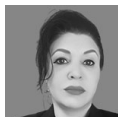


## CONSIDERAȚII ÎN LEGĂTURĂ CU VARIETĂȚILE VÂNZĂRII DE CONSUMAȚIE ÎN DISPOZIȚIILE O.G. NR. 99/2000 ȘI ALE O.G. NR. 34/2014



*Lect. univ. dr. Georgeta CREȚU*  
Facultatea de Drept și Științe Administrative  
Universitatea „Ștefan cel mare” din Suceava

### Abstract

*Consumption sales is an agreement where one party, the professional-seller, transfers ownership of goods or services to the party, the consumer-buyer, for a price.*

*Similarly to the sales contract (the common law in the matter), the consumption sales present different forms (types, varieties) called in the legislation “Commercial Practices”.*

*Because consumption sales (including their varieties) are a part of our everyday life, establishing the legal framework applicable is, with any doubt, of theoretical and practical interest.*

*However, it is difficult to analyze the consumption sales because the consumerist institutions have to be harmonized with those which are established by the Civil Code.*

*This study will briefly introduce a series of considerations, in the matter, structured in three sections: Varieties of Sales Contract in the Civil Code; Sales of Consumption Goods and Products – general rules and Practices of Consumption Sales in the provisions of G.O. no. 99/2000 and G.O. no. 34/2014.*

**Keywords:** *contractul de vânzare, contractul de consumație, varietăți ale contractului de vânzare, vânzarea produselor și serviciilor de consumație, practici ale vânzării de consumație.*

### 1. Introducere

*Vânzarea este contractul prin care se transmite dreptul de proprietate asupra unui bun, de la una dintre părți, numită vânzător, celeilalte părți, numită cumpărător, în schimbul unui preț ce constă într-o sumă de bani.*

*Regulile contractului de vânzare sunt instituite de art. 1650 și urm. din Codul civil și constituie dreptul comun pentru orice formă de vânzare.*

*Prin dispozițiile Codului civil și ale legilor speciale sunt reglementate și diferite tipuri, feluri de vânzări, cunoscute ca „varietăți de vânzare”.*

În general, sunt varietăți ale contractului de vânzare: vânzările de bunuri care se fac *dintr-un gen limitat* (vânzarea după greutate, număr sau măsură), vânzările *afectate de condiție sau termen* (vânzarea pe încercate și vânzarea cu opțiune de răscumpărare), vânzările în care *obiectul* contractului determină unele reguli speciale (vânzarea unei moșteniri, vânzarea de drepturi litigioase)<sup>1</sup>.

Vânzarea de consumație este o vânzare particularizată prin dispozițiile speciale ale legislației consumeriste (putând fi, ea însăși, calificată varietate a contractului de vânzare).

Potrivit art. 1177 contractele încheiate cu consumatorii sunt supuse dispozițiilor speciale și, în completare, celor generale prevăzute de art. 1166 și urm. C. civ. (dreptul comun în materie).

Practicile, formele, varietățile vânzării de consumație sunt reglementate de principalele acte normative în materie respectiv: Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora; O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață; Legea nr. 296/2004 Codul consumului; O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor.

## 2. Varietăți ale contractului de vânzare în Codul civil

Codul civil reglementează următoarele varietăți ale contractului de vânzare: vânzarea pe încercate și pe gustate; vânzarea imobilelor; vânzarea moștenirii; vânzarea cu plata prețului în rate și rezerva proprietății și vânzarea cu opțiune de răscumpărare<sup>2</sup>.

În continuare, vom prezenta, succint, principalele trei varietăți ale vânzării, reglementate de Codul civil.

### a) Vânzarea pe încercate și pe gustate

Vânzarea este „pe încercate” atunci când se încheie sub condiția încercării bunului, care trebuie să corespundă criteriilor stabilite la încheierea contractului ori, în lipsa acestora, destinației bunului, potrivit naturii sale [art. 1681 alin. (1) C. civ.].

Vânzarea pe încercate este un contract încheiat sub *condiție suspensivă*<sup>3</sup>.

Încercarea bunului se face de către cumpărător (sau de un împuternicit al acestuia, de exemplu, un expert în materie)<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> A se vedea Fr. Deak (1999), *Tratat de drept civil. Contracte speciale*, Ed. Actami, București, p. 107.

<sup>2</sup> În literatura juridică sunt menționate și alte varietăți ale contractului de vânzare precum: vânzarea pe bază de mostră sau model, vânzarea bunului altuia, vânzarea în sistem de autoservire etc; vezi T. Prescure (2012), *Curs de contracte civile*, Ed. Hamangiu, București, p. 8.

<sup>3</sup> Condiția este *suspensivă* atunci când de îndeplinirea sa depinde eficacitatea obligației” (art. 1400 C. civ.).

<sup>4</sup> A se vedea S. Angheni (2014), *Raporturile juridice dintre profesioniștii-comercianți*, Ed. C.H. Beck, București, p. 104.

