în scop profesional. În această ordine de idei, noțiunea de consumator, primește două accepțiuni:

- una obiectivă sau permisivă abordează noțiunea de consumator in lato senso, incluzând atât persoanele fizice, cât și cele juridice care acționează în scopul achiziționării de bunuri sau servicii atât în scop profesional, cât și în cel personal. Această concepție pare să ignore scopul în care au fost enunțate reglementările clauzelor abuzive, și anume acela de a proteja partea contractantă mai slabă din punct de vedere economic. Totuși, această concepție este susținută de jurisprudența franceză întrucât se pot ivi situații în care o persoană juridică - exclusă, potrivit legii, din categoria consumatorilor - acționează în afara sferei sale profesionale, fiind în aceste situații la fel de profană ca și consumatorul;
- alta subiectivă sau restrictivă limitează categoria consumatorului la persoana fizică ce acționează în afara activității profesionale, adică în scop personal, familial sau colectiv, scopul din urmă presupunând folosirea unui bun sau a unui serviciu de mai multe persoane între care nu există relații de rudenie.

II. Era digitală – o noua accepțiune a consumatorului în comerțul online.

Aflându-ne în era digital, care se află într-o continuă ascensiune în ultimele două decenii este important de cunoscut că reglementările atât naționale, cât și internaționale cu privire la protecția drepturilor consumatorilor în mediul online, și cu toate că și până acum comerțul online era destul de dezvoltat, epidemia de coronavirus și carantina au obligat antreprenorii și producătorii agricoli să-și transfere afacerile în mediul online. Astfel, pe rețele sociale au apărut tot mai multe grupuri și asociații virtuale care adună la un loc producători de verdețuri, patiserie, lactate și alte bunuri care până nu demult puteau fi cumpărate la piață. Astăzi, consumatorul online s-a schimbat, profilul său este foarte asemănător cu cel al consumatorului traditional, beneficiind de drepturi cât și cunoscându-și obligațiile contractuale.

Făcând referire la Codul Consumatorilor francez, la articolul L221-1 o achiziție pe internet este considerată a fi un contract la distanță între un profesionist și un consumator, o asemenea reglementare lipsește în legislația națională, dar o considerăm oportună și pentru Republica Moldova pentru a nu mai face aceasta discrepanță între consumatorul din mediul digital și cel traditional, deoarece de facto este una și aceeași persoană. Aparent comerțul online ar facilita viața noastră și ar avea o mulțime de puncte forte, dar nu trebuie să neglijăm faptul că consumatorii de multe ori preferă să acceseze și procure de la companii de peste teritoriul vamal al țării, în acest caz ia naștere comerțul international online. Astfel că, mijloc de comunicare detașat de teritoriile naționale, Internetul a stârnit teama de a fi un fenomen care nu se află sub controlul legilor și al autorităților naționale, dar care ar putea stârni un conflict de legi. Considerăm că prezentele temeri nu sunt justificate, deoarece mediul online nu pune la îndoiala aplicabilitatea unei anumite legislații, astfel că consumatorul va fi protejat indiferent de situație.

Există o mulțime de cadre internaționale în care statele cooperează pentru a facilita comerțul electronic internațional. Mai presus de toate, trebuie menționat Consiliul Europei care, deja în 1981, a elaborat o Convenție pentru protecția datelor cu caracter personal, Conferința de la Haga, care discută în prezent textul unei noi convenții privind jurisdicția judiciară. Aceste inițiative totuși, au o importanță limitată și destul de indirectă pentru protecția consumatorilor. La ONU, statele cooperează în cadrul Comisiei Națiunilor Unite pentru Dreptul Comerțului Internațional (UNCITRAL) pentru a promova dezvoltarea comerțului electronic. În domeniul care ne preocupă, UNCITRAL a adoptat

două legi model, inclusiv Legea din 1996 privind comerțul electronic^[40] și Legea din 2001 privind semnăturile electronice^[41]. Prima dintre acestea două legi model, în ceea ce privește protecția consumatorilor, merită cea mai mare atenție, întrucât ea a stat la baza legislației mai multor țări, inclusiv Republica Moldova^[42].

