

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

CZU: 347.451 (043.2)

CALMÎC VLADA

CADRUL JURIDIC ACTUAL AL VÂNZĂRII LA DISTANȚĂ

**SPECIALITATEA 553 – DREPT PRIVAT
(553.01 – DREPT CIVIL)**

Rezumatul tezei de doctor în drept

CHIȘINĂU, 2020

Teza a fost elaborată în cadrul departamentului Drept Privat al Facultății de Drept a Universității de Stat din Moldova

Conducător științific:

CHIBAC GHEORGHE, doctor în drept, profesor universitar, specialitatea 553 – Drept privat (553.01 - Drept civil).

Referenți oficiali:

1. **BĂIEȘU AUREL**, doctor habilitat în drept, profesor universitar
2. **SLUTU NICOLAE**, doctor în drept, conferențiar universitar

Componența Consiliului științific la specialitatea 553 – Drept privat (553.01 - Drept civil):

1. **COJOCARU VIOLETA**, Președinte al CȘS, doctor habilitat în drept, profesor universitar
2. **CEBOTARI VALENTINA**, Secretar științific al CȘS, doctor în drept, conferențiar universitar
3. **SADOVEI NICOLAE**, membru al CȘS, doctor habilitat în drept, profesor universitar
4. **MIHALACHE IURIE**, membru al CȘS, doctor habilitat în drept, conferențiar universitar
5. **TROFIMOV IGOR**, membru al CȘS, doctor în drept, conferențiar universitar

Susținerea va avea loc la data de 09.07.2020, ora 10:00, în ședința **Consiliului științific specializat D 553.01 – 19 la Universitatea de Stat din Moldova**, bir. 119 (MD – 2009, Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Al. Mateevici, 60).

Teza de doctor și rezumatul pot fi consultate la Biblioteca Națională a Republicii Moldova, Biblioteca Centrală a Universității de Stat din Moldova și pe pagina WEB a ANACEC (www.cnaa.md).

Rezumatul a fost expediat la 05.06.2020.

Secretar științific al Consiliului științific specializat

CEBOTARI VALENTINA, dr. în drept, conf. univ. _____

CHIBAC GHEORGHE, dr. în drept, prof. univ. _____

Autor: **CALMÎC VLADA** _____

CUPRINS:

Reperete conceptuale ale cercetării.....	4
Conținutul tezei.....	8
Concluzii generale și recomandări.....	21
Bibliografie.....	28
Lista publicațiilor autorului la tema tezei.....	30
Adnotare.....	32
Foaia privind datele de tipar.....	35

REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea problemei abordate. Este indiscutabil faptul că instituțiile juridice tradiționale, precum ca contractul clasic de vânzare-cumpărare, suferă o modificare pronunțată prin utilizarea mijloacelor tehnice de comunicație la distanță. Statistica arată că ritmul anual de creștere al vânzărilor la distanță este impresionant, de aceea există toate premisele că această instituție se va dezvolta în continuare, acoperind din ce în ce mai multe piețe noi de produse și de servicii.

Alegerea titlului tezei de doctor „Cadrul juridic actual al vânzării la distanță” este întemeiat pe o încercare de a analiza relațiile sociale recent apărute, cu o natură complexă, care, deși au bază economică solidă, încă nu și-au găsit o nișă specială în sistemul juridic al RM. Importanța indiscutabilă a instituției vânzării la distanță se conturează în largul domeniu în care ea se aplică, asigurând satisfacerea multiaspectuală a necesităților materiale și spirituale ale participanților în circuitul civil, oricine sunt ei și oriunde s-ar afla.

Pe plan național, raporturile la distanță și-au luat avântul pe scară amplă în ultimii 10-15 ani, întrucât s-au format premisele de ordin economic, tehnologic, juridic și social pentru dezvoltarea acestora. Formarea și evoluția instituției vânzării la distanță în RM sunt condiționate de tranziția la economia de piață, de maturizarea societății civile și intensificarea legăturilor economice cu țările dezvoltate. Consecutiv răspândirii mijloacelor de comunicare la distanță, a apărut necesitatea reglementării raporturilor noi dintre profesioniști și consumatori și stabilirii naturii juridice a acestora. Întrucât legea nu întotdeauna reușește să acopere relațiile sociale nou-formate, acest fapt obligă știința dreptului de a fi în fruntea formării și dezvoltării noilor instituții de drept.

În prezent este indiscutabil faptul că dezvoltarea economică durabilă a unei țări depinde, în primul rând, de capacitatea acesteia de a utiliza eficient tehnologiile informaționale și de comunicații care contribuie esențial la sporirea productivității forței de muncă [1, p. 28].

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de cercetare. Din perspectiva istorică, fenomenul vânzărilor la distanță este relativ unul nou pe plan mondial și recent cunoscut de sistemul de drept autohton. Conturarea instituției în spațiul european a început abia în anii 70 ai sec. XX și se află în permanentă dezvoltare legislativă și doctrinală până în ziua de astăzi.

Sursele cele mai importante pentru elaborarea prezentei teze de doctor au servit legislația, practica și doctrina europeană. Printre cercetătorii europeni putem menționa în deosebi contribuția autorilor: J. Dickie, S. Wrška, S. Edgar, M. Button, C. Cross, O. Tokaji-Nagy, C. Feral-Shuhl, L. E. Gillies, M. Heidemann, J. Lee și alții. În această ordine de idei, jurisprudența

Curții de Justiție a UE, precum și a instanțelor judecătorești din țările europene a devenit o sursă importantă a prezentei teze de doctor din punctul de vedere al practicii judiciare relevante.

Cât privește cercetările naționale, menționăm că opiniile unor savanți autohtoni au avut un impact enorm asupra acestei lucrări științifice, printre care putem menționa: Gh. Chibac, A. Băieșu, A. Rotari, O. Efrim, S. Brumă, N. Chibac, D. Cimil, L. Gribincea, L. Chirtoacă, I. Țonova, L. Platon, G. Varanița, O. Plotnic, E. Dediu, O. Cazac, G. Mîțu.

Doctirarii români demult și foarte productiv analizează instituția vânzărilor la distanță, inclusiv vânzărilor pe Internet, bázându-se pe cadrul normativ român și pe cel european extrem de bogat. Din punct de vedere științific și practic sunt importante lucrările savanților: M. I. Bocșa, A. Bleoancă, M. Tudorache, R. S. Șerbu, D. Cimpoeu, D. Vasilache, M. Fercală, D. Cornel, F. Deak, L. Pop, I. F. Popa, L. Stănciulescu, C. Stătescu, C. Bîrsan, I. Adam, J. Goicovici, G. Boroii, C.A. Angheliescu, S. I. Vidu, Gh. Beileu, N. Daghie, B. Florea.

Analizând literatura științifică în limba rusă, dedicată comerțului la distanță, nu putem să trecem cu vederea lucrările autorilor B.B. Шелихов, O.O. Громова, Я. Тиме, O. Белова, A. Кузьменко, A. Зак, И. В. Фролов, E. В. Тужилова-Орданская, Л. Танавская, A. Ходорыч, И. Котляров, K. В. Соловьев, Г. Ф. Чекмарев, Ю. В. Ромель, И. М. Рассолов, Н. С. Еманова, M. В. Демьянец, B. M. Елин, A. K. Жарова, M. Л. Калужский, Л. В. Сальникова.

Problemele cercetate de autor sunt, în primul rând, probleme de sistem, de concept: privind natura și fundamentul instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță, conținutul acestora, corelația cu alte instituții juridice asemănătoare, precum și perspectivele dezvoltării raporturilor la distanță în realitățile economice și juridice ale RM.

Scopul și obiectivele tezei. Scopul studiului este orientat spre stabilirea locului, rolului și esenței instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță prin prisma legislației, doctrinei și a jurisprudenței naționale și europene în vederea determinării instrumentelor eficiente de protecție a drepturilor participanților la raporturile la distanță.

În teză autorul propune atingerea următoarelor obiective:

1. cercetarea și concretizarea sensului noțiunilor de: comerț la distanță, contract la distanță, vânzare la distanță, contract de vânzare la distanță, precum și de contract de prestare a serviciilor la distanță;
2. determinarea naturii juridice a instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță;
3. examinarea formelor de exercitare a vânzărilor la distanță, precum și identificarea particularităților acestora în comparație cu construcțiile juridice similare;
4. stabilirea statutului juridic al participanților la raporturile de vânzare la distanță;
5. identificarea problematicii obiectului contractului de vânzare la distanță;

6. stabilirea specificului drepturilor și obligațiilor contractuale, modalităților de asigurare a securității personale și monetare a consumatorilor în raporturile la distanță;
7. examinarea specificului încetării raporturilor de vânzare la distanță prin rezoluțiunea și revocarea contractului de vânzare la distanță.

Ipoteza de cercetare. Vânzarea la distanță este o relație socială, care se naște, se modifică și se stinge, fără prezența fizică simultană a subiecților în cadrul unui sistem de vânzări organizat la distanță cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță. Vânzarea la distanță în dubla sa ipostază de raport juridic și raport economic se manifestă în realitatea juridică prin anumite construcții contractuale, și anume, contractul de vânzare-cumpărare la distanță, care reprezintă o varietate distinctă a contractului de vânzare-cumpărare. Contractul de vânzare la distanță este un instrument eficient de protecție a drepturilor consumatorilor și de crearea bazei teoretice și aplicative pentru promovarea comerțului la distanță pe plan național.

Metodologia cercetării științifice. Prezentul studiu este bazat pe o analiză complexă și aprofundată a naturii, caracterelor inseparabile și elementelor esențiale ale instituției vânzării la distanță, precum și contractului de vânzare la distanță, care stau la baza delimitării acestor raporturi contractuale de toate celelalte instituții juridice. Pentru atingerea scopului și obiectivelor propuse în Introducere, autorul a utilizat metodele cercetării științifice a fenomenului, și anume: metode generale (istorică, logică, sistematică, analiza, sinteza, inducția, deducția, generalizarea, abstractizarea, analogia); metode sociologice (metoda analizei sistemice, metoda comparativă); metode juridice (metoda formal-juridică, metoda juridică comparată); metode statistice (metoda grupărilor statistice).

