

GHIDUL DG JUSTIȚIE

privind

Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului

Scopul prezentului ghid este facilitarea punerii în aplicare efective a [Directivei 2011/83/UE](#) privind drepturile consumatorilor („directiva”), adoptată la 25 octombrie 2011. Statelor membre li s-a solicitat transpunerea sa în legislația națională până la 13 decembrie 2013. Toate măsurile naționale de transpunere trebuie să se aplice de la 13 iunie 2014.

Prezentul document nu are caracter juridic obligatoriu, ci numai caracter orientativ. Interpretarea cu caracter obligatoriu a dreptului UE rămâne rolul exclusiv al Curții de Justiție a Uniunii Europene (CJUE). Acest document nu reprezintă o interpretare formală a dreptului UE și nici nu oferă consultanță juridică pe probleme de drept național.

Acest ghid este publicat sub răspunderea exclusivă a Direcției Generale Justiție. Acesta este rezultatul activității desfășurate în cooperare cu și după consultarea cu autoritățile statelor membre însărcinate cu transpunerea și punerea în aplicare a directivei și cu părțile interesate din sector și din rândul consumatorilor. Pentru atingerea obiectivelor directivei, autoritățile naționale și instanțele ar trebui să o pună în aplicare într-un mod uniform și coerent. Pentru a le ajuta în acest sens, acest document oferă orientări privind conceptele și dispozițiile cheie ale directivei. El include și exemple practice care indică modul în care ar trebui să funcționeze directiva.

Acest ghid se dorește a fi **un document evolutiv**. Acesta este disponibil online și va fi **completat și actualizat atunci când va fi necesar**, luând în considerare experiența dobândită în timp cu punerea sa în aplicare. Acest ghid va fi îmbunătățit pentru a aborda noile provocări de pe piață și pentru a lua în considerare dezvoltările jurisprudențiale europene și naționale.

Un **model opțional pentru afișarea informațiilor precontractuale pentru consumatori pentru produsele digitale online** se găsește în anexă. Acesta reprezintă un instrument facultativ menit să îi ajute pe comercianți să respecte cerințele directivei privind informațiile precontractuale și în acest fel să sprijine informarea consumatorilor în mod transparent și comparabil.

CUPRINS

1.	INTRODUCERE	5
2.	DOMENIUL DE APLICARE A DIRECTIVEI	6
2.1.	CONTRACTELE ACOPERITE	6
2.2.	CONTRACTE CU OBIECT MIXT	7
2.3.	APLICAREA DIRECTIVEI LA CONTRACTELE PENTRU PRODUSE „GRATUITE”	9
2.4.	CONTRACTE ÎN CAZUL CĂRORA DIRECTIVA NU SE APLICĂ	10
2.4.1.	<i>Contracte de închiriere și contracte de construcții</i>	10
2.4.2.	<i>Contracte încheiate de un funcționar public</i>	10
2.4.3.	<i>Contracte pentru bunuri destinate consumului casnic</i>	11
2.4.4.	<i>Vânzările automatizate</i>	11
2.4.5.	<i>Anumite contracte privind comunicațiile electronice</i>	12
2.5.	POSSIBILĂ SCUTIRE A CONTRACTELOR CU VALOARE SCĂZUTĂ NEGOCIATE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE	13
2.6.	NORME PENTRU LICITAȚII PUBLICE	14
2.7.	TRANSFERUL CONTRACTELOR EXISTENTE ÎNTRE CONSUMATORI	14
3.	CONTRACTELE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE	15
3.1.	INTRODUCERE	15
3.2.	CONTRACTE ÎNCHEIATE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE ALE COMERCIANTULUI	15
3.3.	CONTRACTE ÎNCHEIATE DUPĂ ABORDAREA CONSUMATORULUI ÎN AFARA SPAȚIULUI COMERCIAL	17
3.4.	CONTRACTE ÎNCHEIATE ÎN CURSUL UNEI DEPLASĂRI ORGANIZATE DE COMERCIANT	18
4.	INFORMAȚII PRECONTRACTUALE	19
4.1.	CERINȚE GENERALE	19
4.1.1.1.	Legături cu Directiva privind practicile comerciale neloiale	19
4.1.1.2.	Informații „care reies deja din context”	19
4.2.	LEGĂTURI CU CERINȚELE DE INFORMARE ÎN TEMEIUL ALTOR DIRECTIVE	20
4.2.1.	<i>Cerințe de informare în temeiul Directivei privind comerțul electronic și al Directivei privind serviciile 20</i>	
4.2.1.1.	Cerințe suplimentare de informare în temeiul Directivei privind comerțul electronic și al Directivei privind serviciile	21
4.2.1.2.	Cerințe de informare care se suprapun	21
4.2.2.	<i>Cerințe suplimentare de informare în temeiul Directivelor privind serviciile și comerțul electronic 22</i>	
4.2.3.	<i>Cerințe de informare din legislația specifică sectorului</i>	22
4.2.4.	<i>Derogare pentru tranzacțiile „de la o zi la alta”</i>	23
4.2.5.	<i>Natura obligatorie a informațiilor precontractuale</i>	23
4.2.6.	<i>Cerințe suplimentare privind limba</i>	24
4.2.7.	<i>Sarcina probei</i>	24
4.3.	CERINȚE COMUNE PENTRU CONTRACTELE NEGOCIATE ÎN SPAȚIILE COMERCIALE ȘI CONTRACTELE NEGOCIATE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE/LA DISTANȚĂ	25
4.3.1.	<i>Caracteristici principale</i>	25
4.3.2.	<i>Identitate și date de contact</i>	25
4.3.2.1.	Locul de stabilire	26
4.3.2.2.	Spații comerciale	26
4.3.2.3.	Alte date de contact	26
4.3.2.4.	Identitatea și adresa comerciantului principal	28
	4.3.3. Prețul	28
4.3.4.	<i>Aranjamentele pentru executarea contractului – plată și livrare</i>	29
4.3.4.1.	Timpul de livrare sau executare	30

4.3.4.2.	Modalități de plată.....	31
4.3.5.	<i>Garanții și servicii postvânzare.....</i>	31
4.4.	DURATA ȘI REZILIEREA CONTRACTULUI.....	33
4.5.	CERINȚE SUPLIMENTARE PENTRU CONTRACTELE NEGOCIATE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE ȘI CONTRACTELE LA DISTANȚĂ 33	
4.5.1.	<i>Costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță.....</i>	33
4.5.2.	<i>Avansuri și garanții financiare.....</i>	34
4.5.3.	<i>Mecanismele de recurs extrajudiciare.....</i>	34
5.	CONDIȚII SPECIALE PENTRU CONTRACTELE LA DISTANȚĂ.....	34
5.1.	DEFINIȚIA UNUI CONTRACT LA DISTANȚĂ.....	34
5.2.	INFORMAȚII PRECONTRACTUALE.....	36
5.2.1.	<i>Cerințe suplimentare pentru prezentarea anumitor informații precontractuale.....</i>	36
5.2.2.	<i>Cerințe privind butonul de confirmare a comenzii.....</i>	37
5.2.3.	<i>Contractele încheiate prin mijloace de comunicare la distanță cu spațiu sau timp limitat.....</i>	38
5.3.	CONTRACTE ÎNCHEIATE PRIN TELEFON.....	39
5.4.	CONFIRMAREA CONTRACTULUI.....	40
6.	DREPTUL DE RETRAGERE.....	42
6.1.	CALCULAREA PERIOADEI DREPTULUI DE RETRAGERE.....	42
6.1.1.	<i>Introducere.....</i>	42
6.1.2.	<i>Punct de pornire a perioadei de retragere.....</i>	43
6.2.	INFORMAȚII PRIVIND DREPTUL DE RETRAGERE.....	45
6.3.	EXERCITAREA DREPTULUI DE RETRAGERE.....	47
6.4.	DREPTUL DE RETRAGERE CU PRIVIRE LA BUNURI.....	48
6.4.1.	<i>Bunuri multiple sau defecte.....</i>	48
6.4.2.	<i>Returnarea bunurilor.....</i>	49
6.4.3.	<i>Rambursarea sumelor primite drept plată din partea consumatorului.....</i>	50
6.4.4.	<i>Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor.....</i>	52
6.4.5.	<i>Riscul returnării bunurilor comerciantului.....</i>	54
6.5.	RETRAGEREA DE LA FURNIZAREA DE SERVICII.....	55
6.5.1.	<i>Consimțământul consumatorului cu privire la obligația de compensare și executare imediată.....</i>	55
6.5.2.	<i>Consecințele nerespectării de către comerciant a obligațiilor.....</i>	58
6.6.	REZILIEREA CONTRACTULUI DUPĂ EXERCITAREA DREPTULUI DE RETRAGERE.....	58
6.7.	CONTRACTE ACCESORII.....	59
6.8.	EXCEPTĂRI DE LA DREPTUL DE RETRAGERE.....	60
6.8.1.	<i>Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar</i> <i>60</i>	
6.8.2.	<i>Bunuri cu caracteristici specifice.....</i>	61
6.8.3.	<i>Contractele cu o dată sau o perioadă de executare specifică.....</i>	62
7.	LIVRARE.....	63
8.	TRANSFERAREA RISCULUI.....	65
9.	COMISIOANE PENTRU FOLOSIREA UNOR MIJLOACE DE PLATĂ.....	65
9.1.	INTRODUCERE.....	65
9.2.	DEFINIȚIA „COMISIOANELOR”.....	66
9.3.	DEFINIREA „COSTULUI” SUPTAT DE COMERCIANT.....	67
9.3.1.	<i>Comisionul de servicii perceput comercianților și alte costuri directe pentru procesarea plăților cu cardul</i> <i>67</i>	
9.3.2.	<i>Costuri generale ale desfășurării unei activități care sunt indirect legate de procesarea plăților</i> <i>68</i>	
9.3.3.	<i>Costuri eligibile care justifică un comision pentru utilizarea unui mijloc de plată.....</i>	68
9.4.	PLĂȚI ÎN MONEDE STRĂINE.....	69
10.	COMUNICAREA PRIN TELEFON.....	70
11.	PLĂȚI SUPLIMENTARE.....	71
12.	PRODUSELE DIGITALE ONLINE.....	71

12.1.	INTRODUCERE.....	71
12.2.	DREPTUL DE RETRAGERE	73
12.3.	OBLIGAȚII CU PRIVIRE LA INFORMARE	75
12.3.1.	<i>Funcționalitatea</i>	75
12.3.2.	<i>Interoperabilitate</i>	76
ANEXA I – MODEL DE AFIȘARE A INFORMAȚIILOR PENTRU CONSUMATORI CU PRIVIRE LA PRODUSELE DIGITALE ONLINE		77
ANEXA II – CERINȚELE DE INFORMARE A CONSUMATORILOR PREVĂZUTE DE DIRECTIVELE PRIVIND DREPTURILE CONSUMATORILOR, SERVICIILE ȘI COMERȚUL ELECTRONIC		81

1. INTRODUCERE

Obiectivul directivei este de a atinge un nivel ridicat de protecție a consumatorilor la nivelul UE și de a contribui la buna funcționare a pieței interne prin apropierea anumitor aspecte ale actelor cu putere de lege și ale actelor administrative ale statelor membre privind contractele încheiate între consumatori și comercianți. **În acest ghid, Direcția Generală Justiție își prezintă punctele de vedere cu privire la majoritatea articolelor directivei și sugestiile pentru punerea în aplicare a acestora.**

De la 13 iunie 2014, directiva înlocuiește [Directiva 85/577/CEE](#) a Consiliului din 20 decembrie 1985 privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale¹ și [Directiva 97/7/CE](#) a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 1997 privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță.²

În timp ce aceste foste directive prevăd numai un nivel minim de armonizare a normelor de protecție a consumatorilor, Directiva privind protecția consumatorilor este, în principiu, o directivă de armonizare deplină (a se vedea articolul 4 al acesteia). În special, aceasta prevede un set unic de norme principale pentru contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale. Aceasta consolidează protecția consumatorilor, de exemplu, prin introducerea de cerințe precontractuale în materie de informare mai stricte și un drept uniform la o perioadă de retragere. În același timp, directiva reduce, de asemenea, costurile pentru comercianții transfrontalieri, în cazul cărora normele uniforme la nivelul UE vor duce la costuri de conformitate mai reduse.

Noua directivă păstrează anumite dispoziții ale fostelor directive 85/577/CEE și 97/7/CE. Prin urmare, jurisprudența relevantă a Curții de Justiție a Uniunii Europene legată de interpretarea acestor foste directive este menționată în acest document, acolo unde este cazul.

Deoarece de la adoptarea Directivelor 85/577/CEE și 97/7/CE în anumite sectoare au fost puse în aplicare norme UE specifice, în Directiva privind drepturile consumatorilor este inclusă o listă mai lungă a activităților care sunt excluse din domeniul său de aplicare. De exemplu, directiva nu se aplică contractelor de servicii financiare, inclusiv celor de asigurări și investiții. Acestea au făcut obiectul Directivei 85/577/CEE și, de asemenea, au dus la o serie de hotărâri ale Curții de Justiție. Serviciile sociale și de sănătate, jocurile de noroc, pachetele de servicii de călătorie, dreptul de folosință pe durată limitată și serviciile de vacanță conexe sunt, de asemenea, excluse. Serviciile de transport de pasageri sunt excluse în principiu, cu excepția articolului 8 alineatul (2), articolului 19 și articolului 22.

Cu toate acestea, spre deosebire de Directiva 97/7/CE, Directiva privind drepturile consumatorilor se aplică licitațiilor online având în vedere faptul că acest canal de vânzări este în prezent folosit pe scară largă și de către comercianții profesioniști.

¹ JO L 372, 31.12.1985, p. 31.

² JO L 144, 4.6.1997, p. 19.

2. DOMENIUL DE APLICARE A DIRECTIVEI

2.1. Contractele vizate de directivă

Directiva reglementează anumite aspecte ale contractelor dintre un comerciant și un consumator. Structura sa se bazează pe o împărțire a contractelor în:

- (1) contracte încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului (**contracte negociate în afara spațiilor comerciale**);
- (2) contracte încheiate prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță (internet, telefon etc.) (**contracte la distanță**); și
- (3) alte contracte în afara celor la distanță și a celor negociate în afara spațiilor comerciale (denumite în continuare **contracte negociate în spațiile comerciale**).

Directiva stabilește cerințe precontractuale în materie de informare pentru toate tipurile de contracte (articolele 5 și 6) și un număr de cerințe formale pentru încheierea contractelor negociate în afara spațiilor comerciale și a contractelor la distanță (articolele 7 și 8). Aceasta prevede norme detaliate privind dreptul consumatorului de retragere din contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță (articolele 9-16). Aceasta abordează anumite aspecte ale livrării de mărfuri (articolele 18 și 20) și impune obligații specifice comercianților privind suprataxele pentru mijloacele de plată (articolul 19), costul contactelor telefonice postcontractuale (articolul 21) și consimțământul consumatorului pentru plăți suplimentare (articolul 22).

De asemenea, directiva face distincție între următoarele tipuri de contracte:

- (1) **contractele de vânzare;**
- (2) **contractele de prestări de servicii;**
- (3) contractele pentru furnizarea de conținut digital care nu este furnizat pe un suport material (denumite în continuare: „**contracte pentru conținut digital online**”); și
- (4) contracte pentru furnizarea apei, gazelor sau energiei electrice, dacă acestea nu sunt vândute într-un volum limitat sau o cantitate stabilită, sau a energiei termice centralizate (denumite în continuare „**contracte pentru furnizarea de servicii de utilități publice**”).

Contractele de vânzare și contractele de prestări de servicii sunt definite la articolul 2 alineatele (5) și (6) din directivă. Contractele pentru conținutul furnizarea de conținut digital online și pentru furnizarea de servicii de utilități publice nu sunt definite în mod expres, dar considerentul 19 menționează că, în sensul directivei, acestea **nu sunt clasificate drept contracte de vânzare sau contracte de prestări de servicii**.

Considerentul 19 clarifică, de asemenea, faptul că în sensul directivei **conținutul digital livrat pe un suport material, cum sunt CD-urile sau DVD-urile**, este considerat drept un bun.

Deși multe dispoziții ale directivei se aplică în general tuturor celor patru tipuri de contracte, unele norme se aplică numai unui anumit tip de contract. În special, diferite contracte (a se

vedea articolul 9) au diferite norme privind calculul perioadei în care dreptul de retragere poate fi exercitat (a se vedea, de asemenea, capitolul 6 privind dreptul de retragere).

Deoarece definiția contractului de vânzare (a se vedea mai jos) face trimitere la transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor de la comerciant către consumator (și anume contractele B2C), directiva nu se aplică contractelor în care **consumatorul este cel care transferă bunurile către comerciant**, de exemplu, o mașină sau bijuterii de ocazie. Mai mult, directiva nu se aplică contractelor încheiate între consumatori.

2.2. Contracte cu obiect mixt

Articolul 2

(5) „contract de vânzare” înseamnă orice contract în temeiul căruia comerciantul transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor bunuri către consumator, iar consumatorul plătește sau se angajează să plătească prețul acestora, inclusiv orice contract care are drept obiect atât bunuri, cât și servicii;

(6) „contract de prestări de servicii” înseamnă orice contract, altul decât un contract de vânzare, în temeiul căruia comerciantul furnizează sau se angajează să furnizeze un serviciu consumatorului, iar acesta plătește sau se angajează să plătească prețul acestuia;

În practică, multe contracte încheiate între comercianți și consumatori, cărora li se aplică directiva, conțin elemente atât din domeniul serviciilor, cât și din cel al bunurilor. În aceste cazuri, ultima parte a definiției de la articolul 2 alineatul (5) este relevantă deoarece definește un contract de vânzare ca „orice contract care are drept obiect atât bunuri, cât și servicii”.

Conform definiției de la articolul 2 alineatul (5), criteriul de clasificare a unui contract ca un „contract de vânzare” este **transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor** către consumator în schimbul plății prețului acestuia. Prin urmare, dacă obiectivul principal al contractului este transferul dreptului de proprietate asupra anumitor bunuri, acesta ar trebui clasificat ca un contract de vânzare, chiar dacă acoperă, de asemenea, servicii conexe furnizate de vânzător, precum instalarea, întreținerea și orice alt tip de procesare, indiferent de valoarea relativă a bunurilor și serviciilor furnizate.

Exemple de contracte care acoperă atât bunuri, cât și servicii și care ar trebui în mod normal să fie considerate contracte de vânzare ca urmare a scopului lor principal:

- achiziționarea unui nou set de bucătărie, inclusiv instalarea sa în apartamentul consumatorului;
- achiziționarea de elemente de construcții specifice, precum ferestrele și ușile, inclusiv instalarea lor în locuința consumatorului;
- achiziționarea unui telefon mobil nou împreună cu abonamentul la un serviciu de comunicații electronice.

În schimb, dacă transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor specifice nu este scopul principal al contractului cu obiect mixt, contractul nu ar trebui considerat un contract de vânzare.

Exemple de contracte care acoperă atât serviciile, cât și bunurile și care ar trebui în mod normal să fie considerate contracte de prestări de servicii ca urmare a scopului lor principal:

- *un contract de reparații, renovare și construcție a unei anexe la o clădire (a se vedea considerentul 26);*
- *un contract de participare la o conferință, inclusiv furnizarea obiectelor de scris și a dosarelor pentru participanți;*
- *un contract pentru un curs de formare, inclusiv furnizarea unui suport de curs pentru fiecare participant.*

Această interpretare este sprijinită de jurisprudența constantă a Curții de Justiție privind libera circulație a mărfurilor și libertatea de a presta servicii, care este în continuare pertinentă și în contextul acestei directive.

De exemplu, în cauza [C-20/03 Marcel Burmanjer](#), Curtea a afirmat că o activitate economică ar trebui examinată **fie** în contextul liberei circulații a mărfurilor, **fie** al libertății de a presta servicii, dacă unul dintre aceste elemente „**este în întregime secundar în raport cu celălalt și poate fi luat în considerare împreună cu acesta**” (a se vedea, în special, punctele 34-35).³

Aceasta înseamnă, de asemenea, că un contract cu obiect mixt ar trebui considerat drept un contract de vânzare dacă faptele dovedesc că scopul său actual este transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor:

- *De exemplu, dacă vânzarea suportului de curs a avut un loc deosebit de important în oferta comerciantului pentru un curs de formare și în comunicarea dintre părți și dacă acest suport de curs a avut o valoare relativă semnificativă în comparație cu prețul total al cursului de formare, contractul poate fi clasificat drept contract de vânzare, mai degrabă decât un contract de prestare de servicii în sensul directivei.*

În esență, fiecare contract cu obiect mixt ar trebui clasificat pe baza scopului său principal real.

Posibilitatea de a include în contract opțiunea de încheiere de acorduri ulterioare nu ar trebui să îi schimbe caracteristicile. De exemplu:

- *Dacă un contract de închiriere de bunuri include doar o opțiune de transfer al dreptului de proprietate, și nu obligația unui astfel de transfer, contractul ar trebui clasificat ca un contract de prestări de servicii în sensul directivei.*

³ Aceeași abordare a fost confirmată mai recent de Curtea de Justiție în cauza [C-108/09 Ker-Optika bt](#) (a se vedea punctul 43).

De clasificarea unui contract fie ca un contract de vânzare, fie ca un contract de servicii stabilește modul de stabilire a modului în care este calculată perioada de retragere (articolul 9). Pentru **contractele de servicii**, perioada de retragere de 14 zile începe să curgă de la încheierea contractului. Pentru **contractele de vânzare**, perioada de retragere începe să curgă abia după primirea bunurilor. În plus, anumite dispoziții ale directivei, precum articolele 18 și 20 privind livrarea și transferarea riscului, se aplică numai contractelor de vânzare.

Același contract de vânzare sau de servicii poate acoperi, de asemenea, servicii care nu sunt reglementate de Directiva privind drepturile consumatorilor. De exemplu, un contract de vânzare sau un contract de servicii poate face posibilă plata în rate a prețului, la o anumită rată a dobânzii. Un astfel de contract ar face, de asemenea, obiectul normelor specifice care reglementează serviciile financiare.⁴ Normele privind contractele auxiliare de la articolul 15 din Directiva privind drepturile consumatorului s-ar aplica unor astfel de contracte prin analogie (a se vedea capitolul 6.7).

2.3. Aplicarea directivei la contractele pentru produse „gratuite”

Definițiile contractelor de vânzare și de prestări de servicii stabilite la articolul 2 alineatele (5) și (6) fac trimitere la consumatorul care plătește „un preț”. Trimiterea la „preț” în acest context pare că se referă exclusiv la plata în bani, care include și cupoane,⁵ carduri cadou sau puncte de loialitate cu o valoare monetară specificată. Prin urmare, directiva **nu** pare să se aplice cadourilor sau serviciilor furnizate de comerciant în mod gratuit.

Directiva **nu** pare să se aplice contractelor de prestări de servicii care includ o **perioadă de probă gratuită** și care se transformă automat în contracte plătite la terminarea perioadelor de probă (cu excepția cazului în care consumatorul reziliază contractul înainte de terminarea perioadei de probă).

Așa cum s-a menționat deja, directiva face distincție între contractele de vânzare și cele de prestări de servicii și contractele de furnizare a serviciilor de utilități publice și a conținutului digital online. Contrar definiției contractelor de vânzare și de prestări de servicii, directiva nu menționează „plata” pentru ultimele două tipuri de contracte. Prin urmare, directiva se aplică, de asemenea, contractelor pentru furnizarea de servicii de utilități publice și conținut digital online, chiar dacă acestea nu implică o plată propriu-zisă:

- *De exemplu, directiva se aplică unui contract de descărcare gratuită a unui joc dintr-un magazin de aplicații.*

⁴ În special, Directiva 2002/65/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 septembrie 2002 privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum și Directiva 2008/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 aprilie 2008 privind contractele de credit pentru consumatori.

⁵ A se vedea considerentul 46, care, atunci când explică articolul 13 alineatul (1) privind rambursarea sumelor primite de la consumator, face de asemenea trimitere în mod explicit la posibilitatea consumatorilor de a plăti cu cupoane.

2.4. Contracte în cazul cărora directiva nu se aplică

Tipurile de contracte care nu intră în sfera de aplicare a directivei sunt enumerate la articolul 3 alineatul (3). Următoarele excepții necesită explicații suplimentare. Ca regula generală, aceste excepții trebuie interpretate strict.⁶

2.4.1. Contracte de închiriere și contracte de construcții

Articolul 3

3. Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(e) pentru crearea, dobândirea sau transferul unui bun imobil sau al unor drepturi asupra unui bun imobil;

(f) având ca obiect construirea unor clădiri noi, a transformării substanțiale a unor clădiri existente și a închirierii de locuințe în scopuri rezidențiale;

Excepția de la litera (e) vizează categoria generală de bunuri imobile, inclusiv terenuri, în timp ce litera (f) face referire la clădiri.

