

Drepturile consumatorilor în cazul cumpărăturilor online

Tot mai mulți consumatori aleg să facă achiziții online, fie prin intermediul site-urilor și aplicațiilor, fie prin telefon, e-mail sau rețele de socializare, pentru produse precum electrocasnice, haine, cărți, bilete de avion sau chiar servicii turistice. Acest tip de cumpărături este comod, dar vine și cu anumite riscuri. De aceea, legislația din Republica Moldova acordă o protecție specială consumatorilor care încheie contracte la distanță.

O achiziție online reprezintă o înțelegere încheiată la distanță și are aceeași putere juridică precum un contract semnat pe hârtie. Se consideră că un astfel de contract este încheiat în momentul în care consumatorul plasează o comandă, fie selectând un produs pe un site, completând datele de livrare și apăsând pe butonul „comandă”, fie răspunzând prin e-mail unei oferte comerciale. Acest contract produce efecte juridice obligatorii și generează drepturi și obligații reciproce, asemenea unui contract clasic, încheiat fizic între comerciant și consumator.

Potrivit Codului Civil, un **„contract la distanță”** este acel acord încheiat între un comerciant profesionist și un consumator în cadrul unui sistem organizat de vânzări sau prestări de servicii la distanță, fără prezența fizică simultană a celor două părți, prin utilizarea exclusivă a unuia sau mai multor mijloace de comunicare la distanță – cum ar fi internetul, telefonul, e-mailul sau alte forme de mesagerie electronică – până în momentul și inclusiv la momentul încheierii contractului.

Comerțul electronic reprezintă o formă specifică a comerțului la distanță, care presupune nu doar vânzarea de bunuri și servicii prin internet, ci și desfășurarea întregului proces comercial, de la prezentarea produselor, informarea consumatorilor, plasarea comenzilor, până la plată și livrare, exclusiv prin mijloace electronice. Acest tip de comerț presupune utilizarea de platforme digitale, aplicații sau site-uri web, iar documentele generate (facturi, notificări, contracte) pot avea valoare juridică doar dacă sunt transmise pe un suport durabil și respectă normele privind documentul electronic.

La fel ca și orice alt contract, un contract la distanță are trei etape. Astfel, la fel ca și în cazul unui contract semnat în format fizic, în procesul de încheiere a unui contract la distanță, se disting trei etape juridice fundamentale: etapa precontractuală, etapa contractuală și etapa postcontractuală. Fiecare dintre acestea are o importanță proprie în ceea ce privește valabilitatea, conținutul și efectele contractului. Acest parcurs juridic începe din momentul în care consumatorul intră în contact cu oferta comerciantului și se încheie odată cu executarea obligațiilor contractuale sau, după caz, cu exercitarea dreptului de retragere ori soluționarea unui litigiu. Chiar și atunci când acordul se materializează printr-un simplu clic pe un buton de comandă sau printr-un mesaj electronic de acceptare (de tipul „Da, doresc produsul”), acesta dobândește valoare de contract civil și poate produce efecte juridice obligatorii pentru ambele părți.

I. Etapa precontractuală

Etapa precontractuală reprezintă perioada care precede încheierea contractului și este esențială pentru formarea acordului valabil al consumatorului. În această fază, consumatorul nu este încă obligat contractual, dar trebuie să primească toate informațiile relevante care să îi permită o decizie liberă, informată și conștientă.

Legislația Republicii Moldova, în special Codul Civil (art. 1013–1017), impune comerciantului obligații riguroase de informare prealabilă, în scopul echilibrării raportului juridic dintre cele două părți. Legea pornește de la ideea că, într-un contract la distanță, consumatorul se află într-o poziție vulnerabilă: nu poate examina fizic bunul, nu interacționează direct cu comerciantul și riscul de abuz sau de informare insuficientă este mai ridicat.

