

UNIVERSITATEA "N. TITULESCU"
Facultatea de drept

TEZA de DOCTORAT

r e z u m a t

Conducător științific :
Prof. univ. dr. Liviu STĂNCIULESCU

Doctorand:

DRUMARIU Cornel

București

2011

UNIVERSITATEA "N. TITULESCU"
Facultatea de drept

Tema :

**Vânzarea produselor profesioniștilor
cătrecumpărătorii - consumatori**

**Conducător științific
Prof. univ. dr. Liviu STĂNCIULESCU**

Doctorand

DRUMARIU Cornel

București

2011

Cuprins :

Partea I

Contractul de consumație: relația juridică dintre profesionist și consumator

Capitolul I Contractul de consumație: o nouă teorie generală ?

Secțiunea I. Contractul – mijloc juridic de realizare a intereselor persoanelor

Secțiunea a II-a. Definierea instituției contractuale

Secțiunea a III-a. "Criza de identitate" a contractului.

Capitolul II. Particularitățile contractului de consumație

Secțiunea I Introducere în domeniul consumației

Secțiunea a II-a. Particularitățile contractelor încheiate cu consumatorii

Capitolul III Vânzarea de consumație – varietate a contractului de vânzare – cumpărare ?

Secțiunea I. Natura juridică a vânzării de consumație

Secțiunea a II-a. Armonizarea reglementărilor și a instituțiilor consumeriste

Partea a II - a

Formarea vânzării de consumație

Capitolul I Încheierea contractului de vânzare-cumpărare (dreptul comun)

Secțiunea I. Delimitarea vânzării de alte contracte speciale

Secțiunea a II-a. Părțile contractante și condițiile vânzării

Capitolul al II-lea Consimțământului cumpărătorului-consumator: între concepția clasică și formarea "progresivă"

Secțiunea I. Voința juridică individuală – fundamentul consimțământului și al contractului.

Secțiunea a II-a Formarea și evoluția voinței juridice

Secțiunea a III-a Consimțământul contractual – manifestarea voințelor concordante

Secțiunea a IV-a Particularitățile consimțământului consumerist

Capitolul III "Obligațiile precontractuale" ale profesionistului: de informare-educare, consiliere și securitate

Secțiunea I "Obligația precontractuală" de informare a consumatorului normative

Secțiunea a II-a "Obligația precontractuală" de consiliere a consumatorului

Partea a III - a

Efectele, încetarea și varietățile vânzării de consumație

Capitolul I Efectele contractului de vânzare-cumpărare (dreptul comun)

Secțiunea I Executarea contractului de vânzare-cumpărare. Aspecte generale

Secțiunea a II-a: Obligațiile cumpărătorului

Capitolul II Conformitatea produselor și garanțiile asociate acestora

Secțiunea I Conformitatea lucrului vândut în dreptul comun
Secțiunea a II-a Conformitatea produselor de consumație
Secțiunea a III-a Reglementarea națională a conformității produselor
Secțiunea a IV-a Răspunderea profesionistului pentru neconformitatea produsului: "a treia garanție" ?

Secțiunea a V-a Răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, în condițiile Legii nr. 240/2004

Capitolul III Dezechilibrul contractual și clauzele abuzive la vânzare

Secțiunea I. Clauzele contractuale reciproce: expresia echilibrului dintre părți

Secțiunea a II-a. Conceptul de clauze abuzive

Secțiunea a III-a Clauze exceptate.

Secțiunea a IV-a Evoluția cadrului instituțional de protecție. Ordinul ANPC 531/2001 și comisia de clauze abuzive

Secțiunea a V. Constatarea și sancționarea clauzelor abuzive în condițiile Legii nr. 193/2000

Secțiunea a VI-a Reglementarea clauzelor abuzive în Noul Cod civil

Capitolul IV Încetarea vânzării de consumație prin denunțare unilaterală

Secțiunea I Încetarea contractului de vânzare-cumpărare

Secțiunea a II-a. Denunțarea unilaterală a vânzării de consumație

Secțiunea a III-a Dreptul de denunțarea unilaterală în reglementările dreptului de consumație

Capitolul V Varietăți ale vânzării de consumație

Secțiunea I. Particularitățile vânzării încheiate la distanță

Secțiunea a II-a. Particularitățile vânzării produselor în afara spațiilor comerciale

Secțiunea a III-a. Particularitățile comercializării produselor de piață

Secțiunea a IV-a. Particularitățile comercializării alimentelor

Concluzii și propuneri de *lege ferenda*

Bibliografie

Partea I

Contractul de consumație: relația juridică dintre profesionist și consumator

Capitolul I Contractul de consumație: o nouă teorie generală ?

Secțiunea I. Contractul – mijloc juridic de realizare a intereselor persoanelor

Contractul este cel mai cunoscut act juridic.

Contractul este, în întreaga lume, instrumentul cvasiexclusiv al circulației averilor și unul dintre mecanismele juridice, esențiale ale activității economice.

Regulile comune instituției sunt date de teoria generală a contractului, domeniu abstract, cu rol principal în formularea conceptelor fundamentale.

Concret, contractul se regăsește, numai în formele sale particulare, ale „contractelor speciale” (de exemplu, vânzarea, locațiunea, împrumutul, mandatul etc.).

Codul civil leagă teoria generală a contractelor de teoria generală a obligațiilor. În consecință, „cunoașterea dreptului obligațiilor trece prin cunoașterea contractelor”(s.n.).

Voința reprezintă capacitatea individului de a acționa rațional pentru realizarea unor scopuri elaborate, în mod anticipativ, pe plan mental.

În drept, voința ca și categorie psihologică are o dublă semnificație: voința generală, adică a întregii societăți sau a unor grupuri sociale și voința individuală, caracteristică unui singur individ.

După exteriorizarea sa, distingem între:

a). *Voința internă* (reală, adevărată) este elementul psihologic ce corespunde exact, intenției persoanei de a contracta.

b). *Voința declarată* (manifestată, exteriorizată) este un element material, de exteriorizare a voinței interne, ce poate fi manifestată: în scris, verbal sau prin gesturi edificatoare.

Voința declarată este singura realitate percepută de terți (în baza căreia aceștia contractează) și singura care produce efecte.

De cele mai multe ori voința internă „se suprapune” formei sale exteriorizate (voința declarată).

Alteori, este posibil ca voința declarată să nu corespundă integral, voinței interne (reale) a contractantului. În această situație de excepție, *voința internă este esențială* (prevalează) în raport cu voința declarată.

Rezultă că, potrivit legislației naționale (de inspirație franceză), interpretarea oricărui contract (inclusiv a clauzelor sale) se face în raport de *voința internă*, reală a părților (fiind astfel adoptat principiul interpretării subiective a contractului).

Precizăm că principiul interpretării subiective a fost criticat în doctrină, în principal, pe considerentul că, procesul de căutarea a voinței interne „întreține o

stare de insecuritate în relațiile contractuale” (spre deosebire de voința declarată care este mult mai precisă).

În realitate, opoziția dintre principiile adoptate de legiuitorii francez și german, nu este radicală, deoarece în ciuda principiilor diferite, soluțiile adoptate sunt apropiate (rezultând că distincția dintre cele două doctrine este numai „academică”).

Deși conceptul al autonomiei de voință a suferit limitări în timp, intenția părților a rămas, „incontestabil *un element absolut necesar* pentru definirea noțiunii de act juridic”(s.n.).

În consecință, conform analizei clasice, „inima contractului este acordul de voințe”, care îi determină consistența.

Contractul este, indiscutabil, o *expresie a libertății individului*, fiind unanim recunoscut că, *voința acestuia este fundamentul contractului*.

Având în vedere însă că, pentru a căpăta calificare juridică, voința individuală trebuie să respecte rigorile legii.

În contextul de mai sus, în doctrină s-au pus întrebări precum: este libertatea de a contracta nelimitată ?

Răspunsul la întrebarea de mai sus presupune alegerea între conceptele autonomiei de voință și al libertății contractuale limitate.

Secțiunea a II-a. Definirea instituției contractuale

În doctrina națională contractul a fost definit, în general, drept un acord de voință (voințe) realizat cu scopul de a produce (raporturi) efecte juridice.

În temeiul doctrinei germane, contractul a fost definit asemănător actului juridic, ca o *manifestare de voință făcută cu intenția de a produce efecte juridice*, adică de a naște, modifica sau stinge un raport juridic concret.

În doctrina recentă, actul juridic civil „normă privată” a fost definit și ca „o declarație de voință făcută cu intenția de a *modifica circuitul civil*”, caracterizată prin: o *voință declarată, efecte juridice și recunoșterea socială a utilității* actului Astfel, actul juridic este analizat „ca o procedură generatoare de norme private” (s.n.).

Potrivit art. 1166 C. civ. 2009, „Contractul este *acordul de voință dintre două sau mai multe persoane* (realizat, încheiat, format, s.n.) cu intenția de a constitui, modifica, transmite sau stinge un raport juridic”.

Rezultă că în ambele forme contractul este definit ca și acum două secole - „acordul de *voințe între*”).

Pentru neajunsurile sale, definiția de mai sus a fost deseori criticată pentru următoarele neajunsuri:

- nu orice manifestarea de voință individuală devine act juridic civil, ci *numai acelea care îndeplinesc condițiile de validitate cerute de lege;*

- manifestarea de voință presupune producerea de efecte juridice *pentru atingerea scopului urmărit* (de părți).

În opinia noastră, definirea contractului trebuie să țină cont de caracteristicile sale, generale:

- contractul este actul juridic *cel mai reprezentativ* (frecvent regăsit în practică); reprezentativitatea contractului derivă în primul rând, din *utilitatea sa practică*, fiind cel mai cunoscut procedeu tehnic (juridic) de realizare a schimburilor economice.

- contractul este un *act juridic special*, rod al acordului a două sau mai multe voințe individuale;

- contractul este și un *act juridic complex*, în curprinsul căruia se regăsesc *elemente ce urmează o anumită ordonine*, precum: motivația contractării, manifestări precontractuale, voințe individuale (concordante) și alte condiții de validitate, momentul încheierii (perfectării) actului, raportul juridic (obligațiile părților) și scopul, finalitatea urmărită.

Principalul neajuns al definiției tradiționale este însă, acela că nu face distincția cuvenită între *actului juridic* (în sine) și *consecințele* (efectele) acestuia.

Apreciem că definiția „tradițională” a actului juridic civil, ca „manifestare de voință făcută cu scopul de a produce efecte juridice” este *depășită, imprecisă și susceptibilă de a crea confuzii*.

Sub aspectul *întinderii și desfășurării* sale, actul juridic trebuie înțeles în două sensuri:

- în sensul *larg* (consacrat prin definiția tradițională), prin act juridic se înțelege manifestarea de voință juridică, inclusiv *mijloacele juridice* de realizare a scopului propus (efectele sale juridice);

- în sens *restrîns*, prin act juridic se înțelege *numai* manifestarea de voință făcută cu respectarea condițiilor de validitate, *nu și efectele acestuia* (care sunt numai consecințe ale unui actul juridic existent, format deja).

Analizarea actului juridic, îndeosebi *prin prisma sensului său restrîns*, are importanță în stabilirea ordinei funcționării lui și este de natură să evite unele confuzii în materie (cum ar fi, de exemplu, distincția dintre nulitate și ineficacitate).

Fără a diminua rolul și locul efectelor contractului (obligațiilor civile), ele trebuiesc apreciate în raport cu poziția ocupată și menirea lor în desfășurarea actului juridic.

În consecință, pe scurt, contractul este o „înțelegere juridică”, adică o formă calificată a înțelegerii dintre două sau mai multe persoane, care are avantajul de a asigura părții de bună-credință concursul forței coercitive a statului (în cazul în care cealaltă parte nu-și execută obligațiile asumate).

Contractul este reglementat în Codul civil 2009 Cartea a V-a „Despre obligații”, Titlul II „Izvoarele obligațiilor”, Capitolul I „Contractul”, art. 1164 și urm.

Secțiunea a III-a. ”Criza de identitate” a contractului.

Potrivit teoriei voluntariste, în 1804 noțiunea de contract era individualistă și se baza esențialmente, pe acordul de voințe.

Într-o altă tendință mai nouă, s-a apreciat că *voluntarismul se află în recul*, deoarece el nu poate explica unele aspecte moderne ale contractului precum: contractele de adeziune, contractele colective, contractele forțate, rolul buneicredințe etc., și potrivit teoriei sociale a contractului (solidarismul contractual) s-ar impune „un intervenționism judiciar sporit, o aplicare selectivă a principiului executării de bună-credință”.

Respingerea contemporană a solidarismului contractual a generat „o nouă criză a contractului” (o „criză de creștere”) cu consecințe practice în utilizarea noțiunii și pentru unele mecanisme juridice de drept public.

În contextul de mai sus se pune întrebarea: fundamentul (esența) contractului constă în *voința* (voințele) părților sau în *executarea* lui (obligațiile părților) ?

Potrivit dreptului modern al contractelor, *voința păstrează un rol esențial în contractul* (rămânând astfel, fundamentul contractului). Astfel, *voința individuală nu mai este (însă) autonomă*.

În contextul de mai sus, *voința* trebuie raportată la respectul convenit față de lege, pentru a deveni un instrument privilegiat al intereselor societății, în general.

Se vorbește astfel, despre voluntarismul social.

În acest context, doctrina opinează în favoarea truismului potrivit căruia „Contractul există de jure în sine, pentru că el nu este decât expresia juridică a libertății individuale”(s.n.).