În timp ce închirierea unor spații în scopuri rezidențiale este exclusă din domeniul de aplicare al directivei, **închirierea unor spații în scopuri nerezidențiale** este acoperită. Acest lucru este explicat, de asemenea, în considerentul 26: „[...] *Contractele de servicii, în special cele referitoare la construcția unor anexe la clădiri (de exemplu, un garaj sau o verandă), și cele referitoare la repararea și renovarea clădirilor, cu excepția transformărilor substanțiale, ar trebui să fie incluse în sfera de aplicare a prezentei directive, ca și contractele referitoare la serviciile agenților imobiliari și cele referitoare la închirierea unor spații în scopuri nerezidențiale.*”

- De exemplu, închirierea unui spațiu de parcare sau a unei săli de petreceri face obiectul directivei.

2.4.2. Contracte încheiate de un funcționar public

Articolul 3

3. Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(i) care, în conformitate cu legislația statelor membre, sunt stabilite de un funcționar public care are obligația legală de a fi independent și imparțial și care trebuie să se asigure, furnizând informații juridice cuprinzătoare, că încheierea contractului survine numai după ce consumatorul a analizat cu atenție aspectele juridice și a luat cunoștință de sfera de aplicare juridică a acestuia;

⁶ A se vedea, de exemplu, cauza C-215/08, *E. Friz GmbH*, punctul 32: „În această privință, trebuie amintit de la început că, potrivit unei jurisprudențe constante, derogările de la normele de drept al Uniunii Europene care au ca scop protecția consumatorilor trebuie să fie interpretate în mod strict (a se vedea în special cauza C-481/99, *Heininger*, Rec. 2001, p. I-9945, punctul 31)”.

Directiva nu identifică funcționarii publici menționați în această dispoziție. Cu toate acestea, directiva stabilește criteriile pe care trebuie să le îndeplinească astfel încât contractul să iasă din sfera de aplicare a directivei. Această excepție se aplică numai contractelor încheiate de un funcționar public (cum ar fi un notar public) care se supune, în temeiul dreptului intern, tuturor condițiilor de la articolul 3 alineatul (3) litera (i):

- *De exemplu excepția nu s-ar aplica unui contract pentru care un funcționar public, care are obligația legală de a fi independent și imparțial, pur și simplu a atestat identitatea părților.*

Pentru ca această excepție să fie aplicabilă, nu pare necesar ca dreptul național să prevadă **obligativitatea** încheierii contractului în cauză prin intermediul serviciilor unui funcționar public. Excepția ar trebui să se aplice, de asemenea, dacă una sau ambele părți ale contractului **solicită în mod voluntar** ca un funcționar public să le încheie contractul.⁷

2.4.3. Contracte pentru bunuri destinate consumului casnic

Articolul 3

3. Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(j) având ca obiect furnizarea alimentelor, băuturilor sau a altor bunuri destinate consumului casnic, livrate fizic de un comerciant care se deplasează frecvent și periodic la locuința, reședința sau locul de muncă al consumatorului;

Această excepție necesită îndeplinirea a două condiții, în special:

- (a) livrarea în mod „frecvent și periodic” de către comerciant a bunurilor și
- (b) ca aceste bunuri să fie destinate „consumului casnic”.

Trimiterea explicită la livrarea la „locul de muncă” al consumatorului din această dispoziție sugerează că nu este necesar ca bunurile să fie efectiv consumate acasă.

2.4.4. Vânzările automatizate

Articolul 3

3. Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(l) încheiate prin intermediul automatelor sau incintelor comerciale automatizate;

Această excepție s-ar aplica contractelor încheiate în incintele comerciale automatizate, precum:

⁷ A se vedea abordarea diferită din [Directiva 2008/48/CE](#) privind contractele de credit pentru consumatori, care la articolul 14 privind dreptul de retragere face referire la contractele care „conform legii, trebuie încheiate” prin serviciile unui notar: „6. Statele membre pot prevedea că alineatele (1) - (4) ale prezentului articol nu se aplică contractelor de credit care, **conform legii, trebuie încheiate în fața** unui notar, cu condiția ca notarul să confirme că drepturile consumatorului specificate la articolele 5 și 10 sunt garantate.”

- *Stațiile de alimentare cu carburanți automatizate fără prezența fizică a reprezentantului comerciantului pentru încheierea contractului.*

2.4.5. Anumite contracte privind comunicațiile electronice

Articolul 3

3. Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(m) încheiate cu operatorii de telecomunicații prin telefoane publice cu plată, pentru utilizarea acestora, sau încheiate pentru utilizarea unei conexiuni unice prin telefon, Internet sau fax stabilite de un consumator.

Această dispoziție exclude două tipuri de contracte din sfera de aplicare a directivei.

Primul tip este reprezentat de **contractele încheiate cu operatorii de comunicații electronice prin telefoane publice cu plată pentru utilizarea acestora**. „Telefonul public cu plată” este definit la articolul 2 din Directiva 2002/22/CE privind serviciul universal (care abordează drepturile utilizatorilor finali din sectorul comunicațiilor electronice) ca telefon disponibil publicului general pentru utilizarea căruia mijloacele de plată pot include monede și/sau carduri de credit/debit și/sau cartele preplătite, inclusiv cartele de utilizare prin coduri de acces.

- *Deoarece această excepție se aplică contractelor încheiate „prin” telefoane publice cu plată, ea ar trebui să acopere cazurile în care contractul este încheiat, de exemplu, prin introducerea de monede sau prin trecerea unui card de credit prin telefonul public;*
- *Excepția nu ar trebui să se aplice contractelor încheiate cu operatorii telefoanelor publice, de exemplu, prin achiziționarea prealabilă a unei cartele de apeluri preplătite.*

A doua parte a articolului 3 alineatul (3) litera (m) privind **contractele încheiate pentru utilizarea „unei conexiuni unice” stabilite de consumator** are o sferă de aplicare mai largă. Spre deosebire de contractele de utilizare a telefoanelor publice cu plată, nu este specificată nicio parte la acest tip de contract, ceea ce sugerează că nu numai contractele cu operatorii de comunicații electronice sunt acoperite. Mai mult, nu există nicio specificație privind scopul sau conținutul acestui tip de contract.

Această excepție ar părea să acopere, de exemplu:

- *Un contract cu un internet café pentru o sesiune internet unică.*

În schimb, excepția nu ar trebui să se aplice **contractelor de servicii de comunicații electronice** care acoperă o anumită perioadă și/sau un volum de utilizare, de exemplu:

- *Contractele încheiate prin achiziționarea în prealabil a unei cartele SIM preplătite pentru servicii mobile sau a unui cod de acces pentru servicii Wi-Fi.*

Această excepție ar părea să se aplice și contractelor încheiate cu furnizorii de servicii cu tarife majorate (STM), și anume servicii plătite prin factura de telefonie a consumatorului (denumite și „servicii cu valoare adăugată” sau „servicii cu tarif special”) în cazul în care contractul **este încheiat și executat în întregime și în mod simultan prin apelul unic efectuat sau un SMS trimis de consumator la numărul STM**, de exemplu:

- *Un apel efectuat pentru aflarea numerelor din anuarul telefonic sau pentru televoting în cadrul unui spectacol.*

În schimb, excepția nu ar trebui să se aplice abonamentelor sau altor situații în care apelul de voce sau SMS-ul la un număr STM este doar **un mijloc de încheiere a unui contract**, care este executat ulterior:

- *De exemplu, contractele încheiate printr-un apel efectuat sau un SMS trimis unui furnizor de informații privind traficul, care sunt apoi transmise către dispozitivul consumatorului.*

Dacă, pentru a încheia un contract care este executat ulterior, consumatorul trebuie să efectueze un apel sau să trimită un SMS la un număr STM, comerciantul trebuie să informeze consumatorul în avans cu privire la cost, deoarece acesta va fi mai mare decât „tariful de bază” în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (f) din directivă [care include aceeași regulă ca și cea de la articolul 4 alineatul (1) litera (g) din Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, înlocuită]. Interpretarea conceptului de „tarif de bază” este discutată pe larg în capitoul 10 la articolul 21 din directivă.

Faptul că directiva nu se aplică anumitor contracte care implică STM în temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (m) nu înseamnă că acestea nu se supun normelor de protecție a consumatorilor. Cadrul de reglementare al UE pentru comunicațiile electronice, în special Directiva 2002/20/CE privind autorizarea și Directiva 2002/22/CE privind serviciul universal, permite statelor membre și autorităților naționale de reglementare competente să adopte măsuri specifice pentru protecția consumatorilor în legătură cu STM. Prin urmare, o serie de state membre au pus în aplicare măsuri de siguranță suplimentare în acest domeniu, inclusiv, de exemplu, limitarea taxelor, o obligație de anunțare a prețului la începutul apelului etc.

2.5. Posibilă scutire a contractelor cu valoare scăzută negociate în afara spațiilor comerciale

Articolul 3 alineatul (4) permite statelor membre să nu aplice directiva în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale pentru care plata de către consumator nu depășește 50 EUR sau o valoare mai scăzută definită în dreptul intern. Dacă un stat membru alege să utilizeze această opțiune de reglementare, există riscul ca directiva să fie eludată de comercianții care pot decide să împartă în mod artificial un singur contract peste limita stabilită în mai multe contracte. Conform explicațiilor de la considerentul 28: „[...] În cazul în care consumatorul încheie în același timp două sau mai multe contracte care au obiecte conexe, costul total ar trebui avut în vedere la aplicarea respectivului prag.” Acest principiu s-ar aplica:

- *De exemplu, vânzării fiecărei cărți dintr-o trilogie în temeiul a trei contracte separate sau vânzării unei perechi de cercei în temeiul a două contracte separate în același timp.*

2.6. Norme pentru licitații publice

Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță înlocuită nu s-a aplicat contractelor „încheiate în cadrul unei licitații” [articolul 3 alineatul (1)]. Noua directivă se aplică licitațiilor, care se supun normelor specifice privind „licitația publică” definită la articolul 2 alineatul (13) ca „metoda de vânzare prin care comerciantul oferă bunuri sau servicii consumatorilor, **care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană la licitație, prin intermediul unei proceduri de licitare transparentă, concurențială, condusă de un adjudecător și în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze bunurile sau serviciile**”.

Pentru licitațiile publice, articolul 6 alineatul (3) face posibilă înlocuirea informațiilor privind identitatea, datele de contact și adresa geografică la care este stabilit și spațiile comerciale ale comerciantului care vinde bunurile sau serviciile cu cele ale adjudecătorului. Mai mult, nu există niciun drept de retragere din contractele încheiate la o licitație publică în temeiul excepției de la articolul 16 litera (k).

O licitație publică ar trebui să le ofere consumatorilor posibilitatea de a participa în persoană chiar dacă este posibilă prezentarea ofertelor online sau prin telefon. În schimb, licitațiile online fără posibilitatea de a participa în persoană nu ar trebui considerate licitații publice.

Considerentul 24 menționează că „[...] Utilizarea platformelor online aflate la dispoziția consumatorilor și a comercianților în vederea desfășurării unei licitații nu ar trebui să fie considerată o licitație publică în sensul prezentei directive.” Prin urmare, licitațiile online ar trebui să se supună în întregime directivei cu privire la, de exemplu, informațiile precontractuale de furnizat înaintea creării obligativității pentru consumator în temeiul contractului (ofertei) și dreptul de retragere.

2.7. Transferul contractelor existente între consumatori

Articolul 3 alineatul (5) afirmă că „Prezenta directivă nu afectează dreptul intern general al contractelor precum normele privind valabilitatea, formarea sau efectele unui contract, în măsura în care aspectele dreptului general al contractelor nu sunt reglementate de prezenta directivă.”

Prin urmare, dacă dreptul intern în materie de contracte face posibil transferul drepturilor și obligațiilor conform contractului existent de la un consumator la altul, nu s-ar încheie un contract nou căruia să i se aplice directiva.

- *De exemplu, un consumator care se mută într-o casă nouă ar putea prelua pur și simplu de la chiriașul anterior drepturile sau obligațiile sale privind furnizarea de gaze și electricitate. Aceștia pot informa furnizorul de utilități publice cu privire la modificare împreună cu chiriașul anterior și apoi furnizorul va începe să îl factureze pe noul chiriaș.*

Dacă, în schimb dreptul intern solicită ca noul utilizator/cumpărător al locuinței să încheie un nou contract cu furnizorul de utilități publice (de exemplu, prin completarea și semnarea formularelor standard), directiva se aplică și în special obligă furnizorul să îi ofere consumatorului toate informațiile precontractuale necesare în temeiul articolului 5 alineatul (1) sau articolului 6 alineatul (1) în funcție de modul în care este clasificat contractul (și anume contract la distanță, contract negociat în afara spațiilor comerciale sau contract negociat în spațiile comerciale). Aceasta nu aduce atingere cerințelor de informare în temeiul dreptului UE existent în domeniul energetic⁸.

3. CONTRACTELE ÎN AFARA SPAȚIILOR COMERCIALE

3.1. Introducere

Noțiunea de „contract în afara spațiilor comerciale” este mai largă în Directiva privind drepturile consumatorilor decât în Directiva 85/577/CEE privind vânzările la domiciliu care a fost înlocuită și care s-a aplicat, conform articolului 1, numai contractelor încheiate în timpul: (1) unei deplasări organizate de comerciant în afara punctului său de lucru; și (2) unei vizite a comerciantului la domiciliul sau la locul de muncă al consumatorului, exceptând cazul în care vizita a fost solicitată în mod expres de consumator.

Pe de altă parte, în comparație cu Directiva 85/577/CEE, mai multe domenii sunt excluse din sfera de aplicare a Directivei privind drepturile consumatorilor în temeiul articolului 3. În special, noua directivă nu se aplică serviciilor financiare [inclusiv asigurările și investițiile – a se vedea definiția de la articolul 2 alineatul (12)], care se înscriu în sfera de aplicare a Directivei 85/577/CEE și fac obiectul mai multor hotărâri ale Curții de Justiție⁹.

3.2. Contracte încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului

Contractele în afara spațiilor comerciale sunt definite la articolul 2 alineatul (8), după cum urmează:

Articolul 2

(8) „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator:

- (a) încheiat în prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului;
- (b) pentru care consumatorului i s-a făcut o ofertă în aceleași circumstanțe ca cele menționate la litera (a); [...]

⁸ A se vedea [Directiva 2009/72/CE](#) privind piața internă a energiei electrice și [Directiva 2009/73/CE](#) privind piața internă în sectorul gazelor naturale.

⁹ De exemplu, a se vedea cauzele C-481/99, C-350/03, C-229/04, C-412/06, C-215/08 și C-166/11.

Spațiul comercial este definit la articolul 2 alineatul (9), astfel:

Articolul 2

(9) □ „spațiu comercial” înseamnă:

- (a) orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în permanență; sau
- (b) orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în mod obișnuit;

Considerentul 22 explică: „Spațiile comerciale ar trebui să includă localurile, indiferent sub ce formă se prezintă acestea (de exemplu, magazine, tarabe sau camioane) care sunt utilizate de comerciant drept **loc permanent sau obișnuit de desfășurare a activității comerciale**. Tarabele din piețe și standurile din târguri ar trebui considerate de asemenea spații comerciale dacă îndeplinesc această condiție. Spațiile pentru vânzarea cu amănuntul unde comerciantul își desfășoară activitatea **în mod sezonier**, de exemplu în timpul sezonului turistic într-o stațiune de schi sau pe litoral, ar trebui considerate spații comerciale întrucât comerciantul își desfășoară activitatea sa în spațiile respective în mod obișnuit. Spațiile accesibile publicului precum străzile, mallurile, plajele, infrastructurile sportive și transportul public, pe care comerciantul le utilizează **în mod excepțional** pentru activitățile sale comerciale, precum și locuințele particulare și locurile de muncă, nu ar trebui considerate drept spații comerciale. [...]”

Prin urmare, noțiunea de contracte „încheiate în prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, **într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului**” ar trebui să acopere vizitele comerciantului la locuința sau la locul de muncă al consumatorului care au făcut deja obiectul Directivei 85/577/CEE. Mai mult, în temeiul noii directive, aceste contracte ar fi încheiate „în afara spațiilor comerciale” **indiferent dacă vizita a fost solicitată de consumator sau nu**.

Conform considerentului 22, „spații comerciale” înseamnă locul permanent sau obișnuit de desfășurare a activității comerciale, inclusiv atunci când sunt utilizate în mod sezonier:

- De exemplu, contractele încheiate cu un comerciant la un târg, care are loc în mod regulat și durează o perioadă specificată de timp, se încadrează probabil în categoria contractelor negociate în spațiile comerciale.

În schimb, în cazul în care comerciantul utilizează spații accesibile publicului, precum străzile, mallurile, plajele, infrastructurile sportive și transportul public, **în mod excepțional**, și anume, o dată sau ocazional și pentru scurt timp într-o anumită locație, contractele încheiate cu consumatorii se încadrează cel mai probabil în categoria contractelor negociate în afara spațiilor comerciale.

Un comerciant va fi conștient de natura activității sale și ar trebui să acționeze în conformitate cu normele care guvernează fie contractele negociate în spațiile comerciale, fie contractele

negociate în afara spațiilor comerciale. Orice litigiu privind, de exemplu, aplicabilitatea dreptului de retragere deoarece contactul ar fi trebuit considerat un contract negociat în afara spațiilor comerciale, va trebui să fie evaluat de la caz la caz.

Mai mult, în definiția „spațiilor comerciale” următoarea concluzie a Curții de Justiție în cauza [C-423/97 Travel-Vac, S.L.](#) privind interpretarea Directivei 85/577/CE a Consiliului pare pertinentă:

„37. Referitor la chestiunea încheierii contractului în afara spațiilor comerciale ale comerciantului, trebuie remarcat că acest concept face trimitere la spațiile în care comerciantul își desfășoară de obicei activitatea și care sunt identificate în mod clar ca spații comerciale destinate publicului.”

Prin urmare, în situația în care comerciantul folosește spațiile care nu sunt clar identificate ca spații comerciale destinate publicului, ar putea fi necesar ca aceste contracte încheiate cu consumatorii să fie considerate contracte în afara spațiilor comerciale.

3.3. Contracte încheiate după abordarea consumatorului în afara spațiului comercial

Articolul 2

(8) „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator: [...]

(c) încheiat în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin orice mijloace de comunicare la distanță, imediat după ce consumatorul a fost abordat în mod personal și individual, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului, în prezența fizică simultană a acestuia și a consumatorului; sau [...]

Articolul 2 alineatul (8) litera (c) prevede un alt exemplu de contracte negociate în afara spațiilor comerciale. Termenii „abordat în mod personal și individual” din această dispoziție ar trebui să se aplice ofertelor și comunicărilor comerciale similare (indiferent de clasificarea lor juridică) care sunt formalizate într-un contract imediat după aceea în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin orice mijloc de comunicare la distanță.

Pentru ca această dispoziție să se aplice oferta comerciantului ar trebui să abordeze un anumit consumator, de exemplu:

- *Reprezentantul comerciantului abordează respectivul consumator pe stradă cu o ofertă de abonament la o revistă lunară sau la servicii legate de vacanță (care nu se supun normelor specifice ale Directivei 2008/122/CE¹⁰ și, prin urmare, sunt reglementate de Directiva privind drepturile consumatorului) și contractul este semnat imediat în spațiile comerciale ale comerciantului din apropiere.*

¹⁰ [Directive 2008/122/CE](#) a Parlamentului European și a Consiliului din 14 ianuarie 2009 privind protecția consumatorilor în ceea ce privește anumite aspecte referitoare la contractele privind dreptul de folosință a bunurilor pe durată limitată, la contractele privind produsele de vacanță cu drept de folosință pe termen lung, precum și la contractele de revânzare și de schimb.

- *În schimb, simpla distribuție a broșurilor promoționale pe stradă în apropierea spațiilor comerciale ale comerciantului fără vizarea consumatorilor individuali nu va conta ca o abordare „în mod personal și individual” a consumatorului în sensul prezentei dispoziții.*

În plus, pentru ca această dispoziție să se aplice, contractul ar trebui încheiat imediat. Contractul nu va fi încheiat imediat dacă consumatorul părăsește spațiile comerciantului după ce a fost invitat la acesta și se întoarce din proprie inițiativă mai târziu, de exemplu, în ziua următoare după analizarea ofertei.

3.4. Contracte încheiate în cursul unei deplasări organizate de comerciant

(8) „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator: [...]

(d) *încheiat în cursul unei deplasări organizate de comerciant cu scopul sau efectul de a promova și a vinde consumatorului bunuri sau servicii;*

Contrar Directivei 85/577/CEE, care a fost înlocuită, articolul 2 alineatul (8) litera (d) din noua directivă definește contractele în afara spațiilor comerciale drept contracte încheiate în cursul unei deplasări organizate de comerciant, **indiferent dacă contractele sunt încheiate în afara sau în spațiile comerciale ale comerciantului.**

Mai mult, noua directivă precizează că acoperă ambele deplasări cu „scopul” și „efectul” de promovare și a vinde produselor consumatorului, și anume **nu ar trebui să conteze dacă consumatorul este informat înainte despre intenția de vânzare a produselor în timpul deplasării.**

Noțiunea de „deplasare” include călătoriile care implică vizitarea unor obiective turistice sau orice altă activitate recreativă mai degrabă decât doar transportul la locul unde are loc vânzarea. În aplicarea acestei noțiuni, nu ar trebui să conteze dacă comerciantul care vinde produsele în timpul unei deplasări organizează el însuși transportul sau a făcut aranjamente cu o companie de transport:

- *De exemplu, dacă un comerciant a făcut aranjamente cu o companie de transport pentru a se asigura că, în timpul deplasării lor, turiștii sunt aduși, de asemenea, în magazinul său, contractele încheiate în magazin este posibil să fie contracte negociate în afara spațiilor comerciale, în ciuda faptului că magazinul în cauză este spațiul comercial al comerciantului.*
- *În schimb, un serviciu de transport cu autobuzul de tip navetă organizat de un centru comercial cu scopul unic de a duce potențialii cumpărători la centrul comercial este doar auxiliar scopului principal al activității (și anume vânzarea de bunuri și servicii) și nu ar trebui considerat o „deplasare” în sensul articolului 2 alineatul (8).*

4. INFORMAȚII PRECONTRACTUALE

4.1. Cerințe generale

Cerințele precontractuale în materie de informare sunt stabilite la articolele 5-8 din directivă. Acestea sunt definite separat pentru contractele negociate în spațiile comerciale la articolul 5 alineatul (1) și pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale sau la distanță la articolul 6 alineatul (1). Cerințele pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale sau la distanță sunt mai amănunțite și se bazează pe cele prevăzute pentru contractele negociate în spațiile comerciale. Cerințele comune sau similare sunt discutate împreună în acest document și diferențele sunt specificate.

Cerințele de informare privind funcționalitatea și interoperabilitatea conținutului digital [articolul 5 alineatul (1) literele (g)-(h) și articolul 6 alineatul (1) literele (r)-(s)], sunt abordate separat la capitolul 12.3. Cerințele de informare privind dreptul de retragere de la articolul 6 alineatul (1) literele (h)-(k) sunt abordate, de asemenea, separat la capitolul 6.

Atât articolul 5 alineatul (1), cât și articolul 6 alineatul (1) impun ca informațiile să fie furnizate „în mod clar și inteligibil”. Considerentul 34 menționează că, în furnizarea informațiilor precontractuale, „[...]comerciantul ar trebui să țină seama de nevoile specifice ale consumatorilor care prezintă o vulnerabilitate deosebită ca urmare a infirmității psihice, fizice sau psihologice a acestora, a vârstei sau a credulității lor, într-un mod pe care comerciantul l-ar putea prevedea în mod rezonabil. Cu toate acestea, faptul că se ține seama de astfel de nevoi specifice nu ar trebui să ducă la niveluri diferite de protecție a consumatorului.”

4.1.1.1. Legături cu Directiva privind practicile comerciale neloiiale

Directiva privind drepturile consumatorilor acoperă toate cerințele de informare stabilite la articolul 7 alineatul (4) din Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiiale, care impune ca o invitație de a cumpăra să conțină anumite informații, dacă acestea nu reies deja din context. Aceste informații includ: principalele caracteristici ale produsului, în mod corespunzător cu mediul de comunicare utilizat și cu produsul în cauză; adresa și identitatea comerciantului; prețul, inclusiv taxele; modalitățile de plată, livrare, executare; politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor (dacă aceasta diferă în raport cu cerințele privind diligența profesională); și, dacă este cazul, existența dreptului de retragere.

Prin urmare, la furnizarea informațiilor precontractuale în conformitate cu Directiva privind drepturile consumatorilor, un comerciant va îndeplini și cerințele de informare din Directiva privind practicile comerciale neloiiale. Aceasta nu va aduce atingere cerințelor de informare prevăzute de Directiva privind practicile comerciale neloiiale privind invitația de a cumpăra înainte de etapa precontractuală, de exemplu etapa publicitară.