Prin cercetarea complexă a reglementărilor juridice pe plan european și autohton, analiza practicii judiciare în domeniul vânzărilor la distanță, autorul scoate în evidență problemele de sistem, lacunele normative și problemele de aplicare a legislației, formulând propuneri destinate schimbării paradigmei de dezvoltare economică și socială a RM. Astfel, utilizarea simultană a diferitelor metode de cercetare științifică este dictată de natura complexă socioeconomică a instituției vânzării la distanță și a contractului la distanță, precum și de particularitățile sistemului juridic național.

Noutatea și originalitatea științifică se manifestă prin cercetarea multidimensională a fenomenului vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță cu generarea unor soluții eficiente de asigurare a securității personale și monetare a consumatorilor la etapa precontractuală, la etapa încheierii, executării și încetării contractului de vânzare la distanță. Aspectul inovator rezidă în faptul că autorul nu s-a limitat doar la evidențierea aspectelor

problematic și negative, dar prin critică constructivă a încercat să rezolve probleme atât de ordin teoretic cât și practic, propunând unele soluții în vederea perfectării cadrului normativ existent.

Prezenta teză de doctor constituie primul studiu aprofundat al raporturilor de vânzare la distanță în doctrina autohtonă. Mai mult decât atât, în lucrare sunt tratate aspecte problematice care nu au mai fost abordate în doctrina autohtonă, cum ar fi: cercetarea naturii juridice a instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță; conceptualizarea noțiunilor de comerț la distanță, vânzare la distanță, precum și de contract de vânzare la distanță; examinarea formelor de exercitare a vânzărilor la distanță, cercetarea statutului juridic și identificarea participanților la raporturile de vânzare la distanță; analiza problematicei obiectului contractului de vânzare la distanță; analiza specificului drepturilor și obligațiilor contractuale, aspectele specifice legate de revocarea și rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță.

Problema științifică soluționată constă în conceptualizarea fenomenului vânzării la distanță, argumentarea rolului și locului acesteia în ramura de drept civil, demonstrarea statutului special și original al contractului de vânzare la distanță.

Importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Semnificația teoretică a tezei de doctor se distinge prin faptul că se încearcă o tratare multiaspectuală și comparativă a reglementărilor juridice la nivel național și internațional ale instituției vânzărilor la distanță cu evidențierea interferențelor cu alte instituții ale dreptului civil. Importanța teoretică mai constă în analiza complexă și aprofundată a naturii, caracteristicilor inseparabile și elementelor esențiale ale instituției vânzărilor la distanță, precum și a contractului de vânzare la distanță.

Rezultatele obținute pot servi ca punct de plecare în cercetarea ulterioară a problemei abordate, iar concluziile și propunerile pot să contribuie la dezvoltarea comerțului la distanță în RM. Autorul a studiat peste 100 de hotărâri ale Curții de Justiție a UE, ale Curții Supreme de Justiție a RM și ale Curții de Apel Chișinău, creând astfel o bază solidă a practicii de aplicare a legii în raporturile cercetate. Astfel, propunerile formulate de autor pot fi utile în procesul de perfecționare a legislației care reglementează instituția vânzării la distanță, precum și a practicii judiciare pertinente, dar și la popularizarea instituției și perfecționarea metodelor de protecție a consumătorilor în raporturile civile la distanță.

Implementarea rezultatelor științifice. Propunerile *de lege ferenda* cu caracter legal au fost oferite Ministerului Justiției, precum și Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței pentru completarea Codului civil al RM în capitolul privind contractele la distanță și contractul de vânzare-cumpărare a bunurilor de consum. Constatările și conceptele cu caracter analitic, formulate de autor, pot fi utilizate în activitatea științifică și didactică în cadrul Facultății de Drept a Universității de Stat din Moldova, a altor universități, precum și în practica instanțelor judecătorești.

Aprobarea rezultatelor. Teza a fost elaborată și analizată în cadrul Departamentului Drept Privat al Facultății de Drept a Universității de Stat din Molodva. Aspectele principale supuse cercetării au fost aprobate în publicații și comunicări prezentate la conferințe științifice naționale și internaționale.

Publicații la temă. Rezultatele obținute sunt publicate în 11 lucrări științifice în reviste de specialitate și în materialele conferințelor științifice naționale și internaționale.

Volumul și structura tezei: Introducere, 4 capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 272 de titluri, 155 de pagini text de bază.

Cuvinte-cheie: vânzarea la distanță, contract la distanță, mijloace de comunicare la distanță, vânzare-cumpărare, contract între absenți, consumator, profesionist, comerț electronic, revocare, dreptul la informare.

CONȚINUTUL TEZEI

Teza de doctor este compusă din Introducere, adnotări în trei limbi, 4 capitole, Concluzii generale și recomandări, precum și Bibliografie. În **INTRODUCERE** autorul, făcând o caracteristică generală a problemei de cercetare, argumentează actualitatea și noutatea științifică a instituției vânzării la distanță, importanța teoretică și practică a studiului realizat, valoarea aplicativă a lucrării.

În **Capitolul 1**, cu denumirea **ANALIZA SITUAȚIEI ÎN DOMENIUL DE CERCETARE PRIVIND INSTITUȚIA VÂNZĂRII LA DISTANȚĂ ȘI A CONTRACTULUI DE VÂNZARE LA DISTANȚĂ**, se face o analiză profundă și se constată situația științifică și economică actuală în domeniul cercetat.

În compartimentul **1.1. Analiza materialelor științifice privind instituția vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță** se scoate în evidență perspectiva istorică a fenomenului vânzărilor la distanță pe plan mondial și de sistemul de drept autohton. Autorul remarcă faptul că conturarea instituției în spațiul european a început abia în anii 70 ai sec. XX și se află în permanentă dezvoltare până în prezent. În schimb, raporturile la distanță în RM 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.

În literatura de specialitate se impun numeroase întrebări în privința locului și rolului acestei construcții juridice în sistemul dreptului civil. Se remarcă faptul că cercetătorii deseori investighează și compară construcții juridice diferite, punând în diferite situații accentul pe latura economică sau juridică a fenomenului. Majoritatea doctinarilor A. Bleoancă [2], K. B. Соловьев, Г. Ф. Чекмарев [22], A.B. Величковский [18] susțin că contractul la distanță de

orice natură, precum și contractul în formă electronică, nu este o nouă specie de contract, ci doar caracterizează un nou mod tehnic de încheiere a contractului.

În schimb, unii cercetători, precum В.В. Шелихов, О.О. Громова [24], А. Зак [19], А. Кузьменко [20] au ajuns la concluzia că vânzarea la distanță este o formă de sine stătătoare a activității comerciale. În fine, există și a treia tabără a savanților care opinează că în prezent, contractul de vânzare la distanță (în literatura rusească el este denumit *договор дистанционной купли-продажи*) a căpătat statut de o varietate distinctă a contractului de gen vânzare-cumpărare. Printre acești cercetători sunt О. Белова [17], Ю. В. Ромель [21] și alții.

Cât privește cercetările naționale, menționăm că actualmente lipsește un studiu complex al raporturilor la distanță, în special ce ține de vânzarea la distanță sau prestarea serviciilor la distanță. Cu privire la vânzările la distanță, doctrina autohtonă s-a pronunțat doar de câteva ori, analizând mai mult domeniul vânzărilor on-line, iar un număr de alte aspecte, chiar mai problematice, au fost lăsate într-un con de umbră. Astfel, în RM atât cadrul legal, cât și punctele de vedere ale doctrinarilor cu referire la materia vânzărilor la distanță, se află într-un stadiu evolutiv.

Compartimentul **1.2. Geneza și evoluția instituției vânzării la distanță** este dedicat analizei apariției și dezvoltării instituției vânzării la distanță pe plan mondial și în RM. În această ordine de idei, contractul de vânzare-cumpărare este bine cunoscut în sistemul științelor juridice ca unul dintre cele mai vechi instituții de drept civil. Ca o consecință logică a schimbărilor în societate, în tehnici de producere a mărfurilor și metodelor de comunicare între părțile contractante au apărut noi varietăți ale contractului clasic de vânzare-cumpărare.

Pe plan retrospectiv remarcăm că dezvoltarea instituției vânzării 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 SUA acest tip de comerț a simbolizat unul dintre principiile democrației: oamenii aveau dreptul de a cumpăra tot felul de lucruri, indiferent de domiciliul sau de reședința lor și indiferent de sortimentul de mărfuri din magazine.

În anii 1970-1990 domeniul vânzărilor 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 poșta electronică, telefon, videofon, telecopiator, televiziune, publicitate tipărită cu bon de comandă, servicii de mesagerie pe Internet.

În prezent, vânzarea la distanță prin diferite canale de distribuire a marfurilor este o ramură a economiei care se află într-o dezvoltare foarte rapidă și este una dintre cele mai promițătoare domenii de afaceri din întreaga lume. Dezvoltarea economică durabilă a spațiului european și apariția noilor tehnologii informaționale a condus la adoptarea Directivei

2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25.10.2011 privind drepturile consumatorilor [5]. Prezenta directivă stipulează norme standard privind aspectele comune ale contractelor la distanță, ale contractelor negociate în afara spațiilor comerciale și renunță la abordarea armonizării minime a legislației în domeniul protecției consumatorilor adoptată în directivele anterioare.

Pe plan național, raporturile la distanță și-au luat avântul pe scară largă în ultimii 10-15 ani. Primele companii care au început să-și desfășoare activitatea în RM pe segmentul vânzărilor la distanță au fost companiile multinaționale, precum Avon, Oriflame, Faberlic.

Bazându-se pe acte normative de nivel european, primii pași în reglementarea contractelor la distanță în RM au fost făcuți în anul 2014 prin adoptarea Legii despre încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare de consum [12]. Totodată, doar cu adoptarea Legii privind drepturile consumatorilor la încheierea contractelor nr. 8 din 26.02.2016 (în continuare Legea nr. 8 din 26.02.2016) care a intrat în vigoare la 25.09.2016 [13], consumatorul moldovean a obținut un set de drepturi noi, care îl protejează în raporturile de vânzare la distanță. 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 [14].

În **Capitolul 2**, intitulat **PARTICULARITĂȚILE NATURII JURIDICE ȘI TRĂSĂTURILE DISTINCTIVE ALE INSTITUȚIEI VÂNZĂRII LA DISTANȚĂ ȘI ALE CONTRACTULUI DE VÂNZARE LA DISTANȚĂ** este abordată reglementarea juridică, dimensiunea socială și natura specifică a instituției vânzării la distanță, precum și a contractului de vânzare la distanță.