În cadrul Comunității Europene, consumatorul este suficient de protejat de legislația contractuală atât în mediul online cât și cel tradițional. Această protecție se bazează, în primul rând, pe dreptul internațional privat care garantează, în majoritatea cazurilor, aplicarea legislației statului de domiciliu obișnuit al consumatorului, și față de statele terțe. În al doilea rând, Directiva privind comerțul electronic introduce o serie de obligații pentru furnizorul de servicii la încheierea contractului: aceea de a furniza anumite informații, aceea de a confirma primirea comenzii fără întârziere nejustificată și prin mijloace electronice și, în final, , acela de a furniza destinatarului serviciului mijloace tehnice adecvate, eficiente și accesibile care să le permită să identifice erorile făcute la introducerea datelor și să le corecteze înainte de a plasa o comandă. În al treilea rând, nu ar trebui să uităm protecția specială oferită consumatorilor prin Directiva contractelor la distanță. După cum tocmai am văzut, protecția contractuală în Europa constă în mare măsură în dreptul de retragere din contract. Acest drept este necunoscut altor ordine juridice, în special cea a Statelor Unite.^[43]

Uniunea Europeană urmărește să stabilească legături din ce în ce mai strânse între statele și popoarele Europei în scopul asigurării progresului economic și social. În conformitate cu articolul 14 alineatul (2) din tratat, piața internă cuprinde un spațiu fără frontiere interne, în care sunt asigurate libera circulație a mărfurilor și serviciilor și libertatea de stabilire. Dezvoltarea serviciilor societății informaționale în spațiul fără frontiere interne reprezintă un mijloc esențial pentru eliminarea barierelor care despart popoarele europene.

Pentru a garanta certitudinea juridică și încrederea consumatorilor, este necesar ca Directiva 2000/31/CE cu privire la comerțul electronic European^[44] să stabilească un cadru general clar de reglementare a anumitor aspecte juridice ale comerțului electronic pe piața internă.

drept obiectiv stimularea comerțului electronic prin abordarea problemei geoblocării, prin asigurarea unei livrări transfrontaliere de colete mai accesibile și mai eficiente, precum și prin promovarea încrederii consumatorilor ca urmare a îmbunătățirii protecției și a aplicării legii.

Actul de comerț electronic poate fi definit ca reprezentând vânzarea de marfuri ori prestarea de servicii sau o interpunere în circulația mărfurilor, cu scopul de a obține profit, formarea contractului fiind efectuată în mod valabil prin mijloace electronice. Înfăptuirea actului de comerț electronic implică încheierea unui contract la distanță. Atunci când un client comandă un produs din magazinul online prin utilizarea exclusivă a unui sistem de vânzări organizat electronic încheie un contract la distanță.

Contractul la distanță este considerat orice contract încheiat între profesionist și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a profesionistului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și inclusiv în momentul în care este încheiat contractul. Deși nu trebuie încheiat un contract pentru fiecare comandă în parte, cu fiecare consumator, în cadrul magazinului online trebuie afișate, în mod clar și inteligibil, cerințele de informare prevăzute de lege.

⁴⁰ Legea privind comerțul electronic din la 16 decembrie 1996

⁴¹ Legea privind semnăturile electronice adoptată 05.07.2001

⁴² <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-droit-economique-2002-2-page-405.htm#no26>

⁴³ Josef Drexl , *Revue internationale de droit économique*, 2002/2-3 (t. XVI), pag. 405 - 407

⁴⁴ Directiva 2000/31/CE cu privire la comerțul electronic european

Conform OUG 34/2014 și Directivei 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor, înainte ca un contract la distanță să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, profesionistul trebuie să îi furnizeze consumatorului următoarele informații în mod clar și inteligibil:

- a) Coordonatele profesionistului
- b) Bunuri și servicii
- c) Livrare și returnare
- d) Prețuri, plăți și taxe
- f) Dreptul de retragere din contract.
- g) Garanții și soluționarea litigiilor.⁴⁵

În Republica Moldova pe lângă Legea cu privire la protecția drepturilor consumatorilor a fost aplicată și strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020, care a avut următoarele scopuri: scăderea riscului de apariție a produselor și serviciilor periculoase pe piață; - scăderea nivelului tranzacțiilor prejudiciabile pentru consumatori; creșterea capacității decizionale a consumatorului prin educarea și informarea acestuia; eficientizarea procesului de revendicare a drepturilor și de recuperare a prejudiciilor.^[46] Totuși considerăm oportun de a modifica Legea privind protecția consumatorilor în contextul comerțului online, fie în Strategia pentru următorii ani urmează expres să fie stabilit un compartiment separat comerțului online, căci în următorii ani acesta poate lua locul celui traditional.

Directiva UE privind drepturile consumatorilor garantează că, în timp ce face o achiziție online, fiecare consumator are dreptul să primească informații clare, corecte și inteligibile despre modalitățile de livrare, drepturile de retragere și garanția legală în cazul în care produsul este defect. Cu toate că în UE aparent par a fi respectate drepturile consumatorilor și aceștia se bucură mereu de prioritate față de profesioniști, totuși în urma unui studio al Comisiei Europene pentru anul 2019 rezultatele s-au dovedit a fi diferite și anume:

- Mai mult de un sfert din site-urile web semnalate nu au informat consumatorii despre cum să se retragă dintr-un contract. Acest lucru trebuie prezentat într-o manieră clară și ușor de înțeles, specificându-se dreptul de retragere în termen de 14 zile de la primirea bunului, fără a fi necesară o justificare. În peste o cincime din site-urile web semnalate, prețul afișat inițial era incomplet, deoarece nu conținea livrare, poștă sau alte posibile taxe suplimentare sau informații despre posibilitatea unor astfel de taxe.
- Peste o treime dintre site-urile web semnalate nu au informat consumatorii cu privire la garanția legală minimă de 2 ani pentru a avea un bun reparat, înlocuit sau rambursat în cazul în care acesta a fost defect în momentul livrării (chiar dacă acest lucru devine evident mai târziu).