4.1.1.2. Informații „care reies deja din context”

Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, articolul 5 permite comercianților să nu furnizeze informații care „reies deja din context”.

Conceptul de informații „care reies deja din context” este folosit, de asemenea, în Directiva privind practicile comerciale neloiiale. [Orientările referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiiale](#)¹¹ din 2009 menționează adresa geografică și identitatea comerciantului ca informații care pot fi considerate uneori ca fiind „evidente sau care reies din context”, de exemplu adresa unui magazin sau a unui restaurant în care se află deja consumatorul. Acestea includ, de asemenea, exemple de bunuri ale căror caracteristici principale sunt evidente doar privindu-le [pentru mai multe informații a se vedea p. 49-52 din Orientările referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiiale în materie de cerințe de informare de la articolul 7 alineatul (4)].

Pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale**, articolul 7 alineatul (1) impune în plus ca informațiile precontractuale să fie „lizibile și redactate într-un limbaj simplu și inteligibil” și pentru **contractele la distanță** articolul 8 alineatul (1) impune ca informațiile să fie furnizate consumatorului „într-un mod adecvat mijlocului de comunicare la distanță utilizat, folosind un limbaj simplu și inteligibil. În măsura în care respectiva informație este prezentată pe un suport durabil, aceasta este lizibilă.”

Mai mult, articolul 8 alineatul (2) din Directivă include norme de prezentare mai stricte pentru un subset de cerințe de informare pentru contractele încheiate prin mijloace electronice care sunt ulterior discutate la capitolul 5.

4.2. Legături cu cerințele de informare în temeiul altor directive

4.2.1. Cerințe de informare în temeiul Directivei privind comerțul electronic și al Directivei privind serviciile

Conform articolului 4, „Dacă nu se prevede altfel în prezenta directivă, statele membre nu pot menține sau introduce în legislația lor internă dispoziții diferite de cele stabilite în prezenta directivă, inclusiv dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, pentru a asigura un nivel diferit de protecție a consumatorilor”. Una dintre derogările de la această cerință de armonizare deplină este articolul 5 alineatul (4) care permite statelor membre să adopte sau să mențină cerințe precontractuale suplimentare în materie de informare pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**.

În schimb, lista acestor cerințe pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la distanță este, în principiu, exhaustivă. Cu toate acestea, conform articolului 6 alineatul (8), toate cerințele de informare stabilite în prezenta directivă sunt **suplimentare celor incluse în Directiva 2006/123/CE privind serviciile și Directiva 2000/31/CE privind comerțul electronic**. Dacă o dispoziție a uneia dintre aceste două directive privind „conținutul și modul în care trebuie furnizate informațiile” este în contradicție cu una din dispozițiile Directivei privind drepturile consumatorului, prevalează dispoziția Directivei privind drepturile consumatorului.

¹¹ Document de lucru al serviciilor Comisiei: Orientări privind punerea în aplicare/transpunerea Directivei 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiiale, 3 decembrie 2009, SEC(2009) 1666. Acest document este în prezent în curs de revizuire. O versiune actualizată a Orientărilor este programată pentru publicare până la finalul lui 2014.

Tabelul comparativ din anexa II stabilește cerințele de informare în temeiul Directivei privind serviciile, al Directivei privind comerțul electronic și al Directivei privind drepturile consumatorilor.

Conform tabelului, toate cele trei directive solicită informații privind **numele comerciantului și datele de contact** [adresa geografică (poștală), telefon, fax, e-mail]. Diferențele cu privire la ceea ce impune fiecare directivă și consecințele acestora sunt prezentate în detaliu la capitolul 4.3.2.

4.2.1.1. Cerințe suplimentare de informare în temeiul Directivei privind comerțul electronic și al Directivei privind serviciile

Directivele privind serviciile și comerțul electronic solicită în plus informații referitoare la înregistrarea comerciantului în **registru comercial sau alt registru public, numărul TVA, organismele profesionale** competente, măsurile luate pentru evitarea **conflicților de interes** și **autoritățile de supraveghere competente**. În temeiul Directivei privind serviciile, o parte din aceste informații trebuie furnizate numai la cererea destinatarului [articolul 22 alineatul (3)].

Directiva privind comerțul electronic solicită în plus [articolul 10 alineatul (1)] informații privind **etapele tehnice pentru încheierea contractului**, dacă **va fi arhivat sau nu contractul și dacă se acordă accesul** de către comerciant, mijloacele tehnice de **corectare a erorilor comise la introducerea datelor și limbile propuse**.

Directiva privind serviciile solicită în plus informații privind orice clauze contractuale privind **dreptul aplicabil și instanțele competente** precum și privind **asigurările sau garanțiile**, acoperirea lor teritorială și datele contractuale privind asiguratorul sau garantul.

4.2.1.2. Cerințe de informare care se suprapun

Directiva privind drepturile consumatorilor include cerințe similare sau mai detaliate privind **descrierea produsului** (caracteristicile principale, funcționalitatea și interoperabilitatea conținutului digital) și **prețul**. Furnizarea acestor informații în conformitate cu Directiva privind drepturile consumatorilor este prin urmare suficientă pentru a îndeplini cerințele din Directivele privind comerțul electronic și serviciile. Cu toate acestea, există o excepție – Directiva privind comerțul electronic solicită în plus **informații specifice privind ofertele promoționale** (articolul 6).

În ceea ce privește cerințele de informare menționate în tabelul comparativ din anexa II drept „condiții juridice”, Directivele privind serviciile și comerțul electronic solicită informații privind **condițiile generale și condițiile/clauzele contractuale**. Deoarece aceste cerințe nu sunt specificate, acestea nu ar trebui să afecteze obligația comerciantului de a furniza informațiile specifice solicitate în temeiul Directivei privind drepturile consumatorilor (dintre care câteva pot face parte, de asemenea, din termenii și condițiile generale în sensul Directivelor privind serviciile și comerțul electronic).

Directiva privind comerțul electronic solicită furnizarea acestor informații într-un mod care permite destinatarului să „**le stocheze și să le reproducă**”. Această cerință depășește cerințele Directivei privind drepturile consumatorilor în temeiul articolului 6 alineatul (1) și al articolului 8 alineatul (1) privind prezentarea informațiilor, care, prin urmare, **prevalează în acest caz** în temeiul articolului 6 alineatul (8).

Toate cele trei directive solicită informații cu privire la orice **cod de conduită și mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor** aplicabil. Furnizarea acestor informații conform Directivei privind drepturile consumatorilor ar trebui să fie suficientă pentru a îndeplini și cerința relevantă din Directivele privind comerțul electronic și serviciile.

4.2.2. *Cerințe suplimentare de informare în temeiul Directivelor privind serviciile și comerțul electronic*

În temeiul articolului 6 alineatul (8) din Directiva privind drepturile consumatorilor, statele membre pot impune în dreptul lor intern cerințe de informare suplimentare în conformitate cu Directivele privind comerțul electronic și serviciile.

Directiva privind comerțul electronic nu prevede posibilitatea de impunere a unor cerințe de informare suplimentare, dar articolul 22 alineatul (5) din Directiva privind serviciile stipulează că cerințele de informare „*nu împiedică statele membre să impună cerințe de informare suplimentare aplicabile prestatorilor stabiliți pe teritoriile acestora*”. Prin urmare statele membre pot impune **furnizorilor stabiliți pe teritoriul lor** cerințe suplimentare de informare care depășesc sfera de aplicare a celor stabilite de Directiva privind drepturile consumatorilor și de Directivele privind serviciile și comerțul electronic (a se vedea, de asemenea, considerentul 12 din Directiva privind drepturile consumatorilor).

Impunerea de cerințe de informare suplimentare în temeiul articolului 6 alineatul (8) este una dintre opțiunile de reglementare despre care statele membre trebuie să informeze Comisia în conformitate cu articolul 29. Comisia a publicat aceste informații online¹².

4.2.3. *Cerințe de informare din legislația specifică sectorului*

În temeiul articolului 3 alineatul (2)¹³, Directiva privind drepturile consumatorilor nu aduce atingere aplicării cerințelor de informare în temeiul altei legislații UE, precum Directiva 95/46/CE privind protecția datelor și Directiva 2002/58/CE privind confidențialitatea și comunicațiile electronice, care sunt relevante în special în domeniul vânzărilor online pe probleme legate de informarea cu privire la procesarea datelor și consimțământul persoanelor vizate pentru monitorizarea și utilizarea datelor personale furnizate.

În plus, cerințe de informare suplimentare sunt stabilite în [Directiva 2002/22/CE](#) privind serviciul universal pentru serviciile electronice de comunicații, [Directiva 2010/13/UE](#) privind

¹² http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

¹³ „În cazul în care vreo dispoziție a prezentei directive intră în contradicție cu o dispoziție a unui alt act al Uniunii care reglementează sectoare specifice, dispozițiile acestuia din urmă prevalează și se aplică sectoarelor specifice în cauză”.

serviciile mass-media audiovizuale, [Directiva 2009/72/CE](#) pentru electricitate, [Directiva 2009/73/CE](#) pentru gaze naturale.

4.2.4. Derogare pentru tranzacțiile „de la o zi la alta”

Articolul 5 alineatul (3) permite statelor membre să nu aplice cerințele precontractuale în materie de informare de la articolul 5 alineatul (1) contractelor negociate în spațiile comerciale „*care implică tranzacții de la o zi la alta și care sunt puse în execuție imediat, în momentul în care sunt încheiate.*”

Prin natura lor, este probabil ca aceste tranzacții să fie pentru articole cu costuri reduse. Un exemplu evident ar trebui să fie „*furnizarea alimentelor, băuturilor sau a altor bunuri destinate consumului casnic*”, menționată la articolul 3 alineatul (3) litera (j) (care scutește pe deplin aceste bunuri de cerințele din directivă dacă acestea sunt furnizate de un comerciant cu ocazia unor deplasări frecvente și periodice la domiciliul consumatorului sau la locul de muncă al acestuia; – a se vedea, de asemenea, punctul 2.4.3).

Mai mult, articolul 5 alineatul (3) se poate aplica, de asemenea, anumitor servicii și nu numai bunurilor. Atunci când se aplică această scutire, al doilea criteriu menționat la articolul 5 alineatul (3), și anume cerința executării contractului imediat după încheierea sa, ar trebui îndeplinit, de asemenea.

- *Exemple de astfel de servicii de la o zi la alta sunt: servicii de curățare a încălțăminteii furnizate pe stradă și servicii de cinema în cadrul cărora este achiziționat biletul (și anume unde contractul este încheiat) chiar înainte de vizionarea filmului.*

4.2.5. Natura obligatorie a informațiilor precontractuale

Articolul 6 alineatul (5) precizează următoarele în ceea ce privește natura obligatorie a furnizării informațiilor precontractuale în temeiul articolului 6 alineatul (1): „*5. Informațiile menționate la alineatul (1) fac parte integrantă din contractul la distanță sau din contractul negociat în afara spațiilor comerciale și nu pot fi modificate decât în cazul în care părțile contractante decid altfel în mod explicit.*”

Prin urmare, informațiile furnizate pe site-ul comerciantului ar trebui să fie obligatorii pentru părți și, în cazul în care comerciantul dorește să modifice oricare dintre elemente, acesta ar trebui să obțină consimțământul expres al consumatorului:

- *De exemplu, părțile ar putea conveni în mod expres, prin schimb de e-mailuri, o oră diferită de livrare a bunurilor decât cea specificată pe site-ul comerciantului.*
- *Cu toate acestea, o dispoziție a termenilor și condițiilor generale care stipulează că un comerciant se poate abate de la informațiile furnizate pe site nu ar fi în conformitate cu cerința privind acordul expres al părților.*

Dispozițiile de la articolul 6 alineatul (5) nu s-ar aplica niciunei modificări aduse de comerciant termenilor contractului după încheierea contractului. Directiva 93/13/CEE¹⁴ privind clauzele abuzive în contracte ar fi relevantă în astfel de cazuri.

4.2.6. *Cerințe suplimentare privind limba*

Conform articolului 6 alineatul (7), statele membre pot impune cerințe de limbaj privind **informațiile contractuale** din contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță. Dacă această opțiune de reglementare a fost exercitată, cerințele relevante, de exemplu, de a furniza informații în limba națională a statului membru vizat s-ar aplica comercianților online care fac obiectul dispozițiilor Regulamentului 593/2008 privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale (Regulamentul Roma I).

Conform articolului 6, în cazul în care comerciantul își realizează activitățile în țara de reședință obișnuită a consumatorului sau în cazul în care **acesta direcționează aceste activități** către acea țară sau mai multe țări inclusiv acea țară, legea aplicabilă contractului este cea a țării în care consumatorul își are reședința obișnuită. Dacă părțile au ales o lege diferită, acea alegere nu poate priva consumatorul de protecția asigurată de dispozițiile obligatorii ale țării de reședință a consumatorului.

Prin urmare, dacă pagina de internet a comerciantului este direcționată către consumatorii dintr-un stat membru care a impus cerințe privind limba în temeiul articolului 6 alineatul (7) din directivă, comerciantul ar trebui să îi furnizeze consumatorului informațiile contractuale în limba solicitată de acel stat membru.

Conceptul de „direcționare” a activităților comerciale sau profesionale către țara consumatorului a fost abordată de Curtea de Justiție în cauzele conexe [C-585/08 și C-144/09 Peter Pammer și Hotel Alpenhof GesmbH](#). Această hotărâre stabilește un număr de criterii pentru a stabili dacă o pagină de internet este „direcționată” către un stat membru specific, precum utilizarea unor limbi sau monede diferite pe pagina de internet (a se vedea în special punctele 92 și 93).

4.2.7. *Sarcina probei*

Deoarece incapacitatea comerciantului de a furniza informațiile specifice impuse de directivă conduce la diferite sancțiuni contractuale prevăzute de directivă (pe lângă sancțiunile care se pot aplica în temeiul dreptului intern), articolul 6 alineatul (9) conține o dispoziție foarte importantă, care stipulează că „*Sarcina probei în ceea ce privește îndeplinirea cerințelor în materie de informare stabilite în prezentul capitol revine comerciantului.*”

Fără a exclude posibilitatea dovedirii faptelor prin alte mijloace, cauza comerciantului ar deveni în mod evident mai slabă dacă informațiile solicitate lipsesc din confirmarea contractului pe un suport durabil, care în temeiul articolului 7 alineatele (1)-(2) sau articolului 8 alineatul (7) (discutat la capitolul 5) trebuie să includă întotdeauna informațiile

¹⁴ [Directiva 93/13/CEE a Consiliului](#) din 5 aprilie 1993 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii.

furnizate la articolul 6 alineatul (1) cu excepția cazului în care acestea au fost deja furnizate pe un suport durabil.

4.3. Cerințe comune pentru contractele negociate în spațiile comerciale și contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță

4.3.1. Caracteristici principale

Articolul 5 alineatul (1) litera (a) și articolul 6 alineatul (1) litera (a)

„principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, în mod corespunzător cu mediul de comunicare și cu bunurile sau serviciile în cauză”

Deși această cerință de informare face referire în mod expres la „bunuri și servicii”, în temeiul articolului 5 alineatul (2) și articolului 6 alineatul (2) ar trebui să se aplice, de asemenea, utilităților publice și conținutului digital online.

Cerința de informare este identică celei de la articolul 7 alineatul (4) litera (a) din Directiva privind practicile comerciale neloiale. [Orientările referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiale](#) existente din 2009 (p. 49-52) precizează că detaliile informațiilor de furnizat depind de complexitatea produsului și evidențiază importanța explicării oricăror condiții restrictive privind oferta, precum perioada foarte limitată în care este furnizat un serviciu.

4.3.2. Identitate și date de contact

Articolul 5 alineatul (1)

(b) identitatea comerciantului, cum ar fi denumirea sa comercială, adresa geografică la care este stabilit și numărul său de telefon;

Articolul 6 alineatul (1)

(b) identitatea comerciantului, cum ar fi denumirea sa comercială;

(c) adresa geografică la care este stabilit comerciantul și numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia, în cazul în care sunt disponibile, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu comerciantul și să comunice cu acesta în mod eficient și, dacă este cazul, adresa geografică și identitatea comerciantului în contul căruia acționează;

(d) în cazul în care este diferită de adresa furnizată în conformitate cu litera (c), adresa geografică a locului în care comerciantul își desfășoară activitatea și, după caz, adresa comerciantului în numele căruia acționează, la care consumatorul poate trimite eventualele reclamații;

În ceea ce privește cerințele pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, conform articolului 5 alineatul (1) litera (b), [Orientările referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiale](#) (p. 50) explică faptul că adresa unui magazin sau a unui restaurant în care

consumatorul se află deja constituie un exemplu evident de astfel de informații care reies din context.

4.3.2.1. Locul de stabilire

Conceptul de „stabilire” din această cerință de informare este același cu cel folosit, de exemplu, în Directiva 2006/123/CE privind serviciile în care este definit (articolul 4) ca „*exercitarea efectivă de către prestator a unei activități economice prevăzute la articolul 43 din tratat, pentru o perioadă nedeterminată și cu ajutorul unei infrastructuri stabile de unde activitatea de prestare de servicii este asigurată în mod efectiv*”. Considerentul 37 precizează că „[...] În cazul în care un prestator are mai multe locuri de stabilire, este important să se stabilească locul de stabilire de unde se prestează serviciul vizat”.

Aceeași abordare poate fi folosită pentru a stabili locul a cărui adresă geografică ar trebui să fie furnizată în temeiul prezentei directive. Deoarece sunt necesare informațiile cu privire la adresa „geografică”, acestea ar trebui să facă referire la o locație fizică:

- *De exemplu, nu este suficient să se furnizeze doar numărul căsuței poștale ca adresă a comerciantului.*

4.3.2.2. Spații comerciale

„Spații comerciale” ar trebui să însemne locul în care sunt luate deciziile esențiale privind gestionarea generală a comerciantului și în care funcțiile administrației sale centrale sunt realizate (a se vedea, de exemplu, hotărârea Curții de Justiție din Cauza [C-73/06 Planzer](#), punctul 61: „*Determinarea locului sediului activității economice a unei societăți presupune luarea în considerare a unui grup de factori, în fruntea cărora figurează sediul statutar, locul administrației centrale, locul întrunirii administratorilor societății și acela, de obicei identic, în care se decide politica generală a acestei societăți. Alte elemente, precum domiciliul principalilor administratori, locul întrunirii adunărilor generale, de păstrare a documentelor administrative și contabile și de derulare principală a activităților financiare, în special bancare, pot fi de asemenea luate în considerare.*”).

4.3.2.3. Alte date de contact

Termenul „în cazul în care sunt disponibile” de la articolul 6 alineatul (1) litera (c) ar trebui interpretat ca aplicabil **tuturor celor trei mijloace de comunicare la distanță menționate în această dispoziție și anume telefon, fax și e-mail.**

Scopul furnizării acestor mijloace de comunicare este de a permite consumatorului să îl contacteze rapid și eficient pe comerciant. Aceasta implică faptul că ar trebui să se facă aranjamente pentru a se asigura, de exemplu, preluarea apelurilor telefonice în timpul orelor de program și un răspuns prompt la comunicările prin e-mail și fax. Mai mult, Directiva privind serviciile [articolul 27 alineatul (2)] solicită statelor membre „*să ia măsurile generale necesare pentru a asigura că prestatorii răspund reclamațiilor menționate la primul paragraf în cel mai scurt termen posibil și fac dovadă de diligență pentru a găsi o soluție satisfăcătoare.*”

În general, comercianții ar trebui să furnizeze cel puțin detaliile acestor mijloace de comunicare la distanță pe care acestea le folosesc pentru activitățile de marketing. De exemplu, comercianții care încheie contracte prin telefon ar trebui să furnizeze datele lor telefonice. Mai mult, în temeiul Directivei privind drepturile consumatorilor, comercianții ar trebui să furnizeze datele privind mijloacele de comunicare la distanță pe care sunt obligați să le furnizeze în temeiul altei legislații UE relevante.

În special, cu privire la **adresa de e-mail**, articolul 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva 2000/31/CE privind comerțul electronic solicită *„datele furnizorului serviciilor, inclusiv adresa sa de poștă electronică, la care poate fi contactat rapid și să se comunice cu el în mod direct și eficient”*.

În plus, articolul 27 alineatul (1) din Directiva privind serviciile solicită statelor membre să ia *„măsurile generale necesare pentru a asigura că prestatorii furnizează detalii de contact, în special o adresă poștală, un număr de fax sau adresă e-mail și un număr de telefon la care toți beneficiarii, inclusiv cei care au reședința sau sediul social într-un alt stat membru, le pot adresa o reclamație sau o solicitare de informații în legătură cu serviciul prestat”*.

- *De exemplu, comercianții online care fac obiectul Directivei privind comerțul electronic¹⁵, ar trebui să furnizeze adresa lor de e-mail atât în temeiul Directivei privind comerțul electronic, cât și al Directivei privind drepturile consumatorilor;*
- *În schimb, comercianții care fac vânzări prin comandă prin poștă sau telefon (care nu reprezintă „mijloace electronice” în scopul Directivei 98/34/CE și prin urmare nu se supun Directivei privind comerțul electronic), nu ar trebui să furnizeze adresa de e-mail dacă nu folosesc aceste mijloace pentru a comunica cu consumatorii. Cu toate acestea, acești comercianți ar trebui să furnizeze fie o adresă de e-mail, fie un număr de fax dacă intră sub incidența Directivei privind serviciile.*

Directiva privind comerțul electronic nu solicită informații cu privire la **numărul de telefon**¹⁶, dar aceste informații sunt solicitate de Directiva privind serviciile pentru transmiterea reclamațiilor sau solicitarea de informații cu privire la serviciile furnizate.

¹⁵ Directiva privind comerțul electronic se aplică **furnizorilor de „servicii ale societății informaționale”** definite la articolul 1 alineatul (2) din Directiva [98/34/CE](#) (astfel cum a fost modificată) ca servicii *„prestate în mod normal în scopul obținerii unei remunerații, la distanță, prin mijloace electronice și la cererea individuală a beneficiarului serviciului”*.

4.3.2.4. Identitatea și adresa comerciantului principal

În contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță, directiva solicită comerciantului, care acționează în numele unui alt comerciant, să indice de asemenea identitatea și adresa geografică a **comerciantului principal**.

- *În special, în cazul în care comerciantul furnizează o platformă comercială online astfel încât alți comercianți să comercializeze produsele lor, de exemplu un magazin de aplicații pentru vânzarea de conținut digital furnizat de diferiți dezvoltatori, furnizorul platformei ar trebui să se asigure, prin aranjamente corespunzătoare cu dezvoltatorii, că informațiile despre aceștia ca furnizori de conținut sunt prezentate corespunzător.*

4.3.3. Prețul

Articolul 5 alineatul (1)

(c) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau taxele poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator;

Articolul 6 alineatul (1)

(e) prețul total al bunurilor și serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat dinainte în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale sau de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate dinainte în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator; în cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. În cazul în care aceste contracte sunt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu poate fi calculat dinainte, ar trebui indicat modul în care se calculează prețul;

¹⁶ În Cauza C-298/07, *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV*, Curtea de Justiție a statuat că articolul 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic trebuie interpretat în sensul că „furnizorul de servicii este obligat să furnizeze destinatarilor serviciului, încă dinainte de încheierea unui contract cu aceștia din urmă, pe lângă adresa de poștă electronică, și alte informații care permit contactarea rapidă, precum și o comunicare directă și eficientă. **Aceste informații nu trebuie să reprezinte în mod obligatoriu un număr de telefon.** Acestea pot consta într-un formular de contact electronic prin intermediul căruia destinatarii serviciului pot să se adreseze pe internet furnizorului de servicii și la care acesta răspunde prin poșta electronică, cu excepția situațiilor în care un destinatar al serviciului, care, după contactarea prin mijloace electronice a furnizorului de servicii, este privat de acces la rețeaua electronică, îi solicită acestuia din urmă accesul la un mijloc de comunicare diferit de mijloacele electronice.”

Părțile subliniate de la articolul 6 alineatul (1) litera (e) reprezintă cerințele suplimentare pentru informațiile privind prețul aplicabile numai contractelor la distanță/contractelor negociate în afara spațiilor comerciale comparativ cu cele de la articolul 5 alineatul (1) litera (c) pentru contractele negociate în spațiile comerciale. În special, pentru contractele la distanță/contractele negociate în afara spațiilor comerciale pentru **abonamentele și contractele pe durată nedeterminată**.

Dacă produsul (sau unul dintre produsele) furnizate în temeiul unui contract pe durată nedeterminată sau în temeiul unui abonament este taxat la un tarif fix, ar trebui furnizate informațiile cu privire la costul total pe perioada de facturare și cu privire la costurile lunare totale.