Capitolul II. Particularitățile contractului de consumație

Secțiunea I Introducere în domeniul consumației

În doctrină s-a pus întrebarea: care este legătura dintre reglementările de drept privat și dreptul consumației ?

Încercând să răspundem la întrebarea de mai sus, facem următoarele precizări, succinte.

Potrivit art. 1 din Codul consumului obiectul său îl constituie „reglementarea raporturilor juridice create între operatorii economici și consumatori, cu privire la achiziționarea de produse și servicii, (...) asigurând cadrul necesar accesului la produse și servicii” (art. 1), recunoscându-se implicit, că relațiile dintre comercianți și consumatori sunt *de factură contractuală*.

Dreptul consumului, atunci când reglementează contractul de consumație, face parte din dreptul privat, în ciuda multipleror elemente de drept administrativ, și în ciuda sancțiunilor din această materie. Un element important care distinge acest „contract” este oferit de caracteristica ce definește dreptul consumației: consumatorii fiind particulari (ce nu ocupă o poziție de autoritate, unul față de celălalt).

Dreptul consumatorului este *un drept excepțional* (raportat la dreptul civil), iar prin extensie, și raportat la întregul drept privat al contractelor.

Secțiunea a II-a. Particularitățile contractelor încheiate

cu consumatorii

Potrivit dispozițiilor art. 942 C. civ., „Contractul este acordul între două sau mai multe persoane spre a constitui sau stinge între dânșii un raport juridic”.

Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului definește noțiunea de contract încheiat cu consumatorii ca incluzând acele contracte intervenite între „comercianți și consumatori, inclusiv certificatele de garanție, bonurile de comandă, facturile, borderourile, bonurile de livrare, biletele, tichetele care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite”.

Contractul de consumație este identificat într-o modalitate generală, ca acel contract încheiat între comercianți și consumatori, dar și prin menționarea expresă a anumitor documente.

Se constată că *legea nu definește contractul prin referire la voința părților*, așa cum face Codul civil. Aceasta se explică prin faptul că scopul legii nu este de a defini contractul ca izvor de obligații, ci de a delimita domeniul de aplicare a unor reglementări legale.

Contractul încheiat între comercianți și consumatori, astfel cum această sintagmă este utilizată de reglementările legale adoptate în acest domeniu, nu reprezintă un contract special distinct.

Astfel, contractul este *un termen generic desemnând un regim juridic aplicabil operațiunilor juridice* intervenite între consumatori și comercianți. Aceasta rezultă și din conținutul actelor normative privind protecția consumatorului, care nu reglementează condiții de validitate a contractului sau regimul juridic al unei anumite operațiuni juridice; ele vizează în mod generic contractele având ca obiect livrarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

După cum, în mod plastic, s-a arătat în doctrină, contractul de consum reprezintă *„o armătură normativă care se va aplica ope legis unui contract concret”*.

Contractele încheiate între consumatori și comercianți sunt contracte de vânzare-cumpărare, contracte de furnitură, contracte de transport, contracte de asigurare, contracte de închiriere etc.

Textul mai sus citat enumeră în mod expres certificatele de garanție, bonurile de comandă, facturile, borderourile, bonurile de livrare, biletele, tichetele care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite. Astfel de înscrisuri *nu reprezintă decât mijloace de probă, documente* care atestă executarea obligațiilor contractuale, iar nu contractul propriu-zis. Facturile, de pildă, sunt prevăzute de art. 46 C. com. printre mijloacele de probă.

În măsura în care conțin *condiții generale* prestabilite sau referire la acestea, ele sunt asimilate unui înscris constatator al voinței părților (instrumentum). Aceasta deoarece condițiile generale sunt producătoare de consecințe juridice, iar regulile prevăzute de reglementările legale pentru apărarea drepturilor consumatorului vizează și condițiile generale, ca obiect al voințelor părților.

Prevederea legală de mai sus este justificată și de faptul că *înscrierea unor condiții generale* pe diverse înscrisuri este o practică utilizată de comercianți.

Capitolul III Vânzarea de consumație – varietate a contractului de vânzare – cumpărare ?

Secțiunea I. Natura juridică a vânzării de consumație

Deși noile forme economice și-au dovedit eficiența, în schimb în plan contractual, ele *au afectat negativ libertatea de voință a contractanților particulari*, punând sub semnul întrebării actualitatea principiul autonomiei de voință.

De exemplu, profesioniștii au adoptat tehnici moderne care au permis comunicarea (și contractarea) pe scară largă, între persoane aflate în locuri diferite. Acestea s-au adăugat tradiționalei modalități de contractare prin corespondență, conturând o noțiune mai vastă, și anume *contractul la distanță*.

În acest context precizăm că, precizăm că *nu se poate pune semnul egalității între contractul la distanță și contractul încheiat între absenți*.

Astfel, contractul între „persoane depărtate” implică existența unui interval de timp între manifestările de voință ale părților. Contractul la distanță este contractul de furnizare de produse sau servicii încheiat între comerciant și un consumator, în cadrul unui sistem de vânzare organizat de către comerciant, care utilizează în mod exclusiv, înainte și la încheierea unui contract, una sau mai multe tehnici de comunicație la distanță (art. 2 lit. a din O.G. nr. 130/2000).

Vânzarea de produse prin intermediul tehnicilor de comunicație la distanță prezintă evident, *principalul avantaj de a evita deplasarea* și în plus, permite consumatorului să reflecteze înainte de a face o comandă.

Vânzările din această categorie, prezintă dezavantajul că *nu există un contact direct cu bunul* pe care consumatorul dorește să-l achiziționeze sau de imposibilitatea verificării documentele ce-l însoțesc.

Astfel, consumatorul nu poate cunoaște decât informațiile pe care comerciantul i le prezintă, ceea ce face ca, în această materie, *conduita loială să joace un rol deosebit*.

Într-o altă opinie s-a apreciat că sintagma „contract de consumație” *nu poate desemna un concept general, cu o existență de sine stătătoare*, cel puțin pentru două considerente:

- înaintea contractelor speciale, *nu există contracte generale* (ci numai o teorie generală a contractului);
- dreptul de consumație utilizează, de regulă, „figurile contractuale clasice” precum: vânzarea, împrumutul etc.

În acest context a se reține, că dreptul de consumație s-a născut pentru a reglementa contractele civile speciale încheiate între profesioniști și consumatori.

În concluzie, contractul de consumație *se poate regăsi numai sub forma unui contract special* (o vânzare, un împrumut, o locațiune etc.) în care părțile sunt profesioniștii și consumatorul (și căruia i se aplică dispozițiile speciale, în materie).

Contractul de vânzare-cumpărare de consumație este deci, o vânzare ce prezintă unele particularități impuse de dispozițiile speciale ale consumației), care se aseamănă cu vânzarea imobiliară, vânzarea cu pact de răscumpărare, vânzarea unor moșteniri etc.

Secțiunea a II-a. Armonizarea reglementărilor și a instituțiilor consumeriste

În general, procesul armonizării se desfășoară pe două planuri: armonizarea legislației naționale cu reglementările comunitare și armonizarea instituțiilor dreptului consumației cu teoria generală a contractului.

Evident că, în acord cu studiul propus de noi, operațiunea juridică a armonizării instituțiilor dreptului consumației la dreptul comun, este mai dificilă.

Piața internă comunitară, definită în doctrină, ca „un spațiu fără frontiere interne care trebuie să funcționeze în aceleași condiții ca o piață națională.

În consecință, după anii 90 au fost luate în considerație alte direcții precum: elaborarea legislației în domeniu; integrarea problemelor de consum în toate politicile uniunii; protecția consumatorilor prin susținerea activă a organizațiilor de consumatori din uniune și implicarea acestora în activitatea politică.

În consecință, toate cele de mai sus s-au realizat în contextul general al extinderii uniunii europene, un obiectiv, direcția principală fiind aceea de a asigura în statele candidate același grad ridicat de protecție a sănătății și securității consumatorului cu cel existent în uniune.

În legislația națională, problema armonizării reglementărilor consumeriste se regăsește în titlul Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor.

Deși din titlul Legii nr. 363/2007 rezultă că domeniul reglementărilor sale este dublu: respectiv *combaterea practicilor incorecte* ale comercianților, dar și *armonizarea reglementărilor* naționale la legislația europeană, în fapt *legea nu are nici o dispoziție referitoare la importanta problemă a armonizării legislației.*

Armonizarea legislației naționale cu reglementările comunitare este numai una dintre cele două laturi ale operațiunii de armonizare extranațională, cealaltă latură fiind *operațiunea juridică a armonizării instituțiilor dreptului consumației la dreptul comun* (cea mai dificilă).

În contextul de mai sus, amintim că, evoluția economică a societății a determinat apariția unor forme eficiente de perfectare a contractelor, în sensul generalizării lor și a excluderii negocierii în domeniul comercial.

De exemplu, pentru vederea simplificării contractului, dreptul de consumație a impus noi reguli și noi instituții contractuale precum: „contractul de adeziune”, „contractul tip”, „condițiile generale” (clauze abstracte, preredactate, aplicabile în contractele tip) etc.

Astfel noile dispoziții ce reglementează contractul de consumație sunt de multe ori greu de interpretat și aplicat. De exemplu: cum poate fi interpretată

denunțarea unilaterală a unei vânzări-cumpărări de consumație, atât timp cât vânzarea își produce instantaneu efectele ?

În condițiile de mai sus, se impune ca doctrina și jurisprudența să intervină prompt și să găsească soluțiile prin care dispozițiile contractului de consumație să fie adaptate cadrului general al contractului.

Acest proces dificil, înseamnă *armonizarea dispozițiilor speciale ale contractului de consumație cu regulile generale* ce guvernează contractul.

Dacă în plan economic noile forme contractuale și-au dovedit eficiența, în schimb în plan contractual, ele sunt de natură să afecteze unele principii de fond, cum ar fi, de exemplu, libertatea de voință a contractanților particulari.

În contextul de mai sus, profesioniștii au adoptat tehnici moderne care au permis comunicarea (și contractarea) la distanță. Acestea s-au adăugat tradiționalei modalități de contractare prin corespondență, conturând o noțiune mai vastă, și anume *contractul la distanță*.

În concluzie, contractul de consumație se poate regăsi numai sub forma este *unui contract special* (o vânzare, un împrumut, o locațiune etc.) în care părți sunt sunt *profesionistul și consumatorul* și căruia i se *aplică dispozițiile speciale*, în materie.

Partea a II-a

Formarea vânzării de consumație

Capitolul I

Încheierea contractului de vânzare-cumpărare (dreptul comun)

Secțiunea I. Delimitarea vânzării de alte contracte speciale

Vânzarea este cel mai uzitat contract, în zilele noastre.

În aceste condiții putem spune că vânzarea reprezintă un schimb perfecționat deoarece (dacă pornim din vechile societăți în care oamenii schimbau mărfuri și ajungem în zilele de astăzi, când ei plătesc în bani, iar uzul cambiei, cecului și conturilor au devenit curente în materie civilă și comercială).

Potrivit art. 1294 C. civ. vânzarea-cumpărarea este "o convenție prin care cele două părți se obligă între sine, una a transmite celeilalte proprietatea unui lucru și aceasta a plăti dintâi prețul lui".

Precizăm că Noul Cod civil (Legea nr. 287/2009) definește vânzarea asemenea legiuitorului de la 1864 (cu toate scăderile sale).

Contractul de vânzare-cumpărare este translativ de proprietate numai prin natura sa, deoarece este posibil ca strămutarea să poată avea ca obiect și un alt drept, precum: un alt drept real (de exemplu, dreptul de uzufruct), un drept de creanță, un drept din domeniul proprietății intelectuale sau chiar drepturile succesoriale. Astfel, transmiterea proprietății ține numai de natura contractului de vânzare-cumpărare, nu și de esența lui.

În loc de „vânzare” uneori se mai folosește termenul de cesiune.

Nu se pot transmite prin vânzare: drepturile personale nepatrimoniale, cele patrimoniale cu caracter strict personal și nici cele constituite prin voința părților sau a legii, cu caracter *intuitu personae*. De exemplu, nu pot forma obiectul contractului de vânzare-cumpărare: dreptul de abitație al soțului supraviețuitor, dreptul de întreținere, dreptul de pensie etc.

Vânzarea-cumpărarea este reglementată în Codul civil, Cartea a III-a, intitulată „Despre diferitele moduri prin care se dobândește proprietatea”, Titlul V „Despre vinderi”, art. 1294-1404.

Alte acte normative cuprind reglementări privind diferite feluri de vânzări, cunoscute ca varietăți de vânzare-cumpărare, cărora le sunt aplicabile reguli speciale (de exemplu, vânzarea unei moșteniri ori vânzarea locuințelor proprietate de stat în condițiile: Legii nr. 85/1992, Legii nr. 112/1995, Legii nr. 10/2001 etc.).

Secțiunea a II-a. Părțile contractante și condițiile vânzării

Principalii protagoniști ai contractului de vânzare-cumpărare sunt două persoane (fizice sau juridice): vânzătorul și cumpărătorul.

În doctrină se admite că vânzarea poate include și alte persoane, care însă nu se pot angaja decât în susținerea obligațiilor principale. De exemplu, un contract de

vânzare poate avea trei părți: vânzătorul, cumpărătorul și o persoană de intermediere (traduceri, transport, pază etc.).

Vânzarea este încheiată din momentul în care manifestarea comună de voință îndeplinește toate condițiile de validitate de fond și de formă cerute de art. 1178 C. civ. (2009).