Astfel, înainte ca un contract la distanță să producă efecte juridice, comerciantul profesionist este obligat să pună la dispoziția consumatorului, în mod clar, inteligibil și pe un suport durabil (ex: pagină web, e-mail, PDF) – următoarele categorii de informații:

1. **Caracteristicile esențiale ale produsului sau serviciului** – o descriere suficient de detaliată pentru ca un consumator obișnuit să înțeleagă ce anume comandă. Aceasta trebuie să includă, după caz: natura produsului, dimensiunile, funcțiile, compatibilitățile și scopul practic. În cazul serviciilor, trebuie indicate clar întinderea, conținutul și limitele prestației în cazul serviciilor;
2. **Datele de identificare ale comerciantului** – acestea trebuie prezentate complet, incluzând: denumirea completă (sau numele și prenumele dacă e persoană fizică), numărul de identificare de stat (IDNO/IDNP), adresa sediului sau adresa de contact, numărul de telefon, adresa de email, și, dacă este cazul, numele altui profesionist în numele căruia se acționează;
3. **Prețul total al bunului sau serviciului** – exprimat clar și complet. Acesta trebuie să includă toate taxele aplicabile și, după caz, costurile de transport, de livrare sau orice alte taxe suplimentare. Dacă aceste costuri nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, profesionistul trebuie, cel puțin, să avertizeze consumatorul asupra posibilității existenței unor costuri adiționale;
4. **Modalitățile de plată**, inclusiv termenul de livrare estimate, politica de soluționare a reclamațiilor și condițiile legate de garanții legale sau comerciale (dacă există);
5. **Pentru bunurile sau serviciile digitale**, comerciantul trebuie să ofere detalii suplimentare precum funcționalitatea produsului digital, necesitatea utilizării unor aplicații sau echipamente speciale, restricții de utilizare sau limitări legate de durată, spațiu sau conexiune la internet, existența unor eventuale costuri suplimentare pentru utilizarea completă a conținutului (ex: abonamente, achiziții în aplicație);
6. **Informarea privind dreptul de revocare** – legea oferă consumatorului posibilitatea de a se răzgândi în termen de 14 zile de la livrarea bunului sau încheierea contractului, fără obligația de a motiva decizia. Comerciantul are obligația să-l informeze pe consumator despre acest drept, să pună la dispoziție un formular standard de revocare și să precizeze cine suportă costurile returnării produsului, dacă este cazul. Nerespectarea acestor obligații atrage consecințe directe: extinderea termenului de revocare la 12 luni, imposibilitatea de a reține costuri sau sancțiuni de altă natură;
7. În cazul în care **contractul se încheie printr-un site sau aplicație**, comerciantul are obligația suplimentară de a configura clar și explicit ultima etapă a comenzii. Mai exact, butonul prin care se finalizează comanda trebuie să fie etichetat fără echivoc cu formulări precum: „Comandă cu obligație de plată”, „Plătește acum” sau alte expresii echivalente. Lipsa acestei informări sau formulări clare, anulează orice obligație legală a consumatorului.

Este important de menționat că, în cazul în care produsul comandat nu este disponibil, dar comerciantul confirmă totuși comanda, acesta își asumă răspunderea contractuală. Livrarea produsului devine o obligație juridică, iar imposibilitatea executării acesteia poate atrage sancțiuni legale, inclusiv obligația de a restitui sumele plătite de consumator și, după caz, plata de daune-interese. Această situație nu poate fi justificată printr-o simplă informare

ulterioară că „produsul nu mai este în stoc”, dacă angajamentul de livrare a fost deja confirmat de comerciant.

În ansamblu, etapa precontractuală are la bază principiul informării complete și loiale a consumatorului. Aceasta are rol de protecție și previne abuzurile care pot apărea în relațiile la distanță, unde dezechilibrul informațional este semnificativ. Comerciantul este cel care trebuie să demonstreze că și-a îndeplinit, în mod corespunzător, toate aceste obligații de informare.

Această etapă se încheie în momentul în care consumatorul acceptă oferta profesionistului, iar contractul este considerat încheiat doar dacă toate aceste obligații de informare au fost respectate.