Chiar dacă legislația UE impune comercianților să includă pe site-ul lor un link ușor accesibil către platforma de soluționare a litigiilor online, informând consumatorii cu privire la posibilitățile lor în caz de dispută, aproape 45% din toate site-urile web examinate nu au furnizat un astfel de link.^[47]

În Republica Moldova în ultimii ani protecția consumatorilor și legislația în vigoare se aplică tot mai echitabil și legal. Cu toate că Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieții vine cu recomandări și soluții întru soluționarea anumitor litigii, bineînțeles că numărul încălcărilor

⁴⁵ Analiza exhaustivă a cadrului normativ din domeniul comerțului, pag. 11-14 disponibil:

<https://www.comunicatii.gov.ro/wp-content/uploads/2019/03/Analiza-exhaustiv%C4%83-a-cadrului-normativ-actual-din-domeniul-comer%C8%9Bului-electronic-na%C8%9Bional.pdf>

⁴⁶ Strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020

⁴⁷ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_156

nu pare a fi în descreștere. Astfel că Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței recomandă producătorilor locali și furnizorilor să asigure respectarea drepturilor fundamentale ale consumatorilor privind oferirea informațiilor complete, corecte și precise privind produsele, serviciile achiziționate precum și protecția împotriva riscului de a achiziționa un produs, un serviciu care ar putea să afecteze viața, sănătatea, ereditatea sau securitatea ori să-i prejudicieze drepturile și interesele legitime.^[48] Touși cele mai frecvente încălcări în Republica Moldova rămân a fi: modul în care sunt prestate serviciile comunale și calitatea acestora, calitatea produselor alimentare, calitatea serviciilor turistice, dar nu rămân în urmă nici cumpărăturile din mediul online, fie că este vorba de produse de îngrijire, electrocasnice sau vestimentație.

Concluzii

Considerăm că la nivelul legislației naționale, îngrijorarea precum că Internetul ar putea crea un spațiu anarhic fără protecție legală, nu a fost confirmată. Dreptul național al consumatorului se aplică în conformitate cu normele în vigoare fără a face abatere de la convențiile și tratatele internaționale la care sunt parte. Odată ce cumpărăturile online iau ușor locul cumpărăturilor tradiționale este important ca consumatori să-și cunoască drepturile, atât la nivel național, cât și internațional. Conform celor relatate consumatorii sunt protejați indiferent de mediul ce îl aleg, atât timp cât ei au calitatea de consumator pe de-o parte și comercinții de cealaltă parte, fiind considerați și partea mai slabă în acest raport juridic beneficiază de o mulțime de drepturi.

Sunt mult prea dese cazurile în care accesul persoanelor la cele mai bune oferte de comerț electronic este blocat sau cazurile în care acestea decid să nu facă achiziții transfrontaliere deoarece prețurile de livrare sunt prea mari sau pentru simplul fapt că sunt preocupate de modalitățile de a-și cere drepturile în cazul în care apar incidente nedorite, astfel ar fi binevenite anumite reglementări la nivel european, care ar asigura o livrare a mărfurilor din orice colț al lumii mult mai accesibilă și eficientă. Discriminarea în rândul consumatorilor din UE ca urmare a obiectivului de a fragmenta piețele de-a lungul granițelor naționale nu își are locul în cadrul pieței unice. Cu ajutorul unor norme mai clare, al unei aplicări îmbunătățite a legii și al unei livrări transfrontaliere de colete mai accesibile, va fi mai ușor pentru consumatori și întreprinderi, în special pentru IMM-uri, să profite din plin de piața unică a UE și de comerțul electronic transfrontalier.

Tehnologiile informației și comunicațiilor se situează, în prezent, la temelia tuturor sistemelor economice moderne, creând imense oportunități pentru inovare, creștere economică și locuri de muncă. Ca atare, una dintre cele zece priorități ale Comisiei Europene o constituie realizarea pieței unice digitale. Considerăm a fi un obiectiv ce-ar rezolva o multitudine din probleme actuale ce sunt întrunite în mediul online.