Din punctul de vedere al atingerii scopurilor cercetării, este important de menționat compartimentul **2.1** cu denumirea **Esența, natura și conținutul instituției vânzării la distanță**. Autorul observă că în doctrina de specialitate se impun numeroase întrebări în privința conținutului, locului și rolului vânzării la distanță în sistemul dreptului civil. Totodată, niciuna dintre sursele doctrinale analizate nu pune în discuție actualitatea și relevanța instituției vânzărilor la distanță ca manifestare progresistă a relațiilor economice.

Dificultatea stabilirii locului și conținutului raporturilor de vânzare la distanță se complică din cauza inconsecvențelor terminologice și diferitelor semnificații lingvistice pe care le atribuie practicienii, judecătorii, chiar și legiuitorul termenului *vânzare la distanță*. În condițiile în care legiuitorul nu oferă definiția legală a vânzării la distanță, suntem în prezența coliziunii unor astfel de concepte, precum: comerț la distanță, contract la distanță, vânzare la distanță, contract de vânzare la distanță și contract de prestare a serviciilor la distanță. Înainte de

a trece la cercetarea directă a fenomenului vânzării la distanță, este necesar a identifica, în mod clar, categoria cercetată.

Studiind literatura de specialitate, dar și legislația în vigoare, autorul a ajuns la concluzia că comerțul la distanță este cel mai amplu concept din cele cercetate și reprezintă o formă complexă a activității comerciale care include vânzarea bunurilor și prestarea serviciilor la distanță; contractul la distanță este un act juridic negociat și încheiat prin modalitate tehnică specială de încheiere a contractelor, fără prezența fizică simultană a părților contractante; vânzarea la distanță este o formă de vânzare a bunurilor în afara magazinelor standarde prin utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță; iar contractul de vânzare la distanță este o construcție contractuală, specie originală a contractului de vânzare-cumpărare. În consecință, toate aceste noțiuni nu sunt identice, deși au tangențe evidente una cu cealaltă și urmează a fi cercetate în complex.

Totodată, accentul în prezentul studiu se pune anume pe cercetarea fenomenului vânzării la distanță. În aceasta ordine de idei, știința dreptului permite cercetarea fenomenului juridic sub diferite aspecte - obiectiv și subiectiv, economic și juridic, pozitiv și negativ. Astfel, din punct de vedere economic, vânzarea la distanță este o formă de vânzare cu amănuntul a bunurilor în afara magazinelor standarde, prin trimiterea și livrarea bunurilor comandate de către clienți, la adresele indicate de aceștia.

Din punct de vedere juridic, vânzarea la distanță poate fi tratată ca raport juridic de drept civil, care reprezintă relație socială, care se naște, se modifică și se stinge, fără prezența fizică simultană a subiecților în cadrul unui sistem de vânzări organizat la distanță cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță, ca rezultat al căruia vânzătorul-profesionist transferă proprietatea asupra unor bunuri mobile și corporabile către cumpărător, iar acesta plătește prețul lor.

Pornind de la cele spuse, vânzarea la distanță, în dubla sa ipostază de raport juridic și raport economic, se manifestă în realitatea juridică prin anumite construcții juridice contractuale, și anume, contractul de vânzare-cumpărare la distanță. Tocmai prin contractul de vânzare-cumpărare, vânzarea la distanță, ca formă specifică a vânzării, își regăsește reflectarea legală.

În continuare, compartimentul **2.2. Noțiunea și caracterele juridice ale contractului de vânzare la distanță** este dedicat cercetării noțiunilor doctrinale și legale ale contractului de vânzare la distanță, precum și analizei naturii juridice a acestuia. Reglementarea comerțului la distanță și a vânzărilor la distanță pe plan mondial nu este uniformă, iar priceperea științifică a instituției creează mai multe discuții și controverse decât se pare la prima vedere.

În linii generale, mai mulți savanți au ajuns la concluzia că, în prezent, contractul de vânzare la distanță a căpătat statut de o varietate distinctă a contractului gen de vânzare-

cumpărare. Printre acești cercetători nominalizăm, O. Белова [17, p. 110], И. Ромель [21, p. 93] și alții. Mai mult decât atât, în opinia cercetătorului din România, C. Drumariu, expusă în teza sa de doctor „Vânzarea produselor profesioniștilor către cumpărătorii-consumatori”, susținută la București în 2011, vânzarea la distanță este o varietate a vânzării de consumație [7, p. 44]. Aceeași opinie este împărtășită de savantul rus И. В. Фролов în teza sa de doctor „Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации” [23, p. 23].

Pe plan legislativ, Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor oferă noțiunea contractului de vânzare în contextul raporturilor la distanță [5], precum și Codul civil german [4] reglementează, în mod special, contractul de vânzare la distanță, oferind noțiunea legală a acestuia. Totuși remarcăm că, în prezent în legislația autohtonă nu există noțiunea legală a contractului de vânzare la distanță, ceea ce implică unele dificultăți la calificarea acestuia și delimitarea de alte contracte juridice similare.

În această ordine de idei, este necesar a stabili noțiunea și natura juridică ale contractului de vânzare la distanță în contextul sistemului juridic național. Autorul a ales metoda de a defini noțiunea contractului prin enumerarea elementelor esențiale și trăsăturilor specifice și definitorii ale contractului de vânzare la distanță. Astfel, ***contractul de vânzare la distanță*** prezintă un contract:

- în care vânzătorul-profesionist transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor produse către cumpărător, iar cel din urmă plătește sau se angajează să plătească prețul acestora;
- încheiat în cadrul unui sistem de vânzări organizat la distanță cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță;
- fără prezența fizică simultană a părților contractante;
- în care cumpărătorul nu are posibilitate de a examina nemijlocit produsul comandat până în momentul livrării.

În prezent, în lumea modernă predomină tendința de convergență și fuziune a sistemelor juridice tradiționale, iar RM se află în procesul de apropiere de UE. Considerăm că, în contextul armonizării legislației RM cu cea a UE, este acceptabilă denumirea originală a instituției preluate din directivele europene și anume vânzare la distanță, precum și contractul de vânzare la distanță. Cu toate acestea, nu putem să abandonăm în totalitate termenul tradițional pentru sistemul nostru de drept - „contract de vânzare-cumpărare”. În fine, considerăm, că în perioada de tranziție în care se află țara noastră, este admisibil utilizarea acestor termeni ca sinonime - contract de vânzare la distanță și contract de vânzare-cumpărare la distanță, deoarece semnificația acestora este perfect identică.

Este de remarcat că noțiunea unui contract nu poate fi analizată aparte de trăsăturile juridice ale acestuia, pentru a forma o viziune amplă asupra acestui fenomen. În atare sens, pot fi desprinse următoarele caractere juridice ale contractului de vânzare la distanță: este un contract numit, sinalagmatic, consensual, cu titlu oneros, comutativ, translativ de proprietate.

În continuare, compartimentul 2.3 intitulat **Delimitarea vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță de alte instituții juridice similare** este dedicat investigației comparatiste a instituțiilor juridice asemănătoare, precum contractul la distanță, contractul încheiat în afara spațiilor comerciale, contractul legat, contractul electronic, contractul încheiat cu utilizarea mijloacelor electronice și contractul încheiat cu utilizarea aparatelor automate.

Problema delimitării instituțiilor juridice asemănătoare este destul de actuală, deoarece întotdeauna există riscul calificării greșite a raporturilor nou-formate și aplicării legislației total străine acestora. Autorul atestă că principalul criteriu de delimitare între contractul de vânzare la distanță și contractul încheiat în afara spațiilor comerciale constă în faptul că cel din urmă contract se încheie întotdeauna în prezența fizică simultană a părților contractante, chiar în cazul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță imediat după ce consumatorul a negociat contractul cu vânzătorul personal într-un loc care nu este spațiul comercial al profesionistului.

O altă deosebire importantă constă în cerințele față de forma contractului și informația necesară pentru încheierea contractului de vânzare la distanță, care sunt mult mai înalte decât în cazul contractului de vânzare-cumpărare încheiat în afara spațiilor comerciale.

Continuând analiza comparativă, remarcăm că contractul legat este un contract auxiliar la contractul principal de vânzare la distanță, menit să faciliteze executarea celui din urmă cu ajutorul terțelor persoane. Mai mult decât atât, contractul legat are altă natură juridică în comparație cu contractul de vânzare la distanță. Astfel, contractul legat poate fi unul de transport, expediție sau intermediere care asigură posibilitatea încheierii și executării contractului la distanță.

Ca o consecință logică a delimitării contractului electronic și a contractului încheiat prin mijloace electronice de contractul încheiat la distanță, reiese cu certitudine că contractul electronic și contractul la distanță nu sunt categorii juridice similare. Autorul ajunge la concluzia că utilizarea acestor noțiuni se referă la modul și forma încheierii contractului, care sunt noțiuni juridice diferite. Pornind de la aceste considerente, categoriile de comparație în prezentul studiu vor fi acele de contract încheiat prin mijloace electronice și contract încheiat prin mijloace de comunicare la distanță. Considerăm, totuși, că între aceste categorii juridice există distincții importante.

În cazul contractului încheiat la distanță, întotdeauna există un sistem de vânzări la distanță organizat, iar părțile nu sunt prezente fizic simultan în același timp și loc. În schimb, utilizarea mijloacelor electronice la încheierea contractelor nu implică absența părților sau statutul special al acestora, sau exprimarea consimțământului la încheierea contractului în intervale de timp diferite. Prin urmare, în condițiile contemporane de dezvoltare a tehnicii, mijloacele de comunicare la distanță, de cele mai dese ori, pot fi atribuite la categoria mijloacelor electronice, dar nu în toate cazurile actul juridic încheiat cu utilizarea mijloacelor electronice este încheiat la distanță.