Atunci când părțile contractante au prevăzut că bunul vândut urmează să fie încercat, se prezumă că s-a încheiat o „vânzare pe încercate” [art. 1681 alin. (3) C. civ.].

Încercarea are drept scop a stabili dacă bunul corespunde *calității produsului*.

În cazul achiziționării de bunuri tehnice, încercarea are drept scop și *verificarea funcționării* produsului.

Rezultatul încercării trebuie să fie rodul unei constatării *obiective* și deci, nu poate fi lăsat la aprecierea discreționară a cumpărătorului.

În unele cazuri, pentru o mai bună informare, vânzătorul poate cere și o expertiză a calităților și a funcționalității bunului ce urmează a fi achiziționat.

Transferul dreptului de proprietate a bunului către cumpărător se face numai după ce rezultatul încercării este pozitiv.

Astfel, până la îndeplinirea condiției, vânzătorul rămâne proprietarul bunului.

Dacă durata încercării nu a fost convenită și, din uzanțe nu rezultă altfel, condiția se consideră îndeplinită în cazul în care cumpărătorul nu a declarat că bunul este nesatisfăcător în termen de 30 de zile de la predare [art. 1681 alin. (2) C. civ.].

În legătură cu transferul proprietății, se pune și problema suportării riscului pieririi bunului.

În condițiile reglementărilor actuale, riscul bunului se strămută cumpărătorului la predarea acestuia (chiar dacă predarea s-a făcut în vederea încercării).

Vânzarea pe încercate nu se confundă cu vânzarea pe gustate.

Vânzarea sub rezerva ca *bunul să corespundă gusturilor cumpărătorului* se încheie numai dacă acesta a făcut cunoscut acordul său în termenul convenit ori statornicit prin uzanțe [art. 1682 alin. (1) C. civ.].

Atunci când bunul vândut „pe gustate” se află la cumpărător, iar acesta nu se pronunță în termen, vânzarea se consideră încheiată la expirarea termenului.

De precizat că vânzarea pe gustate nu este un contract sub condiție suspensivă.

Atunci când vânzarea este pe gustate, cumpărătorul poate refuza încheierea contractului pe simplul motiv că nu îi place, deoarece vânzarea „este supusă unei condiții potestative simple a gustării” de către cumpărător.

b) *Vânzarea moștenirii*

Codul civil reglementează „Vânzarea moșteniri” în dispozițiile art. 1747-1754.

Prin moștenire, în sensul dispozițiilor de mai sus, se înțelege „o moștenire deschisă sau o cotă din aceasta”.

*Per a contrario*, rezultă că „o moștenire viitoare” nu poate fi înstrăinată în timpul vieții autorului ei, de către eventualii lui succesori.

Interdicția de mai sus este de ordine publică, are la bază imoralitatea actului juridic și se sancționează cu *nulitatea absolută* (pentru încălcarea principiului *nulla viventis hereditas*).

Precizăm că dispozițiile Codului civil ce reglementează vânzarea moștenirii se aplică și altor forme de înstrăinare, fie cu titlu oneros, fie cu titlu gratuit, a unei moșteniri.

Atunci când moștenirea este înstrăinată cu titlu gratuit, „se aplică în mod corespunzător și dispozițiile privitoare la donații” (art. 1754 C. civ.).

Obiectul vânzării moștenirii îl constituie întreg *patrimoniul succesoral* ca universalitate, cuprinzând drepturi și obligații corelative sau o cotă-parte indiviză din universalitate<sup>5</sup>.

Potrivit art. 1752 alin. (1) C. civ., înscrisurile sau portretele de familie, decorațiile sau alte asemenea bunuri, care nu au valoare patrimonială însemnată, dar care au pentru vânzător o valoare afectivă, se prezumă a nu fi cuprinse în moștenirea vândută.

Din dispozițiile de mai sus, rezultă că bunurile de familie fac excepție de la regulile speciale ale vânzării unei moșteniri (și deci se vând potrivit dreptului comun în materie de vânzare).

În cadrul *efectelor vânzării*, vânzătorul este obligat:

- să predea patrimoniul succesoral înstrăinat,
- să remită cumpărătorului toate fructele pe care le-a cules și
- să restituie toate plățile primite pentru creanțele moștenirii până la momentul încheierii contractului, prețul bunurilor vândute din moștenire și orice bun care înlocuiește un bun al moștenirii (art. 1749 C. civ.).

Obligațiile vânzătorului de mai sus, se justifică prin aceea că el nu-și pierde calitatea de moștenitor după perfectarea vânzării și va rămâne debitor al creditorilor succesiunii. Astfel, pentru realizarea creanțelor lor, creditorii pot urmări și pe moștenitorii vânzătorului.

În contextul de mai sus, cumpărătorul va putea fi urmărit de creditorii succesiunii, dar numai prin intermediul acțiunii oblice, deoarece el nu a devenit debitorul lor direct<sup>6</sup>.