BIBLIOGRAFIE

1. John Kennedy, Consumatori, prin definiție, sîntem noi toți
2. FAGNART J.L. s.a., Les pratiques du commerce et la protection et l'information du consommateur, Editions du Jeune Barreau de Bruxelles, 1991, p. 19
3. CALAIS-AULOY J., STEINMETZ F., Droit de la consommation, 5em édition, Dalloz, Paris, 200, p.2.,
4. JAKOTA M.V., Dreptul roman, Ed. Fundației "Chemarea" Iași, 1993, vol. II, p. 412 - 413.

⁴⁸ <https://justicemoldova.md/agentia-pentru-protectia-consumatorilor-recomanda-comerciantilor-din-mediul-online-sa-respecte-drepturile-consumatorilor/>

5. GHESTIN J., La protection de la partie faible dans les rapports contractuels. Comparaisons franco-belges, ouvrage présentée par le Centre de Droit des Obligations de l'Université de Paris et le Centre de Droit des Obligations de l'Université Catholique de Louvain (direction: M. Fontaine), L.G.D.J., Paris, 1996, p. 22
6. „Cavea emptor” – fii vigilent, TEBBENS H.D., International product liability, a study of comparative and international legal aspects of product liability, Noordhoff International, Alphen aan den Rijn, The Netherlands, 1980
7. PICOD Y. et DAVO E., Droit de la consommation, ed.Armand Colin, Toulouse 2005, p.3, 9, p.371
8. BEAUCHARD J., Droit de la distribution et de la consommation, P.U.F., Paris, 1996, p. 22
9. PLOTNIC, O. Evoluția instituției protecției consumatorului prin prisma dreptului francez / „Studia Universitates”, nr.3 (23), Chișinău, 2009. p.85-88
10. GHESTIN et MARCHESCHAUX, L'élimination des clauses abusives en droit français à l'épreuve du droit communautaire, RED consom. 1993.65;
11. BEAUCHARD J., Droit de la distribution et de la consommation, P.U.F., Paris, 1996, p. 23
12. CALAIS-AULOY J., STEINMETZ F., Droit de la consommation, 7em édition, Dalloz, Paris, 2006, p.96, 681p
13. ZÎNA M., Tutela consumatorului în dreptul contractelor italian, în « Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Jurisprudentia », nr.2/2005, p.168
14. Art.1 al Legii privind protecția consumatorilor nr.105-XV din 13.03.2003
15. Art.15 al Regulamentul (CE) privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială. Nr. 44/2001 din 22 decembrie 2000. În: JURNALUL OFICIAL AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE, 16.01.2001, NR. L. 012
16. Art.5 alin.(1) al Convenției de la Roma privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale din 19 iunie 1980. În: Monitorul Oficial, 27.01.1998, nr.C – 027, p.0034-0046.
17. Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind publicitatea înșelătoare și comparativă. Nr.2006/114/CEE din 12.12.2006. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 27.12.2006, L 376, P. 0021 – 0027
18. Directiva Parlamentului european și a Consiliului de apropiere a actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre cu privire la răspunderea pentru produsele defectuoase. Nr.85/374/CEE din 25 iulie 1985. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 07.08.1985, L 210, P. 0029 – 0033.
19. Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale. Nr.85/577/CEE din 20 decembrie 1985. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 31.12.1985, L 372, P. 0031 – 0033
20. Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind contractele de credit pentru consumatori și de abrogare a Directivei Nr.87/102/CEE a Consiliului. Nr.2008/48/CE din 23 aprilie 2008. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 22.05.2008, L 133, P. 0066 – 0092
21. Directiva Parlamentului european și a Consiliului privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii. Nr.93/13/CEE din 5 aprilie 1993. În: Jurnalul Oficial al Comunităților Europene, 21.04.1992, nr.92, p. 29-31
22. Legea privind comerțul electronic din la 16 decembrie 1996
23. Legea privind semnăturile electronice adoptată 05.07.2001
24. <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-droit-economique-2002-2-page-405.htm#no26>
25. Josef Drexl , Revue internationale de droit économique, 2002/2-3 (t. XVI), pag. 405 – 407
26. Directiva 2000/31/CE cu privire la comerțul electronic European
27. Analiza exhaustivă a cadrului normativ din domeniul comerțului, pag. 11-14 disponibil: <https://www.comunicatii.gov.ro/wp-content/uploads/2019/03/Analiza-exhaustiv%C4%83-a-cadrului-normativ-actual-din-domeniul-comer%C8%9Bului-electronic-na%C8%9Bional.pdf>
28. Strategia în domeniul protecției consumatorilor pentru anii 2013 – 2020
29. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_156
30. <https://justicemoldova.md/agentia-pentru-protectia-consumatorilor-recomanda-comerciantilor-din-mediul-online-sa-respecte-drepturile-consumatorilor/>