Momentul încheierii contractului prezintă mare importanță deoarece el marchează transformarea *simplei manifestării de voință în forma sa juridică, producătoare de obligații*. Acesta desemnează astfel, *momentul nașterii (existenței) contractului*.

Încheierea contractului determină producerea efectelor sale juridice. Astfel, numai după încheierea contractului, simplul angajament devine *obligație*, relația socială devine *raport juridic*, iar persoanele devin *părți contractante* etc.

Momentul încheierii contractului este esențial și pentru definirea altor instituții civile cu incidență contractuală, precum: nulitatea, ineficacitatea, legea aplicabilă (*tempus regit actuum*) etc.

Potrivit art. 948 C. civ., „condițiile esențiale pentru validitatea unei convenții” sunt: *capacitatea* de a contracta, *consimțământul* valabil al părților, *obiectul* determinat, posibil, licit și o *cauză morală și licită*.

La cele patru condiții de fond, uneori, în condițiile legii, se mai adaugă și *condiția de formă*.

Capitolul al II-lea

Consimțământului cumpărătorului-consumator: între concepția clasică și formarea ”progresivă”

Secțiunea I. Voința juridică individuală – fundamentul consimțământului și al contractului.

Voința reprezintă capacitatea individului de a acționa rațional pentru realizarea unor scopuri elaborate, în mod anticipativ, pe plan mental.

În drept, voința ca și categorie psihologică are o dublă semnificație: voința generală, adică a întregii societăți sau a unor grupuri sociale și voința individuală, caracteristică unui singur individ.

După exteriorizarea sa, distingem între:

- *Voința internă* (reală, adevărată) este elementul psihologic ce corespunde exact, intenției persoanei de a contracta;

- *Voința declarată* (manifestată, exteriorizată) este un element material, de exteriorizare a voinței interne, ce poate fi manifestată: în scris, verbal sau prin gesturi edificatoare.

Voința declarată este singura realitate percepută de terți (în baza căreia aceștia contractează) și singura care produce efecte.

De cele mai multe ori voința internă „se suprapune” formei sale exteriorizate (voința declarată).

Este însă posibil ca voința declarată să nu corespundă integral, voinței interne (reale) a contractantului. În această situație de excepție, *voința internă este esențială* (prevalează) în raport cu voința declarată.

Rezultă că, potrivit legislației naționale (de inspirație franceză), interpretarea oricărui contract (inclusiv a clauzelor sale) se face în raport de *voința internă*, reală a părților (fiind astfel adoptat principiul interpretării subiective a contractului).

Precizăm că principiul interpretării subiective a fost criticat în doctrină, în principal, pe considerentul că, procesul de căutarea a voinței interne „întreține o stare de insecuritate în relațiile contractuale” (spre deosebire de voința declarată care este mult mai precisă). În realitate, opoziția dintre principiile adoptate de legiuitorii francez și german, nu este radicală, deoarece în ciuda principiilor diferite, soluțiile adoptate sunt apropiate (rezultând că distincția dintre cele două doctrine este numai „academică”).

Deși conceptul al autonomiei de voință a suferit limitări în timp, intenția părților a rămas, „incontestabil *un element absolut necesar* pentru definirea noțiunii de act juridic”(s.n.).

În consecință, conform analizei clasice, „inima contractului este acordul de voințe”, care îi determină consistența.

Secțiunea a II-a Formarea și evoluția voinței juridice

În activitatea sa voluntară, omul are nevoie de o conștiință, capacitate atât de a percepe realitatea existentă și cât și locul său în această realitate.

Motivarea afectivă a voinței (iubirea de sine, simpatia, venerația față de necunoscutul natural și social) și motivarea rațională (percepția, intelectul, rațiunea) constituie suportul voinței sociale.

Formarea voinței juridice, reprezintă un proces psihologic complex ce are la bază nevoia simțită de om (nevoie pe care acesta vrea să o satisfacă). În derularea acestei nevoi în mintea omului, urmează reflectarea *mijlocului de satisfacere* a nevoii respective. Pe măsură ce reprezentarea scopului devine mai puternică, se trece de la tendință la dorința de satisfacere a nevoii.

Deliberarea reprezintă următoarea fază a procesului psihologic, care presupune cântărirea avantajelor și dezavantajelor pe care le prezintă dorințele și mijloacele lor de realizare. Ca urmare a apariției unui motiv determinant, ce le înlătură pe celelalte, de la deliberare se trece la luarea hotărârii de a încheia actul juridic civil, act care apare ca un mijloc de realizare a scopului propus.

Toate fazele procesului psihologic de formare a voinței juridice au caracter intern; pentru ca faptul psihologic să devină fapt social, este necesar ca hotărârea luată să fie exteriorizată, astfel încât alte persoane să aibă posibilitatea de a lua cunoștință de ea.

Din procesul psihologic complex de formare a voinței juridice, dreptul civil nu reține decât *două elemente*: hotărârea exteriorizată (consimțământul) și motivul determinant (cauza sau scopul actului juridic).

Secțiunea a III-a Consimțământul contractual – manifestarea voințelor concordante

Manifestarea de voință unilaterală sau multilaterală (în sensul nașterii, transformării sau stingerii unui raport juridic civil concret) este esența actului juridic civil.

În doctrină s-a susținut teza potrivit căreia voința, privită în ansamblul componentelor sale, consimțământul și cauza, este o condiție esențială, un element structural al actului juridic.

Acesta este și sensul dispozițiilor art. 948 C. civ. care recunoaște *caracterul esențial al consimțământului, ca element autonom* în structura contractului.

În general, prin consimțământ se înțelege exteriorizarea hotărârii de a încheia un act juridic civil (consimțământul fiind o condiție de fond, esențială, de validitate și generală a actului juridic civil).

Termenul de „consimțământ” este folosit în *două sensuri diferite*.

Într-un prim sens, prin consimțământ se înțelege manifestarea unilaterală de voință, adică voința exteriorizată a autorului actului juridic unilateral sau a uneia dintre părțile actului juridic bilateral ori multilateral (de exemplu, în art. 953 C. civ).

Într-un al doilea sens, care este mai apropiat de semnificația etimologică a cuvântului (*cum sentire*), prin consimțământ se desemnează acordul de voință al părților în actele juridice bilaterale sau multilaterale (*concursum voluntatum*); de exemplu, în art. 969 alin. (2) C. civ.

Consimțământul a mai fost definit ca fiind manifestarea hotărârii de a încheia actul juridic civil, și, deci, de a se obliga juridicește.

Consimțământul „este rezultatul a două sau mai multe voinți care se întrunesc la un loc”. El „este deci, în totdeauna *un act bilateral, pe când voința este, din contra, un act unilateral*” (s.n.).

Potrivit art. 1182 alin. 1 C. civ., „Contractul se încheie *prin negocierea de către părți sau prin acceptarea fără rezerve a unei oferte de a contracta*”(s.n.).

În consecință, „oferta” și „acceptarea” reprezintă cele două voințe care, prin reunire (prin acord) determină direct, *formarea acordului de voințe, adică a consimțământul părților*. În acest sens, consimțământul desemnează acordul de voință al părților într-un contract (*concursum voluntatum*), care constituie baza contractului și a obligațiilor născute prin încheierea acestuia.

Precizăm că, în doctrină, întâlnirea ofertei cu acceptarea este, de regulă, asimilată *formării (încheierii) contractului*, susținere deja consacrată, dar pe care nu o împărtășim, (deoarece, strict juridic, este inexactă și eventuală sursă de confuzii).

Susținem punct de vedere de mai sus, întrucât contractul (ca orice act juridic), se formează într-un singur fel: atunci când *manifestarea de voință îndeplinește toate condițiile de validitate de fond și de formă* (între care se regăsește și condiția consimțământului).

Desigur, în particular, momentele acordului de voință și respectiv, al încheierii contractului *pot coincide*, dar numai în măsura în care oferta și acceptarea au îndeplinit deja, și celelalte condiții de validitate (impuse de art. 1179 c. civ.).

În funcție de complexitatea contractului, formarea consimțământului (și de regulă, a contractului) se poate face prin *negocieri* sau *direct* (prin simpla întâlnire a oferei cu acceptarea).

Secțiunea a IV-a Particularitățile consimțământului consumerist

Dreptul consumului, garantând consumatorului un consimțământ liber, clar și conștient, gândit mai degrabă ar fi riguros și a afirma că dreptul consumului încearcă să garanteze acest consimțământ, este pe cale de a modela fundamentele teoriei generale a contractelor.

Această viziune realistă și solidaristă a contractului din zilele noastre, prin intermediul dreptului consumului, reflectă de asemenea evoluția aspirațiilor teoriei generale.

În condițiile de mai sus, în doctrina franceză s-au conturat noi principii ce caracterizează consimțământul consumerist, esența contractului ce urmează a fi perfectat între profesionist și consumatorul persoană fizică.

Contractul este, indiscutabil, o *expresie a libertății individului*, fiind unanim recunoscut că, *voința acestuia este fundamentul contractului*.

Având în vedere însă că, pentru a căpăta calificare juridică, voința individuală trebuie să respecte rigorile legii, în doctrină s-au pus întrebări precum:

- Este libertatea de a contracta nelimitată ?

- În ce raport se află voința individuală cu dispoziția legală (respectiv, care este raportul dintre interesul individual și cel general) ?

Răspunsul la întrebările de mai sus presupune de fapt, alegerea între conceptele autonomiei de voință sau al libertății contractuale limitate.

În consecință, reînnoirea teoriei generale de către dreptul consumului, axat în principal pe ideea protecției consimțământului, a determinat apariția unor noi principii:

- a) libertate contractuală, dar o *libertate controlată*,
- b) egalitate contractuală, dar *nu doar prezumată, ci stabilită și*
- c) *fraternitate contractuală, nu neapărat impusă, ci dorită*.

Noile principii ce diriguiesc consimțământul consumerist sunt rezultatul unui compromis realizat între cerința de justiție și spiritul securității contractuale.

Capitolul III

”Obligațiile precontractuale” ale profesionistului: de informare- educare, consiliere și securitate

Încheierea și derularea contractului de consumație sunt caracterizate de mecanisme specifice impuse de legiuitor, precum: obligația precontractuală de informare, denunțarea unilaterală, clauzele abuzive etc.

Formarea contractului de consumație a modificat concepția clasică a întâlnirii dintre ofertă și acceptare. Astfel, a fost impusă o *perioadă de tranziție* între momentul emiterii ofertei profesionistului și cel al exprimării voinței de acceptare (consimțământului) a consumatorului.

Caracteristica principală a obligațiilor în materie (fondată mai mult pe ideea de „justiție contractuală”, decât pe voința prezumată a părților) este că *sunt impuse antecontractual, de ordinea publică, și nu de voința părților* exprimată prin contract, astfel că părțile nu le pot înlătura convențional.

În aplicarea celor trei direcții de mai sus amintim: obligația de informare, obligația de consiliere și obligația de securitate.

Secțiunea I "Obligația precontractuală" de informare a consumatorului

Încheierea contractului presupune exprimarea unui consimțământ neviciat și liber din partea viitorilor contractanți.

Pentru a hotărî în sensul încheierii contractului, fiecare parte trebuie să cunoască toate împrejurările referitoare la acest act.

Obligația de informare este o dispoziție imperativă a legii care *se include în conținutul ofertei*.

Astfel, în faza încheierii contractului, profesionistul trebuie să-l informeze pe consumator în legătură cu aspectele esențiale ale contractului, cum sunt: identitatea și adresa sa, caracteristicile esențiale ale produsului sau serviciului; prețul sau tariful, după caz; cheltuielile de livrare; modalitățile de plată, de livrare sau de prestare; dreptul de denunțare unilaterală a contractului etc.

Realizarea conținutului obligației de informare presupune comunicarea către vânzătorul-profesionist a tuturor cunoștințelor ce îi sunt necesare exprimării unui consimțământ valabil la încheierea contractului, precum și la executarea corespunzătoare a obligațiilor asumate.

Comerciantul trebuie să comunice consumatorului informațiile referitoare la identitatea comerciantului, clauzele contractuale, caracteristicile produsului și serviciilor, riscurile sau eventualele deficiențe ale acestora, modurile de întreținere.

Informarea presupune și atragerea atenției consumatorului asupra riscurilor și pericolelor produsului și serviciului precum și asupra avantajelor și dezavantajelor încheierii contractului. Implicarea și îndrumarea, aspect ce s-a desprins și a dobândit individualitate proprie, desemnând obligația de consiliere.

De precizat că obligația incumbă fiecărei părți a contractului, atât consumatorului cât și comerciantului (deși reglementările legale fac referire numai la obligația ce incumbă comerciantului).

Faptul de mai sus se explică prin natura și scopul adoptării acestor acte normative, și anume protejarea consimțământului consumatorului iar dezechilibrul contractual între comercianți și consumatori este și de natură informațională.

Deoarece consumatorul este un profan, el nu dispune de cunoștințele necesare pentru a lua o decizie astfel încât interesele sale să fie cât mai bine apărate. Astfel, una din modalitățile prin care se încearcă protejarea consumatorului și restabilirea echilibrului juridic este reglementarea în sarcina comerciantului a unei obligații de informare.

Deși, dispozițiile legale reglementează cu precădere modalitatea și conținutul informațiilor comunicate anterior ori la momentul încheierii contractului către consumator (în cadrul lucrării, vom avea în vedere obligația de informare la momentul încheierii contractului). Astfel, după cum am mai arătat, obligația de informare nu se limitează la momentul încheierii actului juridic, ci se extinde și asupra perioadei ulterioare (a executării contractului).