Cumpărătorul este obligat să plătească prețul vânzării și „să ramburseze vânzătorului” atât *datoriile și sarcinile moștenirii*, cât și „sumele pe care moștenirea i le datorează acestuia din urmă” (art. 1750 C. civ.).

Vânzarea moștenirii trebuie încheiată în *formă autentică*, sub sancțiunea nulității absolute a contractului [art. 1747 alin. (2) C. civ.].

În cadrul formalităților de publicitate, cumpărătorul moștenirii dobândește drepturile reale asupra imobilelor cuprinse în moștenire potrivit regulilor privitoare la cartea funciară<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> În caz contrar, atunci când moștenitorul vinde bunuri succesoriale privite *ut singuli* (și nu un patrimoniu succesoral), vânzarea este supusă *regulilor vânzării de drept comun* și nu regulilor speciale ale vânzării unei moșteniri; a se vedea Fr. Deak, *op. cit.*, p. 111.

<sup>6</sup> În schimb, cumpărătorul va putea să acționeze direct pe debitorii succesiunii pentru încasarea creanțelor, întrucât el le-a dobândit direct prin contractul de vânzare de la vânzătorul moștenitor; a se vedea D. Macovei, I.E. Cadariu (2004), *Drept civil. Contracte*, Ed. Junimea, Iași, p. 71.

<sup>7</sup> Potrivit legii, cumpărătorul unei moșteniri nu poate opune terțelor persoane dobândirea altor drepturi cuprinse în moștenire decât dacă a îndeplinit formalitățile cerute de lege pentru a face opozabilă dobândirea fiecăruia dintre aceste drepturi [art. 1753 alin. (2) C. civ.].

c) *Vânzarea cu opțiune de răscumpărare*

Vânzarea cu opțiune de răscumpărare este o vânzare afectată de condiție rezolutorie prin care vânzătorul își rezervă dreptul de a răscumpăra bunul sau dreptul transmis cumpărătorului [art. 1758 alin. (1) C. civ.]<sup>8</sup>.

Vânzarea cu opțiune de răscumpărare operează în primul rând în favoarea vânzătorului. Cu toate acestea ea produce avantaje și pentru cumpărător (de exemplu, cumpărătorul are dreptul să folosească bunul și să-i culeagă fructele până la exercitarea dreptului de răscumpărare de către vânzător).

Tot astfel, cumpărătorul poate primi dobânda legală aferentă prețului, plătită la nivelul maxim prevăzut de lege<sup>9</sup>.

Când însă diferența dintre prețul răscumpărării și prețul plătit pentru vânzare depășește nivelul maxim stabilit de lege pentru dobânzi (de mai sus), prețul răscumpărării va fi redus la prețul plătit pentru vânzare [art. 1762 alin. (1) C. civ.].

În practică, instituția vânzării cu opțiune („pact” în dispozițiile Codului civil de la 1864, s.n.) de răscumpărare este folosită ca *instrument de garantare indirectă* a unor împrumuturi bănești realizate între persoane fizice.

Răscumpărarea bunului vândut reprezintă o *opțiune, o facultate* dată vânzătorului, care o poate exercita sau nu.

Opțiunea vânzătorului de răscumpărare a bunului nu poate fi stipulată pentru un termen mai mare de 5 ani.

Atunci când contractual a fost stipulat un termen mai mare de 5 ani pentru răscumpărare, termenul respectiv „se reduce de drept la 5 ani” [art. 1758 alin. (2) C. civ.].

Vânzarea cu opțiune de răscumpărare produce, în general, *efectele caracteristice contractului afectat de o condiție rezolutorie*.

Ca excepție la regula de mai sus, vânzătorul este ținut de locațiunile încheiate de cumpărător înaintea exercitării opțiunii, dacă au fost supuse formalităților de publicitate, dar nu mai mult de 3 ani din momentul exercitării [art. 1760 alin. (1) C. civ.].

Atunci când vânzătorul și-a exercitat opțiunea de răscumpărare, el este obligat să restituie cumpărătorului *prețul primit și cheltuielile necesare și utile* (pentru încheierea contractului, ridicarea și transportul bunului etc.)<sup>10</sup>.

În schimb, dacă vânzătorul nu și-a exercitat opțiunea în termenul stabilit, dreptul cumpărătorului, dobândit prin contract, *se consolidează* retroactiv.

---

<sup>8</sup> Vânzarea cu opțiune de răscumpărare este un *instrument de credit* care permite celor interesați să obțină cu rapiditate sumele de bani de care au nevoie; a se vedea D. Chirică (2017), *Tratat de drept civil. Contracte speciale, Vol. 1. Vânzarea și schimbul*, Ed. Hamangiu, București, p. 230.

<sup>9</sup> A se vedea Fr. Deak, L. Mihai, R. Popescu (2018), *Tratat de drept civil. Contracte speciale, vol. III*, Ed. Universul Juridic, București, p. 206.