II. Etapa contractuală

Etapa contractuală începe odată cu încheierea efectivă a contractului. Conform Codului Civil., un contract se consideră încheiat atunci când părțile ajung la un acord asupra clauzelor esențiale (ex: obiectul, cantitatea, calitatea, prețul, termenul de livrare). În cazul cumpărăturilor online, acest moment corespunde, de regulă, acceptării comenzii de către profesionist și confirmării acesteia către consumator.

Comerciantul este obligat să furnizeze, pe un suport durabil (cum ar fi e-mailul, fișier PDF sau hârtie), o confirmare a contractului, care include toate informațiile obligatorii furnizate anterior, dacă acestea nu au fost deja comunicate.

În cazul în care contractul se încheie exclusiv prin telefon (inclusiv prezentarea produsului/serviciului, a prețului, a altor condiții), comerciantul profesionist trebuie să își declare identitatea, să menționeze dacă acționează în numele altei entități și să specifice scopul comercial al apelului. Contractul devine obligatoriu doar după ce consumatorul confirmă, în scris sau printr-un alt suport durabil, consimțământul său.

Tot în această etapă se consideră valabilă integrarea în contract a **termenilor și condițiilor generale**, atunci când acestea sunt afișate vizibil pe site-ul profesionistului și consumatorul este invitat să le accepte expres – de exemplu, bifând o căsuță cu mențiunea „Am citit și sunt de acord cu Termenii și Condițiile” înainte de a apăsa pe butonul de comandă. Această acceptare reprezintă un consimțământ valabil, cu condiția ca informațiile respective să fie clare, accesibile și să nu conțină clauze abuzive.

În etapa contractuală, toate obligațiile asumate prin informările prealabile devin clauze ale contractului. Ele nu pot fi modificate decât cu acordul explicit al părților. Contractul trebuie redactat clar, fără ambiguități sau termeni vagi. De asemenea, orice clauză care contravine în mod expres drepturilor conferite consumatorului de Codul Civil este considerată nulă.

Respectiv, comerciantul nu are dreptul de a include clauze care limitează, în mod nejustificat drepturile consumatorului, sau care îl pun într-o poziție contractuală defavorabilă. De exemplu, sunt considerate abuzive clauzele care exclud dreptul de retragere, impun penalități disproporționate sau permit comerciantului să modifice unilateral termenii contractului fără acceptul consumatorului etc. Pentru a afla mai multe despre clauzele abuzive accesați [nota dedicată acestui subiect](#).

În cazul conținutului digital sau al serviciilor digitale, comerciantul trebuie să obțină acordul expres al consumatorului înainte de începerea furnizării. Dacă plata include elemente adiționale (de exemplu, achiziții în aplicație), acestea trebuie aprobate în mod expres, iar setările implicite care presupun plata automată sunt interzise.

Această etapă impune, în mod esențial, executarea în conformitate cu promisiunile făcute – în ceea ce privește livrarea, calitatea produsului, funcționalitatea, serviciile post-vânzare și soluționarea reclamațiilor. Totodată, riscul de pierdere sau deteriorare a bunului se transferă cumpărătorului în momentul în care vânzătorul și-a îndeplinit obligația de a pune bunul la dispoziția acestuia, în conformitate cu contractul, cu excepția cazului în care părțile au convenit altfel. Cumpărătorul are, la rândul său, obligația de a întreprinde toate acțiunile necesare, pentru a permite predarea și primirea bunului, în măsura în care legea sau contractul nu prevede altfel.