În dreptul comun nu există o consacrare a obligației de informare, însă ea este recunoscută în baza *principiului bunei-credințe* și în contextul teoriei viciilor de consimțământ.

Potrivit art. 970 C. civ., convențiile trebuie executate cu bună credință, au dobândit o aplicabilitate generală și pentru perioada prealabilă încheierii contractului.

Bună credință impune ca fiecare parte să se comporte loial față de co-contractantul său, să respecte interesele acestuia, să acționeze pentru evitarea prejudicierii lui, confirmând astfel încrederea cu care este investit de el.

Buna credință aduce, în sfera juridicului, necesitatea de a adopta o conduită conformă valorilor morale. Ea însoțește orice acțiune sau omisiune aparținând părților, atât anterior, cât și ulterior încheierii contractului, oferind criteriile de apreciere a îndeplinirii sau neîndeplinirii obligațiilor precum și a modalității de exercitare a drepturilor.

Conduita loială impusă părților la încheierea contractului le obligă să nu se abțină de la comunicarea unor informații determinate pentru încheierea contractului.

În același context, potrivit art. 1312 C. civ., „vanzătorul este dator să explice îndatoririle ce înțelege a lua asupra-și”. Astfel, cu ocazia încheierii contractului vânzătorul trebuie să prezinte cumpărătorului toate indicațiile necesare unei folosințe liniștite și utile a lucrului.

Rezultă că obligația de informare este auxiliară obligației de garanție contra evicțiunii și viciilor pe care vânzătorul o datorează (ca obligație principală).

Secțiunea a II-a "Obligația precontractuală" de consiliere a consumatorului

Pe lângă obligația de informare, vânzătorul (profesionist) trebuie să furnizeze consumatorilor și alte elemente pentru ca „decizia pe care o adoptă în legătură cu achiziționarea unui produs să corespundă cât mai bine nevoilor lor”, să fie educați în calitatea lor de consumatori, precum și „pentru a-și exprima opiniile în procesele de luare a unei decizii care îi privește” [art. 5 lit. c), d), f) din Legea nr. 296/2004, republicată].

Rezultă că, în raport cu obligația de informare, obligația de consiliere constituie un supliment (o completare) al celei dintâi și constă, în principiu, în furnizarea tuturor datelor referitoare la contractul ce se va încheia.

Obligația de consiliere se justifică prin aceea că, uneori, consumatorul are nevoie nu numai de informații, ci și de un sfat, de o părere din partea unui cunoscător.

Noțiunea de consiliere implică o *conduită permanentă din partea profesionistului* care să orienteze, în mod pertinent, alegerea consumatorului.

Pentru cumpărarea unui bun corespunzător trebuințelor și dorințelor sale, cumpărătorul-consumator trebuie să aleagă.

Uneori, alegerea uni produs este dificilă, datorită condițiilor unor oferte variate și a existenței unei complexități sporite a bunurilor, dar și a specializării domeniilor de activitate.

Pentru considerentul de mai sus, în anumite cazuri, obligația prealabilă de informare a profesionistului se poate dovedi insuficientă conturării unei voințe concrete a cumpărătorului..

În condițiile de mai sus, cumpărătorul-consumator are nevoie, nu numai de informații, *ci și de un sfat, de o părere din partea unui cunoscător*. Astfel, în doctrină și jurisprudența s-a conturat noțiunea de consiliere.

Consilierea cumpărătorului-consumator implică o conduită a profesionistului, care să orienteze, obiectiv, alegerea consumatorului.

Obligația de consiliere este *un aspect al celei de informare*, a informa furnizarea tuturor datelor referitoare la contractul ce se va încheia.

Potrivit opiniilor doctrinare, *orice informație conține un sfat*.

Obligația prealabilă de consiliere se paticularizează prin atitudinea comerciantului de a-l asista pe consumator cu ocazia formulării unor opinii proprii fundamentate referitoare la cunoașterea produsului sau serviciului, implicarea lui în procesul de luare a deciziei de către consumator astfel încât aceste sfaturi sunt apte să influențeze mai puternic voința consumatorului decât simplele informații.

În contextul de mai sus, părerea unui specialist în domeniu devine un punct de reper pentru o persoană ce nu are competența necesară.

De precoizat că informațiile deținute de comerciant, referitor la produs anume trebuie privite, *în raport direct cu trebuințele concrete ale consumatorului*.

Dacă informarea presupune transmiterea unor informații obiective referitoare la condițiile contractuale, obligația de consiliere impune formularea unei opinii a comerciantului în legătură cu încheierea contractului.

Tot astfel, sfaturile trebuie să fie pertinente, apte să îl orienteze în mod adecvat pe consumator. Prin urmare, în aprecierea îndeplinirii de către comerciant a obligației de consiliere trebuie analizată și conținutul acestuia.

Secțiunea a III-a "Obligația precontractuală" de securitate

Prin valorile protejate, așa zisa "obligație de securitate" are indiscutabil, o întindere mai mare decât o unei obligații "clasice" – privită numai ca o consecință a încheierii actului juridic și a necesității executării sale. Astfel obligația de securitate a profesionistului începe din momentul punerii pe piață a produsului, adică înainte de contractarea acestuia. În condițiile acestea, se poate vorbi astfel despre o "obligație prealabilă" de securitate.

Desigur că obligația de securitate are *caracter continuu* și, în consecință, operează pe tot parcursul contractului (deci și faza executorie).

Potrivit art. 37 din Legea nr. 296/2004 Codul consumului, este interzisă *comercializarea produselor care nu sunt sigure*, cât și a produselor neînsoțite de documentația obligatorie prevăzută de lege, prin care să se ateste că ele au fost testate și certificate.

Operatorii economici sunt obligați "să introducă pe piață *numai produse sigure pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor*"(s.n.).

Astfel, comercianții trebuie să se asigure că produsele oferite spre comercializare sunt sigure și să *informeze consumatorii asupra factorilor de risc* în utilizarea și consumul acestora (art. 36 C. consum.).

Tot astfel, potrivit art. 22 C. consum., se interzice comercializarea produselor ce imită produsele alimentare, fără a fi astfel de produse și care prezintă riscul de a pune în pericol sănătatea sau securitatea consumatorilor, conform reglementărilor legale în vigoare.

Riscul se consideră acceptabil și compatibil cu un grad înalt de protecție pentru siguranța și sănătatea consumatorilor, evaluarea riscului făcându-se în funcție de următoarele aspecte:

- caracteristicile produsului, ale ambalării și ale instrucțiunilor de montaj și întreținere;

- efectul asupra altor produse, împreună cu care acesta poate fi folosit;

- modul de prezentare a produsului, etichetarea, instrucțiunile de folosire și orice alte indicații și informații furnizate de producător;

- categoria de consumatori expusă riscului prin folosirea produsului.

Cu titlu auxiliar, dar nu lipsit de importanță în asigurarea securității consumatorilor, ambalajele produselor trebuie să asigure integritatea și protecția calității acestora, fiind, totodată, conforme prevederilor legale referitoare la protecția muncii, mediului și a securității consumatorilor (art. 20 C. consum.).

Partea a III-a

Efectele, încetarea și varietățile vânzării de consumație

Capitolul I

Efectele contractului de vânzare-cumpărare (dreptul comun)

Secțiunea I Executarea contractului de vânzare-cumpărare. Aspecte generale

Momentul încheierii contractului este *un element de referință* a construcției juridice, la care trebuie raportată întreaga sa structură. El este cel care desparte (și totodată, unește) formarea contractului, de faza executării obligațiilor.

Din momentul încheierii, contractul își produce propriile *consecințe juridice*, cunoscute și ca „efectele contractului”.

În doctrină, efectele actului juridic se confundă, de regulă, cu cauza (scopul) contractului. De exemplu, actul juridic este definit, curent, ca „o manifestare de voință făcută cu *scopul de a produce efecte juridice*”.

Nu împărtășim opinia majoritară de mai sus și apreciem că „producerea efectelor juridice” nu constituie scopul contractului (în sine). Astfel, ne raliem opiniei potrivit căreia efectele contractului reprezintă (numai) *mijloace juridice de realizare a scopului* urmărit de părți. De exemplu, în contractul de vânzare-cumpărare, scopul urmărit de cumpărător este acela de *a-și apropia total lucrul* (dreptul de proprietate fiind numai expresia juridică „aproprierii” respective”).

Ca efect (principal) al contractului, părțile intră în *raporturi juridice*. Obligația civilă (în sens larg) este alcătuită din două laturi inseparabile: una activă (creditorul) și alta pasivă (debitorul și datoria ce-i incumbă).

În doctrina recentă s-a afirmat că efectele contractului *au natură normativă*. Astfel, efectul contractului constă în „norma privată” – normă de conduită generată de contract (deosebită de norma obiectivă adoptată sau sancționată de stat).

Potrivit art. 971 C. civ., „În contractele ce au ca obiect translația proprietății sau unui alt drept real, proprietatea sau dreptul se transmite prin efectul contractului” (s.n.), astfel, transmiterea dreptului de proprietate se realizează „automat și ex lege”.

Tot astfel, potrivit art. 971 coroborat cu art. 1295 alin. 1 C. civ., dreptul se transmite prin efectul consimțământului părților, proprietatea fiind strămutată „de drept” la cumpărător, de îndată ce părțile s-au învoit asupra lucrului și asupra prețului.

Efectele contractului de vânzare-cumpărare se împart în: efecte legale (produse odată cu încheierea sa valabilă) și efecte personale (obligații asumate de părți).

Putem spune, astfel, că vânzarea-cumpărarea are un efect dublu: transferul dreptului de proprietate de la vânzător la cumpărător și crearea de obligații în sarcina părților.

În consecință, transmiterea dreptului de proprietate nu este o obligație a vânzătorului (indiferent că operează de îndată sau ulterior), deoarece, odată ce contractul a fost perfectat, proprietatea se transferă fără intervenția părților.

În doctrină s-a mai afirmat, că obligațiile de predare și de luare în primire a lucrului (datorate de vânzător și, respectiv, de cumpărător) sunt de fapt *expresii materiale* ale înstrăinării și ale dobândirii (transmiterii) dreptului de proprietate.

Secțiunea a II-a. Obligațiile vânzătorului

Încheierea contractului de vânzare-cumpărare (bilateral) creează obligații, atât în sarcina vânzătorului, cât și a cumpărătorului.

Potrivit art. 1313 C. civ., „vânzătorul are două obligații principale: a preda lucrul și a răspunde de dânsul”.

Obligația principală de predare implică și obligația accesorie a conservării lucrului până la predare, în cazul în care lucrul vândut nu se predă în momentul încheierii contractului.

În doctrină, răspunderea vânzătorului este cunoscută ca ”obligația de garanție” și este analizată sub două aspecte: garanția contra evicțiunii și garanția contra viciilor ascunse.

Potrivit art. 1074 C. civ., în afara obligațiilor principale, vânzătorul are și unele *obligații accesorii*, precum: conservarea lucrului până la predare, suportarea cheltuielilor de radieră a înscripțiilor ipotecare sau alte garanții reale (purga) etc.

În afara obligațiilor principale de mai sus, părțile pot stipula și alte obligații (convenționale) și, în același timp, ele sunt în drept chiar să modifice obligațiile reglementate de lege.

De precizat că în Codul civil de la 1864 nu sunt reglementate expres toate efectele contractului de vânzare-cumpărare.

Codul civil în vigoare, în art. 1313 și art. 1361, face referire numai la obligațiile principale ale vânzătorului: „a preda lucrul și a răspunde de dânsul”, precum și la principala obligație a cumpărătorului „de a plăti prețul la ziua și la locul determinat prin contract”.

Secțiunea a II-a: Obligațiile cumpărătorului

Deoarece contractul de vânzare-cumpărare are caracter sinalagmatic (bilateral), atât vânzătorul cât și cumpărătorul au drepturi și obligații.

Codul civil arată principalele obligații ale cumpărătorului care rețezintă, totodată, drepturi ale vânzătorului.

Cumpărătorul are trei obligații principale: plata prețului, luarea în primire a lucrului vândut și suportarea cheltuielilor vânzării (dacă nu s-a prevăzut altfel în contract).

Prin acordul lor de voință, părțile pot modifica aceste obligații, după cum pot adăuga și obligații noi în sarcina cumpărătorului. De exemplu, ele pot cuprinde în

contract obligația cumpărătorului de a asigura vânzătorului sau familiei acestuia sau altor persoane, a folosinței lucrului în continuare, după transferul dreptului de proprietate.

Potrivit art. 1361 C. civ., „principala obligație a cumpărătorului este de a plăti prețul la ziua și la locul determinat prin contract”.

Plata prețului presupune remiterea sumei de bani ce corespunde valorii lucrului vândut. Cuantumul prețului plătit este convenit de părți în momentul încheierii contractului (sau urmează a fi determinată pe baza criteriilor convenite de părți la data perfectării vânzării).

Potrivit art. 1096 C. civ., plata trebuie făcută vânzătorului sau împuternicitului său ori aceluia ce este autorizat de justiție sau de lege să primească pentru cumpărător.

Deoarece contractul de vânzare-cumpărare este bilateral (sinalagmatic), obligație de predare a vânzătorului îi corespunde obligația (corelativă) de luare în primire a bunului vândut.

Obligația cumpărătorului de a lua în primire lucrul vândut trebuie îndeplinită la locul și la termenul la care se afectează predarea. Astfel, cumpărătorul trebuie să plătească prețul la locul unde se găsește în momentul încheierii contractului.