- *De exemplu, abonamentele de internet sau televiziune cu plată sunt de obicei taxate la un tarif fix pe lună/la două luni/trimestrial indiferent de utilizare. Prin urmare, costul lunar și, dacă perioada de facturare este diferită, costurile per perioada de facturare ar trebui furnizate consumatorului care dorește să încheie un contract de abonament online sau în afara spațiilor comerciale.*

Dacă un contract acoperă sau include un produs pentru care costul total nu poate fi calculat în avans, comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la modul în care sunt calculate aceste costuri variabile:

- *De exemplu, pentru serviciile de telefonie de voce ale căror costuri depind de utilizarea efectivă, comerciantul ar trebui să prezinte consumatorului o listă detaliată de prețuri pentru apeluri telefonice.*

În temeiul articolului 6 alineatul (6), trebuie să se țină cont de faptul că pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță, consumatorul nu trebuie să suporte niciun fel de costuri suplimentare sau costuri cu privire la care nu a fost informat de către comerciant.

4.3.4. Aranjamentele pentru executarea contractului – plată și livrare

Articolul 5 alineatul (1)

(d) acolo unde este cazul, modalitățile de plată, livrare și executare, data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor;

Articolul 6 alineatul (1)

(g) modalitățile de plată, livrare, executare, data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și, după caz, politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor;

Această cerință de informare este similară pentru contractele negociate în spațiile comerciale și contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță cu excepția faptului că pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, toate informațiile relevante ar trebui furnizate

numai „dacă este cazul” în timp ce pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță** ar trebui să fie furnizate în toate cazurile, cu excepția informațiilor privind politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor, care este necesară numai „dacă este cazul”.

Cerința de informare este similară celei de la articolul 7 alineatul (4) litera (d) din Directiva privind practicile comerciale neloiiale. Cu toate acestea, conform explicațiilor din actualele [Orientări referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiiale](#) (p. 50-51), în temeiul Directivei privind practicile comerciale neloiiale, informațiile referitoare la plată, livrare, executare, soluționarea reclamațiilor trebuie menționate în mod explicit numai când acestea sunt în dezavantajul consumatorului comparativ cu practicile de piață diligente.

În recenta **Foaie de parcurs**¹⁷ **pentru realizarea pieței unice în domeniul livrării de colete**, Comisia a invitat comercianții cu amănuntul, printre alte părți, să furnizeze informații cu privire la toate caracteristicile relevante ale diferitelor opțiuni de livrare, în special cu privire la perioada de livrare, orice posibilități de urmărire, opțiunile diferite pentru livrarea „pe ultimul kilometru”, serviciile de livrare utilizate și prețurile pentru diferitele opțiuni.

4.3.4.1. Timpul de livrare sau executare

Comerciantul ar îndeplini, de asemenea, cerințele articolului 5 alineatul (1) litera (d)/articolului 6 alineatul (1) litera (g) privind timpul de livrare sau executarea dacă acesta indică o **perioadă (ca de exemplu „10 zile” sau „două săptămâni”) de la încheierea contractului** (plasarea comenzii de către client). Comerciantul nu trebuie să indice neapărat o anumită zi calendaristică, deoarece aceasta nu poate fi întotdeauna fezabil din punct de vedere practic.

Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, informațiile cu privire la timpul în care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să execute serviciul nu ar fi aplicabile dacă **livrarea sau executarea are loc imediat**.

Pentru **contractele de vânzare negociate în spațiile comerciale**, cerința de a indica timpul de livrare ar trebui interpretată în lumina articolului 18. În special, comerciantul nu ar trebui să informeze cu privire la timpul livrării bunurilor dacă intenționează să le livreze în **termenul standard de 30 de zile specificat la articolul 18**. Desigur, aceasta nu împiedică comerciantul să comunice consumatorului un termen (mai scurt) de livrare sau comerciantul și consumatorul să convină o dată diferită. Data convenită ar constitui apoi termenul „convenit” de livrare, menționat la articolul 18 (a se vedea, de asemenea, capitolul 7 privind livrarea).

¹⁷ Comunicare a Comisiei „O foaie de parcurs pentru realizarea pieței unice în domeniul livrării de colete – Consolidarea încrederii în serviciile de livrare și încurajarea vânzărilor online”, Bruxelles, 16.12.2013, [COM\(2013\) 886 final](#)

4.3.4.2. Modalități de plată

Exemplele de **modalități de plată** care ar trebui să fie în mod special clar explicate consumatorului sunt:

- *Plată prin factura de telefonie a consumatorului;*
- *În contractele de abonament, precum jocurile video online, modalitatea prin care comerciantul utilizează informațiile despre mijloacele de plată (precum datele cardului de credit) furnizate de consumator în momentul abonării inițiale și pentru facturarea achizițiilor ulterioare, fără a solicita consumatorului să reintroducă aceste informații.*

Plățile fac obiectul Directivei 2007/64/CE privind serviciile de plată (a se vedea, de asemenea, capitolul 9 privind articolul 19 privind taxele pentru utilizarea mijloacelor de plată). Articolul 54 alineatul (1) solicită consimțământul plătitorului după cum urmează: „1. Statele membre se asigură că o operațiune de plată este considerată autorizată doar în cazul în care plătitorul și-a exprimat consimțământul referitor la executarea operațiunii de plată. O operațiune de plată poate fi autorizată de către plătitor fie înainte, fie după executarea sa, dacă plătitorul și prestatorul său de servicii de plată au convenit astfel”.

4.3.5. *Garanții și servicii postvânzare*

Articolul 5 alineatul (1)

(e) în plus față de o mențiune a existenței unei garanții legale de conformitate pentru bunuri, existența și condițiile privind serviciile postvânzare și garanțiile comerciale, după caz;

Articolul 6 alineatul (1)

(l) o mențiune referitoare la existența unei garanții legale privind conformitatea bunurilor;

(m) acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și garanțiile comerciale;

Deși prezentate ușor diferit, contractele negociate în spațiile comerciale și contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță fac obiectul unor cerințe practic identice privind informațiile referitoare la **garanția legală și serviciile postvânzare**. Deși informațiile privind cele din urmă sunt obligatorii, acestea ar trebui furnizate numai dacă beneficiile suplimentare respective sunt oferite în realitate.

În temeiul obligației de a reaminti consumatorului despre **garanția legală**, vânzătorul ar trebui să specifice că, în temeiul dreptului UE, el răspunde pentru orice lipsă a conformității care se constată în termen de minimum doi ani de la livrarea bunurilor și că dreptul intern poate conferi consumatorului drepturi suplimentare.

De remarcat faptul că Directiva privind practicile comerciale neloiale interzice „a prezenta drepturile de care consumatorii beneficiază prin lege ca și caracteristică distinctivă a ofertei comerciantului [a se vedea articolul 6 alineatul (1) litera (g) și punctul 10 din anexa I].

Pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță se face o referire specifică la „*asistența postvânzare acordată clientului*” care, deși nu este menționată în mod expres la articolul 5 alineatul (1) litera (e) privind contractele negociate în spațiile comerciale, ar fi în mod normal acoperită de noțiunea mai largă a „serviciilor postvânzare”. Informațiile cu privire la serviciile prestate după vânzare ar trebui să explice în special unde va fi prestat serviciul și cine suportă costul transportului (dacă este cazul).

4.4. Durata și rezilierea contractului

Articolul 5 alineatul (1) litera (f) și articolul 6 alineatul (1) litera (o)

durata de valabilitate a contractului, după caz, sau, în cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care urmează să fie prelungit în mod automat, condițiile de reziliere a contractului;

Articolul 6 alineatul (1)

(p) acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului;

Informațiile cu privire la condițiile de reziliere a unui contract pe durată nedeterminată sau a unui contract care este prelungit automat (necesare atât pentru contractele negociate în spațiile comerciale cât și pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță ar trebui să includă în special informații cu privire la:

- taxele aplicabile;
- procedurile de reziliere, în special perioada de preaviz și mijloacele prin care ar trebui notificată rezilierea (de exemplu, adresă de e-mail sau poștală).

Pentru contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale, articolul 6 alineatul (1) litera (p) solicită în plus informații cu privire la durata minimă a obligațiilor consumatorului și anume, termenul minim în care se estimează efectuarea plății de către consumator conform termenilor și condițiilor oferite de comerciant:

- *De exemplu un contract de telefonie mobilă de 24 de luni poate include o durată minimă de 6 luni care trebuie plătită în cazul rezilierii anticipate.*

Orice astfel de perioadă minimă în timpul căreia nu este permisă rezilierea contractului, ar trebui tratată, de asemenea, ca una dintre **condițiile majore de reziliere a contractului** pe durată nedeterminată sau a unui contract prelungit automat în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (f). Prin urmare, informațiile privind durata minimă ar trebui furnizate, de asemenea, pentru contractele pe durată nedeterminată și contractele prelungite automat, care sunt încheiate în spațiile comerciale și care fac obiectul articolului 5 alineatul (1) litera (f).

4.5. Cerințe suplimentare pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță

4.5.1. Costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță

Articolul 6 alineatul (1)

(f) costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, atunci când este calculat pe baza unui alt tarif decât tariful de bază;

Această cerință de informare este neschimbată în comparație cu cea din Directiva înlocuită privind vânzările la distanță [articolul 4 alineatul (1) litera (g)]. Aceasta s-ar aplica în special în cazul în care comerciantul promovează un număr din categoria serviciilor cu tarife majorate

la care consumatorul trebuie să sune pentru a încheia contractul pentru bunurile sau serviciile oferite.

4.5.2. Avansuri și garanții financiare

Articolul 6 alineatul (1)

(q) acolo unde este cazul, existența și condițiile aferente avansurilor sau altor garanții financiare care trebuie plătite sau oferite de consumator la cererea comerciantului;

Avansurile și garanțiile financiare sunt tipice în contractele de închiriere care implică punerea unui obiect de valoare la dispoziția consumatorului, precum închirierea unui autovehicul. Conform explicațiilor de la considerentul 33: „Comerciantul ar trebui să fie obligat să informeze în prealabil consumatorul cu privire la orice condiție care implică plățirea de către consumator către comerciant a unui avans, inclusiv cu privire la orice condiție conform căreia o sumă este blocată pe cardul de credit sau de debit al consumatorului.”

- De exemplu, informațiile privind condițiile garanției ar trebui să explice, în special, dacă suma în cauză va fi blocată sau debitată din contul consumatorului și unde și în ce condiții va fi deblocată sau rambursată consumatorului.

4.5.3. Mecanismele de recurs extrajudiciare

Articolul 6 alineatul (1)

(t) acolo unde este cazul, posibilitatea și modalitatea de a recurge la un mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor căruia i se supune comerciantul.

Cerințele privind funcționarea mecanismelor extrajudiciare de depunere și soluționare a reclamațiilor care intră sub incidența acestei cerințe de informare sunt stabilite în Directiva 2013/11/UE privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum (Directiva privind SAL în materie de consum). Această directivă impune statelor membre să instituie o infrastructură SAL până la 9 iulie 2015, astfel încât litigiile în care este implicat un comerciant stabilit într-un stat membru să poată fi înaintate unei entități SAL, care oferă SAL în mod independent, imparțial, transparent, eficient, rapid și echitabil.

5. CONDIȚII SPECIALE PENTRU CONTRACTELE LA DISTANȚĂ

5.1. Definiția unui contract la distanță

Articolul 2 definește contractele la distanță după cum urmează: «(7) „contract la distanță” înseamnă orice contract încheiat între comerciant și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și inclusiv în momentul în care este încheiat contractul».

Considerentul 20 prevede explicații suplimentare privind acest concept, inclusiv exemple de mijloace de comunicare la distanță: „Definiția contractului la distanță ar trebui să se aplice în toate cazurile în care se încheie un contract între comerciant și consumator în cadrul unor

sisteme de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizate cu utilizarea exclusivă a unuia sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță (cum ar fi comanda prin poștă, Internet, telefon sau fax), până la și incluzând momentul încheierii contractului. Definiția respectivă ar trebui să includă, de asemenea, situațiile în care consumatorul doar vizitează spațiile comerciale cu scopul de a se informa cu privire la bunuri sau servicii, ulterior negociază și încheie contractul la distanță. Prin contrast, un contract negociat în spațiile comerciale ale comerciantului și în final încheiat prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță nu ar trebui considerat un contract la distanță. Niciun contract inițiat prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță, dar încheiat în final în spațiile comerciale ale comerciantului, nu ar trebui considerat un contract la distanță. În mod similar, conceptul de contract la distanță nu ar trebui să includă rezervele efectuate de consumator printr-un mijloc de comunicare la distanță pentru a solicita furnizarea unui serviciu de către un profesionist, cum este cazul unui consumator care telefonează pentru a solicita o programare la coafor. [...]”.

În încheierea unui contract la distanță părțile pot folosi, de asemenea, **o combinație de mai multe mijloace de comunicare la distanță** (de exemplu pagină internet și telefon). Faptul că părțile se întâlnesc după încheierea contractului la distanță, de obicei în momentul livrării sau plății, nu ar trebui să schimbe clasificarea unui contract drept contract la distanță. În cazul în care consumatorul a vizitat spațiile comerciale doar pentru a colecta informații cu privire la bunuri sau servicii, contractul pe care acesta îl negociază și îl încheie ulterior cu comerciantul la distanță ar trebui considerat un contract la distanță. Deși simpla stabilire a unei întâlniri cu comerciantul nu este considerată un contract la distanță, o rezervare obligatorie făcută, de exemplu, prin telefon a bunurilor de recuperat sau a serviciilor de primit într-o anumită perioadă de timp constituie cel mai probabil un contract la distanță în sensul directivei.

Directiva se aplică numai contractelor la distanță încheiate în temeiul **unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat**. De exemplu, dacă un comerciant încheie numai în mod excepțional un contract cu un consumator prin e-mail sau telefon, după ce a fost contactat de către consumator, un astfel de contract nu ar trebui considerat un contract la distanță în temeiul directivei.

Comerciantul poate utiliza o platformă online pentru încheierea contractelor care fac obiectul directivei. Conform explicațiilor de la considerentul 20: “[...] *Noțiunea de sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat ar trebui să includă acele sisteme oferite de terți, alții decât comerciantul, dar care sunt utilizate de comerciant, cum ar fi platformele online. Aceasta nu ar trebui să includă însă cazurile în care site-urile Internet oferă doar informații despre comerciant, bunurile și/sau serviciile acestuia și datele de contact.*”

În temeiul articolului 2 alineatul (2) „comerciantul” este definit în sens larg ca „*orice persoană fizică sau juridică, [...], care acționează, inclusiv prin intermediul unei alte persoane care acționează în numele sau în contul ei, în scopuri ce țin de activitatea sa comercială, de afaceri, meșteșugărească sau profesională în legătură cu contractele care intră sub incidența prezentei directive.*” Atunci când un comerciant folosește o platformă online pentru comercializarea produselor sale și încheie un contract cu consumatorii,

furnizorul acelei platforme are, în măsura în care acționează în numele aceluia comerciant, responsabilitatea asigurării conformității cu directiva.

5.2. Informații precontractuale

5.2.1. Cerințe suplimentare pentru prezentarea anumitor informații precontractuale

Articolul 8

2. Dacă un contract la distanță care urmează să fie încheiat prin mijloace electronice obligă consumatorul să plătească, comerciantul aduce la cunoștința consumatorului de o manieră clară și foarte vizibilă, imediat înainte ca acesta să facă comanda, informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) literele (a), (e), (o) și (p).

Articolul 8 alineatul (2) stipulează cerințele privind informațiile precontractuale pentru contractele care sunt încheiate prin mijloace electronice și care sunt oferite în schimbul plății unui preț.

Directiva nu definește „mijloacele electronice” dar, având în vedere explicația de la considerentul 39, acest termen ar trebui interpretat ca făcând referire la **contractele încheiate prin intermediul paginilor de internet**: *„Este important ca, în cazul contractelor la distanță încheiate prin intermediul unor site-uri Internet, consumatorul să poată citi și înțelege integral elementele principale ale contractului, înainte de a face comanda. În acest scop, ar trebui prevăzut în prezenta directivă ca respectivele elemente să fie afișate în imediata apropiere a confirmării solicitate pentru efectuarea comenzii.[...]”*. În plus, având în vedere definiția „mijloacelor electronice” din Directiva [98/34/CE](#)¹⁸, articolul 8 alineatul (2) se poate aplica, de asemenea, altor tehnologii, precum conținutul digital furnizat prin intermediul receptorilor digitale de televiziune.

Articolul 8 alineatul (2) ar trebui interpretat în contextul normelor naționale de transpunere a dispozițiilor Directivei 2000/31/CE privind comerțul electronic în materie de încheiere a contractelor, care se aplică în cazul în care contractul intră sub incidența definiției de „serviciu al societății informaționale” și anume, orice serviciu furnizat în mod normal în schimbul remunerării, la distanță, prin mijloace electronice și la cererea individuală a unui beneficiar al serviciilor.

Articolul 8 alineatul (9) din Directiva privind drepturile consumatorilor confirmă în mod expres că nu aduce atingere dispozițiilor de la articolele 9 și 11 din Directiva 2000/31/CE, conform cărora comerciantul are obligația de a **permite consumatorului să verifice comanda electronică înainte de a o plasa**.

Prin urmare, articolul 8 alineatul (2) din directivă s-ar aplica în practică în momentul în care consumatorul este rugat să verifice comanda în conformitate cu Directiva privind comerțul

¹⁸ Articolul 1 alineatul (2): *„prin mijloace electronice” înseamnă că serviciul este transmis inițial și primit la destinație prin intermediul echipamentului electronic pentru prelucrarea (inclusiv arhivarea digitală) și stocarea datelor, și este transmis integral, transferat și recepționat prin cablu, radio, mijloace optice sau alte mijloace electromagnetice”*.

electronic și anume să verifice conținutul coșului de cumpărături înainte de a apăsa butonul „cumpără”.

Termenii „imediat înainte” de la articolul 8 alineatul (2) ar trebui să acopere, mai întâi, **aspectul temporal** și ar trebui interpretați ca însemnând „direct înainte”. Mai mult, termenii „manieră clară” și „imediata apropiere” din considerentul 39 sugerează cerințe mai stricte privind **prezentarea informațiilor** în comparație cu cerințele generale de la articolul 6 alineatul (1) și articolul 8 alineatul (1). Informațiile ar trebui prezentate într-un mod în care consumatorul poate în realitate să le vadă și să le citească înainte de plasarea comenzii fără a fi obligat să navigheze în afara paginii folosite pentru plasarea comenzii.

Cerințele precontractuale în materie de informare specifice menționate la articolul 8 alineatul (2) sunt:

- (1) caracteristicile principale [articolul 6 alineatul (1) litera (a)];
- (2) prețul total [articolul 6 alineatul (1) litera (e)];
- (3) durata contractului și condițiile pentru rezilierea sa [articolul 6 alineatul (1) litera (o)];
- (4) dacă este cazul, durata minimă a contractului [articolul 6 alineatul (1) litera (p)].

5.2.2. Cerințe privind butonul de confirmare a comenzii

Articolul 8

2.[...]

Comerciantul se asigură că consumatorul confirmă explicit, atunci când face comanda, că această comandă implică o obligație de a plăti. Dacă pentru a face comanda este necesar să se activeze un buton sau o funcție similară, butonul sau funcția similară sunt etichetate de o manieră lizibilă doar cu mențiunea „comandă ce implică o obligație de plată” sau o formulare neambiguă corespunzătoare, care să indice că a face comanda implică obligația de a plăti comerciantului. Dacă comerciantul încalcă prezentul paragraf, consumatorul nu are nicio obligație în temeiul contractului sau al comenzii.

Al doilea paragraf de la articolul 8 alineatul (2) impune ca butonul folosit pentru plasarea comenzii pe site să fie clar etichetat. Această etichetă poate fi proiectată în diferite moduri atât timp cât oferă un mesaj clar cu privire la obligația de plată:

- *De exemplu, termeni precum „cumpără acum”, „plătește acum” sau „confirmă cumpărarea” ar furniza mesajul impus de această dispoziție;*
- *În schimb, este mai puțin probabil ca fraze precum „înregistrează-te”, „confirmă” sau „comandă acum”, precum și frazele lungi inutile care pot ascunde în mod efectiv mesajul cu privire la obligația de plată să îndeplinească această cerință.*

Această cerință ar trebui să se aplice, de asemenea, în cazul în care comerciantul a elaborat prezentarea informațiilor precontractuale consumatorului conform articolului 8 alineatul (4).

5.2.3. *Contractele încheiate prin mijloace de comunicare la distanță cu spațiu sau timp limitat*

Articolul 8 alineatul (4) tratează mijloacele de comunicare la distanță care permit un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informațiilor:

Articolul 8

4. În cazul în care contractul este încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță ce permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației, comerciantul furnizează prin mijlocul de comunicare respectiv, înaintea încheierii contractului, cel puțin informațiile precontractuale referitoare la principalele caracteristici ale bunului sau serviciului, identitatea comerciantului, prețul total, dreptul la retragere, durata contractului și, în cazul contractelor pe durată nedeterminată, modalitățile de reziliere a contractului, prevăzute la articolul 6 alineatul (1) literele (a), (b), (e), (h) și (o). Celelalte informații menționate la articolul 6 alineatul (1) sunt furnizate consumatorului de comerciant într-un mod adecvat, în conformitate cu alineatul (1) din prezentul articol.

Prin urmare, articolul 8 alineatul (4) include aceleași cerințe de informare ca și articolul 8 alineatul (2), la care se adaugă informațiile despre:

- (1) identitatea comerciantului menționat la articolul 6 alineatul (1) litera (b);
- (2) dreptul de retragere menționat la articolul 6 alineatul (1) litera (h), și anume informațiile privind condițiile, termenele și procedurile de exercitare a acestui drept precum și formularul tipizat de retragere prezentat la punctul (B) din anexa I la directivă.

Articolul 8 alineatul (4) nu include cerința de la articolul 6 alineatul (1) litera (p) de furnizare a informațiilor privind „durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului”. Cu toate acestea, conform explicațiilor de mai sus de la capitolul 4, orice astfel de perioadă minimă este, de asemenea, una dintre condițiile majore de reziliere a unui contract pe durată nedeterminată sau a unui contract prelungit automat în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (o). Prin urmare, în practică, acest element de informare ar trebui să fie acoperit, de asemenea, de articolul 8 alineatul (4).

Articolul 8 alineatul (4) ar trebui să se aplice în principal contractelor încheiate folosind tehnologii precum SMS, care impun limite tehnice privind cantitatea de informații care poate fi trimisă.

Mai mult, identifică de asemenea, informațiile care ar trebui furnizate în cazul în care comerciantul a personalizat conținutul și prezentarea site-ului său internet de comercializare pentru dispozitivele mobile cu ecrane mici. În aceste cazuri, comerciantul poate limita informațiile afișate pe ecranul utilizatorului la cele impuse în temeiul articolului 8 alineatul (4), dacă este cazul, într-un format extensibil, fără a obliga consumatorul să navigheze în afara paginii folosite pentru plasarea comenzii.

Restul informațiilor precontractuale impuse în temeiul articolului 6 alineatul (1) ar putea în acest caz să fie disponibile prin intermediul unei legături hipertext (a se vedea considerentul 36

care menționează „*asigurarea unui număr de telefon netaxat sau a unei legături hipertext către o pagină Internet*” în cazul contractelor încheiate prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță cu restricții tehnice).

5.3. Contracte încheiate prin telefon

Articolul 8

5. Fără a aduce atingere alineatului (4), în cazul în care comerciantul îi telefonează consumatorului în vederea încheierii unui contract la distanță, comerciantul își declină identitatea la începutul conversației cu consumatorul și, dacă este cazul, declină identitatea persoanei în numele căreia telefonează și specifică scopul comercial al apelului.

Articolul 8 alineatul (5) conține o regulă specială pentru contractele încheiate prin telefon care impune ca identitatea comerciantului și scopul comercial al apelului să fie prezentate în mod clar la începutul conversației. Deoarece această regulă „*nu aduce atingere alineatului (4)*”, **comercianții pot limita informațiile furnizate în timpul unui apel telefonic în conformitate cu articolul 8 alineatul (4).**

Deoarece în acest caz ar fi practic imposibilă furnizarea **formularului de retragere** impusă de articolul 6 alineatul (1) litera (h) în scris, conținutul formularului ar trebui explicat verbal consumatorului. După încheierea contractului, formularul de retragere ar trebui inclus în confirmarea contractului furnizat pe un suport durabil, conform articolului 8 alineatul (7).

Articolul 8

6. În cazul în care urmează să se încheie un contract la distanță prin intermediul telefonului, statele membre pot dispune că comerciantul trebuie să confirme oferta consumatorului, al cărui angajament începe doar după ce a semnat oferta sau după ce și-a trimis consimțământul scris. Statele membre pot dispune și că aceste confirmări trebuie făcute pe un suport durabil.