Exemple de cazuri privind valabilitatea contractelor la distanță, în funcție de mijloacele de comunicare la distanță utilizate:

Exemplu	Contractul la distanță	
	Se consideră a fi încheiat:	Nu se consideră a fi încheiat:
Achiziție pe un site	Atunci când consumatorul: adaugă produsul în coș, bifează că este de acord cu <i>Termenii și Condițiile</i> ¹ (dacă sunt vizibili și accesibili înainte de comandă), apasă pe un buton clar etichetat cu „Comandă cu obligație de plată” (sau o frază echivalentă), și primește o confirmare scrisă (prin e-mail, SMS sau alt suport durabil) care include detalii esențiale precum: produsul comandat, prețul, termenul de livrare și eventualele condiții de retur.	În situațiile în care lipsește unul dintre elementele esențiale pentru formarea consimțământului valabil. Spre exemplu, dacă <i>Termenii și Condițiile</i> nu sunt afișați în mod vizibil și accesibil înainte de finalizarea comenzii, dacă butonul de comandă nu indică clar obligația de plată sau dacă, după plasarea comenzii, consumatorul nu primește o confirmare scrisă cu detaliile comenzii, nu se poate vorbi despre un contract valabil. În aceste cazuri, comanda are valoarea unei simple propuneri (oferte), care nu produce efecte juridice pentru consumator până la acceptarea sa expresă de către profesionist.
Achiziție pe Instagram, Facebook sau alte rețele sociale	Atunci când, în urma mesajului transmis de consumator cu intenția de a cumpăra (ex: „vreau produsul X”), profesionistul răspunde în mod clar și complet, oferind detalii esențiale precum prețul, termenul de livrare și acceptarea expresă a comenzii (ex: „Comanda este confirmată. Prețul produsului este de 300 lei, Costul livrării este de 50 lei. Livrare are loc în 3 zile.”).	Nu se consideră că un contract a fost încheiat dacă schimbul de mesaje este vag, lipsit de detalii clare sau dacă nu există o confirmare scrisă din partea profesionistului. Răspunsuri de tipul „Vedem”, „Revenim” sau un simplu emoji nu constituie o acceptare și nu produce efecte juridice pentru consumator.
Comandă inițiată pe site, dar	Dacă, după ce consumatorul completează datele pe site (ex:	Dacă discuțiile rămân la nivel informativ, dacă profesionistul

¹ Chiar dacă Termenii și Condițiile nu sunt acceptați explicit (prin bifare), dar sunt afișați vizibil și accesibili înainte de comandă, se poate considera că consumatorul i-a acceptat implicit dacă finalizează comanda în cunoștință de cauză.

finalizată prin apel sau mesaj (Viber/WhatsApp)	selectează produsul și introduce informațiile de contact), comerciantul îl contactează prin apel telefonic sau prin mesaje (Viber, WhatsApp) și îi comunică explicit condițiile comenzii, inclusiv produsul, prețul, termenul de livrare și modalitatea de plată. Dacă consumatorul își exprimă acordul (verbal sau scris), iar comerciantul confirmă în scris (pe un suport durabil), contractul se consideră valabil încheiat.	nu face o ofertă clară sau nu confirmă comanda, ori dacă acordul consumatorului nu este exprimat în mod explicit. Răspunsurile vagi sau lipsa detaliilor esențiale împiedică formarea unui contract valabil.
Achiziție prin aplicație mobilă	Când utilizatorul selectează produsul/serviciul, confirmă comanda prin aplicație (care implică acordul automat cu termenii platformei), iar apoi primește o confirmare scrisă în aplicație și prin e-mail/SMS cu detalii despre comandă, preț, livrare.	Dacă aplicația nu oferă un rezumat clar al comenzii sau nu trimite o confirmare scrisă, iar comanda rămâne „în procesare” sau „în așteptare”, fără angajament ferm din partea comerciantului sau platformei.
Comandă făcută prin apel telefonic (ex: restaurante, livrări, comenzi rapide)	Dacă comerciantul preia comanda telefonic, precizează clar condițiile (produs, preț, termen de livrare), iar ulterior se transmite o confirmare scrisă (ex: SMS, WhatsApp, e-mail), există un contract valabil.	Dacă comerciantul doar notează comanda, fără a oferi detalii și fără nicio confirmare scrisă, contractul nu este suficient de clar pentru a produce efecte juridice.