Astfel, în lipsa stipulării unui termen de luare în primire, vânzătorul care „are trebuință de locul unde (lucrul) este pus” după notificarea neurmată de executare are dreptul de a opta între păstrarea lucrului sau consemnarea lui în depozit, la dispoziția cumpărătorului (art. 1121 C. civ.).

De precizat că, părțile pot modifica, prin acordul lor de voință, locul și momentul unde se efectuează predarea, dar aceste convenții modifică implicit, și locul precum și momentul în care cumpărătorul ia în primire lucrul.

În caz de neexecutare a obligației de luare în primire a lucrului vândut, după punerea în întârziere a cumpărătorului, vânzătorul poate cere instanței, fie preluarea silită a lucrului, fie rezoluțiunea contractului.

În sarcina cumpărătorului intră și suportarea și cheltuielile vânzării.

„Spezele vânzării” cuprind toate cheltuielile efectuate cu contractul de vânzare-cumpărare suportate de ambele părți, precum: sumele de bani necesare pentru redactarea și multiplicarea contractului, pentru redactarea procurii și plata mandatarului (dacă una dintre părți încheie contractul prin mandatar), taxele de timbru, taxele de autentificare, taxele de publicitate imobiliară, onorariul pentru avocatul care a acordat asistență juridică părților, onorariul notarului care a autentificat actul de înstrăinare (art. 1305 C. civ.).

Capitolul II Conformitatea produselor și garanțiile asociate acestora

Secțiunea I Conformitatea lucrului vândut în dreptul comun

Contractul de vânzare-cumpărare este expresia acordului de voințe ale vânzătorului și cumpărătorului. Astfel, lucrul vândut și prețul plătit, ca elemente principale ale contractului, trebuie să reprezinte întocmai motivațiile și scopurile urmărite de părțile contractante.

Având în vedere că, mijloacele juridice de realizarea intereselor contractuale sunt obligațiile părților, apreciem că *instituția conformității este o problemă de executare a contractului*.

Executarea "întocmai" a contractului are semnificația faptulul că părțile contractante trebuie să execute toate prestațiile la care s-au îndatorat prin angajamentul lor voluntar, în natura lor specifică, în cantitățile sau volumul stabilit în contract și în condițiile de calitate convenite explicit sau implicit.

Executarea întocmai a contractului are ca temei dispozițiile art. 1073 C. civ., potrivit cărora "Creditorul are dreptul de a dobândi îndeplinirea obligației" și ale art. 1100 C. civ., "creditorul nu poate fi silit a primi alt lucru decât acela ce i se datorește, chiar dacă valoarea lucrului oferit ar fi egală sau mai mare".

În dreptul nostru, problema conformității s-a pus exclusiv în domeniul contractului de vânzare-cumpărare, în sensul că vânzătorul este ținut să predea cumpărătorului bunul vândut conform stipulațiilor contractuale, prin care se înțelege *conformitate materială*.

Potrivit art. 5 alin. 1 din Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, vânzătorul este obligat să livreze consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare.

Secțiunea a II-a Conformitatea produselor de consumație

În dreptul comunitar, problema protecției consumatorului în privința bunurilor și serviciilor este un deziderat de politică juridică.

Deși la nivel european se crează un drept comun ce presupunea o identitate de concepție, se simțea însă lipsa unei viziuni clare cu privire la semnificația și rolul conformității produselor.

Elementele comune ale reglementărilor în materie de conformitate sunt prezente în toate definițiile sau segmentele de definiții prezente în Directivele sectoriale.

Reglementările comunitare în materie, constituie puncte de plecare pentru legislațiile naționale care au posibilitatea de a dezvolta noțiunile sau de a le restrânge, cu condiția să nu creeze o situație mai defavorabilă consumatorilor.

Pe fond, precizăm că, în raporturile constituite între profesioniști și consumatori, garanția datorată pentru calitatea produselor tinde a se substitui dreptului comun în materie, respectiv garanției contra viciilor ascunse reglementată de Codul civil.

Responsabilitatea profesionistului este distinctă, dar ea nu este însă radical diferită de cea prevăzută de Codul civil de la 1804. Astfel, vânzătorul profesionist este obligat să furnizeze cumpărătorului-consumator un produs care trebuie să corespundă folosinței normale a unui lucru din categoria respectivă și fără grija de a trebui să-l repare ori să-l înlocuiască, în caz contrar având posibilitatea reducerii prețului sau a rezoluției contractului.

Principalul pas, în materie de conformitatea produselor s-a realizat în anul 1980, prin Convenția Națiunilor Unite privind vânzarea internațională de mărfuri, cunoscută în doctrină, drept "Convenția de la Viena".

Pentru reglementarea rapoanelor speciale constituite în condițiile de mai sus, în plan european a fost adoptată Directiva 1999/44/CE a Parlamentului european și a Consiliului din 25 mai 1999 privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe, ce a preluat în mare parte spiritual Convenție de la Viena privind vânzarea internațională a mărfurilor.

În plan național, dispozițiile celor două acte normative de mai sus, s-au materializat în principal, prin adoptarea Legii nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiilor asociate acestora.

Secțiunea a III-a Reglementarea națională a conformității produselor

Principalul act normativ, ce reglementează conformitatea produselor oferite pe piață, este Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, care a transpus în plan național Directiva 99/44/CE a Parlamentului european și a Consiliului, din data de 25 mai 1999 (privind anumite aspecte ale vânzării și garanțiilor bunurilor de consum).

În acest context trebuie să reamintim și alte două acte normative: O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorului și de Codul consumului – Legea nr. 296/2004, ambele curprinzând dispoziții colaterale, în materia conformității.

Din punctul de vedere al studiului nostru, toate actele normative de mai sus au un punct comun și anume reglementarea dreptului consumației dar, aduc în prim plan și o *noțiune juridică inedită peisajului legislativ românesc: obligația de conformitate*.

Precizăm că, în concordanță cu obiectul de studiu propus prin teza de față, încercăm să circumscriem conceptul de conformitate, în contextul mai larg al vânzărilor de consum.

Întrucât protecția consumatorului nu și-a câștigat pe deplin autonomia față de dreptul privat al contractelor, ar fi incompletă această analiză fără o comparație cu noțiuni tradiționale.

Din nefericire dispozițiile Noului Cod civil nu acordă conformității produselor atenția cuvenită (în pofida mult afișatei concepții moniste și al caracterului profund reformator).

În contextul de mai sus, precizăm că în dreptul civil francez, separația de regimuri juridice produce serioase consecințe cu privire la situația vânzătorului care este ținut să acționeze împotriva celui care datorează garanția pentru vicii ascunse în „termen scurt” (art. 1648 C. civ. francez).

În dreptul civil român dispozițiile art. 1359 C. civ. 1864 și ale art. 5 din Decretului nr. 167/1958 privind prescripția extinctivă, produc consecințe mai puțin grave pentru cumpărător (cu semnificație mai ales în caz de vicii care nu au fost ascunse cu viclenie).

Situația de mai sus este mult îmbunătățită în cazul vânzărilor comerciale, pentru care art. 70 C. com. prevede un termen extrem de scurt de denunțare (două zile de la descoperirea viciilor ascunse).

În orice caz, apreciem că situația actuală a cumpărătorului-consumator a fost vizibil îmbunătățită, acesta putând să opteze între acțiunile care sancționează viciile ascunse și acelea care sancționează neexecutarea obligației de predare conformă.

Secțiunea a III-a Răspunderea profesionistului pentru neconformitatea produsului: "a treia garanție" ?

Contractul de vânzare-cumpărare valabil încheiat *crează obligații* în sarcina ambelor părți contractante. Vânzătorul are două obligații principale legale: *să predea lucrul vândut și să-l garanteze pe cumpărător contra evicțiunii și contra viciilor* (art. 1313 C. civ.).

Potrivit art. 1651 C. civ., regulile privind „obligațiile vânzătorului se aplică, în mod corespunzător, obligațiilor înstrăinătorului în cazul oricărui alt contract având ca efect transmiterea unui drept, dacă din reglementările aplicabile aceluși contract sau din cele referitoare la obligații în general nu rezultă altfel”.

Potrivit art. 1336 C. civ., „vânzătorul răspunde către cumpărător: 1. de liniștita posesiune a lucrului, și 2. de viciile aceluși lucru” (a se vedea și art. 1313, art. 1337 și urm., art. 1352 și urm. C. civ.).

Din cele de mai sus rezultă că obligația de garanție a vânzătorului are o *dublă înfățișare*: pe de o parte, acesta trebuie să-l garanteze pe cumpărător de *liniștita folosință a lucrului* (garanția contra evicțiunii) și, pe de altă parte, de *utila folosință a lucrului* (garanția contra viciilor).

Potrivit legii, repararea sau înlocuirea produselor trebuie făcută în cadrul unei *perioade rezonabile de timp*, stabilită de comun acord, în scris, între vânzător și consumator, și fără niciun inconvenient semnificativ pentru consumator, luându-se în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele.

Consumatorul poate solicita o reducere corespunzătoare a prețului sau rezoluțiunea contractului *numai dacă*:

- nu beneficiază nici de repararea, nici de înlocuirea produsului;
- vânzătorul nu a luat măsura reparatorie într-o perioadă de timp rezonabilă;
- vânzătorul nu a luat măsura reparatorie, fără inconveniente semnificative pentru consumator.

Consumatorul nu este îndreptățit să solicite rezoluțiunea contractului, dacă lipsa conformității este minoră (art. 14 din lege).

Dacă lipsa de conformitate rezultată dintr-o acțiune sau dintr-o omisiune a producătorului ori a unui operator economic din același lanț contractual, vânzătorul are dreptul de a se îndrepta împotriva celui responsabil de lipsa de conformitate, în condițiile legii (*acțiune în regres*).

Răspunderea vânzătorului este angajată dacă lipsa de conformitate apare într-un *termen de 2 ani*, calculat de la livrarea produsului (art. 16 din lege).

După expirarea termenului de 2 ani, consumatorii pot pretinde remedierea sau înlocuirea produselor care nu pot fi folosite în scopul pentru care au fost realizate ca urmare a unor vicii ascunse apărute în cadrul duratei medii de utilizare, în condițiile legii.

Lipsa de conformitate apărută în termen de 6 luni de la livrarea produsului se prezumă că a existat la momentul livrării acestuia, cu excepția cazurilor în care prezumția este incompatibilă cu natura produsului sau a lipsei de conformitate (art. 18 din lege).

Potrivit art. 19 din lege, garanția este obligatorie pentru ofertant, în condițiile specificate în declarațiile referitoare la garanție și în publicitatea aferentă.

Garanția profesionistului trebuie să cuprindă mențiuni cu privire la drepturile conferite prin lege consumatorului și să ateste în mod clar că aceste drepturi nu sunt afectate prin garanția oferită.

Garanția trebuie să precizeze elementele de identificare a produsului, termenul de garanție, durata medie de utilizare, modalitățile de asigurare a garanției - întreținere, reparare, înlocuire și termenul de realizare a acestora, inclusiv denumirea și adresa vânzătorului și ale unității specializate de service.

Garanția trebuie redactată în termeni simpli și ușor de înțeles.

La cererea consumatorului garanția va fi oferită *în scris sau pe orice alt suport durabil, disponibil și accesibil acestuia*.

Potrivit art. 22 din lege, clauzele contractuale sau înțelegerile încheiate între vânzător și consumator înainte ca lipsa de conformitate să fie cunoscută de consumator și comunicată vânzătorului, care limitează sau înlătură, direct ori indirect, drepturile consumatorului prevăzute de prezenta lege, *sunt nule de drept*.

Secțiunea a IV-a Răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produse cu defecte, în condițiile Legii nr. 240/2004

Reglementarea raporturilor juridice dintre producători și persoanele vătămate ori prejudiciate de produsele cu defecte puse în circulație, răspunderea civilă pentru pagubele generate de aceste produse, precum și dreptul la acțiune pentru repararea pagubelor s-a realizat prin dispozițiile Legii nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte.

Ca excepție, potrivit art. 15 din lege, prevederile prezentei legi *nu se aplică*:

- pagubelor generate de produsele puse în circulație anterior datei intrării în vigoare a acesteia;

- pagubelor rezultate din accidente nucleare.

Răspunderea civilă este antrenată între cele două părți: producătorul și consumatorul.

În accepțiunea legii *producătorul* poate fi:

- fabricantul produsului finit al unei materii prime sau părți componente ale produsului;

- orice persoană care se prezintă ca producător, prin faptul că își înscrie pe produs numele, marca sau alt semn distinctiv;

- orice altă persoană, care importă un produs în România în vederea vânzării, închirierii, cumpărării sau altei forme de înstrăinare în cadrul activității proprii de comercializare în cadrul societății, este considerată producător al acestuia și răspunde în aceeași măsură ca și producătorul;

- orice altă persoană, care importă un produs din Uniunea Europeană în vederea vânzării, închirierii, cumpărării sau altei forme de înstrăinare în cadrul activității proprii de comercializare în cadrul societății, este considerată producător al acestuia și răspunde în aceeași măsură ca și producătorul;

Când producătorul unui produs *nu poate fi identificat*, fiecare furnizor al produsului respectiv va fi tratat drept producător, dacă el nu comunică consumatorului prejudiciat, într-un interval de timp rezonabil, datele de identificare a producătorului sau a persoanei care i-a furnizat produsul.

Răspunderea producătorului este antrenată de paguba produsă consumatorului.

Capitolul III

Dezechilibrul contractual și clauzele abuzive la vânzare

Secțiunea I. Clauzele contractuale reciproce: expresia echilibrului dintre părți

Contractul reprezintă acordul juridic al voințelor dintre două sau mai multe persoane.