În continuare, contractul încheiat cu utilizarea aparatelor automate în niciun caz nu poate fi atribuit la categoria contractelor la distanță din cauza trăsăturilor sale specifice. În primul rând, contractul cu utilizarea aparatelor automate se încheie fără prezența vânzătorului, dar în prezența cumpărătorului care ia cunoștință de informația afișată pe automat și manifestă consimțământul la încheierea contractului. Contractul la distanță se încheie cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, iar în cazul contractului încheiat cu utilizarea aparatelor automate, aceste mijloace nu se utilizează, deoarece părțile contractante nici nu comunică între ele. Cumpărătorul, dacă este interesat de încheierea unui astfel de contract, exprimă, fără echivoc, voința acestuia de a intra în raport juridic, fără a face legătura cu profesionistul.

În **Capitolul 3** intitulat **ELEMENTELE CONTRACTULUI DE VÂNZARE LA DISTANȚĂ** sunt examinate și analizate elementele esențiale ale contractului de vânzare la distanță, precum părțile, obiectul contractului, prețul și forma acestuia.

În compartimentul **3.1** denumit **Părțile în contractul de vânzare la distanță** s-a acordat o atenție deosebită asupra categoriilor de participanți și structurii raporturilor contractuale. Astfel, în calitate de cumpărător, contractul de vânzare la distanță poate fi încheiat de cetățeni, cetățeni străini și apatrizi, fără anumite restricții speciale. Totodată, acest subiect trebuie să aibă o calitate specială pentru a se bucura de protecția oferită de CC în vigoare în unele contracte încheiate cu consumatorii.

O întrebare principală apare în legătură cu identificarea acestor persoane. Problema identificării cumpărătorului persistă îndeosebi în cazul când persoana care nu a atins vârsta majoratului, sau persoana în privința căreia este instituită o măsură de ocrotire contractuală sau judiciară dorește să achiziționeze oarecare bunuri sau servicii interzise la distanță, sau în cazul în care cumpărătorul procură bunuri care pot fi folosite în mod direct ori indirect în scopuri criminale.

În țările dezvoltate cu economie de piață, precum și în RM, au fost deja elaborate unele metode reușite de identificare a părților contractante în cazul în care ele încheie contractele prin

intermediul mijloacelor electronice de comunicare la distanță, cum ar fi: practica de înregistrare a persoanelor care doresc să procure un produs sau un serviciu de pe Internet; utilizarea semnăturii electronice; utilizarea buletinului electronic; clauza privind oferirea informației mai confidențiale decât numele și prenumele, cum ar fi seria și numărul buletinului de identitate.

În cazul relațiilor on-line, participă în calitate de subiecți: consumatori; persoane juridice, persoane fizice care practică activitate de întreprinzător; intermediari profesioniști. În raporturile de vânzare la distanță, putem să desprindem următoarele categorii de intermediari: piețele electronice; intermediarii care oferă servicii informaționale; intermediarii care oferă servicii logistice; intermediarii care efectuează operațiuni de plată.

Autorul cercetează statutul juridic al intermediarilor și reprezentanților în domeniul vânzărilor la distanță, pentru a valorifica pe deplin drepturile și obligațiile profesionistului și consumatorului. În această ordine de idei, autorul ajunge la concluzia că este oportună includerea în legislația civilă a normelor ce ar reglementa clar statutul juridic al intermediarilor și răspunderea lor în raporturile de vânzare la distanță.

În compartimentul **3.2** cu denumirea **Obiectul contractului de vânzare la distanță** sunt luate în vizor diversele opinii doctrinare care au servit drept punct de reper la identificarea obiectului contractului de vânzare la distanță. Complexitatea problematicei în stabilirea obiectului contractului de vânzare la distanță necesită o abordare multiaspectuală, dat fiind faptul că legea specială nu definește nici noțiunea contractului de vânzare la distanță, nici obiectul acestuia. Însă, din interpretarea gramaticală și logică a noțiunii de contract la distanță redată în CC, reiese că pot constitui obiectul contractelor la distanță atât produse, cât și servicii. Este interpretabil faptul dacă această afirmație se referă și la contractul de vânzare la distanță. Dacă în materia comerțului la distanță și a contractelor la distanță, privite dintr-o perspectivă mai largă, bifurcația obiectului raporturilor juridice la bunuri și servicii este înțeleasă și logică, atunci în cazul unui contract de vânzare la distanță o astfel de abordare ridică mai multe întrebări teoretice și practice.

Luând ca premisă practica judiciară a Curții de Justiție a UE, precum și Ghidul Comisiei Europene privind aplicarea Directivei 2011/83/EU [9, p. 7], obiectul material principal al contractului de vânzare la distanță este bunul, dar în sensul restrâns al termenului juridic. În unele cazuri, el poate fi însoțit de obiect accesoriu - servicii, doar atunci când scopul principal al contractului la distanță este transferul dreptului de proprietate asupra bunului. Suplimentar, în calitate de obiect material al contractului de vânzare la distanță pot să apară bunurile mobile, corporale și serviciile aferente necesare pentru realizarea dreptului de proprietate asupra bunurilor procurate, însoțite de informație clară și inteligibilă.

În compartimentul 3.3 denumit **Prețul în contractul de vânzare la distanță** se efectuează o investigație aprofundată a elementului contractului de vânzare la distanță, precum prețul. Așadar, prețul este unul dintre clauzele esențiale asupra căreia trebuie să fie realizat acordul părților contractante și este indispensabil legat de natura juridică a contractului de vânzare-cumpărare la distanță. În cazul participării consumatorului în raporturile de vânzare la distanță, prețul trebuie să fie stipulat expres în contract.

În cazul contractului de vânzare la distanță, CC oferă garanții suplimentare consumatorului în ceea ce privește procedura achitării banilor în condițiile comandării produselor la distanță, mărimea sumei achitate și momentul când suma se transferă profesionistului. În acest scop, 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.

În cazul plăților suplimentare, profesionistul, în baza dispozițiilor CC, solicită înaintea încheierii contractului de vânzare la distanță acordul expres din partea consumatorului cu privire la orice plată suplimentară față de cea asupra căreia s-au înțeles anterior, prin care se remunerează obligația contractuală principală a profesionistului. În cazul în care profesionistul nu a obținut consimțământul explicit al consumatorului, însă l-a dedus utilizând opțiuni incluse în mod automat, pe care consumatorul trebuie să le respingă pentru a evita plata suplimentară, sau prin acceptarea condițiilor contractuale standard, consumatorul poate pretinde restituirea acestei plăți [14]. Drept consecință, ca sancțiune pecuniară pentru încălcarea de către profesionist a acestor norme imperative, consumatorul nu trebuie să suporte nicio plată suplimentară, dacă nu a fost informat despre acest fapt în mod adecvat [9, p. 7].

Menționăm că actualmente se remarcă o tendință de utilizare a metodelor de plată nonbancare în raporturile la distanță. Această metodă de plată arată o creștere impresionantă datorită platformelor de comerț on-line cu amănuntul la nivel mondial, cum ar fi Ebay cu Paypal, Amazon sau Google.

Compartimentul 3.4 intitulat **Forma și modul de încheiere a contractului de vânzare la distanță** dezvăluie problematica încheierii contractului de vânzare la distanță. Grație faptului că în practică există mai multe varietăți ale vânzării la distanță, apare problema stabilirii formei acestora, caci datorită diferenței esențiale dintre mijloacele de comunicare, nu există o formă unică, universală de încheiere a contractelor de vânzare la distanță.

Considerând faptul că în majoritatea cazurilor contractul de vânzare la distanță se încheie între consumator-persoană fizică, și profesionist-persoană juridică, este evident că forma scrisă este obligatorie, cerută *ad probationem*, dar nu *ad validitatem*. Privind în perspectivă, unii cercetători din domeniu constată tendința dematerializării relațiilor la distanță [3, p. 110]. Astfel,

există cazuri când contractele la distanță încheiate prin intermediul mijloacelor electronice se materializează doar prin simpla confirmare a primirii comenzii de către vânzător care nu conțin elementele contractului de vânzare-cumpărare.

Totodată, legea nu se expune clar asupra formei contractului de vânzare la distanță și nu impune în mod imperativ nici forma scrisă sau electronică, dar nici nu permite încheierea contractului în exclusivitate în formă verbală. Totodată, autorul evidențiază, în mod expres, trei etape obligatorii în procedura încheierii contractului de vânzare la distanță cu participarea consumatorului care influențează forma acestuia:

1. Furnizarea informației consumatorului despre clauzele esențiale ale contractului în forma care depinde de mijlocul de comunicare la distanță utilizat, privită ca ofertă.
2. Expunerea voinței de către consumator în orice formă, care se echivalează cu acceptul.
3. Confirmarea încheierii contractului de către profesionist în formă scrisă.

Concluzionăm că contractul de vânzare la distanță poate fi formalizat printr-un singur înscris, numit contract, sau printr-o serie de documente cu efect juridic similar-oferta, acceptul și confirmarea, în cazul participării consumatorului, sau chiar prin combinația acestor modalități. Totul depinde de voința și statutul părților contractante și specificul mijlocului de comunicare la distanță utilizat, iar în scopul demonstrării existenței consimțământului contestat, persoana interesată poate să invoce orice mijloc de probă, afară de proba cu martori.

Capitolul 4 cu denumirea **EFECTELE CONTRACTULUI DE VÂNZARE LA DISTANȚĂ** este dedicat analizei conținutului contractului de vânzare la distanță, precum și problemelor de desființare a raporturilor contractuale.

În compartimentul **4.1** denumit **Conținutul contractului de vânzare la distanță**, investigăm cele mai importante drepturi și obligații ale părților contractante în raporturile de vânzare la distanță, precum: dreptul la informare, dreptul de revocare a consumatorului, dreptul consumatorului de a respinge vânzarea nesolicitată, obligația profesionistului de a confirma încheierea contractului, obligația de livrare a produsului achiziționat la distanță, obligația de a transmite dreptul de proprietate și riscurile de la vânzător la cumpărător, obligația de probare, obligația de a plăti prețul și de suportare a cheltuielilor vânzării, obligația de recepționare a produsului achiziționat și altele.

Este de menționat că dreptul de informare a cumpărătorului în raporturile la distanță este unul dintre pilonii de protecție a consumatorului, menit să asigure echilibrul contractual și bunăstarea celui din urmă [8, p.117]. Este notabil faptul că informația prezentată cumpărătorului, care are calitatea de consumator, înainte de încheierea contractului de vânzare la distanță, este cea mai amplă și detaliată, în comparație cu contractul de vânzare-cumpărare clasic, datorită

faptului că părțile nu se întâlnesc și cumpărătorul nu poate aprecia vizual proprietățile și calitatea obiectului de vânzare.