III. Etapa postcontractuală

Etapa postcontractuală vizează perioada ce urmează după încheierea contractului. Cel mai important drept în această fază este **dreptul de revocare** (retragere unilaterală din contract) garantat consumatorului.

Consumatorul are dreptul de a se retrage din contract fără a invoca un motiv și fără penalități, în termen de 14 zile calendaristice. Acest termen curge:

- de la data primirii bunurilor, în cazul vânzărilor;
- de la data încheierii contractului, în cazul serviciilor;
- sau de la data primirii ultimului produs, în cazul livrărilor eșalonate.

Consumatorul își poate exercita dreptul de revocare prin completarea formularului standard prevăzut de lege sau printr-o notificare clară, transmisă pe un suport durabil. Comerciantul are obligația de a confirma primirea notificării și, ulterior, de a restitui toate sumele plătite, inclusiv costurile de livrare standard, în termen de cel mult 14 zile de la primirea cererii de revocare. Rambursarea trebuie efectuată utilizând aceeași modalitate de plată ca cea folosită de consumator, cu excepția cazului în care acesta acceptă în mod expres o altă metodă. Comerciantul nu are dreptul să perceapă comisioane sau taxe suplimentare pentru efectuarea rambursării, indiferent de metoda aleasă, iar în cazul în care consumatorul a plătit prin transfer bancar, card sau numerar, restituirea trebuie să se realizeze în aceeași formă, într-un termen de cel mult 14 zile calendaristice de la primirea notificării de retragere.

Obligația de returnare a produselor revine consumatorului, care trebuie să le trimită înapoi sau să le predea în termen de 14 zile în locul de preschimbare a mărfii. Este recomandat ca returul să fie făcut printr-o metodă care permite urmărirea expediției (ex: curier sau poștă recomandată), pentru a putea dovedi că bunul a fost efectiv returnat în termenul legal.

Costurile returnării sunt suportate de consumator doar dacă a fost informat clar despre acest lucru în etapa precontractuală. De asemenea, consumatorul este responsabil doar pentru diminuarea valorii bunurilor rezultată din manipularea acestora în alt mod decât cel necesar pentru verificarea naturii, caracteristicilor și funcționării.

Spre exemplu, deschiderea ambalajului unui produs pentru a-l examina nu atrage automat răspundere, dacă în condiții normale produsul ar fi fost expus în același mod într-un magazin fizic.

Există însă excepții legale de la dreptul de revocare, printre acestea se numără: bunurile personalizate, produsele care se pot deteriora rapid, conținutul digital furnizat fără suport material (dacă descărcarea a început cu acordul expres al consumatorului), bunurile desigilate care nu pot fi returnate din motive de igienă sau sănătate, și serviciile complet executate cu acordul consumatorului. Este esențial ca profesionistul să informeze consumatorul, înainte de încheierea contractului, despre existența oricărei excepții de la dreptul de retragere. Această informare trebuie să fie clară și vizibilă, ideal menționată într-un loc accesibil (cum ar fi lângă butonul de finalizare a comenzii sau în descrierea produsului). În lipsa acestei informări, excepția nu este opozabilă consumatorului, iar dreptul de revocare rămâne valabil.

Tot în etapa postcontractuală, consumatorul beneficiază și de alte drepturi esențiale. Printre acestea se numără **garanția legală de conformitate sau cea comercială**. Pentru mai multe informații, puteți accesa [nota informativă la acest subiect](#).

Tot la etapa postcontractuală, consumatorii au dreptul, de a returna sau schimba produsele prin intermediul unui **loc de preschimbare a mărfii**, care este un spațiu fizic pe care comerciantul este obligat să îl instituie în localitatea indicată în notificarea activității de comerț a unității comerciale. Acest loc trebuie să permită consumatorului să returneze produsele, să solicite înlocuirea acestora sau să depună reclamații. Adresa și datele de contact ale acestor locații trebuie afișate pe pagina web a comerciantului sau pe platformele electronice pe care își desfășoară activitatea, sau comunicate prin alte mijloace de comunicare, inclusiv prin intermediul documentelor care însoțesc produsul sau prin canale electronice.