Prin contract persoanele fizice sau juridice se angajează, de regulă reciproc, pentru realizarea intereselor lor. Astfel, ele se află pe poziții de egalitate, prin voințele lor angajante.

În consecință, ca principiu, părțile contractante se află pe poziții de egalitate (și numai ca excepție, prin voința lor, ele se pot afla în dezechilibrul).

În raporturile contractuale dintre consumatori și comercianți ale căror clauze nu sunt liber negociate, clauzele contractuale pot fi inegale și pot fi prejudiciate interesele cumpărătorilor – persoane fizice.

Deoarece cumpărătorul - consumator nu este în măsură să negocieze de pe o poziție egală cu profesionistul, posibilitatea sa de a modifica ulterior prevederile contractuale, este redusă.

Dreptul comun prevede anumite căile juridice pentru prevenirea și înlăturarea situațiilor ce pot prejudicia cumpărătorul, cum ar fi anularea pentru vicii de consimțământ, anularea pentru lipsa de cauză, despăgubiri pentru abuz de drept.

Pentru restabilirea echilibrului contractual, înlăturând și sancționând abuzul comercianților, a fost reglementat domniul cluzelor abuzive în contractele încheiate între aceștia și consumatori.

Secțiunea a II-a. Conceptul de clauze abuzive

Aplicarea dispozițiilor Legii nr. 193/2000 este delimitată în raport de calitatea părților contractului și de natura cluzelor contractuale.

Sub aspectul părților contractante, reglementarea privind clauzele abuzive se aplică raporturilor juridice stabilite între consumatori și comercianți.

Din punctul de vedere al contractelor, nu interesează natura sau forma sub care acestea se prezintă. Orice contract poate face obiectul Legii nr. 193/2000, nu doar contractele preformulate sau cele de adeziune, cu toate că acestea sunt în primul rând vizate. O asemenea limitare nu își găsește suport în dispozițiile legale. Dimpotrivă, art. 1 din lege folosește sintagma „orice contract.”

Ceea ce prezintă relevanță este existența unor clauze care să întrunească condițiile prevăzute de lege. Trebuie remarcat faptul că legea nu vizează un anumit tip de contract, ci anumite clauze identificate prin natura lor abuzivă.

Pentru ca domeniul de aplicare să nu fie în mod nejustificat restrâns, art. 3 alin. (1) din lege prevede în mod expres, că legea se aplică și bonurilor de comandă sau de livrare, tichetelor, biletelor și altora asemenea care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite.

Aceste înscrisuri sunt incluse de noțiunea de contract de consum, prezentat în primul capitol. Întrucât cuprind condiții general prestabilite ori referiri la acestea, este firesc să fie analizate și din punctul de vedere al conținutului lor.

În caz contrar, s-ar generaliza practica inserării unor condiții prestabilite unilaterale de comerciant în astfel de înscrisuri pentru a scăpa controlului judiciar. Existența unor stipulări sau referiri la condițiile generale este o condiție pentru ca aceste documente să intre în domeniul de aplicare a Legii nr. 193/2000.

Directiva 93/13 prevede că se aplică și activităților profesionale cu caracter public, mențione nepreluată de legea română. Cu toate acestea, incidența reglementării nu poate fi exclusă, legislația națională trebuind interpretată în lumina dispozițiilor comunitare, iar jurisprudența Curții Europene de Justiție este relevantă sub acest aspect. Așa cum s-a arătat în doctrină, prin noțiunea de servicii publice nu trebuie înțelese doar activitățile cu caracter industrial sau comercial, dar și serviciile administrative (spitale, universități).

Sunt exceptate de la aplicabilitatea Legii nr. 193/2000, clauzele contractuale prevăzute în temeiul altor acte normative în vigoare (art. 3 alin 2). Această excepție se justifică prin faptul că, având o bază legală, astfel de clauze sunt considerate echitabile, precum și prin natura specifică a contractului.

Secțiunea a III-a Clauze exceptate.

Potrivit art. 4 alin. (6), nu sunt supuse dispozițiilor acestei legi clauzele ce definesc obiectul principal al contractului sau stabilesc echivalența între preț și produsul ori serviciul oferit, în măsura în care sunt exprimate într-un limbaj ușor inteligibil.

O explicație a acestei dispoziții ar fi faptul că reglementarea clauzelor abuzive nu are drept scop să pună în balanță prestațiile efective ale părților, ci drepturile și obligațiile.

În consecință, nu pot fi analizate acțiunile și inacțiunile părților (obiectul contractului) și echivalența dintre preț, pe de o parte, și produs sau serviciu pe de altă parte.

Ca excepție, în măsura în care clauza nu este clară și ușor de înțeles, cel interesat poate solicita constatarea naturii abuzive a acesteia. Ne aflăm în fața unei situații în care lipsa de transparență conduce la calificarea ei drept abuzivă. Parțial, această prevedere a legii reprezintă un argument pentru excepția stabilită de teza I a art. 4 alin. (6). Se presupune că în general clauzele ce au acest obiect sunt înțelese de consumator.

Secțiunea a IV-a Evoluția cadrului instituțional de protecție. Ordinul ANPC 531/2001 și comisia de clauze abuzive

Potrivit art. 8 din Legea nr. 193/2000 republicată, controlul respectării dispozițiilor în materie, se face de reprezentanții împuterniciți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, precum și de specialiști autorizați ai altor organe ale administrației publice, potrivit competențelor.

Organismul național de luptă împotriva clauzelor abuzive este Comisia de clauze abuzive.

Comisia de cauze abuzive, a fost înființată, în temeiul art. 4 și 5 din Ordinul ANPC/531 din 12 decembrie 2001 privind înființarea, organizarea și funcționarea Comisiei de clauze abuzive cu statut de organism consultativ independent, nonprofit, format din reprezentanți ai organelor de specialitate ale administrației publice centrale, din reprezentanți ai agenților economici și din reprezentanți ai consumatorilor, în vederea organizațiilor neguvernamentale în procesul decizional, precum și a obținerii celor mai bune opinii fundamentate privind clauzele abuzive din contractele încheiate cu consumatorii.

Comisia este compusă din 9 membrii cu drept de vot, după cum urmează: un reprezentant în calitate de membru, desemnat de ANPC; un reprezentant în calitate de membru, desemnat de Ministerul Industriei și Resurselor; un reprezentant în calitate de membru, desemnat de Oficiul Concurenței; un reprezentant în calitate de membru, cadru didactic, desemnat de Universitatea București, Facultatea de Științe Juridice; 2 reprezentanți în calitate de membri, desemnați de Camera de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București; 3 reprezentanți ai asociațiilor de proprietari constituite în baza Legii locuinței nr. 114 din 1996, și ai consumatorilor, în calitate de membri, desemnați de asociațiile și fundațiile recunoscute ca fiind de utilitate publică, în conformitate cu prevederile art. 38 și 39 din O.G. nr. 26 din 2000 cu privire la asociații și fundații.

Membrii comisiei vor desemna prin vot un președinte și un vicepreședinte. Nominalizarea membrilor se face de către instituțiile și asociațiile menționate, la solicitarea secretarului de stat, președintele ANPC.

Secțiunea a V. Constatarea și sancționarea clauzelor abuzive în condițiile Legii nr. 193/2000

Legea nr. 193/2000 cuprinde dispoziții privind drepturile consumatorilor în cazul constatării existenței unei clauze abuzive precum și aspectele procedurale.

Potrivit art. 6 clauzele abuzive pot fi constatate personal sau prin intermediul autorității competente. Ele nu vor produce efecte asupra consumatorului, iar contractul se va derula în continuare, cu acordul consumatorului, numai dacă după eliminarea acestora mai poate continua.

Precizăm că în dreptul francez există tendința eliminării clauzelor abuzive, care au suporta o multitudine de măsuri restrictive (mai ales în ultimele două decenii).

În cazul constatării personale a clauzei abuzive, consumatorul poate formula acțiuni în justiție sau poate sesiza autoritățile competente să controleze respectarea dispozițiilor legale.

Legea nu prevede mecanismul juridic prin care efectele clauzei abuzive vor fi înlăturate, spre deosebire de legea franceză care prevede că o astfel de clauză este considerată nescrisă.

Doctrina a propus aceeași soluție și pentru dreptul român, considerând că aceasta este mai adecvată. Se arată că nulitatea privește un element esențial al contractului, iar constatarea ei ar afecta contractul în integralitatea sa, în timp ce considerarea „ca nescrisă”, produce efecte numai în privința clauzei abuzive.

De asemenea, aceasta permite menținerea echilibrului contractual și prezintă avantaje în privința probelor, în sensul că cel interesat trebuie să dovedească numai inserarea clauzei în contract.

Alături de opinia majoritară, considerăm că sancțiunea aplicabilă este nulitatea clauzei abuzive. Astfel, nulitatea este sancțiunea ce intervine în cazul nerespectării unei condiții de validitate a actului juridic.

Secțiunea a VI-a Reglementarea clauzelor abuzive în Noul Cod civil

Reglementarea definiției și a criteriilor de tereminare a clauzelor abuzive se regăsește în conținutul mai multor acte normative (de regulă cele în materie a dreptului de consumație).

Problema (esențială) a clauzelor abuzive a fost preluată și de Proiectul Codului civil 2004, care curindea dispoziții pertinetate în Secțiunea a 6-a ”Despre efectele contractelor între părți”, fiind inclusă astfel, în structura teoriei generale a contractelor.

Potrivit art. 986 din Proiectului de Cod civil, se includeau, din perspectiva contractanților, atât ”consumatorul”, cât și ”persoana care aderă la contract”, extinzând astfel domeniul de aplicare al protecției asigurate prin reglementarea dată în cod clauzelor abuzive asupra ambelor categorii.

Astfel, protecția acordată consumatorului urma să aibă o sferă e aplicare mult mai largă decât cea cuprinsă în Legea nr. 193 din 2000, aceasta și, deoarece nu

era determinată prin nici un criteriu "cealaltă parte contractantă", orice categorie de cocontractanți fiind inclusă în această sferă.

În consecință, domeniul de aplicare al reglementărilor care asigură protecția împotriva clauzelor abuzive era extins și nu viza, exclusiv, contractele încheiate între comercianți și consumatori ca și domeniul de aplicare al Legii nr. 193/2000.

Tot astfel, art. 993 alin. 2 din proiect, o clauză este abuzivă când dezavantajează consumatorul sau persoana care aderă la contract într-o manieră excesivă sau nerezonabilă, cu încălcarea exigențelor bunei-credințe, cum ar clauza care se îndepărtează substanțial de obligațiile esențiale care rezultă din regulile care guvernează în mod obișnuit contractul respectiv, denaturându-l.

De precizat însă că, definiția și criteriile de stabilire a caracterului abuziv al unei clauze, rămân aceleași ca și în Legea nr. 193/2000. Astfel, clauza este abuzivă, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, în ipoteza în care crează un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților, în detrimentul consumatorului și contrar cerințelor bunei-credințe, criteriul de apreciere al caracterului abuziv al unei clauze este crearea unui dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților, în detrimentul consumatorului, cu trimitere la cerințele bunei-credințe.

Criteriul prin care se determină caracterul abuziv al unei clauze este, și conform acestei reglementări, crearea unui dezavantaj pentru consumator sau pentru persoana care aderă la contract, dezavantaj excesiv sau nerezonabil. Noțiunea de "dezechilibru" este înlocuită cu aceea de dezavantaj excesiv sau nerezonabil, fiind păstrată trimiterea la criteriul bunei-credințe.

Sanctiunea pentru clauzele abuzive, prevăzută în conformitate cu art. 993, alin. 1 din proiect, atât într-un contract cu consumatorii, cât și într-un contract de adeziune, este aceea că clauza este reputată nescrisă.

Capitolul IV

Încetarea vânzării de consumație prin denunțare unilaterală

Secțiunea I Încetarea contractului de vânzare-cumpărare

Odată ce a fost valabil încheiat, contractul produce efecte (consecințe) juridice. Efectele contractului sunt date de drepturile subiective civile și obligațiile civile cărora actul juridic le dă naștere, le modifică sau le stinge.

Așadar, ceea ce pentru raportul juridic civil reprezintă conținutul acestuia, în același timp, constituie efectele actului juridic civil care generează acel raport juridic civil.

Principala reglementare a efectelor actului juridic civil se găsește în Codul civil

Pentru a putea fi studiate efectele contractului trebuie *determinate*. Determinarea efectelor actului juridic civil înseamnă stabilirea drepturilor subiective civile și a obligațiilor corelative generate, modificate sau stinse de un asemenea act.

Operațiunea juridică a determinării efectelor este necesară deoarece nu întotdeauna conținutul actului juridic civil este clar, ci, uneori, cel puțin la prima vedere, el este neclar, datorită unor cauze precum: neconsemnarea manifestării de voință într-un înscris, greșita exprimare a părților la încheierea actului juridic, folosirea unor cuvinte nepotrivite, conciziunea excesivă a expresiilor sau cuvintelor utilizate etc.

Secțiunea a II-a. Denunțarea unilaterală a vânzării de consumație

Contractul de vânzare-cumpărare încetează de regulă, ca orice contract, odată cu producerea efectelor sale și atingerea scopului urmărit de părțile contractante.

Ca excepție de la regula de mai sus, contractul poate înceta și înainte de producerea efectelor totale sau parțiale prin voința părților contactante (*mutuus dissensus*), la fel cum a fost încheiat (*mutuus consensus*).