Până la modernizarea CC, consumatorul a avut mai puține oportunități de apărare în cazul neprezentării informației clare și complete despre tranzacția la distanță. Actualmente, dacă un profesionist va încălca una dintre obligațiile de informare, iar contractul va fi încheiat, profesionistul va avea obligații contractuale așa cum cealaltă parte le-a înțeles. Indiferent dacă contractul s-a încheiat sau nu, profesionistul poartă răspundere față de consumator pentru prejudiciul cauzat.

Autorul precizează faptul că normele legale ce reglementează obligativitatea prezentării informației detaliate despre contractul de vânzare la distanță, consecințele negative ale neprezentării unei astfel de informații pentru vânzător se referă doar la contractul de vânzare a bunurilor și/sau de prestare de servicii la distanță încheiat între un consumator și un profesionist.

Un loc deosebit în cuprinsul compartimentului **4.2**, intitulat **Revocarea contractului de vânzare la distanță**, se atribuie analizei mecanismului revocării contractului de vânzare la distanță, prin prisma garanțiilor și posibilităților oferite consumatorului în raporturile de comerț la distanță. Dreptul de revocare își are originea în sistemele juridice naționale ale diverselor țări europene, dar, în ultimii ani, a devenit o caracteristică proeminentă a dreptului european al contractelor [15, p. 240].

Dreptul de revocare conferit consumatorului servește mai multor scopuri: protejarea consumatorilor de tactici de vânzări agresive, încurajarea consumatorilor de a comanda produse la distanță, precum și familiarizarea consumatorilor cu contracte complexe. Cercetătorii din domeniu atrag atenția asupra faptului că existența dreptului de revocare se bazează pe ideea că consumatorul trebuie să fie protejat. Acest tip de protecție este împotriva lipsei de putere psihologică a consumatorului și lipsei de putere informațională [16, p. 9].

Așadar, ajungem la concluzia că dreptul de revocare este o măsură de protecție strict necesară pentru a proteja consumatorul în contractele la distanță. Deși la prima vedere existența dreptului de revocare este în dezavantajul profesionistului, totuși joacă un rol esențial în creșterea vânzărilor la distanță în ultimele decenii. Acest drept aduce beneficii vânzătorilor, căci există mai multe șanse ca consumatorul va cumpăra un bun, când el are dreptul să-l întoarcă dacă nu-i place. Mai mult decât atât, prin respectarea acestui drept, profesionistul creează o stare de încredere din partea consumatorilor [16, p. 380].

Exercitarea dreptului de revocare este o etapă formalizată în relațiile dintre vânzător și cumpărător. În acest scop, consumatorul are posibilitatea:

a) de a folosi formularul-tip de revocare prevăzut în Anexa nr. 6 la Legea nr. 1125/2002 pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova [11];

b) de a face orice altă declarație neechivocă în care să-și exprime decizia de revocare a contractului [14].

Pe de altă parte, declarația utilizată de către consumator de revocare a contractului la distanță nu trebuie neapărat să se refere la dreptul de „revocare” din punct de vedere juridic. O declarație de „terminare” sau „retragere” din contract, sau folosirea cuvintelor similare ar trebui considerate ca fiind suficiente „fără oarecare dubii”, atâta timp cât consumatorul și contractul în cauză pot fi identificate [9, p. 42]. O scrisoare, un apel telefonic sau returnarea bunurilor însoțită de o declarație clar formulată ar putea satisface aceste cerințe, dar sarcina probei privind retragerea în termenul fixat prin directivă ar trebui să-i revină consumatorului. Din atare motiv, este în interesul acestuia din urmă să utilizeze un suport durabil, atunci când comunică profesionistului retragerea sa.

O altă problemă importantă este determinarea efectelor în exercitarea dreptului de revocare. Majoritatea doctrinarilor au ajuns la concluzia că revocarea contractului are ca efect desființarea acestuia și, implicit, a raportului juridic născut între părțile contractante. În al doilea rând, părțile sunt obligate să restituie prestațiile efectuate până în momentul desființării contractului. În asemenea condiții, consumatorul returnează produsele sau le înmânează profesionistului ori unei persoane autorizate de profesionist să recepționeze produsele, fără întârzieri nejustificate și în decurs de cel mult 14 zile calendaristice de la data la care acesta i-a comunicat profesionistului decizia sa de revocare [14].

Trezește un interes deosebit problematica stării bunului returnat. Astfel, legiuitorul delimitează despachetarea și manipularea bunului necesară pentru determinarea naturii, caracteristicilor și modului de funcționare ale acestuia și folosirea bunului conform destinației în mod obișnuit pentru necesitățile personale. În primul caz, consumatorul nu-și pierde dreptul la returnarea costului. În al doilea caz, profesionistul are dreptul să reducă suma rambursată consumatorului pentru a acoperi diminuarea valorii produsului ce rezultă din manipularea necorespunzătoare a acestuia în perioada de exercitare a dreptului de revocare, alta decât cea necesară pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării produsului. Indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil de diminuarea valorii produsului în cazul în care profesionistul a omis să-l informeze cu privire la dreptul de revocare.

O atenție deosebită a fost acordată problemei rezoluțiunii contractului la distanță în compartimentul **4.3 intitulat Rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță**. Părțile contractante în dubla lor ipostază de debitori, dar și de creditori, sunt îndreptățite să apeleze la mijloace juridice permise de lege, pentru a fi sigure că debitorii își vor îndeplini obligațiile asumate la termen, corect și cu bună-credință [10, p. 110]. Astfel, în cazul în care una dintre părțile contractului sinalagmatic nu-și execută prestațiile la care s-a obligat pentru că nu vrea sau

nu poate, cealaltă parte dispune de următoarele posibilități: fie să ceară executarea silită, fie să opună excepție de neexecutare a contractului, fie să obțină reducerea propriei obligații corelative, fie să ceară desființarea retroactivă a contractului prin rezoluțiune, ultima variantă înlăturând și dezavantajul executării silite [6, p. 35].

Autorul atrage atenția asupra faptului că, prin adoptarea Legii privind modernizarea CC, ca urmare a criticilor aduse în doctrină privind distincția dintre rezoluțiune și reziliere, termenii juridici „rezoluțiune” și „reziliere” au fost înlocuiți cu unicul „rezoluțiune”. În aceste circumstanțe, art. 920 CC face distincție între rezoluțiunea totală sau parțială. Astfel, dacă este vorba de neexecutarea esențială a contractului de vânzare la distanță, atunci va fi aplicată rezoluțiunea totală, iar în cazul contractului de prestare a serviciilor la distanță-rezoluțiunea parțială.

O întrebare frecvent tratată în lucrările doctrinare este problema cauzelor care duc la desființarea contractului. Astfel, un motiv întemeiat pentru rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță este neefectuarea livrării, care se echivalează cu nepredarea bunului, la fel ca în cazul contractului clasic de vânzare-cumpărare.

În continuare, consumatorul poate declara rezoluțiunea vânzării-cumpărării în cazul livrării bunului cu vicii, indiferent de însemnătatea viciului, cu excepția cazului în care viciul este minor. Suplimentar, există și alte motive de rezoluțiune a contractului la distanță, în general, și în cazul contractelor de vânzare la distanță, în particular.

Astfel, dacă un profesionist a încălcat una dintre obligațiile de informare a consumatorului, iar contractul a fost încheiat, profesionistul poartă obligații contractuale așa cum cealaltă parte le-a înțeles în mod rezonabil din cauza absenței informației sau incorectitudinii acesteia. În caz de neexecutare a obligațiilor contractuale, consumatorul poate recurge la mijloacele juridice de apărare disponibile creditorului, inclusiv la rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță.

Este important de reținut că legislația specială nu reglementează procedura și modul de rezoluțiune a contractului de vânzare la distanță. Potrivit art. 921 CC, dreptul la rezoluțiune se exercită de către partea îndreptățită prin declarație scrisă, notificată celeilalte părți contractante. Astfel, în cazul în care cumpărătorul dorește să rezoluționeze contractul de vânzare la distanță sau contractul de prestare a serviciilor la distanță, urmează a fi respectată procedura de notificare a celeilalte părți. Totodată, datorită statutului vulnerabil al consumatorului în raporturile de vânzare la distanță, este necesar de a completa art. 922 CC cu alin. (4), care ar reglementa termenul și modul de rezoluțiune a contractului de vânzare la distanță.

În afară de rezoluțiunea contractului, consumatorul poate recurge la alte metode de apărare a drepturilor sale prevăzute de lege.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Discuțiile doctrinare pe plan mondial cu privire la vânzările la distanță au luat naștere odată cu globalizarea comerțului și dezvoltarea economică, industrială și socială a statelor moderne, acesta fiind unul dintre instrumentele juridice pentru stabilirea relațiilor contractuale dintre vânzător și cumpărător în diferite colțuri ale lumii. Ca rezultat al analizei efectuate în prezentul studiu, relevăm următoarele concluzii:

1. Comerțul la distanță este cel mai amplu concept dintre cele analizate în lucrare și reprezintă forma complexă a activității comerciale care include vânzarea bunurilor și prestarea serviciilor la distanță; contractul la distanță este un act juridic negociat și încheiat prin modalitate tehnică specială de încheiere a contractelor, fără prezența fizică simultană a părților contractante; vânzarea la distanță este o formă de vânzare a bunurilor în afara magazinelor standarde prin utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță; iar contractul de vânzare la distanță este o construcție contractuală, specie originală a contractului clasic de vânzare-cumpărare (2.1. „Esența, natura și conținutul instituției vânzării la distanță”, p. 51).

2. Știința dreptului permite cercetarea fenomenului juridic sub diferite aspecte - obiective și subiective, economice și juridice, pozitive și negative. În această ordine de idei, termenul de „vânzare la distanță” poate fi cercetat prin prisma analizei sensului economic și juridic al acestuia.

2.1. Din punct de vedere economic, **vânzarea la distanță** este o formă de vânzare cu amănuntul a bunurilor în afara magazinelor standarde, prin trimiterea și livrarea bunurilor comandate de către clienți la adresele indicate de aceștia. Trăsăturile caracteristice ale vânzării la distanță sunt:

- raporturile se nasc fără prezența fizică a ambelor părți implicate;
- se realizează în cadrul unui sistem organizat de vânzări sau de prestări de servicii la distanță;
- bunurile sunt prezentate cumpărătorului în forma vizuală printr-o gamă largă de mijloace tehnice de comunicare, fără contact fizic cu bunul până în momentul livrării.