Articolul 8 alineatul (6) conține altă opțiune de reglementare disponibilă statelor membre. Anumite state membre au folosit această opțiune de reglementare într-un mod mai limitat și anume, au aplicat cerințele suplimentare respective numai contractelor încheiate printr-un apel telefonic inițiat de comerciant.

„Suport durabil” în această dispoziție face trimitere la hârtie și alte suporturi media durabile explicate la considerentul 23: „*Suporturile durabile ar trebui să îi permită consumatorului să stocheze informațiile atât timp cât este necesar în scopul protejării intereselor proprii care decurg din relația sa cu comerciantul. Printre suporturile durabile ar trebui să se numere, în special, hârtia, stickurile de memorie USB, CD-ROM-urile, DVD-urile, cardurile de memorie sau discurile dure ale computerelor, precum și e-mailurile.*” Prin urmare, statele membre pot solicita ca atât confirmarea ofertei din partea comerciantului, cât și consimțământul consumatorului să fie pe un suport durabil, care nu sunt neapărat pe hârtie și care pot fi, de exemplu într-un schimb de e-mailuri.

5.4. Confirmarea contractului

Articolul 8

7. Comerciantul transmite consumatorului confirmarea încheierii contractului, pe un suport durabil, într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță și cel târziu la momentul livrării bunurilor sau înainte de începerea prestării serviciului solicitat.

Respectiva confirmare include:

- (a) toate informațiile menționate la articolul 6 alineatul (1), cu excepția cazului în care comerciantul a transmis deja informațiile respective consumatorului, pe un suport durabil, înaintea încheierii contractului la distanță; și*
- (b) acolo unde este cazul, confirmarea acordului prealabil expres al consumatorului și confirmarea în conformitate cu articolul 16 litera (m).*

Comerciantul ar trebui să furnizeze consumatorului o confirmare a contractului, inclusiv toate informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) exceptând cazul în care aceasta a fost deja furnizată pe un suport durabil, precum un catalog de comandă poștală, SMS sau e-mail înainte de încheierea contractului.

Definiția unui „suport durabil” a fost examinată de Curtea de Justiție în cauza [C-49/11 Content Services Ltd](#) privind Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, care a impus, de asemenea, prin articolul 5 alineatul (1), confirmarea unui contract la distanță pe un suport durabil. Conform hotărârii curții, o simplă furnizare de informații pe un site internet nu constituie un suport durabil: *«Articolul 5 alineatul (1) din Directiva 97/7/CE trebuie interpretat în sensul că o practică comercială care constă în a nu face accesibile informațiile prevăzute de această dispoziție decât printr-un hiperlink pe site-ul internet al întreprinderii în discuție nu îndeplinește cerințele dispoziției menționate, deoarece aceste informații nu sunt nici „furnizate” de această întreprindere, nici „primite” de consumator, în sensul aceleiași dispoziții, și că un site internet cum este cel în cauză în acțiunea principală nu poate fi considerat „suport durabil”, în sensul articolului 5 alineatul (1) sus-menționat.»*

În același timp, Curtea nu a exclus posibilitatea ca anumite site-uri internet să se califice ca suport durabil dacă îndeplinesc cerințele: *„46. Or, nu reiese din dosar că site-ul internet al vânzătorului la care face trimitere linkul indicat consumatorului îi permite acestuia din urmă să stocheze informațiile care îi sunt adresate personal astfel încât să le poată accesa și să le reproducă ca atare pe parcursul unei perioade corespunzătoare în afara oricărei posibilități de modificare unilaterală a conținutului lor de către vânzător.”*

Prin urmare, un cont privat al unui consumator pe site-ul comerciantului unde comerciantul încarcă informațiile adresate consumatorului și pe care nu le poate îndepărta sau modifica unilateral, ar putea fi considerat un suport durabil în sensul directivei. Dacă un astfel de cont este singura modalitate a comerciantului de a furniza confirmarea contractului, ar trebui asigurată **accesibilitatea permanentă a consumatorului la acesta** pe o perioadă adecvată și după rezilierea contractului consumatorului cu comerciantul.

Comerciantul ar trebui să facă în continuare obiectul obligației de la articolul 8 alineatul (7) de a furniza confirmarea contractului pe un suport durabil chiar dacă informațiile precontractuale au fost furnizate consumatorului în conformitate cu articolul 8 alineatul (4).

În ceea ce privește **calendarul confirmării**, articolul 8 alineatul (7) impune ca acesta să fie trimis „într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță”. În plus, confirmarea trebuie să fie furnizată cel târziu în momentul livrării bunurilor sau înainte de începerea prestării serviciului.

Pentru **servicii**, nu există nicio cerință de a furniza confirmarea înainte de finalul perioadei de retragere (dacă executarea contractului începe după terminarea acestei perioade). Cu toate acestea, cerința ca trimiterea confirmării să aibă loc „într-un termen rezonabil” implică faptul că aceasta trebuie trimisă suficient de devreme pentru a permite consumatorului să își exercite dreptul de retragere. Va trebui să se decidă de la caz la caz dacă o confirmare întârziată ar trebui considerată ca nerezonabilă în sensul articolului 8 alineatul (7).

Nu există niciun termen absolut explicit pentru confirmarea contractelor pentru **furnizarea serviciilor de utilități publice și a conținutului digital online**. Prin analogie, normele privind contractele de servicii ar trebui să se aplice acestor contracte și anume, confirmarea ar trebui furnizată cel târziu înainte de începerea executării contractului. Această analogie pare a fi consolidată de normele comune prevăzute de directivă cu privire la calculul perioadei dreptului de retragere pentru aceste contracte în conformitate cu articolul 9 alineatul (2) literele (a) și (c).

Contractele de **conținut digital online** sunt de obicei executate imediat și anume, înainte de expirarea perioadei dreptului de retragere și mijlocul cel mai comun de confirmare este prin e-mail. În acest context o întrebare relevantă ar fi dacă comercianții în cauză trebuie să se asigure că într-adevăr consumatorul primește confirmarea prin e-mail înainte de începerea descărcării sau transmiterii în flux continuu a conținutului digital, sau dacă este suficient ca, înainte de începerea executării contractului, comerciantul să trimită un astfel de e-mail.

Trebuie menționat că articolul 8 alineatul (7) nu face referire la „primirea” confirmării de către consumator; în schimb acesta impune comerciantului să o „furnizeze”. Înțelesul termenilor „să furnizeze” și „să primească” în contextul Directivei 97/7/CE privind vânzările la distanță a fost luat în considerare de Curtea de Justiție în cauza [C-49/11 Content Services Ltd](#), sus-menționată. Conform articolului 5 alineatul (1) din Directiva privind vânzările la distanță, consumatorul trebuie să **primească** confirmarea în scris sau pe un alt suport durabil disponibil și accesibil acestuia, în timp util, cu excepția cazului în care aceste informații au fost deja **furnizate** consumatorului înainte de încheierea contractului, în scris sau pe un alt suport durabil.

Curtea a menționat în hotărârea sa că noțiunile de „furnizat” și „primit” sunt diferite de termenul „beneficiat” care este utilizat în alte dispoziții ale directivei și pe care Curtea l-a considerat o formulare „neutră”: «35. *Trebuie subliniat în această privință și că, în timp ce legiuitorul Uniunii a optat la articolul 4 din Directiva 97/7, în marea majoritate a versiunilor lingvistice, pentru o formulare neutră, conform căreia consumatorul trebuie „să*

beneficizeze” de informațiile relevante, în schimb, a ales un termen mai constrângător pentru comercianți la articolul 5 alineatul (1) din această directivă, potrivit căruia consumatorul trebuie „să primească” confirmarea informațiilor menționate. [...]»

Ar trebuie să se recunoască, de asemenea, că comerciantul nu controlează procesul de transmitere a e-mailului de confirmare. În acest sens, cerințele de la articolul 8 alineatul (7) sunt îndeplinite dacă e-mailul de confirmare este trimis **imediat înainte** de furnizarea conținutului digital și anume înainte de începerea descărcării sau a transmiterii în flux continuu.

6. DREPTUL DE RETRAGERE

6.1. Calcularea perioadei dreptului de retragere

6.1.1. Introducere

Articolul 9

1. Cu excepția cazurilor prevăzute la articolul 16, consumatorul beneficiază de o perioadă de 14 zile pentru a se retrage dintr-un contract la distanță sau dintr-un contract negociat în afara spațiului comercial, fără a fi nevoit să justifice decizia de retragere și fără a suporta alte costuri decât cele prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la articolul 14.

Articolul 9 acordă consumatorului un termen de **14 zile pentru a se retrage** dintr-un contract negociat în afara spațiilor comerciale sau la distanță fără a preciza un motiv anume. Articolul 10 prevede o **prelungire a perioadei de exercitare a dreptului de retragere** dacă comerciantul nu a furnizat toate informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h), în special informațiile cu privire la condițiile, termenul-limită și procedurile de exercitare a dreptului de retragere sau formularul de retragere stabilit la punctul (B) din anexa I.

Considerentul 41 precizează că „[...] toate termenele incluse în prezenta directivă ar trebui interpretate drept termene exprimate în zile calendaristice. Dacă un termen exprimat în zile se calculează din momentul în care intervine un eveniment sau se realizează un act, ziua în cursul căreia a avut loc acest eveniment sau se realizează acest act nu ar trebui luată în seamă la calculul termenului.”

Prin urmare, „14 zile” în această dispoziție ar trebui să însemne 14 zile calendaristice care încep din ziua următoare datei la care are loc evenimentul relevant (și anume, încheierea contractului sau livrarea bunurilor):

- *De exemplu, dacă bunurile sunt livrate sau contractul de servicii este încheiat la 1 martie, ultima zi de exercitare a dreptului de retragere ar trebui să fie 15 martie .*

Considerentul 41 subliniază că [Regulamentul nr. 1182/71 al Consiliului](#)¹⁹ se aplică directivei. Conform regulamentului menționat anterior [articolul 3 alineatul (3)]: „Termenele includ

¹⁹ [Regulamentul nr. 1182/71 al Consiliului](#) din 3 iunie 1971 privind stabilirea regulilor care se aplică termenelor, datelor și expirării termenelor.

zilele de sărbători legale, duminicile și sâmbetele, cu excepția cazului în care acestea sunt excluse în mod expres sau dacă termenele sunt exprimate în zile lucrătoare.”

Altfel zilele de sărbători legale, duminicile și sâmbetele sunt **incluse** în cele 14 zile.

Cu toate acestea, dacă perioada de retragere **se încheie** în una dintre aceste zile, aceasta trebuie prelungită până la următoarea zi lucrătoare deoarece articolul 3 alineatul (4) din regulament stipulează că: *„Dacă ultima zi a unui termen exprimat altfel decât în ore este o zi de sărbătoare legală, o duminică sau o sâmbătă, termenul se încheie la expirarea ultimei ore a următoarei zile lucrătoare.”*

Listele de zile desemnate ca zile de sărbătoare legală de statele membre în sensul Regulamentului (CE) nr. 1182/71 sunt publicate în Jurnalul Oficial²⁰.

- *De exemplu, dacă perioada de 14 zile pentru exercitarea dreptului de retragere pentru un contract încheiat cu un consumator britanic se termină pe 25 decembrie 2014, aceasta ar trebui prelungită până pe 27 decembrie, deoarece zilele de 25 și 26 decembrie sunt desemnate zile de sărbătoare legală în Regatul Unit în 2014.*

Deși comercianții ar trebui să accepte dreptul consumatorului de a se retrage din contract în timpul perioadei de retragere prelungite, aceștia nu au nicio obligație expresă de a informa consumatorul că este posibilă o prelungire (a se vedea, de asemenea, „Model de instrucțiuni privind retragerea” anexat la directivă).

6.1.2. Punct de pornire a perioadei de retragere

Articolul 9

2. Fără a aduce atingere articolului 10, perioada de retragere menționată la alineatul (1) din prezentul articol expiră în termen de 14 zile de la:

- (a) în cazul contractelor de prestări servicii, ziua care urmează datei de încheiere a contractului;*
- (b) în cazul contractelor de vânzare, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a bunurilor sau:*
 - (i) în cazul în care consumatorul comandă printr-o singură comandă bunuri multiple care vor fi livrate separat, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a ultimului bun;*
 - (ii) în cazul livrării unui bun care constă din mai multe loturi sau piese, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a ultimului bun sau piesă;*

²⁰ De exemplu lista pentru 2014 este disponibilă la:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:378:0029:0030:RO:PDF>

(iii) în cazul contractelor pentru livrarea periodică de bunuri pe o perioadă de timp determinată, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a primului bun;

(c) în cazul contractelor pentru furnizarea de apă, gaz sau electricitate, atunci când acestea nu prevăd vânzarea într-un volum limitat sau cantitate stabilită, de încălzire centralizată sau de conținuturi digitale care nu sunt livrate pe un suport material, data încheierii contractului.

Ziua începând cu care este calculată perioada de 14 zile de exercitare a dreptului de retragere depinde de tipul de contract: contract de vânzare, contract de servicii, contract privind conținutul digital online sau contract de furnizare a utilităților publice. Directiva prevede două puncte de pornire:

- ziua încheierii contractului – pentru contractele de servicii, contractele de furnizare a utilităților publice și contractele privind conținutul digital online;
- ziua intrării fizice în posesia bunurilor (livrare) – pentru contractele de vânzare, dar care fac obiectul mai multor norme speciale pentru: (1) mai multe bunuri comandate într-o singură comandă și livrate separat; (2) bunuri care constau în loturi multiple sau piese și livrate separat; și (3) contractele pentru livrarea periodică de bunuri în timpul unei perioade de timp definite.

Pentru bunurile livrate, perioada de retragere începe în ziua următoare zilei în care acestea ajung la consumator sau la altă persoană indicată de consumator, alta decât un transportator [articolul 9 alineatul (2) litera (b)]. Aceasta diferă de articolul 20 care prevede ca riscul să fie transferat consumatorului imediat ce bunurile sunt livrate transportatorului, dacă transportatorul a fost desemnat de consumator și nu a fost pus la dispoziție de comerciant.

Dacă sunt mai multe livrări, perioada de retragere începe în ziua următoare livrării **ultimului bun comandat în cadrul unei comenzi unice, dar livrate separat** [articolul 9 alineatul (2) litera (b) punctul (i)]. Această normă este justificată de interesul legitim al consumatorului de a primi toate părțile unei singure comenzi înainte de a decide dacă se retrage din contract, de exemplu, pentru:

- *un bun principal și accesorii, precum o cameră și obiectivul său ori*
- *haine precum o jachetă și pantaloni, care au fost comandate împreună și care se intenționează să fie purtate împreună.*

În astfel de cazuri, o singură perioadă de retragere ar trebui să se aplice din ziua următoare livrării ultimului produs.

Conform considerentului 40: „[...] consumatorul ar trebui să aibă posibilitatea de a-și exercita dreptul de retragere **înainte de dobândirea posesiei fizice asupra bunurilor**”. Mai mult, nimic nu împiedică consumatorul să refuze să intre în posesia bunurilor în acest caz:

- *De exemplu, după comandarea unui articol de la comerciantul X, consumatorul găsește o ofertă mai bună pentru același articol de la comerciantul Y; prin urmare, consumatorul notifică comerciantul X cu privire la exercitarea dreptului de retragere și nu ridică articolul de la oficiul poștal.*

6.2. Informații privind dreptul de retragere

Articolul 6 alineatul (1) solicită comercianților să furnizeze anumite informații cu privire la dreptul de retragere din contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la distanță.

Articolul 6 alineatul (1)

(h) în cazul în care există un drept de retragere, condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv, în conformitate cu articolul 11 alineatul (1), precum și formularul tipizat de retragere, prezentat în anexa I punctul B;

(i) acolo unde este cazul, faptul că consumatorul va trebui să suporte costul aferent returnării bunurilor în caz de retragere și, pentru contractele la distanță, dacă bunurile, prin însăși natura lor, nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă, costul aferent returnării bunurilor;

(j) în cazul în care consumatorul își exercită dreptul de retragere după formularea unei cereri în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) sau cu articolul 8 alineatul (8), informația potrivit căreia consumatorul este ținut să achite comerciantului costuri rezonabile, în conformitate cu articolul 14 alineatul (3);

(k) în cazul în care dreptul de retragere nu este prevăzut în conformitate cu articolul 16, informația conform căreia consumatorul nu va beneficia de un drept de retragere sau, după caz, circumstanțele în care consumatorul își pierde dreptul de retragere; [...]

În temeiul articolului 6 alineatul (1), informațiile trebuie să fie clare și inteligibile. În temeiul articolului 6 alineatul (4), comerciantul poate folosi modelul de instrucțiuni privind retragerea de la **punctul A din anexa I** la directivă pentru furnizarea informațiilor menționate la literele (h), (i) și (j). Dacă informațiile sunt completate în mod corect și furnizate consumatorului, comerciantul a îndeplinit aceste cerințe de informare.

Cu toate acestea, **instrucțiunile model privind retragerea** de la punctul A din anexa I **nu sunt obligatorii** și comerciantul poate ajusta formularea lor, de exemplu, prin utilizarea termenului „eu/meu” în locul termenului „noi/nostri” dacă comerciantul este un antreprenor individual sau prin afișarea identității comerciantului și a datelor de contact în antetul formularului și făcând trimitere la aceste date în text.

În schimb, dacă dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h) se aplică, comerciantul ar trebui să furnizeze întotdeauna consumatorului **formularul tipizat de retragere** de la punctul B din anexa I, chiar atunci când comerciantul îi oferă, **de asemenea**, consumatorului opțiunea de completare și trimitere a unui formular pe site-ul său cu privire la dreptul de retragere, în conformitate cu articolul 11 alineatul (3).

Formularul online suplimentar poate fi **diferit de formularul tipizat de retragere**. Dar, în cazul în care comerciantul dorește să utilizeze un formular online diferit pentru a colecta mai multe informații de la consumator, precum motivele pentru retragere, orice alte întrebări de acest tip ar trebui prezentate separat și ar trebui să fie posibilă transmiterea formularului fără a răspunde la acestea.

La furnizarea informațiilor privind termenele în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h) pentru retragerea din contractele de vânzare în temeiul articolului 9 (cu excepția contractelor de livrare regulată a bunurilor), dacă modul exact de livrare (unic sau multiplu) nu este cunoscut în avans, comerciantul poate informa consumatorul că perioada de retragere va expira după 14 zile din ziua următoare celei în care consumatorul, sau o parte terță indicată de consumator, alta decât transportatorul, intră în **posesia fizică a ultimului bun sau lot al comenzii**.

În cazul în care se aplică una dintre **excepțiile de la dreptul de retragere** prevăzute la articolul 16, consumatorul ar trebui informat cu privire la excepția de la articolul 6 alineatul (1) litera (k).

În cazul în care se aplică una dintre excepțiile necondiționate, ar trebui furnizate numai informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k), nu informațiile privind dreptul de retragere de la articolul 6 alineatul (1) literele (h) și (i):

- *De exemplu, pentru produse precum lapte și carne, acoperite de exceptarea de la articolul 16 litera (d), numai informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k) sunt relevante, și anume comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la faptul că nu există drept de retragere din contract deoarece aceste produse se pot deteriora sau pot expira rapid.*

În schimb, pentru excepțiile care se aplică numai în anumite circumstanțe, informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k) ar trebui furnizate **pe lângă** informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) literele (h) și (j):

- *De exemplu pentru produsele alimentare la conservă care sunt sigilate în sensul articolului 16 litera (e), comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la condițiile, termenele-limită etc. de retragere conform articolului 6 alineatul (1) litera (h). Comerciantul ar trebui să informeze, de asemenea, consumatorul cu privire la faptul că din motive de igienă și de protecție a sănătății, consumatorul își pierde dreptul de retragere dacă conservele sunt desfăcute.*

Articolul 6 alineatul (1) litera (i) impune comerciantului să specifice **costul returnării bunurilor** care nu pot fi returnate în mod obișnuit prin poștă:

- *De exemplu, aceasta se aplică articolelor voluminoase, precum mobila și echipamentele de mari dimensiuni (frigidere, mașini de spălat etc.), care sunt de obicei livrate de la ușă la ușă mai degrabă decât predate pentru livrare la un oficiu poștal.*

Considerentul 36 explică faptul că această cerință de informare este îndeplinită, de exemplu în cazul în care comerciantul specifică un transportator (de exemplu, transportatorul desemnat pentru livrarea bunului) și un preț pentru returnarea bunurilor.

Considerentul 36 specifică, de asemenea, că *„în cazul în care comerciantul nu poate calcula anticipat în mod rezonabil costul returnării bunurilor, de exemplu din cauză că nu oferă el însuși un aranjament pentru returnarea bunurilor, comerciantul ar trebui să menționeze că un astfel de cost urmează a fi plătit și că acesta ar putea fi ridicat, dând totodată o estimare rezonabilă a costului maxim, care s-ar putea baza pe costul de livrare către consumator”*.

În cazul în care comerciantul oferă mai multe modalități de livrare, costul returnării poate fi estimat pe baza costului metodei specifice de livrare alese de consumator:

- *De exemplu, dacă livrarea se face la adresa consumatorului, atunci costul returnării se poate baza pe costul recuperării bunurilor la acea adresă.*

Obligația de a specifica costul de returnare sau de a furniza o estimare nu ar trebui să îi impună comerciantului să furnizeze aceste informații pentru diferite scenarii posibile de returnare (precum returnarea pieselor de mobilier asamblate care au fost livrate neasamblate ambalate într-un pachet).

6.3. Exercițarea dreptului de retragere

Conform articolului 11 din directivă, consumatorul se poate retrage din contract fie folosind formularul tipizat de retragere, fie prin depunerea unei alte declarații neechivoce. Considerentul 44 relevant se referă la „returnarea bunurilor însoțită de o declarație clar formulată”: „[...] Cu toate acestea, consumatorul ar trebui să aibă în continuare libertatea de a se retrage **folosind propriile formulări**, cu condiția ca declarația sa către comerciant, care conține decizia sa de a se retrage din contract, să fie lipsită de echivoc. O scrisoare, un apel telefonic sau returnarea bunurilor însoțită de o declarație clar formulată ar putea satisface această cerință, dar sarcina probei privind retragerea în termenul fixat prin directivă ar trebui să îi revină consumatorului. Din acest motiv, este în interesul acestuia din urmă să utilizeze un suport durabil atunci când comunică comerciantului retragerea sa.”

Prin urmare, nu ar trebui să fie posibilă retragerea din contract doar prin simpla returnare a bunurilor fără nicio declarație explicită în acest sens. Refuzarea livrării sau neridicarea bunurilor de la oficiul poștal nu se vor considera ca modalități valabile de exprimare a dorinței de retragere. În acest fel, directiva asigură faptul că, în cazul în care, din motive tehnice, pachetul nu a fost livrat consumatorului, comerciantul nu va considera în mod eronat că returnarea pachetului înseamnă retragere.

Pe de altă parte, declarația folosită de consumator pentru retragerea din contract nu trebuie să facă neapărat trimitere la „dreptul de retragere” în termeni juridici:

- *De exemplu, și o declarație de „reziliere” sau „retractare” a contractului sau care folosește cuvinte similare ar trebui considerată ca fiind suficient de „neechivocă” în măsura în care consumatorul și contractul în cauză sunt identificabile.*

Deoarece consumatorului îi revine sarcina probei privind exercitarea dreptului de retragere, considerentul 44 subliniază beneficiile utilizării unui suport durabil în cazul unui litigiu. Mai mult, dovada trimiterii notificării ar asigura în mod clar o măsură de siguranță suplimentară pentru consumator în susținerea cazului său:

- *De exemplu, consumatorul ar putea să păstreze o copie a e-mailului trimis sau al recipisei pentru scrisoarea recomandată.*

6.4. Dreptul de retragere cu privire la bunuri

6.4.1. Bunuri multiple sau defecte

Un consumator ar putea să dorească să **se retragă parțial** dintr-un contract pentru bunuri multiple dacă dorește să anuleze achiziția unuia sau câtorva dintre acestea.

Deși directiva nu prevede în mod expres acest drept, nu împiedică comerciantul și consumatorul să convină asupra retragerii parțiale din contract prin returnarea unui singur bun individual sau a câtorva bunuri vândute în temeiul unei singure comenzi. De exemplu, dacă bunurile furnizate în temeiul aceluiași contract includ articole promoționale, comerciantul nu ar trebui să aibă obligația de a fi de acord cu returnarea doar a articolelor vândute la preț întreg.

Situația ar fi diferită în cazul în care consumatorul nu a fost de acord să primească un cadou pe care comerciantul l-ar fi furnizat oricum. Un astfel de cadou poate fi tratat ca nesolicitat și astfel se supune normelor privind vânzarea nesolicitată. Articolul 27 și punctul 29 din anexa I la Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale interzice practica prin care *„Comerciantul solicită plata pe loc sau plata ulterioară **pentru produsele pe care le furnizează** dar pe care consumatorul nu le-a solicitat sau solicită rambursarea sau păstrarea lor, cu excepția produselor de substituție furnizate în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) din Directiva 97/7/CE (vânzare nesolicitată)”*.