Dreptul de denunțare unilaterală a contractului, aparținând consumatorului, este un mijloc esențial pentru realizarea finalității reglementărilor, în materie.

În baza acestui drept, partea are responsabilitatea să decidă asupra existenței contractului fără a fi necesar consimțământul cocontractantului.

Dreptul de denunțare nu este o creație recentă și nu este specific materiei protecției consumatorului. El este *recunoscut în dreptul comercial și în dreptul civil* cu toate că nu există o reglementare de principiu în privința sa.

Există însă în Codul civil dispoziții exprese privind existența acestui drept în cadrul reglementării anumitor contracte (de pildă, în cazul contractului de locațiune încheiat pe perioadă nedeterminată, al contractului de asigurare, al contractului de depozit, precum și în cazul contractului de mandat).

Temeiul recunoașterii dreptului de denunțare este reprezentat de dispozițiile art. 969 alin. (2) C. civ., potrivit căruia convențiile „se pot revoca prin consimțământul mutual sau prin cauze autorizate de lege”.

Existența dreptului de denunțare unilaterală poate avea ca temei chiar voința părților. În baza libertății contractuale, părțile pot conveni ca una dintre ele să aibă dreptul de a pune capăt în mod unilateral contractului. În acest caz, nu mai suntem în prezența unei excepții de la forța obligatorie a contractului, ci a unei expresii a libertății de voință.

Unele acte normative adoptate în materia protecției consumatorului instituie pentru consumator un drept de denunțare unilaterală, conținând prevederi mai detaliate privind exercitarea și efectele dreptului de denunțare unilaterală.

Potrivit art. 82 din Codul consumului, contractul trebuie să stipuleze, cu caractere mari și în imediata vecinătate a locului rezervat pentru semnătura consumatorului, *clauza expresă despre dreptul de denunțare unilaterală a contractului*, după caz, precum și numele și adresa comerciantului față de care consumatorul poate să își exercite acest drept, conform dispozițiilor legale.

Dreptul consumatorului la denunțarea sau rezilierea contractului *nu poate fi anulat sau restrâns de nicio clauză contractuală* sau înțelegere între părți, în cazurile prevăzute de lege, aceasta fiind considerată nulă de drept. (art. 84C.consum.).

Cu toate cele de mai sus, în materia dreptului de consumație, denunțarea unilaterală a contractului este o instituție pe cât de acceptată, pe atât de controversată (și de neînțeles), sub aspectul naturii sale juridice.

Secțiunea a III-a Dreptul de denunțarea unilaterală în reglementările dreptului de consumație

Dreptul de denunțare unilaterală a contractului de către consumatorul persoană fizică este reglementat în cele mai multe dintre actelor normative în materie.

De regulă dispozițiile în materie sunt asemănătoare și se repetă în actele normative de după anul 2000. Cu toate acestea pe parcursul implementării instituției în dreptul național, au survenit și unele deosebiri (mai ales de nunață), cu privire la care, vom încerca în continuare, să facem câteva considerații.

OG. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contactelor la distanță reglementează expres dreptul de denunțarea unilaterală a contractului în capitolul II (art. 7-10).

Potrivit art. 7 alin. (1) din O.G. nr. 130/2000 „Consumatorul are dreptul de a denunța unilateral contractul la distanță, în termen de 10 zile lucrătoare, fără penalități și fără invocarea vreunui motiv.

În contextul general al ordonanței, dreptul de denunțare unilaterală este un element esențial în privința protejării drepturilor consumatorilor.

O.G. nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare reglementează dreptul de denunțare unilaterală al consumatorului în art. 9-13.

Potrivit art. 9 din ordonanță, consumatorul are dreptul de a denunța unilateral contractul în termen de 14 zile calendaristice, fără plată de penalități și fără a fi necesară invocarea vreunui motiv, în cazul contractelor ce au ca obiect asigurările de viață și operațiuni referitoare la pensii individuale termenul de denunțare fiind de 30 de zile calendaristice.

Termenul începe să curgă de la data încheierii contractului la distanță sau de la dată la care consumatorul a fost informat că s-a încheiat contractul având ca obiect asigurarea de viață sau din ziua în care consumatorul primește informațiile dacă aceasta este ulterioară încheierii contractului (art. 10).

O.G. nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale reglementează dreptul de denunțare unilaterală a contractului în capitolul a III-lea (art. 8-11).

Având în vedere împrejurările în care contractul este încheiat „în afara spațiilor comerciale”, legea dă posibilitate consumatorului să denunțe contractul, cu respectarea unor condiții.

Capitolul V. Varietăți ale vânzării de consumație

După cum instituția contractului, în general, constituie dreptul comun pentru materia contractelor speciale, tot așa și regulile specifice contractului de vânzare-cumpărare constituie dreptul comun pentru diferitele feluri de vânzări, cunoscute în domeniu și sub numele de varietăți ale contractului de vânzare-cumpărare.

Varietățile (felurile) de vânzări sunt contracte de vânzare-cumpărare caracterizate prin particularități date de dispozițiile speciale ale Codului civil sau ale altor acte normative.

Secțiunea I. Particularitățile vânzării încheiate la distanță

Vânzarea produselor la distanță a fost reglementată de O.G. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță.

În activitatea lor, comercianții adoptă diverse tehnici moderne care permit comunicarea la distanță. S-a conturat astfel, o noțiune juridică specială, și anume *contractul la distanță*, reglementat de O.G. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță.

Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului, și a comerciantului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă, care în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță (art. 34 din OG nr. 99/2000).

Introducerea tehnologiilor moderne conduce la o dezvoltare semnificativă a comerțului transfrontalier, prezentând multiple avantaje atât pentru comercianți cât și pentru consumatori. Aceștia pot procura produse și beneficia de prestarea de servicii, la care, astfel, nu ar avea acces având la dispoziție o foarte mare posibilitate de alegere.

Tot astfel, achiziționarea unor produse prin intermediul tehnicilor de comunicație la distanță prezintă avantajul de a evita deplasarea, dar și pe acela de a permite consumatorului să reflecteze înainte de a face o comandă.

Secțiunea a II-a. Particularitățile vânzării produselor în afara spațiilor comerciale

Vânzarea produselor în afara spațiilor comerciale a fost reglementată de OG nr. 106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale.

De regulă, comercializarea produselor și prestarea serviciilor se realizează în spații și locuri autorizate, principiu prevăzut de dispozițiile art. 26 alin. (1) din O.G. nr. 21/1992.

Nu este însă interzisă desfășurarea activității și în afara acestor spații. Oferta și acceptarea ei pot fi efectuate în orice alt loc nedestinat desfășurării activității comerciale, atât timp cât sunt realizate condițiile de valabilitate a acestora.

Potrivit art. 38 din O.G. nr. 99/2000, *vânzările în afara spațiilor comerciale* sunt acele vânzări directe realizate de comercianți în următoarele situații:

- în timpul unei deplasări organizate de comerciant în afara spațiilor sale comerciale;

- în timpul unei vizite efectuate de comerciant, dacă aceasta nu a avut loc la solicitarea expresă a consumatorului: la locuința unui consumator, unde pot fi încheiate contracte și cu alte persoane prezente sau la locul de muncă al consumatorului sau în locul în care acesta se găsește, chiar temporar, pentru motive de lucru, studiu sau tratament;

- în orice alte locuri publice sau destinate publicului, în care comerciantul prezintă o ofertă pentru produsele sau serviciile pe care le furnizează, în vederea acceptării acesteia de către consumator.

Așa cum am arătat în prima secțiune, voința manifestată în vederea încheierii unui act juridic, considerată în privința celor două componente ale sale, consimțământul și cauza, trebuie să fie liberă și în deplină cunoștință de cauză, numai astfel putând da naștere unui act juridic valabil.

Formarea voinței consumatorului poate fi influențată de aspecte, cum ar fi: locul de încheiere a contractului, timpul insuficient pentru a putea reflecta, caracterul neașteptat al propunerii venite din partea comerciantului, conduita acestuia, lipsa posibilității de a compara caracteristicile produsului sau serviciului oferite cu alte produse ori servicii existente pe piață, lipsa tuturor informațiilor necesare luării unei decizii.

În condițiile de mai sus, consumatorul ajunge deseori să încheie un anumit contract, fără a aprecia asupra tuturor aspectelor legate de propriile trebuințe și de oferta făcută.

Secțiunea a III-a. Particularitățile comercializării produselor de piață

Vânzarea produselor de piață a fost reglementată de O.G nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață.

Prin ordonanță au fost stabilite principiile generale privind desfășurarea activității comerciale și urmărește dezvoltarea rețelei de distribuție a produselor și serviciilor de piață, cu respectarea principiilor liberei concurențe, protecției vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor, precum și a mediului.

Obiectul reglementării îl constituie activitățile din sectorul comercial și al serviciilor de piață privind cerințele necesare desfășurării acestor activități, structurile de vânzare, practicile comerciale și regulile generale de comercializare, precum și sancțiunile în caz de nerespectare a prevederilor acesteia (art. 3 din ordonanță).

Obiectul material al ordonanței îl constituie *produsele alimentare, nealimentare și la serviciile de piață.*

Nu sunt supuse prevederilor ordonanței activitățile de comercializare având ca obiect:

- produsele medicamentoase, dispozitivele medicale;

- produsele agricole și agroalimentare vândute de producătorii agricoli individuali în baza certificatului de producător;
- combustibilii pentru uzul mijloacelor de transport, inclusiv cei comercializați prin stații de distribuție;
- bunurile din producția proprie a meșteșugarilor individuali vândute la locurile de producție;
- lucrările, brevetele și invențiile, precum și publicațiile de natură științifică sau informativă realizate de titularii acestora;
- tipăriturile, pliantele, broșurile și albumele, realizate în scopul prezentării patrimoniului cultural deținut de muzee, centre de cultură, teatre sau alte instituții similare acestora, ori bunurile culturale sau cu caracter promoțional specifice activității instituțiilor culturale, și comercializate prin fondul propriu al fiecărei instituții culturale sau cu prilejul unor manifestări cultural-artistice organizate de acestea;
- mărfurile vândute către vizitatori, în cadrul festivalurilor, târgurilor, saloanelor sau al altor manifestări expoziționale, cu condiția ca acestea să facă obiectul manifestărilor respective;
- produsele confiscate și valorificate conform dispozițiilor legale în vigoare;
- produsele și serviciile de piață reglementate prin acte normative speciale.

Potrivit art. 68 din ordonanță, în funcție de tipul și caracteristicile produsului, pe ambalajul acestuia se vor indica vizibil, lizibil și fără echivoc *dimensiunile sau numărul de articole (bucăți) conținute, cantitatea netă* conținută (exprimată în unități de măsură recunoscute de autoritatea statului român).

În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, orice comerciant care informează consumatorul asupra ofertei sale de produse *prin intermediul cataloagelor, broșurilor sau al altor publicații tipărite* este obligat ca pentru produsele preambaiate să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură.

Secțiunea a IV-a. Particularitățile comercializării alimentelor

Vânzarea produselor alimentare a fost reglementată de O.U.G. nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor.

Scopul declarat al actului normative de mai sus este unul mai larg, respectiv stabilirea cadrului juridic unitar referitor la producerea, ambalarea, depozitarea, transportul și comercializarea alimentelor, responsabilitățile producătorilor și comercianților de alimente, organizarea controlului oficial al alimentelor și sancțiunile în vederea protejării calității alimentelor.

De precizat că reglementările ordonanței de urgență nu se aplică alimentelor produse în gospodării individuale pentru consumul propriu și nici produselor alimentare care sunt în tranzit sau care sunt depozitate temporar, ca bunuri care tranzitează țara, dacă nu reprezintă un pericol pentru sănătatea umană sau pentru mediu.

Obiectul material principal al reglementării în consituie *alimentele*, ca produse în stare naturală sau prelucrate, destinate consumului uman, inclusiv apa minerală și guma de mestecat, din care se exclud tutunul, produsele medicinale și substanțele narcotice sau psihotrope.

După originea lor, alimentele sunt de două feluri:

- *alimente de origine animală*, respectiv alimente constând în sau conținând aproape în exclusivitate produse de origine animală;

- *alimente de origine vegetală*, alimente constând în sau conținând aproape în exclusivitate produse de origine vegetală.

După provenineta și destinație alintele pot fi:

- *alimente cu destinație nutrițională specială*, respectiv alimente care datorită compoziției lor speciale sau procesului de prelucrare sunt în mod clar distincte de alimentele destinate consumului normal, au o compoziție corespunzătoare cu scopurile nutriționale pretinse și sunt comercializate într-o formă care indică acest obiectiv;

- *alimente provenite din organisme modificate genetic*, care conțin o combinație nouă de material genetic obținut prin tehnici de biotehnologie și/sau organisme în care materialul genetic a fost modificat printr-un proces care nu are loc în mod natural prin împerechere și/sau recombinare naturală.

Concluzii

Despre contractul de vânzare-cumpărare s-a scris, foarte mult.

Despre dreptul de consumație, de asemenea, s-a scris.

Despre *vânzarea de consumație s-a scris foarte puțin*. Acesta a fost și motivul care ne-a determinat să alegem subiectul lucrării de față.

Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului definește noțiunea de contract încheiat cu consumatorii ca fiind contractele dintre „comercianți și consumatori, inclusiv certificatele de garanție, bonurile de comandă, facturile, borderourile, bonurile de livrare, biletele, tichetele care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite”.

De precizat că, legea nu definește contractul prin referire la voința părților (așa cum face Codul civil). Aceasta se explică prin faptul că scopul legii nu este de a defini contractul ca izvor de obligații, ci de a *delimita domeniul de aplicare a unor reglementări legale*.