Din punct de vedere juridic, vânzarea la distanță poate fi tratată ca un raport juridic de drept civil. Considerăm că **raportul de vânzare la distanță** este o relație socială care se naște, se modifică și se stinge, fără prezența fizică simultană a subiecților în cadrul unui sistem de vânzări organizat la distanță cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță (2.1. „Esența, natura și conținutul instituției vânzării la distanță”, p. 50).

În consecință, vânzarea la distanță în dubla sa ipostază de raport juridic și raport economic se manifestă în realitatea juridică prin anumite construcții juridice contractuale, și

anume, contractul de vânzare-cumpărare la distanță. Tocmai prin contractul de vânzare-cumpărare, vânzarea la distanță, ca forma specifică a vânzării, își regăsește reflectarea legală.

2.2. Pornind de la faptul că orice fenomen juridic poate fi caracterizat printr-o multitudine de calități, am ales metoda de a defini noțiunea „contractului de vânzare la distanță” prin enumerarea elementelor esențiale și trăsăturilor specifice și definatorii ale contractului. Din cele expuse *supra*, conchidem că **contractul de vânzare la distanță** prezintă:

- un contract în care vânzătorul - profesionist transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor produse către cumpărător, iar cel din urmă plătește sau se angajează să plătească prețul acestora;

- este încheiat în cadrul unui sistem organizat de vânzări la distanță, cu utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță;

- fără prezența fizică simultană a părților contractante;

- în care cumpărătorul nu are posibilitate de a examina nemijlocit produsul comandat până în momentul livrării (2.2. „Noțiunea și caracterele juridice ale contractului de vânzare la distanță”, p. 57).

Mai menționăm că contractul de vânzare la distanță este un instrument juridic eficient de protecție a drepturilor consumatorilor din întreaga lume, inclusiv din RM, care demult optează pentru comandarea produselor la distanță, oricine ar fi și oriunde s-ar afla.

3. În secolul XXI, domeniul vânzărilor 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 mărfurilor, precum poșta electronică, telefon, videofon, televiziune, servicii de mesagerie pe Internet. Astfel, în funcție de mijlocul de comunicare ales de către părțile contractante, se 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, vânzările pe Internet (1.2. „Geneza și evoluția instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță”, p. 34).

4. Importanța identificării cumpărătorului în tranzacțiile la distanță rezidă în faptul necesității verificării capacității de exercițiu, consimțământului, precum și scopurilor urmărite de cumpărător. În literatura de specialitate se discută, iar în practică deja se utilizează câteva metode reușite de identificare a părților contractante, cum ar fi: practica de înregistrare obligatorie a persoanelor care doresc să procure un produs sau serviciu la distanță, utilizarea semnăturii electronice, utilizarea buletinului electronic, oferirea informației confidențiale în schimbul garanțiilor suplimentare ale vânzătorului (3.1. „Părțile în contractul de vânzare la distanță”, p. 76- 79).

5. Obiectul material principal al contractului de vânzare la distanță este bunul, în sensul restrâns al termenului juridic. În unele cazuri, el poate fi însoțit de obiectul accesoriu—servicii, doar atunci când scopul principal al contractului de vânzare la distanță este transferul dreptului de proprietate asupra bunului. În calitate de obiect material al contractului de vânzare la distanță pot apărea bunurile mobile, corporale și servicii aferente, necesare pentru realizarea dreptului de proprietate asupra produselor procurate, însoțite de informații clare și inteligibile (3.2. „Regimul juridic al obiectului contractului de vânzare la distanță”, p. 94).

În unele țări europene, acum 10 ani, a început să se dezvolte piața imobiliară electronică, iar cele mai active la acest capitol sunt Germania și Marea Britanie. În aceste țări, modalitatea tradițională a vânzării imobiliare continuă să existe, însă tot mai multe companii și clienți aleg avantajele internetului pentru vânzarea bunurilor imobile. În această ordine de idei, analizând perspectivele dezvoltării instituției vânzării la distanță în RM, putem admite că, bázându-se pe experiența europeană, în viitorul apropiat bunurile imobile vor putea constitui obiectul vânzărilor la distanță (3.2. „Regimul juridic al obiectului contractului de vânzare la distanță”, p. 95).

6. În condițiile dezvoltării dinamice a mijloacelor de comunicare la distanță, asigurarea securității tranzacțiilor la distanță constituie cea mai importantă provocare ce stă în fața statelor și agenților economici. Astfel, elementele de bază pentru securitatea comerțului la distanță le constituie: identificarea și autentificarea participanților, informarea eficientă a consumatorilor, alegerea metodelor sigure de plată, transmiterea sigură a informației și păstrarea confidențialității, precum și existența metodelor legale de tragere la răspundere contractuală și extracontractuală. Ținând seama de cele spuse, este importantă adoptarea legislației și dezvoltarea politicilor specifice de securitate informatică și de comunicație.

Obligația informării este unul dintre pilonii de protecție a consumatorului, menit să asigure echilibrul contractual și bunăstarea celui din urmă atât la etapa precontractuală, cât și în cursul realizării și încetării raporturilor la distanță. Informația prezentată cumpărătorului, care are calitatea de consumator, înainte de încheierea contractului de vânzare la distanță este cea mai amplă și detaliată, în comparație cu contractul de vânzare-cumpărare clasic, datorită faptului că părțile nu se întâlnesc și cumpărătorul nu poate aprecia vizual proprietățile și calitatea obiectului de vânzare (4.1. „Conținutul contractului de vânzare la distanță”, p. 115).

7. Este important de reținut că legislația specială nu reglementează procedura și modul de rezoluțiune a contractului de vânzare la distanță. Astfel, în cazul în care cumpărătorul dorește să rezoluționeze contractul de vânzare la distanță sau contractul de prestare a serviciilor la distanță, urmează a fi respectată procedura de notificare scrisă a celeilalte părți. În afară de rezoluțiunea contractului, consumatorul poate recurge la alte metode de apărare a drepturilor sale prevăzute de lege: sancționarea profesionistului care nu poate îndeplini comanda consumatorului făcută

prin comunicare la distanță, declararea nulității unor clauze abuzive, tragere la răspundere delictuală a profesionistului pentru produse cu vicii, precum și invocarea nulității de protecție (4.3. „Rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță”, p. 153).

Ca rezultat al realizării cercetării științifice, au fost identificate o serie de problematici și aspecte neclare ale legislației în vigoare. În spiritul științific al circumstanțelor clarificate și în baza concluziilor relevate au fost formulate următoarele recomandări:

1. Analizând baza normativă națională, ajungem la concluzia că vânzarea la distanță, ca formă a vânzării bunurilor, se atribuie la categoria comerțului cu amănuntul, ceea ce totuși nu este reflectat în legislație. Considerăm că art. 9 alin. (1) din Legea cu privire la comerțul interior urmează a fi modificat și expus în următoarea formulare: *Comerțul cu amănuntul se desfășoară prin intermediul unităților comerciale staționare (magazine), staționare provizorii (pavilioane, gherete (chioșcuri)), unităților mobile sau printr-un sistem organizat de vânzări sau de prestări de servicii la distanță, dar și prin alte modalități prevăzute de legislație.* (2.1. „Esența, natura și conținutul instituției vânzării la distanță”, p. 50).

2. Considerăm că este oportună includerea în legislația specială a normelor care ar reglementa clar statutul juridic al intermediarilor și răspunderea lor în raporturile de vânzare la distanță. Luând ca premisă cele spuse, ghidându-ne de logica Directivei 31/2000 din 08.06.2000, propunem completarea art. 12 din Legea privind comerțul electronic cu alin. (5) în următoarea redacție: *Intermediarul în comerțul electronic poartă răspundere pentru informația transmisă, recepționată sau stocată dacă a inițiat transmiterea; a selectat destinatarul transmiterii sau a modificat informațiile care fac obiectul transmiterii* (3.1. „Părțile în contractul de vânzare la distanță”, p. 85).

3. În lumina adoptării legislației ce ține de activitatea piețelor electronice în spațiul european, considerăm că și în RM ar fi bine-venită adoptarea *Legii privind activitatea piețelor electronice*, având în vedere că actualmente în țară funcționează și se dezvoltă o sumedenie de magazine electronice, care oferă altor companii spațiu electronic pentru realizarea producției (3.1. „Părțile în contractul de vânzare la distanță”, p. 87).

4. Se propune excluderea expresă a medicamentelor cu prescripție medicală din obiectul reglementării contractului de vânzare la distanță și creării unui cadru juridic separat, din motiv că aceste produse sunt legate de viața și sănătatea oamenilor, sunt perisabile sau necesită condiții stricte de păstrare. Astfel, propunem completarea alin. (2) art. 1018 CC cu litera n) în această redacție: *Prezenta secțiune nu se aplică următoarelor tipuri de contracte: contracte având ca obiect produse medicamentoase cu prescripție medicală* (3.2. „Regimul juridic al obiectului contractului de vânzare la distanță”, p. 98).

5. Legislația mai multor țări stabilește expres momentul încheierii contractului la distanță, inclusiv cel din domeniul comerțului electronic. Deși în RM legiuitorul reglementează regula generală privind momentul încheierii oricărui contract, o prevedere specială în materia vânzărilor la distanță ar fi bine-venită datorită complexității și diversității raporturilor care se formează în domeniul cercetat. Ținând seama de cele expuse, propunem includerea în textul art. 1017 alin. (9) CC a unei propoziții care ar reglementa momentul încheierii contractului de vânzare la distanță a bunurilor în următoarea redacție: *Momentul încheierii contractului de vânzare la distanță a bunurilor îl constituie momentul confirmării, pe un suport durabil, de către profesionist a acceptării comenzii transmise de consumator* (Capitolul 4.1.1. „Drepturile și obligațiile vânzătorului”, p. 127).