<sup>10</sup> Potrivit art. 1759 alin. (1) C. civ., exercitarea opțiunii de răscumpărare de către vânzător se poate face numai dacă acesta restituie cumpărătorului prețul primit și cheltuielile pentru încheierea contractului de vânzare și realizarea formalităților de publicitate.

Pentru exercitarea opțiunii, vânzătorul trebuie să îl *notifice pe cumpărător* (sau pe subdobânditor) în termen de o lună, și să *consemneze sumele datorate* la dispoziția cumpărătorului [art. 1760 alin. (2) și (3) C. civ.].

Neîndeplinirea obligațiilor de mai sus atrag *sanctiunea decăderii* din dreptul de a exercita opțiunea de răscumpărare.

În situația particulară, a vânzării cu opțiune de răscumpărare ce are ca obiect o *cotă dintr-un bun*, partajul trebuie cerut și în raport cu vânzătorul dacă acesta nu și-a exercitat încă opțiunea.

În cazul de mai sus, vânzătorul care nu și-a exercitat opțiunea de răscumpărare în cadrul partajului decade din dreptul de opțiune, chiar și atunci când bunul este atribuit, în tot sau în parte, cumpărătorului [art. 1761 alin. (1) și (2) C. civ.].

### 3. Vânzarea „produselor și serviciilor” de consumație - reguli generale

*Vânzarea de consumație* este o vânzare ce prezintă particularități impuse de dispozițiile speciale ale dreptului de consumație.

Vânzarea de consumație este o varietate a contractului de vânzare reglementat de art. 1650-1762 C. civ.<sup>11</sup>.

Principalele acte normative de reglementare, în materie, sunt Legea nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora<sup>12</sup> și O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață<sup>13</sup>.

Pentru determinarea regulilor generale ale vânzării de consumație vom analiza succint, prin prisma formării contractului, obligației vânzătorului-profesionist de livrare a produsului-obiect al contractului și a obligației cumpărătorului-consumator de plată a prețului produsului achiziționat.

#### a) Formarea vânzării de consumație.

Formarea contractului este caracterizată, în general, de îndeplinirii condițiilor de validitate impuse de lege respectiv, capacitatea de a contracta, consimțământul părților, un obiect determina și ilicit, o cauză licită și imorală și uneori, a unei forme [art. 1179 alin. (1) și (2) C. civ.].

Părțile vânzării de consumație sunt: vânzătorul-profesionist și cumpărătorul-consumator.

*Vânzătorul-profesionist* este persoana fizică sau juridică autorizată care, în cadrul activității sale, comercializează produse în condițiile unui contract încheiat cu consumatorul [art. 2 lit. c) din Lege].

---

<sup>11</sup> A se vedea L. Stănciulescu (2010), *Vânzarea de consumație - varietate a contractului de vânzare-cumpărare*, în RDC nr. 5/2010, p. 23.

<sup>12</sup> Formă aplicabilă publicată în M. Of. nr. 347/06.05.2008.

<sup>13</sup> Formă aplicabilă publicată în M. Of. nr. 603/31.08. 2007.

*Cumpărătorul-consumator* este o persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații, care, în cadrul contractelor acționează în scopuri din afara activității sale comerciale, industriale sau de producție, artizanale ori liberale [art. 2 lit. a) din Lege].

Potrivit legislației consumeriste, oferta de vânzare este cuprinsă în „publicitatea comercială”<sup>14</sup>.

Obiectul material al vânzării de consumație este „produsul” (sau serviciul) comercializat.

*Produsul* este un bun material mobil sau un serviciu, a cărui destinație finală este consumul sau utilizarea individuală ori colectivă.

Produsul, obiect al vânzării de consumație, poate fi și un bun viitor, atunci când urmează a fi fabricat sau prelucrat de către profesionist (art. 4 din Lege).

Potrivit legii, nu pot face obiectul vânzării de consumație: bunurile vândute în urma confiscărilor, bunurile vândute în cadrul procedurii de executare silită; bunurile vândute pe baza unui alt act emis de autoritățile judecătorești, apa și gazele care nu sunt ambalate într-un volum limitat sau într-o cantitate fixă și energia electrică [art. 2 lit. b) din Lege].

Caracteristicile formării contractului de vânzare sunt cele trei „obligații prealabile” ale vânzătorului profesionist: obligația de informare, obligația de consiliere și obligația de securitate.

*Obligația de informare* a consumatorului presupune comunicarea tuturor cunoștințelor legate de produs și necesare exprimării unui consimțământ valabil la încheierea contractului.

Informarea trebuie să cuprindă: informațiile referitoare la identitatea comerciantului, clauzele contractuale, caracteristicile produsului și serviciilor, riscurile sau eventualele deficiențe ale acestora, modurile de întreținere<sup>15</sup>.

Consumatorii trebuie să fie informați și despre *riscurile* la care sunt supuși prin folosirea normală sau previzibilă a bunurilor (art. 48 C. consum).

*Obligația de consiliere* este o completare a obligației de informare. Ea presupune o conduită din partea profesionistului, care trebuie să orienteze corect consumatorul în alegerea sa.