În situația în care consumatorului i-a fost furnizat un bun defect, care nu este în conformitate cu contractul conform prevederilor Directivei 1999/44/CE privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe, consumatorul ar trebui să aibă opțiunea, în decursul unei perioade de 14 zile de la livrare, fie să invoce măsurile corective prevăzute în acea directivă, fie să se retragă din contract.

6.4.2. Returnarea bunurilor

Articolul 14

(1) Cu excepția cazului în care comerciantul s-a oferit să recupereze el însuși bunurile, consumatorul returnează bunurile sau le înmânează comerciantului sau unei persoane autorizate de comerciant să recepționeze bunurile, fără întârziere nejustificată și în decurs de cel mult 14 zile de la data la care acesta a comunicat comerciantului decizia sa de retragere din contract în conformitate cu articolul 11. Termenul este respectat dacă bunurile sunt trimise înapoi de consumator înainte de expirarea perioadei de 14 zile.

Consumatorul suportă doar costurile directe legate de returnarea bunurilor, cu excepția cazului în care comerciantul acceptă să suporte acele costuri sau în care comerciantul nu a informat consumatorul că aceste costuri trebuie suportate de consumator.

În cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale, în cazul cărora bunurile au fost livrate la domiciliul consumatorului la momentul încheierii contractului, comerciantul preia bunurile pe cheltuiala sa dacă bunurile, prin natura lor, nu pot fi returnate în mod normal prin poștă.

Articolul 14 alineatul (1) solicită consumatorului returnarea bunurilor comerciantului prin trimiterea lor înapoi în termen de 14 zile de la ziua următoare notificării comerciantului de către consumator cu privire la retragerea din contract. Cu toate acestea, întrucât consumatorul este responsabil pentru manipularea bunurilor și valoarea lor redusă pe durata perioadei de exercitare a dreptului de retragere (a se vedea, de asemenea, capitolul 6.4.4), ar trebui să fie în interesul consumatorului să le returneze cât mai repede posibil, mai degrabă decât să aștepte expirarea termenului.

Există o excepție pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale**. Dacă bunurile au fost livrate la locuința consumatorului în momentul încheierii contractului, **comerciantul trebuie să recupereze** pe propria cheltuială aceste bunuri, care „nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă”.

Prin urmare, această cerință este o excepție de la regula generală de la articolul 6 alineatul (1) litera (i) care impune comercianților să **informeze consumatorul** cu privire la costul returnării acestor bunuri care „nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă” (a se vedea capitolul 6.2).

Costul direct al returnării bunurilor este plătit de consumator, cu excepția cazului în care comerciantul nu a informat consumatorul cu privire la această cerință în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (i) sau a convenit să suporte costul. Aceste două informații sunt incluse, de asemenea, în modelul de instrucțiuni privind retragerea de la punctul A din anexa I, pe care comercianții îl pot folosi pentru a îndeplini obligația de informare a consumatorului. Noțiunea de „cost direct” ar trebui să excludă orice cost administrativ, de manipulare sau „de reprovizionare” suportat de comerciant în legătură cu returnarea bunurilor.

O ofertă din partea comerciantului de a-și „recupera el însuși bunurile” ar trebui să oblige consumatorul numai atunci când comerciantul s-a oferit, de asemenea, să **suporte costul**. Dacă nu este cazul și consumatorul găsește o modalitate de returnare mai eficientă din punct de vedere al costurilor și de încredere oferită de un furnizor de servicii recunoscut, consumatorul nu ar trebui să fie obligat în temeiul directivei să accepte oferta comerciantului de a recupera bunurile.

6.4.3. Rambursarea sumelor primite drept plată din partea consumatorului

Articolul 13

1. Comerciantul rambursează toate sumele pe care le-a primit drept plată din partea consumatorului, inclusiv, după caz, costurile livrării, fără întârziere nejustificată și, în orice caz, nu mai târziu de 14 zile de la data la care este informat de decizia de retragere din contract a consumatorului în conformitate cu articolul 11.

Comerciantul rambursează sumele menționate la primul paragraf folosind aceleași modalități de plată ca și cele folosite de consumator pentru tranzacția inițială, cu excepția cazului în care consumatorul a fost de acord cu o altă modalitate de plată și cu condiția ca consumatorul să nu trebuiască să plătească comisioane în urma rambursării.

2. Fără a aduce atingere alineatului (1), comerciantul nu este obligat să ramburseze costurile suplimentare în cazul în care consumatorul a ales în mod explicit un alt tip de livrare decât livrarea standard oferită de comerciant.

3. Cu excepția cazului în care comerciantul s-a oferit să recupereze el însuși bunurile, în cazul contractelor de vânzare, comerciantul poate amâna rambursarea până la data recepționării bunurilor care au făcut obiectul vânzării sau până la momentul primirii unei dovezi din partea consumatorului conform căreia acesta a trimis bunurile către comerciant, luându-se în considerare data cea mai apropiată.

Articolul 13 alineatul (1) solicită comerciantului efectueze rambursarea fără întârziere nejustificată și în termen **de cel mult 14 zile** de la data la care consumatorul informează comerciantul cu privire la decizia de retragere din contract.

Pentru contractele de vânzare, în temeiul articolului 13 alineatul (3), comerciantul poate **amâna rambursarea dincolo de acest termen** numai până la data *recepționării bunurilor care au făcut obiectul vânzării sau până la momentul primirii unei dovezi din partea consumatorului conform căreia acesta a trimis bunurile către comerciant.*

Dacă bunurile sau dovada sunt primite după expirarea perioadei de 14 zile, comerciantul ar trebui să ramburseze suma consumatorului fără întârziere nejustificată. Ceea ce constituie „întârziere nejustificată” trebuie evaluat de la caz la caz; cu toate acestea, în circumstanțe normale, prelucrarea rambursării nu ar trebui să dureze mai mult de câteva zile.

Articolul 13 alineatul (3) clarifică obligațiile consumatorilor și comercianților în ceea ce privește permisiunea de amânare a rambursării de către comerciant. Aceasta îmbunătățește poziția comerciantului în comparație cu Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, care

solicita comerciantului să ramburseze consumatorului sumele cât mai repede posibil și în orice caz în termen de 30 de zile, fără a specifica dacă consumatorul trebuie să trimită mai întâi bunurile înapoi [a se vedea articolul 6 alineatul (2) din Directiva privind vânzările la distanță].

Conceptul de „**dovadă a returnării bunurilor**” este în mod evident foarte important pentru punerea în aplicare a articolului 13 alineatul (3). În principiu această „dovadă” ar trebui înțeleasă ca declarația scrisă din partea unui furnizor de transport sau de servicii poștale recunoscut care să menționeze expeditorul și destinatarul.

În principiu, această dovadă nu ar trebui să implice neapărat garanții din partea terților că bunurile în cauză au fost inspectate și verificate. Astfel de servicii suplimentare este posibil să fie costisitoare și astfel ar putea descuraja consumatorul de la exercitarea dreptului de retragere, fapt exclus în mod specific de directivă (a se vedea considerentul 47: „[...] *Obligațiile consumatorului în cazul retragerii nu ar trebui să descurajeze consumatorul să exercite dreptul său de retragere.*”).

Deși articolul 14 alineatul (2) dă dreptul comerciantului să tragă la răspundere consumatorul pentru orice diminuare a valorii bunurilor cauzată de manipularea necorespunzătoare a acestora în timpul perioadei de retragere, în temeiul articolului 13 alineatul (3) comerciantul trebuie să ramburseze consumatorului suma după primirea dovezii conform căreia bunurile au fost trimise.

În cazul în care consumatorul acceptă oferta comerciantului de recuperare a bunurilor sau în cazul în care comerciantul s-a oferit să le recupereze pe propria cheltuială, comerciantul nu ar trebui să poată invoca dreptul de amânare a rambursării, conform articolului 13 alineatul (3). Aceasta ar trebui să constituie un stimulente suplimentar pentru comerciant în vederea efectuării demersurilor de returnare a bunurilor cât mai repede posibil.

Articolul 13 alineatul (1) solicită în mod expres comerciantului să utilizeze **aceeași modalitate plată** pentru rambursare ca cea utilizată de consumator pentru tranzacția inițială. În special, comerciantul ar trebui să ramburseze întreaga sumă plătită de consumator în moneda plății:

- *De exemplu, în situația în care consumatorul a făcut plata transferând 50 EUR în contul bancar al comerciantului, comerciantul ar trebui să ramburseze suma consumatorului prin transferarea aceleiași sume, acoperind, de asemenea, orice taxe percepute pentru acest transfer de către banca consumatorului.*
- *Cu toate acestea, comerciantul nu ar trebui să acopere niciun fel de comisioane bancare plătite de consumator pentru plata inițială.*
- *În cazul în care contul bancar al consumatorului este într-o anumită monedă, dar plata și rambursarea se fac într-o monedă diferită, comerciantul nu ar trebui să fie responsabil pentru nicio pierdere care rezultă din schimbul valutar realizat de banca consumatorului la rambursare.*

Articolul 13 alineatul (1) permite, de asemenea, comerciantului și consumatorului să convină în mod expres **o metodă diferită**, precum rambursarea prin cec bancar în loc de transfer sau într-o altă monedă decât cea a plății, în contextul în care consumatorul nu suportă niciun fel de taxe ca urmare a utilizării unei alte metode:

- *De exemplu, dacă comerciantul obține acordul consumatorului de a accepta o rambursare prin cec bancar în loc de transfer bancar, comerciantul ar trebui să suporte orice costuri suplimentare pentru consumator, de exemplu costurile bancare sau ale schimbului valutar care rezultă din utilizarea de către comerciant a unei modalități de plată diferite.*

În ceea ce privește utilizarea **cupoanelor**, considerentul 46 precizează: „Rambursarea nu ar trebui făcută prin bonuri valorice cu excepția situației în care consumatorul a folosit bonuri valorice pentru tranzacția inițială sau le-a acceptat în mod expres”.

6.4.4. Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor

Articolul 14

2. *Consumatorul este responsabil doar în ceea ce privește diminuarea valorii bunurilor care rezultă din manipularea bunurilor, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării bunurilor. Indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii bunurilor în cazul în care comerciantul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).[...]*

5. *Cu excepția celor prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la prezentul articol, exercitarea dreptului de retragere nu atrage răspunderea consumatorului.*

Conform explicațiilor de la considerentul 47, consumatorii se pot retrage din contract indiferent de modul în care bunurile au fost manipulate în timpul perioadei de retragere: „Unii consumatori își exercită dreptul de retragere după ce au utilizat bunurile într-o măsură care depășește limita necesară stabilirii naturii, caracteristicilor și modului de funcționare a bunurilor. **În acest caz, consumatorul nu ar trebui să își piardă dreptul de retragere, ci să răspundă pentru eventuala diminuare a valorii bunurilor.** [...]”.

Totuși, în aceste cazuri, conform articolului 14 alineatul 2 consumatorul este responsabil „doar în ceea ce privește diminuarea valorii bunurilor care rezultă din manipularea bunurilor, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării bunurilor”. Considerentul 47 explică mai departe această obligație: “[...]. Pentru a stabili natura, caracteristicile și modul de funcționare a bunurilor, **consumatorul ar trebui să le mănuiască și să le inspecteze în același mod în care i s-ar permite să o facă într-un magazin.** De exemplu, consumatorul ar trebui doar să probeze un articol de îmbrăcăminte, nu să îl poarte. Prin urmare, în timpul perioadei de retragere, consumatorul ar trebui să mănuiască și să inspecteze bunurile cu grijă necesară.”

Diminuarea valorii bunurilor poate consta, în special, în costurile de curățare și reparare și, dacă bunurile nu mai pot fi vândute ca noi, pierderea justificată în mod obiectiv de venit pentru comerciant în cazul în care folosește bunul returnat ca bun de ocazie.

Dacă testarea de către consumator a bunurilor a depășit ceea ce este necesar pentru a stabili natura lor, în eventualitatea unui litigiu vor trebui evaluate caracteristicile și funcționarea de la caz la caz. Comparația cu ceea ce consumatorul poate face în mod normal într-un magazin fizic servește ca un punct de referință bun, de exemplu:

- *Înainte de achiziționarea unui echipament audio/video și de înregistrare, consumatorul ar trebui să poată, în mod normal, să testeze calitatea imaginii sau sunetului;*
- *Probarea unui articol de îmbrăcăminte într-un magazin nu ar trebui să implice îndepărtarea etichetelor producătorului;*
- *Consumatorul nu ar trebui să poată, în mod normal, să testeze în mod practic aparatele electrocasnice, precum electrocasnicele de bucătărie, a căror utilizare reală ar lăsa în mod inevitabil urme;*
- *Consumatorul nu ar trebui să poată, în mod normal să configureze software-ul pe un computer; așadar costurile rezonabile pentru orice resetare a unui astfel de echipament ar constitui, de asemenea, o diminuare a valorii.*

Trebuie să se aibă în vedere că „stabilirea funcționării” bunurilor în acest context diferă de verificarea pentru a stabili că acestea nu au defecte din niciun punct de vedere. Dacă se dovedește ulterior în utilizare că bunurile sunt defecte, consumatorul este protejat de legislația privind vânzarea de bunuri de consum și garanțiile conexe (Directiva 1999/44/CE).

În principiu, consumatorul ar trebui să poată **deschide ambalajul** pentru a avea acces la bunuri dacă bunuri similare sunt în mod normal afișate în magazine fără ambalaj. Astfel, deteriorarea ambalajului prin simpla sa deschidere nu reprezintă un motiv de solicitare a despăgubirilor. Cu toate acestea, foliile de protecție aplicate articolului ar trebui îndepărtate numai dacă este strict necesară testarea sa.

În legătură cu dreptul de retragere în temeiul Directivei 97/7/CE privind vânzările la distanță, înlocuită, Curtea de Justiție a decis în cauza [C-489/07 Pia Messner](#) (punctul 27) că o reglementare națională **care impune consumatorului sarcina probei** în sensul că nu a utilizat acest bun în decursul termenului de retractare într-un mod care depășește ceea ce era

necesar pentru a-i permite să exercite în mod util dreptul de retractare ar aduce atingere eficacității și efectivității dreptului de retractare.²¹

Directiva nu reglementează **asigurarea punerii în aplicare a răspunderii consumatorului** pentru diminuarea valorii bunurilor. În special, aceasta nu specifică dacă această răspundere implică doar posibilitatea comerciantului de a introduce proceduri judiciare împotriva consumatorului sau posibilitatea comerciantului de a percepe în mod unilateral daune consumatorului sau de a reduce suma oricărei rambursări datorate consumatorului pentru a compensa diminuarea pretinsă a valorii bunurilor.

Aceste aspecte se supun, prin urmare dreptului general al contractelor și celui procedural din statele membre, conform articolului 3 alineatul (5). De exemplu, statele membre pot permite comercianților să reducă suma rambursată pentru produsele returnate pentru a acoperi diminuarea valorii lor ca urmare a manipulării necorespunzătoare în timpul perioadei de exercitare a dreptului de retragere.

În temeiul articolului 14 alineatul (2), *„indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii bunurilor în cazul în care comerciantul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).”* O altă consecință a netransmiterii acestor informații în temeiul articolului 10 din directivă este că **perioada de retragere se extinde până la 12 luni**. Aceasta înseamnă că, un consumator se poate retrage din contract după o perioadă considerabilă de timp, în care acesta a folosit efectiv bunurile fără a fi responsabil pentru uzura rezultată.

6.4.5. Riscul returnării bunurilor comerciantului

Directiva nu reglementează cine suportă riscul de **pierdere sau deteriorare accidentală în timpul returnării bunurilor** atunci când consumatorul se retrage din contract. Prin urmare, acest aspect se supune, de asemenea, dreptului intern, care poate, de exemplu să prevadă că răspunderea pentru riscul din timpul returnării bunurilor îi revine consumatorului, acesta fiindu-i transferat în momentul livrării în conformitate cu articolul 20.

În principiu, la returnarea bunurilor, consumatorul ar trebui să ia măsuri rezonabile de precauție, de exemplu, prin alegerea unui furnizor de servicii poștale sau de transport recunoscut, pentru a se asigura că bunurile ajung la comerciant și nu sunt deteriorate în timpul transportului.

²¹ „27. În această privință, trebuie să se arate că rezultă din ultima teză a considerentului (14) al Directivei 97/7 că este de competența statelor membre să determine alte condiții și modalități consecutive exercitării dreptului de retractare. Această competență trebuie să fie totuși exercitată cu respectarea finalității directivei menționate și nu poate, în special, să aducă atingere eficacității și efectivității dreptului de retractare. Aceasta ar fi, de exemplu, situația dacă ar rezulta că nivelul despăgubirii, precum aceea evocată la punctul precedent, este disproporționat prin raportare la prețul de achiziție al bunului respectiv sau dacă **reglementarea națională ar impune consumatorului sarcina probei în sensul că nu a utilizat acest bun în decursul termenului de retractare într-un mod care depășește ceea ce era necesar pentru a-i permite să exercite în mod util dreptul de retractare.**”

În cazul în care consumatorul **nu a intrat niciodată în posesia fizică a bunurilor**, de exemplu prin refuzarea livrării, fie fără o declarație explicită, fie cu o declarație adresată comerciantului cu privire la retragerea din contract, comerciantul ar continua să suporte riscul de pierdere sau deteriorare deoarece nu ar fi avut loc transferul riscului către consumator conform articolului 20.

6.5. Retragerea de la furnizarea de servicii

6.5.1. *Consimțământul consumatorului cu privire la obligația de compensare și executare imediată*

Articolul 14

3. Atunci când consumatorul își exercită dreptul de retragere după transmiterea cererii în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) sau cu articolul 8 alineatul (8), consumatorul plătește comerciantului o sumă proporțională cu ceea ce s-a furnizat până la momentul în care consumatorul a informat comerciantul cu privire la exercitarea dreptului de retragere, în raport cu acoperirea totală a contractului. Suma proporțională care trebuie plătită comerciantului de către consumator este calculată pe baza prețului total convenit în contract. Dacă prețul total este excesiv, suma proporțională este calculată pe baza valorii de piață a ceea ce s-a furnizat.

Articolul 7 alineatul (3) și articolul 8 alineatul (8), care abordează contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la distanță, respectiv din aceleași puncte de vedere, prevăd că „În cazul în care consumatorul dorește ca prestarea unor servicii sau furnizarea de apă, gaz sau electricitate, atunci când acestea nu sunt puse în vânzare într-un volum limitat sau cantitate prestabilită, sau de încălzire centralizată să înceapă în timpul perioadei de retragere prevăzute la articolul 9 alineatul (2), comerciantul solicită consumatorului să facă o **cerere expresă în acest sens.**”

Prin urmare aceste dispoziții se aplică în situația în care consumatorul dorește ca serviciul să înceapă în timpul perioadei de retragere. Cu toate acestea, dispozițiile nu ar trebui să îl împiedice pe comerciant să propună în mod activ consumatorului să facă o astfel de solicitare. În același timp, acestea nu ar trebui să oblige comerciantul să ofere această opțiune sau să accepte solicitarea consumatorului.

Articolul 14 alineatul (3) permite consumatorului să se retragă din furnizarea serviciilor sau utilităților publice **chiar și după formularea unei solicitări exprese în acest sens.** Considerentul 50 confirmă, de asemenea, aceasta: „consumatorul ar trebui să beneficieze de dreptul său de retragere chiar și în cazul în care a solicitat prestarea serviciilor înainte de terminarea perioadei de retragere.”

Totuși, în ceea ce privește **contractele de servicii**, în temeiul articolului 16 litera (a), consumatorul își pierde dreptul de retragere „după prestarea completă a serviciilor, dacă executarea a început cu **acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul la retragere după executarea completă a contractului de către comerciant**” [articolul 16 litera (a)].

„Acordul expres” al consumatorului de la articolul 16 litera (a) ar trebui interpretat ca „solicitarea expresă” necesară în temeiul articolului 7 alineatul (3) și al articolului 8 alineatul (8). În cazul în care contractul de servicii este de o asemenea natură încât poate fi executat pe deplin în perioada de retragere, de exemplu un contract de instalare, comerciantul ar trebui să obțină de asemenea confirmarea consumatorului că a luat cunoștință de faptul își va pierde dreptul la retragere odată cu executarea completă a contractului.

Prin analogie cu normele privind plățile suplimentare de la articolul 22, termenii „solicitare/acord expres” în acest context ar trebui interpretați ca implicând **o acțiune pozitivă din partea consumatorului**, precum bifarea unei căsuțe pe site-ul internet. Utilizarea unei căsuțe bifate în prealabil sau a unei clauze în condițiile și termenii generali în acest sens este posibil să nu îndeplinească aceste cerințe.

Solicitarea/consimțământul consumatorului și confirmarea luării la cunoștință pot fi exprimate simultan. Cerințele de la articolul 7 alineatul (3) / articolul 8 alineatul (8) și articolul 16 litera (a) ar putea fi îndeplinite de exemplu prin următoarea formulă:

- *[] Solicit prin prezenta executarea imediată a contractului de servicii și confirm că mi s-a adus la cunoștință că îmi voi pierde dreptul de retragere din contract odată ce contractul de servicii este executat pe deplin.*

Cererea/acordul expres al consumatorului poate fi, de asemenea, sub forma unui acord explicit între părți de a executa contractul la o anumită dată sau începând cu o anumită dată din perioada de retragere.

În cazul în care serviciile, precum instalarea, **sunt furnizate în temeiul unui contract de vânzare**, considerentul 50 stipulează următoarele: „[...] În cazul contractelor având drept obiect atât bunuri, cât și servicii, normele prevăzute de prezenta directivă cu privire la returnarea bunurilor ar trebui să se aplice la aspectele legate de bunuri, iar **regimul de compensare pentru servicii ar trebui să se aplice aspectelor legate de servicii**”.

Așadar, dacă serviciul este furnizat în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere din contractul de vânzare (de exemplu imediat la livrarea bunurilor), comerciantul ar trebui să obțină și **solicitarea expresă a consumatorului pentru prestarea serviciului** în timpul perioadei de exercitare a dreptului de retragere dacă dorește să obțină o despăgubire pentru acel serviciu în eventualitatea în care consumatorul se retrage din contract:

- *De exemplu, în cazul în care același contract de vânzare negociat în afara spațiilor comerciale sau la distanță prevede livrarea și instalarea unui aparat electrocasnic, consumatorul ar putea solicita comerciantului să instaleze aparatul imediat la livrarea acestuia. Cu toate acestea, consumatorul ar avea în continuare o perioadă de 14 zile de exercitare a dreptului de retragere din ziua următoare livrării. În situația în care consumatorul decide apoi să se retragă din contract în această perioadă, comerciantul ar avea dreptul la despăgubiri atât pentru costurile de instalare, cât și pentru orice diminuare a valorii aparatului.*

În cazul în care consumatorul se retrage din contract în timpul perioadei de exercitare a dreptului de retragere, după ce a solicitat executarea sa imediată, articolul 14 alineatul (3) impune consumatorului să plătească comerciantului o **sumă proporțională** cu ceea ce s-a furnizat în baza prețului total convenit:

- *De exemplu, un consumator care se retrage dintr-un contract de servicii de telefonie mobilă după ce a utilizat serviciul timp de 10 zile ar trebui să plătească comerciantului o treime din abonamentul lunar²² plus prețul oricăror servicii suplimentare primite în timpul acelei perioade.*

În cazul în care prestarea serviciilor implică costuri unice pentru comerciant pentru a le pune la dispoziția consumatorului, comerciantul le poate include în calculul despăgubirilor:

- *De exemplu, comerciantul poate include costul lucrărilor de instalare la reședința consumatorului care sunt realizate ca parte a unui contract de servicii de comunicații electronice terestre înainte de retragerea consumatorului din contract.*

Cu toate acestea, despăgubirile ar trebui să se bazeze pe **valoarea de piață** a ceea ce s-a furnizat dacă prețul total este excesiv. Explicațiile utile privind modul de a determina valoarea de piață sunt prezentate la considerentul 50, conform căruia: „[...] Calculul procentual al sumei ar trebui să se bazeze pe prețul convenit în contract, cu excepția situației în care consumatorul demonstrează că prețul total este, el însuși, disproporționat, în care caz suma de achitat se calculează pe baza valorii de piață a serviciului prestat. Valoarea de piață ar trebui să se stabilească prin comparație cu prețul unui serviciu echivalent, prestat de alți comercianți, din momentul încheierii contractului. [...]”

Considerentul 14 face trimitere la aplicarea normelor statelor membre „privind prețurile excesive sau de speculă” care pot fi relevante în aplicarea articolului 14 alineatul (3).