6. Propunem includerea în textul normei care reglementează cerințele de informare pentru contractele la distanță și cele negociate în afara spațiilor comerciale (art. 1015 CC în versiunea nouă) a unei noi litere u) în următoarea formulare: *legea aplicabilă contractului la distanță încheia*. În aceste circumstanțe, profesionistul va fi obligat, înainte ca un contract la distanță să producă efecte, să furnizeze consumatorului informații într-un mod clar și inteligibil despre dreptul aplicabil contractului, informație necesară pentru protecția efectivă a drepturilor consumatorului (4.1.1. „Drepturile și obligațiile vânzătorului”, p. 125).

7. Considerăm că în cazul în care este încheiat un contract de vânzare la distanță, informațiile primite de consumator ar trebui să conțină mențiunea că respectivul contract este încheiat la distanță. De asemenea, ar fi bine-venită precizarea mijlocului de comunicare la distanță utilizat (4.1.1. „Drepturile și obligațiile vânzătorului”, p. 125).

8. Având în vedere statutul vulnerabil al consumatorului în raporturile de vânzare la distanță, este necesar a completa art. 922 CC cu alin. (4) care ar reglementa termenul și modul de rezoluțiune ale contractului de vânzare la distanță în următoarea redacție: (2) *Dreptul la rezoluțiune al contractelor la distanță se exercită de către consumator prin declarație scrisă notificată vânzătorului în termen de două luni din momentul apariției dreptului de rezoluțiune* (4.3. „Rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță”, p. 153).

9. Constatăm cu regret că în RM nu există o asociație profesională care s-ar preocupa de problemele vânzărilor on-line și la distanță, deși necesitatea unor schimbări în acest sens crește odată cu dezvoltarea tehnologiilor de comunicare la distanță. Bazându-ne pe o implicare suficient de activă a antreprenorilor autohtoni în comerțul la distanță, considerăm că este logică crearea unei Asociații Naționale de vânzări la distanță în RM pentru protejarea intereselor profesionale ale acestora (3.1. „Părțile în contractul de vânzare la distanță”, p. 81).

10. Urmărind obiectivul de a unifica și raționaliza sistemul juridic autohton, legiuitorul a codificat prevederile Legii despre drepturile consumatorilor la încheierea contractelor și le-a

incorporat în CC modernizat, simultan cu abrogarea legii speciale. Totodată, normele legale din CC modernizat, care reglementează raporturile la distanță, nu sunt cuprinse într-un singur capitol, ci sunt situate în diferite capitole și secțiuni ale Codului. În consecință, eficacitatea reglementării legale a raporturilor la distanță, inclusiv a celor de vânzare la distanță, scade în mod considerabil, în comparație cu legislația europeană și a țărilor vecine.

Considerăm că, în condițiile abrogării actului normativ special, ar fi oportună gruparea tuturor articolelor dedicate contractului de vânzare la distanță într-un singur capitol, în Secțiunea a 7-a „Vânzarea-cumpărarea de bunuri pentru consum” Capitolul I din T i t l u l III CC, dedicat contractului de vânzare-cumpărare. Suplimentar, datorită naturii juridice diferite a contractului de prestare a serviciilor la distanță și a contractului de vânzare la distanță, normele care reglementează nașterea, executarea și încetarea acestora trebuie să fie separate, în funcție de specificul lor (1.2. „Geneza și evoluția instituției vânzării la distanță”, p. 40).

Avantajele elaborărilor propuse constau în analiza complexă, aprofundată a raporturilor de vânzare la distanță în RM, efectuând, în același timp, o analiză comparativă a acestei instituții cu legislația și jurisprudența europeană, precum și cu legislația țărilor vecine. Rezultatele obținute, precum și concluziile și recomandările formulate au contribuit la rezolvarea problemei științifice, și anume determinarea esenței, rolului și locului instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță în cadrul dreptului civil.

Valoarea aplicativă a lucrării constă în faptul că concluziile și propunerile formulate pot fi utile în procesul de perfecționare a legislației care reglementează instituția vânzării la distanță, precum și a practicii judiciare pertinente. Anume din aceste considerente, autorul a prezentat propunerile *de lege ferenda* Ministerului Justiției, precum și Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței, anexând copia propunerilor la această teză.

Impactul asupra științei și economiei. Prezenta teză de doctor este o lucrare unică în domeniul cercetat din motivul lipsei cercetărilor doctrinale complexe ale instituției vânzărilor la distanță în RM. Din punctul de vedere al impactului asupra științei, menționăm că problemele științifice dezbătute în prezenta lucrare sunt de actualitate deosebită și bazate pe cercetările cele mai recente ale doctrinarilor europeni.

Astfel, constatările și conceptele formulate de autor pot fi utilizate în activitatea științifică și didactică în cadrul Facultății de Drept a Universității de Stat din Moldova, a altor universități, precum și în practica instanțelor judecătorești. Rezultatele cercetării realizate în studiul tezei de doctor au fost publicate în reviste de drept, unele au fost aprobate în cadrul conferințelor științifice naționale și internaționale. Rezultatele cercetării au fost valorificate inclusiv prin predarea cursurilor de Drept civil. Teza este elaborată în cadrul Departamentului Drept Privat al

Facultății de Drept a Universității de Stat din Moldova, unde a fost examinată, dezbătută și promovată pentru susținere.

Deși lucrarea de față are o serie de merite și contribuie la îmbogățirea cunoștințelor generale referitoare la instituția vânzării la distanță, totuși studiul are anumite limite, ce reiesă din natura dinamică a raporturilor cercetate. Datorită naturii complexe a instituției vânzării la distanță, autorul nu a reușit să cerceteze amănunțit toate aspectele problematice ale formelor vânzării la distanță. Astfel, autorul a oferit spre examinare o serie de aspecte problematice care necesită o cercetare ulterioară și, respectiv, pot constitui punctul de plecare al altor cercetători în domeniul respectiv.

În final, menționăm că prezenta lucrare științifică generează necesitatea unei viitoare cercetări, *de perspectivă*, a instituției vânzării la distanță. În condițiile dezvoltării raporturilor la distanță în RM, necesită o analiză aparte problematica prestării de servicii la distanță, a contractelor privind conținuturi digitale, particularitățile răspunderii civile în raporturile la distanță, problematica identificării participanților la raporturile de vânzare la distanță, precum și asigurării securității și protecției drepturilor consumatorilor în cadrul comerțului la distanță, nu doar la nivel național, dar și pe baza practicilor internaționale din acest domeniu.

Mai mult decât atât, în contextul pandemiei globale de COVID-19, care continuă să înregistreze o extindere rapidă în majoritatea țărilor, problemele comerțului la distanță nerezolvate în practică sau la nivel doctrinal au devenit mai acute, generând necesitatea accelerării cercetării fenomenului vânzării la distanță. Pe termen scurt este necesară ajustarea legislației și practicii comerciale la solicitările din timpul pandemiei, anticipând scenariile posibile de criză. Totuși, putem afirma, cu deplină încredere, că comerțul la distanță în general, precum și instituția vânzării la distanță în particular, vor continua să se dezvolte exponențial, asigurând efectiv necesitățile crescute a tuturor actorilor implicați.

BIBLIOGRAFIE

1. BÎRLEA, S. Comerțul electronic-dezvoltare și perspective în comerțul modern al întreprinderilor din raionul Cahul. În: *Buletinul științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul*, nr. 1 (9), 2013, pp. 28-39. ISSN 1875-2723.
2. BLEOANCĂ, A. *Contractul în formă electronică*. București: Hamangiu, 2010. 228 p. ISBN 606-522-306-6.
3. BOCȘA, I. M. *Încheierea contractelor de comerț internațional prin mijloace electronice*. București: Universul Juridic, 2010. 420 p. ISBN / ISSN 973-127-334-1.
4. Codul civil German. Ediția a 3-a. Moscova: Wolter Kluwer, 2008. 730 p. ISBN 5466003700.
5. Directiva Parlamentului European și a Consiliului privind drepturile consumatorilor, nr. 2011/83/UE din 25 octombrie 2011. În: *Jurnalul Oficial al Comunităților Europene*, 22.11.2011, L 304, pp. 64-88.
6. DAGHIE, N. *Rezoluțiunea și rezilierea contractelor*. București: Universul juridic, 2013. 334 p. ISBN 978-606-673-100-3.
7. DRUMARIU, C. *Vânzarea produselor profesioniștilor către cumpărătorii-consumatori*: tz. de doct. în drept. București, 2011. 240 p.
8. GILLIES, L. E. *Electronic Commerce and international private law. A study of electronic consumer contracts*. New York: Routledge Taylor and Francis group, 2016. 286 p. ISBN 978-1-31557903-0.
9. Ghidul de justiție privind Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor [online]. [citat 09.09.2018]. Disponibil: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_ro.pdf
10. GRIBINCEA, L. *Dreptul comerțului internațional. Tratat*. Chișinău: Reclama, 2014. 885 p. ISBN 978-9975-58-027-4.
11. Legea RM pentru punerea în aplicare a Codului civil al Republicii Moldova: nr. 1125 din 13.06.2002. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 22.06.2002, nr. 82, art. 663.
12. 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.
13. 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.
14. 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.

15. Marco F. CAMPAGNA. Transparent consumer information in Directive 2011/83/EU. *The Columbia journal of european law* [online]. Summer, 2012. [citat 15.09.2018]. Disponibil: <http://cjel.law.columbia.edu>
16. PAMARIA, R., VAN DEN BERGH, R. Cooling-Off Periods in Consumer Law. In: *Journal of Consumer Policy*, 2000, nr. 23, pp. 380-405. ISSN 0168-7034.
17. БЕЛОВА, О. *Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи*: Автореферат дисс. канд. юрид. наук, Волгоград, 2010. 22 с.
18. ВЕЛИЧКОВСКИЙ, А. В. Возврат товаров по договору розничной купли-продажи. В: *Гражданское право*, 2011, № 1, сс. 103-105. ISSN 2070-2140.
19. ЗАК, А. *Гражданско-правовые проблемы участия потребителей в дистанционных договорах в России и за рубежом*: дисс. канд. юр. наук. Москва, 2011. 229 с.
20. КУЗЬМЕНКО, А. *Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли*: Диссертация на соискание ученой степени канд. юр. наук Москва, 2010. 194 с.
21. РОМЕЛЬ, Ю. В. Форма договора, заключаемого при помощи электронных средств связи. В: *Юридический журнал*, 2009, № 4, сс. 93-96.
22. СОЛОВЬЕВ, К. В., ЧЕКМАРЕВ, Г. Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования. В: *Вестник Международного института экономики и права*, 2016, № 3 (24), сс.119-126. ISSN 2220-9387.
23. ФРОЛОВ, И. В. *Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации*: дисс. канд. юрид. наук. Москва, 2018. 166 с.
24. ШЕЛИХОВ, В. В., ГРОМОВА, О. О. *Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика*. Москва: Амалданик, 2011. 109 с. ISBN 978-5-901546-18-5.