Consilierea consumatorului are drept scop pregătirea acestuia pentru a-și exprima un consimțământ valabil.

În exercitarea obligației de consiliere, consumatorul poate fi *asistat de un consilier profesionist* (de exemplu, un avocat, un expert etc.).

*Obligația de securitate a produselor* are în vedere protecția fizică a consumatorului.

---

<sup>14</sup> „Publicitatea” produselor și serviciilor vândute trebuie să fie decentă, corectă, și „elaborată în spiritul responsabilității sociale”; a se vedea C. Spasici (2014), *Considerații teoretice privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă în dreptul consumației*, în *Curierul Judiciar* nr. 5/2014, p. 258.

<sup>15</sup> A se vedea: L. Pop (2017), *Obligația de informare – mijloc juridic de protecție a consimțământului la încheierea contractelor*, în *Dreptul* nr. 6/2017, p. 61-63; C. Spasici, *loc. cit.*, p. 260 și urm.

În contextul de mai sus, profesionistul este obligat să introducă pe piață *numai produse sigure* pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorilor [art. 36 alin. (1) C. consum.].

Este considerat *sigur* orice produs care, în condiții normale sau rezonabile de utilizare, inclusiv de durată și, după caz, de punere în funcțiune, de instalare și de necesitățile de întreținere, *nu prezintă niciun risc* (sau prezintă numai riscuri minime)<sup>16</sup>.

b) *Obligația vânzătorului-profesionist de livrare a produsului conform.*

Livrarea (predarea) produsului constituie principala obligație a vânzătorului-profesionist.

Potrivit legii, vânzătorul este obligat să livreze consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare [art. 5 alin. (1) din Lege].

În raport de tipul produsului, pe *ambalajul* acestuia se vor indica vizibil, lizibil și fără echivoc dimensiunile sau numărul de articole conținute, cantitatea netă conținută etc. [art. 68 alin. (1) din O.G. nr. 99/2000].

Produsele sunt *conforme* atunci când:

- corespund descrierii făcute de vânzător și au aceleași calități ca și produsele pe care vânzătorul le-a prezentat consumatorului;

- corespund oricărui scop specific solicitat de către consumator, scop făcut cunoscut vânzătorului și acceptat de acesta la încheierea contractului de vânzare;

- corespund scopurilor pentru care sunt utilizate în mod normal produsele de același tip;

- prezintă parametri de calitate și performanțe normale, la care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil.

Vânzătorul-profesionist este răspunzător față de consumator pentru orice lipsă a conformității existentă la momentul când au fost livrate produsele (art. 9 din Lege).

Atunci când se constată lipsa conformității, consumatorul poate cere vânzătorului aducerea produsul la conformitate, fără plată, prin *reparare sau înlocuire*.

Reparare sau înlocuirea produselor de către vânzător trebuie făcută în cadrul unei *perioade rezonabile* de timp, stabilită de comun acord, în scris, între vânzător și consumator, luându-se în considerare natura produselor și scopul pentru care acesta a solicitat produsele.

Repararea sau înlocuirea produselor nu poate depăși *15 zile calendaristice* de la data la care cumpărătorul a adus la cunoștință vânzătorului lipsa de conformitate [art. 11 alin. (4) din Lege].

În contextul de mai sus, consumatorul mai poate cere *reducerea corespunzătoare a prețului sau rezoluțiunea contractului*.

---

<sup>16</sup> A se vedea A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca (2012), *Dreptul consumației*, Ed. Hamangiu, București, p. 62 și urm.



Potrivit art. 13 din Lege, consumatorul poate solicita reducerea corespunzătoare a prețului sau rezoluțiunea contractului în următoarele cazuri:

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

Dacă însă, lipsa de confirmare a produsului este „minoră”, consumatorul nu este îndreptățit să solicite rezoluțiunea contractului.

Răspunderea vânzătorului este angajată atunci când lipsa de conformitate apare într-un termen de doi ani, calculat de la livrarea produsului (art. 16 din Lege)<sup>17</sup>.

Tot astfel, consumatorul trebuie să informeze vânzătorul despre lipsa de conformitate în termen de două luni de la data la care a constatat-o (art. 17 din Lege).

*Cheltuielile* de înlocuire a produselor defecte, de remediere sau de restituirea contravalorii acestora vor fi suportate de vânzător și recuperate de acesta de la producător sau, după caz, de la importator sau de la furnizorul anterior aflat pe lanțul de distribuție, dacă prin contractul încheiat între aceștia nu s-a stabilit altfel (art. 12 C. consum.).

Nu este „lipsă de conformitate” cazul în care, la momentul încheierii contractului, consumatorul a cunoscut sau nu putea, în mod rezonabil, să nu cunoască această lipsă de conformitate ori dacă lipsa de conformitate își are originea în materialele furnizate de consumator (art. 6 din Lege)<sup>18</sup>.