Aceste norme privind dreptul de retragere se aplică, de asemenea, serviciilor plătite care sunt furnizate prin mijloace electronice, de exemplu:

- *abonamente la servicii online de stocare a fotografiilor create de consumator, la rețele de socializare sau servicii online de telefonie de voce/video;*
- *abonamente la servicii online de prognoză meteo sau trafic;*
- *abonamentele la jurnalele/buletinele informative online (a se vedea, de asemenea, excepția de la dreptul de retragere în temeiul articolului 16 litera (j), care se aplică furnizării unui ziar, dar nu abonamentelor la un ziar).*

²² A se vedea articolul 3 litera (d) din Regulamentul nr. 1182/71, care stipulează că „dacă un termen include fracțiuni de lună, la calcularea acestor fracțiuni se consideră că o lună este formată din **treizeci de zile.**”

652. *Consecințele nerespectării de către comerciant a obligațiilor*

Articolul 14

4. Consumatorul nu suportă costurile pentru:

(a) prestarea serviciilor sau furnizarea de apă, gaze sau energie electrică, atunci când acestea nu sunt puse în vânzare într-un volum limitat sau cantitate prestabilă, sau încălzirea centralizată furnizată, în totalitate sau parțial, în cursul perioadei de retragere, dacă:

(i) comerciantul nu a furnizat informații în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h) sau (i); sau

(ii) consumatorul nu a cerut expres ca prestarea să înceapă în timpul perioadei de retragere în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) și cu articolul 8 alineatul (8);[...]

În temeiul articolului 14 alineatul (4) litera (a) consumatorul nu suportă nici un cost, și anume consumatorul are dreptul fie la o rambursare a sumei plătite fie la a nu plăti deloc în cazul în care comerciantul nu i-a furnizat informațiile necesare cu privire la dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h) sau (j) sau în cazul în care consumatorul nu a solicitat în mod expres ca serviciul să înceapă în timpul perioadei de retragere.

Ca și în cazul bunurilor menționate mai sus, nefurnizarea acestor informații specifice se poate dovedi costisitoare pentru comerciant deoarece, în temeiul articolului 10, perioada de retragere poate fi prelungită până la 12 luni. Aceasta înseamnă că, pentru o perioadă destul de lungă, consumatorul poate avea dreptul la servicii sau utilități publice gratuite.

6.6. Rezilierea contractului după exercitarea dreptului de retragere

Articolul 12

Exercitarea dreptului de retragere pune capăt obligațiilor părților contractuale:

(a) de a executa contractul la distanță sau contractul negociat în afara spațiului comercial; sau

(b) de a încheia un contract la distanță sau negociat în afara spațiului comercial, în cazul în care consumatorul a efectuat o comandă.

Articolul 12 stipulează că prin exercitarea dreptului de retragere, obligațiile părților de executare a contractului sunt reziliate, în special obligația consumatorului de a plăti sau de a încheia contractul, atunci când consumatorul a făcut oferta.

Cu toate acestea, în temeiul articolului 3 alineatul (2), această normă nu afectează alte norme UE specifice sectorului privind rezilierea contractelor.

- *De exemplu, Directiva 2009/72/CE privind piața internă a energiei electrice²³ și Directiva 2009/73/CE privind piața internă în sectorul gazelor naturale²⁴ [articolul 3 alineatul (6)] prevăd că, atunci când un client, respectând condițiile contractuale, dorește să schimbe furnizorul, operatorul (operatorii) vizat (vizați) trebuie să facă schimbarea în termen de trei săptămâni.*

Așadar, în cazul în care consumatorul decide să se retragă dintr-un contract de electricitate sau de gaze și să se transfere la un nou furnizor, furnizorul anterior și consumatorul pot avea în continuare obligații în temeiul contractului pe o perioadă de până la trei săptămâni, prin derogare de la normele de la articolul 14 alineatul (3) privind despăgubirile pentru ceea ce s-a furnizat până la retragere.

6.7. Contracte accesorii

Articolul 15

1. Fără a aduce atingere articolului 15 din Directiva 2008/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 aprilie 2008 privind contractele de credit pentru consumatori, în cazul în care consumatorul exercită dreptul său de retragere din cadrul unui contract la distanță sau al unui contract negociat în afara spațiului comercial în conformitate cu articolele 9-14 din prezenta directivă, orice contract auxiliar este reziliat în mod automat, fără costuri pentru consumator, cu excepția cazurilor prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la articolul (14) din prezenta directivă.

2. Statele membre stabilesc norme detaliate privind rezilierea unor astfel de contracte.

Articolul 2 alineatul (15) definește contractul auxiliar ca: „un contract prin care consumatorul obține bunurile sau serviciile care fac obiectul unui contract la distanță sau al unui contract negociat în afara spațiului comercial, iar aceste bunuri sau servicii sunt livrate, respectiv prestate de comerciant sau de o parte terță pe baza unui acord între partea terță respectivă și comerciant”, de exemplu:

- *un contract de livrare, întreținere sau instalare;*
- *un contract de asigurare sau de credit pentru finanțarea unei achiziții.*

²³ Directiva 2009/72/CE privind normele comune pentru piața internă a energiei electrice și de abrogare a Directivei 2003/54/CE, articolul 3 alineatul (5):

„Statele membre garantează că:

(a) în situația în care un client dorește să schimbe furnizorul, cu respectarea condițiilor contractuale, modificarea este realizată de către operatorul (operatorii) în cauză în termen de trei săptămâni, precum și

(b) consumatorii au dreptul de a primi toate datele pertinente privind consumul.”

²⁴ Directiva 2009/73/CE privind normele comune pentru piața internă a energiei electrice și de abrogare a Directivei 2003/55/CE, articolul 3 alineatul (6):

„Statele membre garantează că:

(a) în situația în care un client dorește să schimbe furnizorul, cu respectarea condițiilor contractuale, modificarea este realizată de către operatorul/operatorii în cauză în termen de trei săptămâni, și

(b) clienții au dreptul de a primi toate datele relevante privind consumul.”

Deși în general sunt excluse din domeniul de aplicare al directivei în temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (d), orice contracte auxiliare de asigurare sau de credit se vor rezilia în conformitate cu articolul 15.

Relația dintre contractele conexe separate ar trebui evaluată pentru a stabili care este contractul principal și care este contractul auxiliar contractului principal:

- *De exemplu, în cazul în care prin contracte separate cu același comerciant, un consumator achiziționează servicii de telefonie mobilă și un telefon mobil care este plătit (parțial) în prețul lunar pentru serviciu, contractul de servicii ar trebui considerat contractul principal. Aceasta nu ar trebui să împiedice consumatorul de la retragerea separată numai din contractul de vânzare auxiliar păstrând în același timp contractul de servicii.*

În cazul în care contractul auxiliar face obiectul directivei (de exemplu, un contract de livrare sau de instalare), consumatorul ar trebui să despăgubească comerciantul pentru costul a ceea ce s-a furnizat în conformitate cu articolul 13 alineatul (2) și articolul 14.

Pe de altă parte, în cazul în care contractul auxiliar este în general în afara domeniului de aplicare al directivei (precum un contract de asigurare sau de credit), consecințele rezilierii se vor supune normelor sectoriale specifice sau dreptului general al contractelor din statele membre.

Normele detaliate privind rezilierea contractelor auxiliare vor fi prevăzute de statele membre. Acestea pot include, de exemplu, obligația comerciantului de a informa alt comerciant relevant atunci când este informat de un consumator cu privire la decizia consumatorului de a se retrage din contractul principal.

6.8. Excepții de la dreptul de retragere

Articolul 16 enumeră 13 contracte/situații în care consumatorul nu are drept de retragere sau își pierde dreptul în anumite condiții. Următoarele situații sau contracte merită o atenție deosebită aici.

6.8.1. Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar

Articolul 16

(c) furnizarea de bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar;

Această excepție de la dreptul de retragere este identică celei prevăzute la articolul 6 alineatul (3) din Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță.

„Bunurile produse conform specificațiilor clientului” sunt definite în articolul 2 din directivă ca „bunuri care nu sunt prefabricate, produse pe baza opțiunilor individuale sau a deciziei clientului”. Considerentul 49 din Directivă face trimitere la „perdelele confecționate la

cerere” ca un exemplu de bunuri realizate în conformitate cu cerințele consumatorului sau clar personalizate.

Deoarece această normă este o excepție de la norma mai generală a directivei care dă consumatorilor dreptul de retragere din contractele la distanță/negociate în afara spațiilor comerciale, ar trebui interpretată în sens restrâns.

Astfel, această excepție ar trebui să acopere, de exemplu:

- *bunuri, pentru care consumatorul a furnizat specificații, precum măsurători pentru mobilier sau dimensiunea unui material;*
- *bunuri pentru care consumatorul a solicitat anumite caracteristici personalizate, precum o anumită proiectare pentru un autovehicul care este fabricat la comandă sau o componentă specifică pentru un computer, care trebuie să fie achiziționată individual pentru acea comandă și care nu face parte din oferta generală a comerciantului pentru public;*
- *etichete cu adrese cu datele de contact ale consumatorului sau tricouri cu un imprimeu personalizat.*

Specificarea/personalizarea în acest context ar trebui să însemne că bunurile sunt, în principiu, unice și produse conform dorințelor și cerințelor individuale specificate de consumator și convenite cu comerciantul.

În schimb, în cazul în care consumatorul compune bunurile doar prin alegerea din opțiunile standard (prestabilite) furnizate de comerciant, precum culoarea sau dotările suplimentare ale unei mașini sau compune un set de mobilier pe baza elementelor standard, nu ar trebui să fie posibil să se vorbească fie despre „specificare” sau „personalizare” în sensul restrâns al acestei dispoziții.

6.8.2. Bunuri cu caracteristici specifice

Articolul 16

- (d) furnizarea de bunuri care sunt susceptibile a se deteriora sau a se perima rapid;*
- (e) furnizarea de bunuri sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de consumator;*
- (f) furnizarea de bunuri care sunt, după livrare, potrivit naturii acestora, inseparabil amestecate cu alte elemente;*

Un exemplu de bunuri care se pot deteriora sau pot expira rapid menționate la litera (d) ar putea fi:

- *alimente și băuturi cu termene de valabilitate scurte, inclusiv cele care trebuie refrigerate.*

Pentru ca un articol să poată beneficia de exceptarea de la litera (e), ar trebui să existe motive veritabile de igienă și de protecție a sănătății pentru utilizarea unui sigiliu, care poate consta în folie sau ambalaj de protecție. Această exceptare s-ar putea aplica, de exemplu, următoarelor bunuri dacă sunt desigilate de consumator după livrare:

- *produse cosmetice precum rujurile;*
- ~~saltelele.~~ [C-681/17](#)

Pentru alte produse cosmetice care nu pot fi considerate ca fiind sigilate din motive de igienă sau de protecție a sănătății, comerciantul poate propune consumatorului un alt mod de testare a acestora, ca într-un magazin, de exemplu, prin includerea unei mostre gratuite cu produsul. În acest fel, consumatorii nu vor mai fi nevoiți să deschidă ambalajul produsului pentru a-și exercita dreptul de a stabili natura și caracteristicile produsului.

Considerentul 49 face trimitere la furnizarea de „combustibil” ca un exemplu de bunuri amestecate inseparabil cu alte bunuri.

6.8.3. *Contractele cu o dată sau o perioadă de executare specifică*

Articolul 16

(l) prestarea de servicii de cazare, pentru alt scop decât cel rezidențial, transport de mărfuri, închiriere de mașini, catering sau în legătură cu agreementul, în cazul în care contractul prevede o dată sau o perioadă de executare specifică;

Pentru ca această excepție să se aplice, contractul ar trebui să stipuleze „o dată sau o perioadă de executare specifică”. Deoarece aceasta este o excepție, ar trebui interpretată în mod restrâns. Prin urmare, aceasta ar trebui să se aplice ținând cont de motivele menționate la considerentul 49: „[...] Acordarea unui drept de retragere consumatorului ar putea de asemenea să fie inadecvată în cazul anumitor servicii în situația în care **încheierea contractului implică rezervarea unor capacități** pe care, în cazul exercitării dreptului de retragere, comerciantul poate să nu fie în măsură să le exploateze. De exemplu, o astfel de situație ar fi atunci când se fac rezervări la hotel sau pentru cabane de vacanță ori evenimente culturale sau sportive.”

Considerentul 49 menționează următoarele exemple pentru această excepție:

- *rezervări la hotel, pentru cabane de vacanță ori evenimente culturale sau sportive;*
- *alte exemple includ reprezentații teatrale la o dată specifică sau catering la o zi de naștere sau nuntă la o dată specifică.*

Termenul „mașini” folosit la articolul 16 litera (l) ar trebui interpretat ca făcând referire la vehiculele proiectate pentru **transportul de pasageri**²⁵.

Închirierea de motociclete și mijloace de transport altele decât autovehicule în date/perioade specifice ar putea fi, de asemenea, scutită de dreptul de retragere ca serviciu „în legătură cu agreementul”.

În cauza [C-336/03](#) *easyCar* privind Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, Curtea de Justiție a statuat că „transportul” include și punerea la dispoziție a mijloacelor de transport pentru consumatori (a se vedea, în special, punctele 26 și 31). Conform acelei interpretări, închirierea de camioane pentru transportul de bunuri la o dată specifică ar putea intra în domeniul de aplicare al excepției de la articolul 16 litera (l) pentru „transportul de bunuri”.

Deși articolul 16 litera (l) acoperă contractele de transport de bunuri, acesta nu s-ar aplica serviciilor de depozitare, chiar dacă sunt furnizate la date specifice.

7. LIVRARE

Articolul 18

1. Cu excepția cazului în care părțile au convenit altfel cu privire la momentul livrării, comerciantul livrează bunurile transferând posesia fizică sau controlul asupra bunurilor către consumator, fără întârziere nejustificată și în orice caz în decurs de cel mult 30 de zile de la încheierea contractului.

2. În cazul în care comerciantul nu și-a îndeplinit obligația de a livra bunurile în momentul convenit cu consumatorul sau în termenul stabilit la alineatul (1), consumatorul îi solicită să efectueze livrarea într-un termen suplimentar, corespunzător circumstanțelor. În cazul în care comerciantul nu livrează bunurile în termenul suplimentar respectiv, consumatorul are dreptul de a rezilia contractul.

Primul paragraf nu se aplică contractelor de vânzare în cazul în care comerciantul a refuzat să livreze bunurile sau în cazul în care livrarea în termenul convenit este esențială având în vedere toate circumstanțele existente la încheierea contractului sau în cazul în care consumatorul informează comerciantul, înainte de încheierea contractului, că livrarea înainte de sau la o dată precizată este esențială. În aceste cazuri, dacă comerciantul nu livrează bunurile în momentul convenit cu consumatorul sau în termenul stabilit la alineatul (1), consumatorul are dreptul de a rezilia contractul imediat.

²⁵ „Autoturism” este definit la articolul 2 alineatul (1) din Directiva 1999/94/CE (privind informațiile pentru consumatori privind economia de combustibil și emisiile de CO₂) ca orice „autovehicul din categoria M1, astfel cum este definit în anexa II a Directivei 70/156/CEE”. Directiva 70/156/CEE este în prezent înlocuită prin Directiva 2007/46/CE (privind omologarea autovehiculelor), în care autovehiculele din categoria M1 sunt definite ca „Vehicule proiectate și construite pentru transportul pasagerilor, care au cel mult opt locuri pe scaune, în afara scaunului conducătorului auto”. În fine, articolul 3 din această directivă definește „vehiculul” ca „, orice vehicul cu motor, complet, completat sau incomplet, care se deplasează prin propriile sale mijloace, având cel puțin patru roți, cu o viteză maximă constructivă mai mare de 25 km/h, inclusiv orice remorcă tractată de un autovehicul”.

3. *La rezilierea contractului, comerciantul rambursează fără întârzieri nejustificate toate sumele plătite în temeiul contractului.*

4. *În plus față de rezilierea contractului în conformitate cu alineatul (2), consumatorul poate recurge la alte căi de atac prevăzute de legislația națională.*

Articolul 18 se aplică numai contractelor de vânzare, astfel cum se specifică în mod expres la articolul 17 alineatul (1). Dispozițiile de la articolul 18 privind timpul de livrare sunt corelate cu cerința de la articolul 5 alineatul (1) litera (d) și articolul 6 alineatul (1) litera (g) pentru a indica timpul de livrare a bunurilor.

Conform articolului 6 alineatul (1) litera (g) privind **contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la distanță**, comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la „*data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile*”. Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale, conform** articolului 5 alineatul (1) litera (d), aceste informații trebuie furnizate „după caz”.

Prin urmare, în **contractele negociate în spațiile comerciale**, aceste informații nu trebuie furnizate dacă bunurile sunt livrate imediat sau dacă serviciile sunt prestate imediat. Pentru contractele de vânzare negociate în spațiile comerciale, de asemenea, aceste informații nu trebuie furnizate în cazul în care vânzătorul planifică să livreze bunurile în termenul de 30 de zile specificat la articolul 18 alineatul (1) (a se vedea, de asemenea, capitolul 4 privind cerințele precontractuale în materie de informare).

Este important de menționat că directiva nu conține norme specifice privind contractele de servicii în cazul în care comerciantul nu indică data furnizării serviciilor. Consecințele unei astfel de omisiuni pot fi reglementate în dreptul intern.

În temeiul articolului 18 alineatul (2), în cazul în care comerciantul nu livrează în acest termen sau în termenul menționat de consumator, consumatorul trebuie să convină împreună cu comerciantul asupra prelungirii perioadei de livrare. În cazul în care comerciantul nu a efectuat livrarea nici înainte de expirarea perioadei extinse, consumatorul are dreptul să rezilieze contractul.

Cu toate acestea, dacă perioada de livrare menționată sau perioada standard de 30 de zile este esențială (de exemplu pentru livrarea unei rochii de mireasă - a se vedea considerentul 52) și comerciantul nu livrează bunurile la timp, consumatorul ar trebui să aibă dreptul la rezilierea contractului imediat după expirarea termenului convenit inițial.

Dreptul intern poate reglementa modul în care consumatorul ar trebui să notifice comerciantului rezilierea contractului (a se vedea considerentul 52).

În temeiul articolului 18 alineatul (4), dreptul intern poate furniza consumatorului alte remedii, exemple în acest sens fiind oferite la considerentul 53: „*În plus față de dreptul consumatorului de a solicita încetarea contractului în cazul în care comerciantul nu și-a îndeplinit obligațiile de livrare a bunurilor în conformitate cu prezenta directivă, consumatorul poate, în conformitate cu dreptul intern aplicabil, să utilizeze alte remedii, cum*

ar fi să acorde comerciantului un termen suplimentar de livrare, să impună executarea contractului, să rețină plata și să solicite daune-interese.”

În temeiul articolului 18 alineatul (3), în cazul în care contractul este reziliat, comerciantul trebuie să ramburseze toate sumele plătite, fără întârziere nejustificată. Directiva nu specifică o limită de timp pentru rambursare. Dacă există un litigiu între consumator și comerciant cu privire la momentul rambursării, autoritățile naționale competente și instanțele vor trebui să facă o analiză de la caz la caz. În principiu, câteva zile lucrătoare ar fi de ajuns pentru comerciant pentru a procesa rambursarea.

8. TRANSFERAREA RISCULUI

Articolul 20

În cazul contractelor în care comerciantul livrează bunurile către consumator, riscul de pierdere sau de deteriorare a bunurilor este transferat consumatorului în momentul în care acesta sau o parte terță desemnată de acesta, alta decât transportatorul, intră în posesia fizică a bunurilor. Cu toate acestea, riscul este transferat consumatorului în momentul livrării bunurilor către transportator, dacă transportatorul a fost însărcinat de către consumator să transporte bunurile, iar această opțiune nu a fost oferită de către comerciant, fără a aduce atingere drepturilor consumatorului față de transportator.

În temeiul articolului 20, riscul se transferă de asemenea, consumatorului în momentul livrării către transportator dacă transportatorul este ales de consumator și nu este oferit de comerciant.

Livrarea periodică a bunurilor comandate prin comerțul electronic, comandă prin poștă etc. are loc de cele mai multe ori fără verificarea imediată de către consumator a bunurilor livrate. În temeiul directivei, riscul este transferat consumatorului la dobândirea posesiei fizice a bunurilor, indiferent dacă acestea au fost verificate pentru constatarea defectelor. Cu toate acestea, există o cerință pentru livrarea fără defecte în temeiul Directivei 1999/44/CE privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe. Articolul 5 alineatul (3) din directiva menționată anterior stipulează că sarcina probei că bunurile au fost livrate fără defecte îi aparține vânzătorului dacă defectul apare în termen de șase luni de la livrare.

9. COMISIOANE PENTRU FOLOSIREA UNOR MIJLOACE DE PLATĂ

Articolul 19

Statele membre interzic comercianților să perceapă de la consumatori comisioane aferente utilizării unui anumit mijloc de plată care depășesc costul suportat de comerciant pentru utilizarea unor astfel de modalități de plată.

9.1. Introducere

Articolul 19 se aplică utilizării „mijloacelor de plată”. Deoarece acești termeni nu sunt definiți în niciun fel, articolul 19 ar trebui să se aplice oricăror modalități de plată, inclusiv plăților în numerar.

În ceea ce privește plățile prin **carduri (bancare) de plată**, articolul 19 nu este în prezent relevant pentru 13 state membre care au folosit opțiunea oferită de articolul 52 alineatul (3) din Directiva privind serviciile de plată (DSP)²⁶ pentru a interzice suprataxele.

Mai mult, la 24 iulie 2013 Comisia a propus măsuri²⁷ de interzicere a suprataxelor aplicate cardurilor de plată pentru majoritatea tranzacțiilor cu carduri. În special, propunerea de revizuire a Directivei privind serviciile de plată interzice suprataxele pentru mijloacele de plată pentru așa-numitele carduri reglementate din punct de vedere al CIM²⁸ care reprezintă mai mult de 95 % din piața cardurilor pentru consumatori.

9.2. Definiția „comisioanelor”

Articolul 19 ar trebui să se aplice tuturor tipurilor de comisioane care sunt direct legate de un mijloc de plată, indiferent de modul în care sunt prezentate consumatorilor.

- *De exemplu comisioanele menționate drept **comisioane de administrare, rezervare sau procesare**, care sunt folosite de obicei în sectorul rezervărilor online, în special de companiile aeriene și de transport cu feribotul, precum și în vânzarea online de bilete pentru evenimente ar trebui acoperite de articolul 19 dacă pot fi evitate prin utilizarea unui mijloc specific de plată.*

Reducerile acordate consumatorilor pentru utilizarea unui anumit mijloc de plată, de cele mai multe ori, debit direct, nu ar trebui considerate în mod automat comisioane pentru toate celelalte mijloace de plată în sensul articolului 19. Aceasta pentru că „reducerea” se poate baza pe interesul legitim al comerciantului de a încuraja utilizarea anumitor mijloace de plată

²⁶ [Directiva 2007/64/CE](#) din 13 noiembrie 2007 privind serviciile de plată în cadrul pieței interne, de modificare a Directivelor 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE și 2006/48/CE și de abrogare a Directivei 97/5/CE. Articolul 52 alineatul (3) prevede că: „(3) Prestatorul de servicii de plată nu împiedică beneficiarul plății să solicite din partea plătitorului un comision sau să îi ofere o reducere pentru utilizarea unui instrument de plată. Cu toate acestea, statele membre pot interzice sau limita dreptul de a solicita comisioane, luând în considerare nevoia de a încuraja concurența și de a promova utilizarea de instrumente de plată eficiente.”

²⁷ [Propunere de Directivă](#) privind serviciile de plată în cadrul pieței interne, de modificare a Directivelor 2002/65/CE, 2013/36/UE și 2009/110/CE și de abrogare a Directivei 2007/64/CE (COM/2013/0547 final); [Propunere de regulament](#) al Parlamentului European și al Consiliului privind comisioanele interbancare pentru operațiunile de plată pe bază de card (COM/2013/0550 final).

²⁸ Comisioanele interbancare multilaterale (CIM) sunt comisioane multilaterale convenite de plătit între prestatorii de servicii de plată (PSP) ai plătitorului/consumatorului și ai beneficiarului plății/comerciantului. Articolul 55 alineatul (4) din directiva propusă prevede interzicerea suprataxelor pentru mijloacele de plată pentru cele mai populare sisteme de plată cu carduri de debit și de credit folosite de consumatori (precum Visa și MasterCard), pentru care regulamentul introduce limite pentru comisioanele interbancare. Interdicția suprataxării nu se va aplica cardurilor nesupuse limitării, care în general include cardurile comerciale (precum cardurile utilizate de societățile comerciale) și cardurile emise de așa-zisele sisteme tripartite în cazul în care cardurile nu sunt emise de bănci, ci de însuși sistemul (de exemplu American Express și Diners). Pentru aceste tranzacții de plată, articolul 11 alineatul (3) din regulamentul propus confirmă că articolul 19 din CRD ar rămâne aplicabil pentru a împiedica taxarea în exces de către comerciant a costului suportat pentru acceptarea aceluși mijloc de plată.

care sunt mai eficiente în relație cu structura sa comercială, mai degrabă decât acoperirea costurilor utilizării altor mijloace²⁹.