Astfel, contractul este un termen generic, desemnând un regim juridic aplicabil operațiunilor juridice intervenite între consumatori și comercianți. Aceasta rezultă și din conținutul actelor normative privind protecția consumatorului, care nu reglementează condiții de validitate a contractului sau regimul juridic al unei anumite operațiuni juridice; ele vizează în mod generic contractele având ca obiect livrarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

După cum, în mod plastic, s-a arătat în doctrină, contractul de consum reprezintă „o armătură normativă care se va aplica ope legis unui contract concret”.

Contractele încheiate între consumatori și comercianți sunt contracte de vânzare-cumpărare, contracte de furnitură, contracte de transport, contracte de asigurare, contracte de închiriere etc.

Contractul încheiat între comercianți și consumatori, este privit de regulă, ca operațiune juridică cu natură comercială. Astfel, odată dobândită calitatea de comerciant, art. 4 C. com. dispune că „toate contractele și obligațiunile unui comerciant sunt considerate fapte de comerț, dacă nu sunt de natură civilă sau dacă contrariul nu rezultă din însuși actul”.

De menționat că, operațiunea juridică poate fi comercială și pentru consumator dacă se încadrează în cele enumerate de art. 3 C. com. În consecință, raportul juridic izvorât din contractul încheiat este supus regulilor dreptului comercial.

Fundamentul contractului de consumație se regăsește în dreptul civil, dar și în dispoziția legală, constatându-se o accentuare a formalismului (actele normative prevăzând un conținut minim al documentelor întocmite de părți).

Dispozițiile legale speciale îngăduiesc într-o anumită măsură libertatea de voință, în special pentru comercianți, dar aceasta este în interesul consumatorilor. Având însă o poziție superioară la momentul încheierii contractului în raport cu

consumatorii, comercianții beneficiază de o mai mare libertate contractuală, favorizată și de standardizarea raporturilor juridice.

În contextul de mai sus, supunem atenției necesitatea procesului de armonizare a legislației naționale cu reglementările comunitare, dar și de armonizare a instituțiilor dreptului consumației cu teoria generală a contractului.

Armonizarea legislației naționale cu reglementările comunitare este deci, numai una dintre cele două laturi ale operațiunii de armonizare extranațională, cealaltă latură fiind *operațiunea juridică a armonizării instituțiilor dreptului consumației la dreptul comun* (cea mai dificilă).

Astfel noile dispozițiile ce reglementează contractul de consumație sunt de multe ori greu de interpretat și aplicat. De exemplu: cum poate fi interpretată denunțarea unilaterală a unei vânzări-cumpărări de consumație, atît timp cît vânzarea își produce instantaneu efectele ?

Se impune deci, ca doctrina și jurisprudența să intervină prompt și să găsească soluțiile prin care dispozițiile contractului de consumație să fie adaptate cadrului general al contractului.

Acest proces dificil, înseamnă armonizarea dispozițiilor speciale ale contractului de consumație cu regulile generale ce guvernează contractul.

Dacă în plan economic noile forme contractuale și-au dovedit eficiența, în schimb în plan contractual, ele sunt de natură să afecteze unele principii de fond, cum ar fi, de exemplu, libertatea de voință a contractanților particulari.

În legislația națională, problema armonizării reglementărilor consumeriste se regăsește în titlul Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și *armonizarea reglementărilor* cu legislația europeană privind protecția consumatorilor (s.n.).

Deși din titlul Legii nr. 363/2007 rezultă că domeniul reglementărilor sale este dublu: respectiv combaterea practicilor incorecte ale comercianților, dar și armonizarea reglementărilor naționale la legislația europeană, în fapt *legea nu are nici o dispoziție referitoare la importanta problemă a armonizării legislației*.

De lege ferenda, apreciem că se impune urgent, adoptarea unui cadru general de reglementare, pentru *armonizarea importantelor instituții ale dreptului de consumație la dreptul comun*.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

I. Tratat, cursuri, monografii

- Albu I., *Contractul și răspunderea contractuală*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1994,
- Alvarez F., *Proteccion penal del consumidor*, ed. Praxis, Barcelona, 1991,
- Apan R.D., *Protecția juridică a consumatorilor*, Editura Sfera juridică, Cluj- Napoca, 2007,
- Aubert J.L., *Le contrat. Droit des obligations*, Dalloz, Paris, 2005
- Bazin E., *Le consentement du consommateur*, ANRT, Lille, 1999,
- Beleiu Gh., *Drept civil român. Introducere în dreptul civil. Subiectele dreptului civil*, Editura Șansa, București, 1998
- Bîrsan C., *Drept civil. Drepturile reale principale*, Editura Hamangiu, București, 2007
- Boroi G., *Drept civil. Partea generală. Persoanele*, Editura Hamangiu, București, 2008
- Bree J., *Le comportement du consommateur*, Dunod, paris, 2009,
- Calais-Auloy J., Steinmetz F., *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, 2003
- Cărpenaru St., Stănciulescu, L, Nemes V., *Contracte civile și comerciale*, Editura Hamangiu, București, 2009,
- Chirică D., *Contractele speciale. civile și comerciale*, Editura Rosetti, București, 2005
- Deak, Fr., *Tratat de drept civil. Contracte speciale*, Editura Actami, București, 1999
- Eliescu M., *Răspunderea civilă delictuală*, Editura Academiei, București, 1972
- Francois G., *Consentement et obiectivation. L aport des principes du droit europeen du contrat a l etude du consentement contratuel*, Presses Universitaires de Aix-Marseille, 2007
- Goicovici J., Golub S., *Formalismul informativ – privire specială asupra creditului pentru consum*, în *Consumerismul contractual* coord. P. Vasilescu, Editura Sfera Juridică, Cluj-Napoca, 2006,
- Goicovici J., *Moralizarea contemporană a raporturilor contractuale – privire specială asupra consumației*, în *Consumerismul contractual* coord. P. Vasilescu, Editura Sfera Juridică, Cluj-Napoca, 2006,
- Goicovici J., *Dreptul consumației*, Editura Sfera Juridică, Cluj-Napoca, 2006,
- Goicovici J., *Formarea progresivă a contractului*, Wolters Kluwer România, București, 2009,
- Gonzales Rus J., *Los intereses economicos de los consumidores – proteccion penal*, Instituto Nacional de Consumo, Madrid 1991,
- Inchausti F., *Proteccion penal de consumidores y usuarios*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 2001,

- Limbach F. , *Le consentement contractuel a l epreuve des conditions generales. De l utilite du concept de declaration de volonte*, L.G.D.J., Paris, 2004
- Macovei D., Cadariu, I.E., *Drept civil. Contracte*, Editura Junimea, Iași, 2004
- Malaurie Ph.; Aynés L., gautir P-Yv., *Drept civil. Contracte speciale*, Wolters Kluver România, București, 2007,
- Mirabail S., *La retraction en droit prive francais*, LGDJ, Paris, 1997
- Nicolae M., *Publicitatea imobiliară și noile cărți funciare*, Editura Press Mihaela, București, 2000
- Nicolae M., *Prescripția extinctivă*, Editura Rosetti, București, 2004
- Ouerdane-Aubert de Vincelles C., *Alteration du consentement et efficacite des sanctions contractuelles*, Dalloz, Paris, 2002
- Picod Y., Davo H., *Droit de la consommation*, Armand Colin, Paris, 2005.
- Pop L., *Tratat de drept civil. Obligațiile*, vol. I, Editura C.H. Beck, București, 2006
- Pop T., *Tratat de drept civil. Obligațiile. Vol II., Contractul*, Editura Universul Juridic, București, 2009
- Popa IF., *Conformitatea lucrului vândut*, Editura Universul juridic, 2010,
- Prip F., *Aprecierea caracterului abuziv al clauzelor contractelor de consum*, în dreptul consumatorului în Consumerismul contractual, Editura Sfera juridică, Cluj-Napoca, 2006.
- Stătescu C., Bîrsan C., *Teoria generală a obligațiilor*, Editura All Beck, București, 2000
- Vasilescu P., *Relativitatea actului juridic civil. Repere pentru o nouă teorie generală a actului de drept privat*, Editura Universul juridic, București, 2008
- Vasilescu P., *Evoluționism filozofic și reverberații juridice în „Relativitatea actului juridic civil. Repere pentru o nouă teorie generală a actului de drept privat”*, Editura Rosetti, București, 2003,
- Vasilescu P., *Un chip al postmodernismului recent*, în dreptul consumatorului în Consumerismul contractual, Editura Sfera juridică, Cluj-Napoca, 2006.

II. Studii, articole, note, comentarii

- Belu Magdo M. L., *Clauzele abuzive în contractele încheiate între comercianți*, în RDC nr. 12/2006.
- Bojinca M, *Contractele comerciale la distanță* , în RDC nr. 1/2002.
- Babiuc V., Stoica V., *Libertatea contractuală și dreptul constituțional*, în Dreptul nr. 7/1995
- Bălan I., *Clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori*, în Dreptul nr. 6/2001
- Bercea R., *Consimțământul virtual și consimțământul real în contractele încheiate în mediul electronic*; în Dreptul nr. 1/2004,
- Bercea R., *Momentul încheierii contractelor comerciale la distanță*, în RDC 6/2004.

- Căpățână O., *Obligația vânzătorului comercial de informare a cumpărătorului*, RDC nr. 10/1999
- Chirică D., *Condițiile de validitate și efectele promisiunii sinalagmatice de vânzare-cumpărare*, P.R. nr. 1/2002
- Chirică D., *Principiul libertății contractuale și limitele sale în materie de vânzare-cumpărare*, R.D.C. nr. 6/1999
- Chirică D., *Obligația de informare și efectele ei în faza precontractuală a vânzării-cumpărării*, în RDC nr. 7-8/1999
- Deak Fr., *Dreptul de preemțiune*, Dreptul nr. 7/1992
- Dascălu D., *Considerații privind protecția intereselor economice ale consumatorilor în contractele de adeziune cu clauze abuzive*, în RDC nr.1/1999
- Dumba D., *Unele considerații critice în legătură cu Legea nr 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori cu modificările aduse prin Legea nr. 65/2002*, în Dreptul 6/2002
- Goicovici J., *Formalism substanțial și libertate contractuală*, în Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, nr. 2-4/2002
- Goicovici J., *Obligația de consiliere*, în RDC 4/2005.
- Goicovici J., *Protejarea consimțământului „părții slabe” prin Legea nr. 289/2004 privind regimul juridic al contractelor pentru consum destinate consumatorilor persoane fizice*, în Dreptul nr. 8/2005
- Lușan G., *Autonomia de voință în contractul de comerț internațional*, în Dreptul nr. 1/1997
- Bojinca M., *Contractele comerciale la distanță*, în RDC nr. 1/2002.
- Niculeasa M., *Regimul juridic al contractelor la distanță în RRDA nr. 3/2006*
- Opreșan C., *Elemente de morală în conceptul de bună-credință*, SCJ nr. 1/1970
- Pătulea V., *Obligația de informare în formarea contractelor*, în RDC nr. 6/1998
- Popa I.F., *Dolul și obligația de informare în contractele sinalagmatice*, în Dreptul nr. 7/2002.
- Popa F., *Reprimarea clauzelor abuzive*, în Pandectele române, nr. 2/2004
- Popescu N., *Clauzele abuzive în contractele încheiate între comercianți și consumatori*, în RDC nr. 2/2005.
- Stănculescu L., *Vânzarea de consumație – varietate a contractului de vânzare – cumpărare*, în R.D.C. nr. 5/2010,
- Stănculescu L., *Necesitatea armonizării mecanismelor specifice contractului de consumație la regulile generale*, în Challenges of the Knowledge Society Internațional Scientific Sesion, București, 2010,
- Stoica V., Bleoanca Al., *Enumerarea din lista cuprinsă în anexa la OG nr. 130/2000 privind regimul juridic al contractelor la distanță este limitativă sau exemplificativă?*, în RDC nr. 11/2002
- Tibad T., *Aprecierea caracterului abuziv al clauzelor contractului de consum*, RRDA nr. 4/2005

- Toader C., Ciola C., *Un pas important spre integrarea Europeană – Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori*, în RDC nr. 3/2001

- Toader C., *Considerații asupra ordonanței privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale*, în RDC nr. 12/1999

- Venandet G., *La protection de l'integrite du consentement dans le vente commerciale*, th. Nancy, 1976

Legislație principală,

- Codul civil, în vigoare (1864)
- Codul civil 2009 – Legea nr. 287/2009
- Codul consumului - Legea nr. 296/2004
- Codul civil francez (1804)
- Codul consumației francez
- Codul civil spaniol
- Legea nr. 190/1999 privind creditul ipotecar pentru investiții imobiliare
- Legea nr. 148/2000 privind publicitatea
- Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contactele încheiate între comercianți și consumatori
- Legea nr. 504/2002 a audiovizualului
- Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora
- Legea nr. 240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte
- Legea nr. 245/2004 privind securitatea generală a produselor
- Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților
- Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare
- O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor
- O.G. nr. 106/1999 privind contactele încheiate în afara spațiilor comerciale
- OG nr. 107/1999 privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice
- OG. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață
- O.G. nr. 130/2000 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță
- O.G. nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor
- OUG nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare
- O.U.G. nr. 50/2010 privind contractele de credit pentru consumatori
- H.G. nr. 882/2010 privind organizarea și funcționarea Autorității naționale pentru Protecția Consumatorilor