În strânsă legătură cu obligația vânzătorului de livrare a unui bun conform se află și *obligația de garanție* a acestuia pentru buna funcționare a produsului vândut.

Obligația de garanție a vânzătorului-profesionist este *obligatorie*.

Garanția contractuală trebuie să cuprindă: 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.

Potrivit legii, clauze 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 drepturile consumatorului sunt *nule de drept* (art. 22 din Lege).

c) *Obligația cumpărătorului-consumator de plată a prețului produsului achiziționat.*

Plata prețului produsului constituie *principala* obligație a cumpărătorului-consumator.

---

<sup>17</sup> De precizat că 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).

<sup>18</sup> De asemenea, orice instalare incorectă (voită sau nu) a produselor va fi considerată echivalentă cu o lipsă a conformității produselor, dacă instalarea face parte din contractul de vânzare a produselor și produsele au fost instalate de vânzător sau pe răspunderea sa (art. 8 din Lege).

În exercitarea obligației sale, vânzătorul-profesionist trebuie să indice prețul de vânzare, „tariful” practicat precum și „prețul pe unitatea de măsură” [art. 67 alin. (1) din O.G. nr. 99/2000].

Prețurile de vânzare, prețurile pe unitatea de măsură și tarifele practicate se indică în mod vizibil, lizibil și fără echivoc prin marcarea, etichetare sau afișare.

Este interzisă plata restului către consumator, sub orice altă formă decât acordarea acestuia în numerar.

Atunci când livrarea produsului sau prestarea serviciului se face ulterior plății unui acout, profesionistul este obligat să elibereze consumatorului, la plata acoutului, „un document fiscal sau un contract scris” [art. 67 alin. (3) din Ordonanță].

În cazul vânzărilor la distanță prin corespondență, profesionistul este obligat ca pentru produsele preambalate să menționeze cantitatea netă conținută de fiecare ambalaj, prețul de vânzare, precum și prețul pe unitatea de măsură (art. 69 din Ordonanță).

#### **4. „Practici” ale vânzării de consumație în dispozițiile O.G. nr. 99/2000 și ale O.G. nr. 34/2014**

În legislația consumeristă, ce abundă în *termeni economici*, diferitele vânzări de produse către consumatori sunt denumite „practici comerciale”<sup>19</sup>.

Contractual vorbind însă, „practicile comerciale” au natura juridică a unor *varietăți de vânzări consumeriste*<sup>20</sup>.

Principalul sediul al materiei de reglementare este dat de O.G. nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață.

Potrivit ordonanței sunt *varietăți ale vânzării de consumație* următoarele „practici comerciale”: vânzările cu preț redus, vânzările promoționale, vânzările la distanță etc.

a) *Vânzările cu preț redus* sunt vânzări de produse în care adaosul comercial folosit de vânzător este mai mic decât cel uzitat curent, de profesionist.

Potrivit art. 33 alin. (1) lit. b) din Ordonanță, orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de forma, modul de publicitate și motivația reducerii, trebuie să se adreseze ansamblului consumatorilor și să indice în cifre „o reducere în raport cu prețurile de referință”<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Precizăm că legislația consumeristă abundă prin termeni economici, precum „publicitate comercială”, „practici comerciale”, produse comerciale etc., fapt pentru analiza juridică impune și o armonizare cu termenii de specialitate; a se vedea A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca, *op. cit.*, p. 52.

<sup>20</sup> „Practicile comerciale” ale vânzării de consumație privesc, în principal, reducerea prețului și se împart în două categorii: practici comerciale prin care se anunță reduceri de prețuri și practici care sugerează reduceri de prețuri: J. Calais-Auloy, H. Temple (2015), *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris, p. 127.

<sup>21</sup> „Prețul de referință” reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului redus [art. 33 alin. (1) lit. a) din Ordonanță].

*Per a contrario*, atunci când prețul afișat de vânzător include *adaosul* comercial uzual practicat de profesionist, vânzarea nu mai poate fi calificată drept „vânzare cu preț redus”.

Potrivit art. 16 din ordonanță, următoarele vânzări de produse sunt calificate, ca atare.

*Vânzările de lichidare* sunt cele precedate sau însoțite de publicitate și anunțată sub denumirea de „lichidare” și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a totalității sau numai a unei părți din stocul de produse dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în anumite situații (art. 18 din Ordonanță).

Vânzarea de lichidare are loc în situații precum: încetarea definitivă a activității comerciantului; încetarea activității în baza unei hotărâri judecătorești; întreruperea activității comerciale sezoniere; modificarea condițiilor de exploatare a suprafeței de vânzare; vânzarea stocului de produse de către moștenitorii legali ai comerciantului defunct; deteriorarea gravă, din cauza unor calamități sau acte de vandalism, a întregului stoc de produse.

Orice vânzare de lichidare trebuie să includă numai *produse care au fost vândute în mod obișnuit*.

Vânzările de lichidare sunt supuse notificării în baza unui *inventar* detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant<sup>22</sup>.