PUBLICAȚII LA TEMA TEZEI:

1. **CALMÎC, V. Rezoluțiunea contractului de vânzare la distanță.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței științifice naționale cu participare internațională «Statul și dreptul între tradiție și modernitate»*, 28 martie 2019, Chișinău, pp. 332-341.
2. **Calmîc, V. Formele exercitării vânzărilor la distanță.** În: *Studia Universitatis Moldaviae*, 2018, nr. 8 (118), pp. 134-141. ISSN 1814-3199.
3. **Calmîc, V. Forma contractului de vânzarea la distanță.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței Științifice Naționale cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare” Chișinău, Universitatea de Stat din Moldova*, 8-9 noiembrie 2018. pp. 159-162. ISBN 978-9975-142-50-2.
4. **Calmîc, V. Право на информацию - фундаментальное и неотъемлемое право покупателя в рамках дистанционной торговли.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței Științifice Internaționale „Актуальные научные исследования в современном мире”*, Переяслав-Хмельницкий, Украина, aprilie 2018. pp. 111-115. ISSN 2524-0986.
5. **Calmîc, V. Revocarea contractului de vânzare la distanță.** În: *Legea și Viața*, 2018, nr. 9 (321), pp. 22-27. ISSN 1810-309X.
6. **Calmîc, V. Obiectul contractului de vânzare la distanță.** În: *Legea și Viața*, 2018, nr. 7(319), pp. 18-23. ISSN 1810-309X.
7. **Calmîc, V. Коммерсант-участник правоотношений по дистанционной купле-продажи в Республике Молдова.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței Științifice Internaționale „Актуальные научные исследования в современном мире”*, Переяслав-Хмельницкий, Украина, aprilie 2017. pp. 51-56. ISSN 2524-0986.
8. **Calmîc, V. Identificarea cumpărătorului în contractele de vânzare la distanță.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței Științifice Naționale cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare” Chișinău, Universitatea de Stat din Moldova*, 9-10 noiembrie 2017. pp. 111-114. ISBN 978-9975-71-812-7.
9. **Calmîc, V. Contractul de vânzare-cumpărare la distanță: definiții.** În: *Studia Universitatis Moldaviae*, 2016, nr. 2 (29), pp.128-133. ISSN 1814-3199.
10. **Calmîc, V. Corelația dintre contractul de vânzarea-cumpărare și contractul de vânzarea-cumpărare la distanță.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței Științifice Naționale cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare” Chișinău, Universitatea de Stat din Moldova*, 28-29 septembrie 2016, pp. 7-11. ISBN 978-9975-71-816-5.
11. **Calmîc, V. Reglementarea juridică și importanța practică a contractului de vânzare-cumpărare la distanță.** În: *Rezumatele comunicărilor Conferinței internațională,, Rolul științei*

și educației în implementarea acordului de asociere la Uniunea Europeană". Chișinău, 5 februarie 2015, pp. 534-538.

ADNOTARE

Calmîc Vlada, „Cadrul juridic actual al vânzării la distanță”, teză de doctor în drept, Chișinău, 2020

Structura tezei: Introducere, 4 capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 272 de titluri, 155 de pagini text de bază. Rezultatele obținute sunt publicate în 11 lucrări științifice.

Cuvinte-cheie: vânzare la distanță, contract la distanță, vânzare-cumpărare, mijloace de comunicare la distanță, consumator, profesionist, revocare, dreptul la informare.

Scopul și obiectivele tezei: determinarea locului, rolului și esenței instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță prin prisma legislației, doctrinei și jurisprudenței naționale și europene în vederea identificării instrumentelor eficiente de protecție a drepturilor participanților la raporturile la distanță. Principalele obiective sunt stabilirea naturii juridice a instituției vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță, evidențierea trăsăturilor specifice și a elementelor esențiale ale instituției vânzării la distanță, a contractului de vânzare la distanță, stabilirea specificului drepturilor și obligațiilor contractuale.

Noutatea și originalitatea științifică: se manifestă prin cercetarea multidimensională a fenomenului vânzării la distanță și a contractului de vânzare la distanță cu generarea unor soluții eficiente de asigurare a securității personale și monetare a consumatorilor la etapa precontractuală, la etapa încheierii, executării și încetării contractului de vânzare la distanță.

Rezultatele obținute care contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante: consistă în conceptualizarea fenomenului vânzării la distanță, argumentarea rolului și locului acesteia în ramura de drept civil, demonstrarea statutului special și original al contractului de vânzare la distanță.

Semnificația teoretică și valoarea aplicativă a lucrării: rezidă în faptul că se încearcă a trata multiaspectual reglementările juridice ale instituției vânzărilor la distanță prin evidențierea interferențelor cu alte instituții ale dreptului civil. Importanța teoretică constă în analiza complexă și aprofundată a naturii, caracteristicilor inseparabile și elementelor esențiale ale instituției vânzării la distanță, precum și a contractului de vânzare la distanță. Rezultatele obținute pot servi ca punct de plecare în cercetarea ulterioară a problemei abordate.

Implementarea rezultatelor științifice: concluziile și propunerile formulate de autor, prezentate Ministerului Justiției și Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței, pot fi utile în procesul de perfecționare a legislației, soluționarea problemelor practice întâmpinate de profesioniștii din domeniul jurisprudenței și de consumatori, inclusiv în procesul didactic în cadrul instituțiilor de învățământ.

АННОТАЦИЯ

Калмык Влада, «Современное правовое регулирование дистанционных продаж», диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук, Кишинев, 2020.

Структура диссертации: введение, 4 главы, общие выводы и рекомендации, библиография из 272 источников, 155 основных страниц основного текста. Достиженные результаты опубликованы в 11 научных работах.

Ключевые слова: дистанционная продажа, дистанционный договор, купля-продажа, средства дистанционного общения, потребитель, отзыв, право на информацию.

Цель и задачи исследования: определение места, роли и сущности института дистанционной продажи и договора о дистанционной продаже в рамках национального и европейского законодательства, доктрины и юриспруденции с целью определения эффективных инструментов защиты прав участников данных отношений. Основными целями являются определение юридической природы института дистанционной продажи и договора о дистанционной продаже, с выделением специфических особенностей и существенных элементов, установление конкретных договорных прав и обязанностей.

Научная новизна и оригинальность: проявляется через многогранное исследование феномена дистанционной продажи и договора о дистанционной продаже с выработкой эффективных решений для обеспечения личной и денежной безопасности потребителей на преддоговорной стадии, а также на стадии заключения, исполнения и расторжения договора о дистанционной продаже.

Решенная научная проблема: состоит в концептуализации феномена дистанционной продажи, доказывания особого положения договора дистанционной купли-продажи, а также в обосновании роли и места соответствующих институтов в отрасли гражданского права.

Теоретическая значимость и прикладная ценность работы: состоит в комплексном анализе природы, существенных характеристик и основных элементов института дистанционных продаж. Полученные результаты могут послужить отправной точкой для дальнейших исследований по данному вопросу.

Внедрение научных результатов: Выводы и предложения, сформулированные автором, представленные Министерству Юстиции и Агентству по защите прав потребителей и надзору за рынком, могут быть полезны в процессе совершенствования законодательства, решения практических проблем, с которыми сталкиваются юристы и потребители, в том числе в процессе обучения.

ANNOTATION

Calmic Vlada, "The current legal framework for distance selling", Thesis for obtaining scientific degree of Doctor of Laws. Chişinău, 2020.

Structure of the thesis: Introduction, 4 chapters, conclusions and recommendations, bibliography from 272 titles, 155 basic text pages. The results are published in 11 scientific papers.

Keywords: distance selling, distance contract, distance sale contract, distance means of communication, consumer, professional, revocation, right to information.

Purpose and objectives of the thesis: determining the place and essence of the distance selling and the distance selling contract in the light of national and european legislation, doctrine and jurisprudence, with a view to identifying effective instruments for protecting the rights of participants in distance relations. The main objectives are to establish the legal nature of the distance selling institution and the distance selling contract, highlighting the specific features and essential elements of this institutions, establishing the specific contractual rights and obligations.

Scientific novelty and originality: manifests through the multidimensional research of the phenomenon of distance selling and the distance selling contract with the generation of effective solutions to ensure personal and monetary security of consumers at the pre-contractual stage, as well as at the stage of concluding, executing and terminating the distance selling contract.

The solved scientific problem: consists in conceptualizing the phenomenon of distance selling, demonstrating the special and original status of the distance selling contract as well, and arguing the role and place of the institutions concerned in the civil law branch.

The theoretical significance and the applicative value: of the work are the fact that in the study is attempted a multi-aspect treatment of the legal regulations of the institution of distance sales with highlighting the interferences with other civil law institutions. Theoretical importance consists in the complex and in-depth analysis of the nature, the inseparable characteristics and the essential elements of the distance sales institution, as well as the distance selling contract. The results obtained may serve as a starting point for further research on this issue and will contribute to the development of both indoor and outdoor trade.

Implementation of scientific results: The conclusions and proposals formulated by the author, presented to the Ministry of Justice and the Agency for Consumer Protection and Market Surveillance, can be useful in the process of improving legislation, solving practical problems encountered by legal professionals and consumers, including in teaching in institutions. education.

CALMÎC VLADA

CADRUL JURIDIC ACTUAL AL VÂNZĂRII LA DISTANȚĂ

SPECIALITATEA 553 – DREPT PRIVAT (553.01 – DREPT CIVIL)

Rezumatul tezei de doctor în drept

Aprobat spre tipar: 04.06.2020.
Hârtie offset. Tipar offset.
Coli de tipar: 2, 2

Formatul 60×84 1/16
Tirajul 50 ex.
Comanda nr. 31/20

Centrul Editorial-Poligrafic al Universității de Stat din Moldova
mun.Chisinău, str.Al.Mateevici, 60, MD-2009