Consumatorii moldoveni care efectuează achiziții de la comercianți înregistrați în afara țării, este esențial să țină cont de faptul că drepturile lor pot varia în funcție de jurisdicția în care este stabilit vânzătorul. Riscurile asociate cumpărăturilor online de la comercianți străini includ, printre altele, lipsa unor garanții clare privind livrarea produsului, dificultatea returnării bunurilor, incertitudinea privind obținerea despăgubirilor în caz de neconformitate, precum și imposibilitatea aplicării directe a drepturilor conferite de legislația națională.

Dacă comerciantul provine dintr-un stat membru al Uniunii Europene, protecția consumatorului este, de regulă, echivalentă cu cea aplicabilă cetățenilor europeni.

Dacă un consumator din Moldova are o problemă cu un comerciant din Uniunea Europeană, se poate adresa [Centrului European al Consumatorului din Moldova](#), care colaborează cu rețeaua centrelor europene ale consumatorilor, ECC-Net, pentru a soluționa pe cale amiabilă litigiile transfrontaliere.

Pentru comercianții din afara Uniunii Europene, posibilitățile de intervenție ale autorităților moldovenești sunt limitate. Astfel, în cazul comercianților din afara spațiului comunitar, cum ar fi SUA, China sau alte state terțe, drepturile garantate prin legislația Republicii Moldova nu se aplică automat. În orice situație, consumatorii sunt sfătuiți să verifice dacă platforma de vânzare are reprezentanță juridică sau logistică în Republica Moldova, ori dacă pune la dispoziție mecanisme accesibile pentru returnări, garanții și rezolvarea disputelor. Activitatea furnizorilor de servicii și a intermediarilor stabiliți în alte state care furnizează servicii destinatarilor din Republica Moldova se desfășoară în condițiile tratatelor internaționale la care Republica Moldova este parte și ale legislației statului unde se află sediul furnizorilor de servicii și al intermediarilor respectivi. Furnizarea serviciilor societății informaționale de către un furnizor de servicii stabilit într-un alt stat nu poate fi restricționată în Republica Moldova dacă furnizorul respectă prevederile legislației naționale.

În cazul în care drepturile consumatorilor care au încheiat un contract la distanță au fost încălcate, iar comerciantul refuză remedierea pe cale amiabilă, consumatorii se pot adresa autorităților competente în funcție de specificul bunului sau serviciului care face obiectul disputei. Pentru afla în ce cazuri și cărei autoritatea competente vă puteți adresa în cazul unei dispute, accesați [nota informativă la acest subiect](#).

În concluzie, contractele la distanță reprezintă o realitate tot mai prezentă în viața de zi cu zi a consumatorilor. Tocmai de aceea, cunoașterea detaliată a drepturilor și obligațiilor ce decurg din asemenea raporturi juridice devine esențială. Nu este suficient doar să beneficiem de comoditatea cumpărăturilor la un click distanță, este necesar să fim informați despre condițiile de livrare, returnare, garanție, revocare și soluționare a litigiilor. Doar astfel putem contribui la construirea unui mediu comercial echitabil, transparent și sigur, în care drepturile consumatorilor sunt respectate, iar încrederea în comerțul modern este consolidată.

Campania națională de informare a consumatorilor



Acest material a fost produs cu suportul financiar al Uniunii Europene și al Fundației Soros Moldova. Conținutul acestuia reprezintă responsabilitatea exclusivă a proiectului „Consolidarea cadrului de protecție a consumatorului în Republica Moldova”, implementat de către Centrul Analitic Independent „Expert-Grup” în calitate de lider de consorțiu, în parteneriat cu Institutul pentru Politici și Reforme Europene, și finanțat de către Uniunea Europeană și Fundația Soros Moldova.