*Vânzarea de soldare* este cea precedată (sau însoțită) de publicitate, anunțată sub denumirea de „soldare” și urmată de o reducere de prețuri, ce are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri sezoniere dintr-o structură de vânzare cu amănuntul (art. 22 din Ordonanță).

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a două perioade pe an, cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a două perioade pe an, cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Potrivit legii, „Este interzis să se anunțe o vânzare de soldare în alte cazuri și condiții”, decât cele de mai sus [art. 28 alin. (1) din Ordonanță].

Apreciem că dispozițiile de mai sus, au natura juridică a unor *condiții de validitate* (art. 1179 C. civ.) și, în consecință, nerespectarea acestora atrage *nulitatea* vânzării respective<sup>23</sup>.

*Vânzările efectuate în magazine sau depozite de fabrică* sunt vânzări din producția proprie, direct consumatorilor.

---

<sup>22</sup> Notificarea vânzării de lichidare se face la primăria localității din raza teritorială [art. 19 alin. (1) din Ordonanță].

<sup>23</sup> Dispozițiile de mai sus se încadrează în condițiile de fond ale vânzării de soldare și deci privesc *conținutul contractului*; a se vedea G. Boroi, C.A. Angheliescu (2012), *Curs de drept civil. Partea generală*, Ed. Hamangiu, București, p. 127; A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca, *op. cit.*, p. 217 și urm.

Potrivit art. 30 din ordonanță, pentru a fi calificată „vânzare cu preț redus”, vânzarea din magazinele de fabrică trebuie să îndeplinească trei condiții:

- produsele nu au fost oferite anterior spre vânzare, din cauza defectelor de fabricație;

- produsele fac obiectul retururilor din rețeaua comercială și,

- produsele reprezintă stocul din producția sezonului anterior rămas nevândut.

Prin dispozițiile art. 16 din Ordonanță, și alte vânzări au fost incluse în categoria „vânzărilor cu preț redus”, precum: vânzările ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorului; vânzările ale produselor care într-o perioadă de 3 luni de la aprovizionare nu au fost vândute; vânzările accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapidă etc.

b) *Vânzările promoționale* sunt vânzările cu amănuntul care pot avea loc în orice perioadă a anului, fără să facă obiectul notificării.

Vânzarea promoțională trebuie să respecte următoarele condiții (de validitate):

- să nu fie efectuate în pierdere;

- să se refere la produse disponibile sau reaprovizionabile și,

- să existe la vânzare pe durata întregii perioade anunțate.

Nu sunt considerate vânzări promoționale acțiunile de promovare efectuate de producători, și nici acțiunile de lansare de produse noi pe piață [art. 32 alin. (2) din Ordonanță].

Din cele de mai sus, rezultă că vânzările promoționale se delimitează de celelalte feluri ale vânzării de consumație prin interesul special urmărit de vânzătorul-profesionist, respectiv, *promovarea a unui produs*, în vederea intrării pe piață sau a creșterii vânzărilor, pentru a face cunoscută o marcă sau un nou tip de produs.

c) *Vânzarea la distanță* este o formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară *fără prezența fizică simultană* a consumatorului, și a profesionistului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă, care, în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță.

Potrivit art. 8 alin. (1) din O.G. nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii<sup>24</sup>, în contractele la distanță, vânzătorul-profesionist trebuie să transmită informațiile într-un mod adecvat mijlocului de comunicare la distanță utilizat, folosind un limbaj simplu și inteligibil<sup>25</sup>.

Atunci când contractul este încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță ce permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației, în faza precontractuală, vânzătorul-profesionist trebuie să furnizeze date privind:

- principalele caracteristici ale produsului,

- identitatea profesionistului, prețul total,

<sup>24</sup> Publicată în M. Of. nr. 427 din 11 iunie 2014 (în vigoare de la 13 iunie 2014).

<sup>25</sup> Potrivit art. L. 121-16 alin. (1) din Codul consumului francez, dispozițiile special reglementează exclusiv contractele de *vânzare de bunuri* și contractele de *furnizarea de servicii*; a se vedea Chendeb R. (2010), *Le regime juridique du contrat de consommation, etude comparative*, L.G.D.J., Paris, p. 127.

- dreptul la retragere,
- durata contractului și,
- modalitățile de încetare a contractului (în contractele încheiate pe durată nedeterminată).

În cazul încheierii unui contract la distanță prin intermediul telefonului, profesionistul trebuie să confirme oferta consumatorului, al cărui angajament începe doar după ce acesta a semnat oferta sau după ce și-a trimis consimțământul scris [art. 8 alin. (6) din Ordonanța nr. 34/2014].

Profesionistul este obligat să transmită consumatorului *confirmarea încheierii contractului*, într-un termen rezonabil din momentul perfectării acestuia (sau cel târziu la momentul livrării produselor sau înainte de începerea prestării serviciului solicitat)<sup>26</sup>.

Momentul încheierii contractului la distanță este „momentul confirmării”, pe un suport durabil, de către profesionist a acceptării comenzii transmise de consumator [art. 8 alin. (9) din Ordonanța nr. 34/2014].

Vânzarea la distanță se opune „vânzării directe” către cumpărătorii consumatori.

*Vânzarea directă* se califică ca atare, prin aceea că „produsele sau serviciile sunt desfăcute de către comerciant direct consumatorilor, în afara spațiilor de vânzare cu amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare” [art. 35 alin. (1) din Ordonanță].

Legea reglementează și *vânzarea prin rețele* (*multilevel marketing*) ca o *formă a vânzării directe* prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzatori direcți, care primesc un comision pentru vânzările proprii (art. 35 din Ordonanță).

d) *Alte feluri ale vânzării de consumație* (reglementate de O.G. nr. nr. 99/2000) sunt vânzarea în afara spațiilor comerciale și vânzarea cu prime.

*Vânzările în afara spațiilor comerciale* sunt realizate de profesioniști în timpul unei deplasări organizate: 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 (art. 38 din Ordonanță).

*Vânzarea cu prime* este cea „practică comercială prin care, la vânzarea sau oferta de vânzare de produse, se oferă consumatorului, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, prime sub forma unor produse” (art. 48 din Ordonanță).

Potrivit art. 50 din ordonanță, nu sunt considerate „prime”: ambalajele produselor; produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat; produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10%

---

<sup>26</sup> În literatura juridică s-a afirmat că transmiterea informațiilor către consumator are natura juridică a unei *invitații de ofertă*, iar mesajul de confirmare are valoare de *acceptare a ofertei*; a se vedea R. Bercea (2004), *Momentul încheierii contractelor comerciale la distanță*, în RDC nr. 6/2004, p. 112.

din prețurile de vânzare („tarifele”) produselor achiziționate de către consumatori; articolele personalizate; serviciile post-vânzare sau facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.

## 5. Concluzii

Prin dispozițiile Codului civil și ale legilor speciale sunt reglementate diferite tipuri, feluri de vânzări, cunoscute ca „varietăți de vânzare”.

Varietățile vânzării trebuie să respecte elementele esențiale ale contractului (de vânzare, s.n.) din care s-au desprins: bunul, prețul și transferul dreptului de proprietate.

Vânzarea de consumație este o vânzare particularizată prin dispozițiile speciale ale legislației consumeriste (care protejează drepturile cumpărătorului-consumator).

Contractele încheiate cu consumatorii sunt supuse dispozițiilor speciale și, în completare, celor general contractuale (art. 1177 C. civ.).

Varietățile vânzării de consumație sunt denumite legislativ „practici comerciale” prin care se *anunță* reduceri de prețuri sau care *sugerează* reduceri de prețuri.

Calificarea „practicilor comerciale” drept varietăți ale vânzării de consumație prezintă interes teoretic și practic sub aspectul regimului juridic aplicabil.

Deoarece legislația specială națională este o transpunere a directivelor europene, în materie, ea trebuie *armonizată* la dispozițiile în materie contractuală instituite de Codul civil.

## Bibliografie

- S. Angheni (2014), *Raporturile juridice dintre profesioniștii-comercianți*, Ed. C.H. Beck, București;
- R. Bercea (2004), *Momentul încheierii contractelor comerciale la distanță*, în RDC nr. 6/2004;
- G. Boroi, C.A. Angheliescu (2012), *Curs de drept civil. Partea generală*, Ed. Hamangiu, București;
- J. Calais-Auloy, H. Temple (2015), *Droit de la consommation*, Dalloz, Paris;
- R. Chendeb (2010), *Le regime juridique du contrat de consommation, etude comparative*, L.G.D.J., Paris;
- D. Chirică (2017), *Tratat de drept civil. Contracte speciale, Vol. 1. Vânzarea și schimbul*, Ed. Hamangiu, București;
- Fr. Deak (1999), *Tratat de drept civil. Contracte speciale*, Ed. Actami, București;
- Fr. Deak, L. Mihai, R. Popescu (2018), *Tratat de drept civil. Contracte speciale, vol. III*, Ed. Universul Juridic, București;

- A.N. Gheorghe, C. Spasici, D.S. Arjoca (2012), *Dreptul consumației*, Ed. Hamangiu, București;
- D. Macovei, I.E. Cadariu (2004), *Drept civil. Contracte*, Ed Junimea, Iași;
- L. Pop (2017), *Obligația de informare – mijloc juridic de protecție a consimțământului la încheierea contractelor*, în *Dreptul nr. 6/2017*;
- T. Prescure (2012), *Curs de contracte civile*, Ed. Hamangiu, București;
- C. Spasici (2014), *Consideratii teoretice privind publicitatea înșelatoare și publicitatea comparativă în dreptul consumației*, în *Curierul Judiciar nr. 5/2014*;
- L. Stănciulescu (2010), *Vânzarea de consumație – varietate a contractului de vânzare-cumpărare*, în *RDC nr. 5/2010*.