Cu toate acestea, nu se poate exclude că suprataxele, în sensul acestui articol, pot fi obținute prin acordarea de reduceri identice sau diferite pentru diverse mijloace de plată și lăsând, de exemplu, numai 1 sau 2 mijloace de plată în afara schemei de reducere. Fiecare schemă de reducere ar trebui analizată din punct de vedere al compatibilității cu articolul 19 de la caz la caz.

Articolul 19 nu ar trebui să împiedice comercianții de la perceperea de prețuri diferite pentru același bun sau serviciu atunci când este vândut prin intermediul diferitelor canale de vânzare:

- *De exemplu, un preț mai mare ar putea fi perceput pentru un bilet la concert eliberat direct la sala de spectacol și un preț mai mic perceput în alte incinte de vânzare.*

9.3. Definirea „costului” suportat de comerciant

9.3.1. Comisionul de servicii perceput comercianților și alte costuri directe pentru procesarea plăților cu cardul

Directiva nu definește și nici nu dă detalii despre noțiunea de „cost suportat de comerciant” menționat la articolul 19.

Pentru majoritatea comercianților, **comisionul de servicii perceput comercianților** este cea mai mare componentă individuală a costului acceptării plăților cu cardul. Comisionul de servicii perceput comercianților include în general:

- 1) comisionul interbancar plătit de banca comerciantului (banca acceptantă) emitentului cardului;
- 2) comisioanele plătite de banca comerciantului în cadrul schemei (Visa sau MasterCard); și
- 3) marja reținută de banca comerciantului pentru a acoperi costurile și profitul.

Pentru tranzacțiile cu cardul de credit, comisionul de servicii perceput comercianților este stabilit, de obicei, la un procentaj din valoarea tranzacției, în timp ce pentru tranzacțiile cu un card de debit este mai frecventă o rată forfetară, deși aceasta nu este universală. Comisionul de servicii perceput comercianților variază considerabil în funcție de cifra de afaceri, sectorul comercial și alte caracteristici ale comerciantului.

În plus, pot exista comisioane de tranzacție sau generale, plătite de comerciant băncii acceptante sau unui intermediar al serviciului de plată.

Intermediarii serviciilor de plată îi ajută pe anumiți comercianți cu amănuntul să accepte plățile sigure și pot percepe comisionare pentru furnizarea funcționalităților de plată, a

²⁹ În special, debitarea directă permite comerciantului să estimeze fluxul de numerar. Reducerea pentru utilizarea debitării directe, poate prin urmare să fie acordată nu atât pentru utilizarea unui anumit mijloc de plată, cât pentru a încuraja consumatorul să plătească periodic la o dată specificată.

serviciilor de depistare și gestionare a fraudelor și/sau serviciilor furnizate de obicei de băncile acceptante³⁰.

9.3.2. Costuri generale ale desfășurării unei activități care sunt indirect legate de procesarea plăților

Comercianții suportă de obicei alte costuri comerciale, care pot fi indirect legate de acceptarea sau procesarea plăților pe baza mijloacelor folosite. Acestea sunt în principal costuri administrative, comisioane de instalare a echipamentelor și de punere în funcțiune și costuri care decurg din gestionarea fraudelor și a riscului.

9.3.3. Costuri eligibile care justifică un comision pentru utilizarea unui mijloc de plată

Numai **comisiunile care sunt direct percepute comerciantului** pentru utilizarea unui mijloc de plată ar trebui considerate „costuri” aferente aceluși mijloc de plată în sensul articolului 19.

Costurile comerciantului care pot fi în mod legitim luate în considerare pentru a justifica comisioanele percepute consumatorilor sunt **comisionul de servicii perceput comercianților și comisioanele de tranzacție sau generale plătite intermediarilor pentru anumite sau toate serviciile comerciantului furnizate de obicei de băncile acceptante**. În aceste cazuri, intermediarul tratează cu banca acceptantă și acționează ca punct de contact pentru comercianții cu amănuntul, percepând un adaos pentru comisioanele băncii acceptante aferente serviciilor relevante.

Comerciantul este cel care decide dacă să externalizeze, de exemplu, furnizarea următoarelor articole/servicii:

- cumpărarea și întreținerea echipamentelor de la punctul de vânzare precum dispozitivele cu cip și PIN;
- monitorizarea fraudelor și păstrarea conformității cu Standardele de securitate a datelor din sectorul plății cu cardul (PCI DSS) pentru a preveni fraudele, conform cerințelor tuturor rețelelor importante de carduri;
- dezvoltarea și administrarea infrastructurii pentru gestionarea plăților cu cardul, precum funcționalitatea de plată pentru site-uri de internet sau centre de intermediere telefonică; și
- formarea personalului.

³⁰ Intermediarii serviciilor de plată îi ajută pe anumiți comercianți cu amănuntul să accepte plățile online sigure sau în alte situații în care titularul cardului nu este prezent, precum centrele de intermediere telefonică sau vânzarea prin corespondență. Intermediarii pot percepe comisioane pentru: (i) furnizarea echipamentelor și serviciilor necesare pentru a accepta plățile online și alte plăți la distanță, precum funcționalitatea de plată pentru site-urile comercianților cu amănuntul; și/sau (ii) furnizarea de servicii de identificare sau de gestionare a cazurilor de fraudă (în care se specializează anumiți intermediari); și/sau furnizarea câtorva sau tuturor serviciilor comercianților furnizate de obicei de băncile acceptante, până la procesarea integrală a tranzacțiilor. În aceste cazuri, de obicei, intermediarul tratează cu banca acceptantă și acționează ca punct de contact pentru comercianții cu amănuntul, percepând un adaos pentru comisioanele relevante ale băncii acceptante.

Costurile echipamentelor de plată, ale serviciilor de detectare și gestionare a fraudelor (sau altele similare) ar trebui să fie excluse din noțiunea de „cost” de la articolul 19; acestea ar trebui considerate în schimb costuri generale ale desfășurării unei activități și aceasta indiferent dacă acestea sunt furnizate direct de comerciant sau dacă sunt externalizate. Dacă sunt externalizate, ele sunt în general taxate separat de principalele „comisioane generale” sau de comisionul de servicii perceput comercianților.

Procesarea plăților și manipularea numerarului implică **costuri cu personalul** care sunt dificil de cuantificat deoarece sunt adesea incluse în costurile administrative totale. Costurile care reies din **gestionarea fraudelor și a riscului** variază semnificativ între sectoare și comercianți, dar în general se consideră că sunt în scădere ca urmare a introducerii noilor tehnologii de plată electronice. Aceste costuri ar trebui să rămână, de asemenea, în afara noțiunii de „cost”, conform articolului 19, și ar trebui considerate în schimb ca făcând parte din costul general al desfășurării unei activități.

Acest argument este în special valabil numai pentru societățile care vând bunuri sau furnizează servicii online și care acceptă numai mijloace de plată electronice. Pentru astfel de societăți, costurile cu personalul suportate în procesarea plăților electronice și costurile care decurg din gestionarea fraudelor sau riscurilor sunt elemente fundamentale ale însuși modelului lor comercial.

Mai mult, dintr-un punct de vedere mai practic, includerea în noțiunea de „cost” a tuturor elementelor posibile care pot fi asociate chiar indirect cu un mijloc de plată, **ar îngreuna asigurarea punerii în aplicare a articolului 19, limitând astfel orice efect practic („effet utile”) al acestui articol.** Acest lucru este valabil având în vedere că, de exemplu, foarte puține informații sunt disponibile în mod public cu privire la costurile administrative și că costul exact al echipamentelor și/sau instalării poate fi calculat numai prin împărțirea sumei la un număr necunoscut de tranzacții.

Întrucât numai comerciantul este în măsură să furnizeze detaliile relevante cu privire la costul unui mijloc de plată, necesitatea de a verifica, de la caz la caz, care sunt „costurile indirecte” ale unui anumit mijloc de plată ar necesita eforturi de asigurare a punerii în aplicare disproporționate și ar conduce la un rezultat foarte nesigur și neconsecvent la nivelul UE.

9.4. Plăți în monede străine

Plata în numerar într-o monedă străină este, de asemenea, un „mijloc de plată” în sensul articolului 19. Prin urmare, un comerciant nu ar trebui să folosească schimbul valutar ca o metodă de a impune de fapt consumatorului suprataxe pentru mijloacele de plată care nu sunt justificate de costurile reale suportate în oferirea unei opțiuni de plată în monedă străină (în special, costurile suportate de comerciant pentru schimbul valutar al numerarului primit).

- *De exemplu, în cazul în care un comerciant dintr-o zonă îndepărtată acceptă, cu titlu de excepție, ca un turist să plătească în numerar într-o monedă străină, costurile eligibile ar include costul deplasării comerciantului la cea mai apropiată bancă pentru a schimba moneda și orice comisioane aplicate de bancă;*

- *În schimb, în cazul în care acceptarea numerarului într-o în monedă străină ca mijloc de plată este o practică comercială standard pentru comerciant, numai comisioanele de schimb valutar aplicabile vor fi considerate, cel mai probabil, costuri eligibile.*

10. COMUNICAREA PRIN TELEFON

Articolul 21

Statele membre se asigură că, în cazul în care un comerciant operează o linie telefonică în vederea contactării sale prin telefon cu privire la contractul încheiat, consumatorul nu este obligat să plătească, la contactarea comerciantului, mai mult decât tariful de bază.

Primul paragraf nu aduce atingere dreptului furnizorilor de servicii de telecomunicații de a taxa aceste apeluri.

Obiectivul acestei dispoziții este protejarea consumatorilor împotriva taxelor suplimentare dacă aceștia trebuie să contacteze telefonic comerciantul cu care au încheiat un contract, de exemplu, dacă vor să facă o reclamație. Pentru astfel de apeluri telefonice, consumatorul nu trebuie să plătească mai mult decât „tariful de bază”.

Deși directiva nu prevede o definiție explicită a tarifului de bază, raționamentul său este să solicite comercianților să asigure faptul că, pentru apelurile telefonice care fac obiectul articolului 21, consumatorii nu plătesc mai mult decât **costul pur** al serviciului de comunicații electronice.

Pentru respectarea acestei cerințe privind „tariful de bază”, comercianții ar trebui să folosească numere de telefon ca **numerele de telefonie fixă sau mobilă standard (geografice)** care nu fac obiectul niciunui regim tarifar special.

Numerele negeografice pe care furnizorii de servicii de comunicații electronice le includ în mod normal în ofertele lor de „pachete” de minute la un preț lunar fix și numerele taxate doar la tarifele pentru apelurile la numerele geografice ar constitui, de asemenea, exemple de numere taxate la tariful de bază.

În schimb, comercianții ar trebui, în special, să evite folosirea numerelor de telefon care le-ar permite finanțarea sau contribuirea la costurile centrelor de intermediere telefonică sau atragerea de venituri suplimentare din aceste apeluri telefonice prin partajarea veniturilor cu operatorii de telecomunicații, precum **numerele aferente serviciilor cu tarife majorate**.

Prețul real al apelării comerciantului în scopurile de la articolul 21 va continua, prin urmare, să varieze pentru diferiți consumatori în funcție de furnizorul de servicii de comunicații electronice ales pentru apel.

Noțiunea de „tarif de bază” în scopul CRD nu ar trebui să fie înțeleasă ca obligativitate a comercianților de a folosi așa-zisele numere de telefon „gratuite” care sunt în general gratuite pentru apelant. Și nici nu ar trebui interpretată ca obligativitate a comerciantului de a alege un

anumit furnizor de telecomunicații sau de a trece de la serviciile de telefonie mobilă la cele de telefonie fixă sau invers.

Articolul 21 nu ar trebui să afecteze diferențele existente dintre tarifele apelurilor interne, internaționale și de roaming mobil percepute de furnizorii de servicii de comunicații electronice. Astfel, un consumator care apelează un vânzător dintr-un stat membru diferit poate plăti mai mult pentru acel apel decât clienții interni ai aceluiași comerciant.

11. PLĂȚI SUPPLEMENTARE

Articolul 22

Înainte ca consumatorul să încheie un contract sau să accepte o ofertă, comerciantul solicită consimțământul explicit din partea consumatorului cu privire la orice plată suplimentară pe lângă cea asupra căreia s-au înțeles anterior prin care se remunerează obligația contractuală principală a comerciantului. În cazul în care comerciantul nu a obținut consimțământul expres al consumatorului, însă l-a dedus utilizând opțiuni incluse în mod automat pe care consumatorul trebuie să le respingă pentru a evita plata suplimentară, consumatorul poate pretinde rambursarea acestei plăți.

În temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (k), interdicția de la articolul 22 privind utilizarea căsuțelor bifate în prealabil pentru furnizarea și taxarea bunurilor/serviciilor suplimentare se aplică, de asemenea, serviciilor de transport de pasageri. Mai mult, interdicția se aplică indiferent dacă serviciul suplimentar în sine face în general obiectul directivei. Căsuțele bifate în prealabil, interzise prin articolul 22 ar putea viza, de exemplu:

- o opțiune de livrare expresă sau un contract de întreținere la cumpărarea echipamentelor IT;
- un contract de asigurări la cumpărarea unui bilet de avion.

12. PRODUSELE DIGITALE ONLINE

12.1. Introducere

Directiva introduce o categorie distinctă de „**contracte pentru furnizarea de conținut digital care nu este furnizat pe un suport accesibil**”, menționată în acest document drept „contracte pentru conținut online digital”. Directiva nu oferă o definiție expresă a acestor contracte, dar considerentul 19 precizează: „**contractele privind conținutul digital care nu este livrat pe un suport material nu ar trebui să fie considerate, în sensul prezentei directive, nici contracte de vânzare, nici contracte de servicii.**[...]”.

„Conținutul digital” este definit la articolul 2 alineatul (11) drept „**date produse și livrate în formă digitală**”. Considerentul 19 oferă exemple: „**Conținutul digital înseamnă acele date care sunt produse și livrate în formă digitală, cum sunt programele de calculator, aplicațiile, jocurile, muzica, înregistrările video sau textele, indiferent dacă sunt accesate prin descărcare sau prin flux continuu, de pe un suport material sau prin orice alte mijloace.** [...]”.

Conform acestei definiții în sens larg a conținutului digital „contractele pentru furnizarea de conținut digital online” pot acoperi o varietate potențial foarte mare de situații care implică furnizarea de date în formă digitală.

Mai mult, în vederea distincției de la considerentul 19, **contractele pentru conținut digital online fac obiectul directivei chiar dacă nu implică plata unui preț de către consumator.** Într-adevăr, deși directiva, la articolul 2 alineatele (5) și (6), definește un „contract de vânzare” și „un contract de prestări de servicii” drept contracte prin care consumatorul plătește sau se angajează să plătească un preț, nu există nicio dispoziție privind contractele de furnizare a conținutului digital online în directivă care le-ar supune unei cerințe similare conform căreia consumatorul ar trebui să plătească un preț.

Includerea contractelor de furnizare gratuită a conținutului digital online extinde considerabil domeniul de aplicare a directivei. Cu toate acestea, din moment ce directiva se aplică **„contractelor încheiate între comercianți și consumatori”** (articolul 1), aceasta nu ar trebui să se aplice în cazul conținutului digital online furnizat prin intermediul transmiterii de informații pe internet fără încheierea în mod expres a unui contract. În sine, accesul la un site internet sau descărcarea de pe un site internet nu ar trebui considerate un „contract” în sensul directivei.

În funcție de modul în care este organizat procesul de comandă, elementele de conținut digital multiple pot fi oferite și achiziționate în temeiul unui singur contract de conținut digital online, de exemplu, în timpul unei **sesiuni unice de conectare** la platforma comerciantului.

Mai mult, în funcție de condițiile sale, un contract de abonament poate acoperi furnizarea unei game de conținut digital. Dacă face obiectul unui contract de abonament, fiecare furnizare de conținut digital individual în temeiul aceluși contract nu ar constitui, prin urmare un nou „contract” în sensul directivei.

În schimb, dacă furnizorul platformei sau un alt comerciant oferă abonatului conținut digital specific care nu face obiectul abonamentului, furnizarea unui astfel de conținut digital ar constitui un nou contract în sensul directivei.

În cazul în care produsul digital include **achiziții opționale suplimentare și integrate**, consumatorul ar trebui informat corespunzător, înainte de cumpărarea produsului digital, că aceste opțiuni de cumpărare suplimentare pot fi oferite. Această cerință s-ar putea aplica, de exemplu:

- *aplicațiilor care includ achiziții pentru utilizarea aplicației, precum opțiunile suplimentare și nivelurile suplimentare ale unui joc video;*
- *abonamentelor la serviciile de furnizare a conținutului audio-vizual care includ conținut opțional cu plată pentru vizionare (filme) oferite în schimbul unei plăți suplimentare.*

În aceste cazuri, comercianții ar trebui să obțină **consimțământul expres al consumatorului** în conformitate cu articolul 22 din directivă pentru orice plată suplimentară pe lângă remunerația pentru obligația contractuală principală a comerciantului.

Mai mult, consumatorii ar trebui informați în mod clar, deschis și evident, cu privire la **aranjamentele de plată** pentru aceste achiziții suplimentare înainte de acceptarea produsului digital principal care le este oferit.

Setarea implicită pentru plăți nu ar trebui să permită realizarea de achiziții suplimentare fără consimțământul explicit al consumatorului (de exemplu, prin intermediul unei parole sau al altor mijloace adecvate). În ceea ce privește achizițiile pentru utilizarea unei aplicații, atunci când sistemul prevede intervale de timp pentru valabilitatea autentificării (de exemplu un interval de 15 minute), comercianții nu ar trebui să aplice în mod automat setările standard, ci mai degrabă să solicite consimțământul expres al consumatorului în legătură cu durata aplicabilă a valabilității³¹.

12.2. Dreptul de retragere

În legătură cu **contractele pentru furnizarea de conținut digital online**, articolul 16 litera (m) reglementează dreptul de retragere, după cum urmează: „*[Statele membre nu asigură dreptul de retragere în ceea ce privește contractele pentru]: (m) furnizarea de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă prestarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul la retragere.*”

Articolul 16 litera (m) urmărește un obiectiv similar celui al dispoziției de la articolul 16 litera (i) de exceptare a suporturilor de date fizice sigilate (CD-uri, DVD-uri etc.) de la dreptul de retragere, în cazul în care consumatorul le desigilează. Aceasta înseamnă că în ambele cazuri, spre deosebire de retragerea de la furnizarea de servicii (a se vedea capitolul 6.5), consumatorul nu are dreptul de a „testa” conținutul digital în timpul perioadei de exercitare a dreptului de retragere.

Prin urmare, consumatorul va pierde dreptul de retragere imediat ce a început executarea contractului, cu acordul său și după confirmarea luării la cunoștință a pierderii acestui drept, de exemplu la începutul perioadei de descărcare sau difuzare în flux continuu a unui fișier video sau audio. Dacă un comerciant furnizează un link web pentru a lansa difuzarea în flux continuu sau descărcarea, consumatorul va pierde dreptul de retragere doar după activarea acelui link.

Acordul „expres” și confirmarea luării la cunoștință, în sensul articolului 16 litera (m), ar trebui interpretate prin analogie cu normele privind acordul „expres” prevăzute de articolul 22 privind plățile suplimentare pentru servicii suplimentare. Aceasta înseamnă că consumatorul trebuie să întreprindă **acțiuni pozitive**, precum bifarea unei căsuțe pe site-ul comerciantului. Este probabil ca exprimarea acordului și confirmarea luării la cunoștință prin intermediul unei căsuțe bifate în prealabil sau acceptarea termenilor și condițiilor generale să nu îndeplinească cerințele de la articolul 16 litera (m).

³¹ A se vedea [IP/14/187](#) din 27.2.2014 și [Pozitia comună](#) a autorităților naționale responsabile cu aplicarea drepturilor consumatorilor în ceea ce privește „achizițiile pentru utilizarea unei aplicații” pentru jocurile online.

Acordul expres și confirmarea luării la cunoștință de către consumator pot fi consemnate într-o singură declarație, de exemplu, formulată astfel:

- *[] Sunt de acord prin prezenta cu executarea imediată a contractului și confirm că mi s-a adus la cunoștință că îmi voi pierde dreptul de retragere din contract imediat după începerea descărcării sau a transmiterii în flux continuu.*

În cazul în care conținutul digital online este furnizat în aceste condiții, acestea vor reflecta, de asemenea, informațiile cu privire la exceptarea de la dreptul de retragere prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (k). Astfel nu ar fi necesară furnizarea informațiilor de la articolul 6 alineatul (1) litera (h), inclusiv formularul tipizat de retragere de la punctul B din anexa I.

În plus, articolul 8 alineatul (7) solicită în mod specific comercianților să includă, în confirmarea contractului, **confirmarea acordului și a luării la cunoștință menționate anterior** înainte de începerea executării (a se vedea, de asemenea, capitolul 5.4. privind confirmarea contractului).

Dacă oricare dintre aceste condiții nu este îndeplinită, se aplică articolul 14 alineatul (4) litera (b), iar consumatorul are dreptul fie să nu efectueze plata contravalorii conținutului primit, fie să primească înapoi suma plătită:

Articolul 14

4. Consumatorul nu suportă costurile pentru:

[...]

(b) furnizarea, în totalitate sau parțial, de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă:

(i) consumatorul nu și-a dat acordul prealabil expres cu privire la începerea prestării înainte de sfârșitul perioadei de 14 zile menționate la articolul 9;

(ii) consumatorul nu a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își pierde dreptul de retragere în momentul în care își dă consimțământul; sau

(iii) comerciantul nu a furnizat confirmarea în conformitate cu articolul 7 alineatul (2) sau cu articolul 8 alineatul (7).

Remediul de la articolul 14 alineatul (4) litera (b) ar trebui să se aplice chiar și în cazul în care consumatorul a pierdut dreptul de retragere în conformitate cu articolul 16 litera (m), atunci când comerciantul nu a îndeplinit obligația de furnizare a confirmării acordului și a luării la cunoștință de către consumator în temeiul articolului 14 alineatul (4) litera (b) punctul (iii).

12.3. Obligații cu privire la informare

Pe lângă celelalte cerințe privind informațiile precontractuale, discutate la capitolul 4, furnizorii de conținut digital fac obiectul unor cerințe de informare speciale privind funcționalitatea și interoperabilitatea conținutului digital în temeiul articolului 6 alineatul (1) literele (r) și (s) [pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță; pentru contractele negociate în spațiile comerciale, sunt stabilite cerințe identice la articolul 5 alineatul (1) literele (g) și (h)]:

Articolul 6 alineatul (1)

(r) acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;

(s) acolo unde este cazul, orice interoperabilitate pertinentă a conținutului digital cu componentele hardware și software de care comerciantul are cunoștință sau se poate presupune în mod rezonabil că are cunoștință;

Considerentul 19 explică: „[...] Noțiunea de **funcționalitate** ar trebui să se refere la modul în care poate fi utilizat conținutul digital, de exemplu, pentru urmărirea comportamentului consumatorului; aceasta ar trebui să se refere și la absența sau prezența oricăror restricții tehnice, cum ar fi protecția prin intermediul administrării drepturilor digitale sau codarea pe regiuni. Noțiunea de **interoperabilitate** pertinentă este concepută să descrie informațiile referitoare la echipamentul hardware și mediul software standard cu care este compatibil conținutul digital, de exemplu sistemul de operare, versiunea necesară, anumite caracteristici ale echipamentului hardware [...]”.

Având în vedere marea diversitate a produselor digitale, nu pare fezabil a furniza o singură listă exhaustivă de parametri de funcționalitate și interoperabilitate care s-ar aplica tuturor produselor digitale. Comerciantul ar trebui să analizeze necesitatea furnizării acestor informații conform caracteristicilor unui anumit produs. Următoarea listă neexhaustivă prezintă parametrii principali de funcționalitate și interoperabilitate și poate fi folosită ca listă de verificare atunci când se decide ce informații trebuie furnizate cu privire la un produs specific.

12.3.1. Funcționalitatea

În funcție de produs, ar trebui prezentate informațiile următoare:

- 1) limba conținutului și, dacă diferă, limba oricăror instrucțiuni incluse în conținut;
- 2) metoda de furnizare a conținutului: de exemplu, flux continuu, online, descărcare unică, acces la descărcare pe o perioadă determinată;
- 3) pentru fișierele video sau audio: durata de redare a conținutului;
- 4) pentru fișierele descărcabile: tipul și dimensiunea fișierului;
- 5) dacă există sau nu un angajament din partea comerciantului sau a unei părți terțe de a întreține sau actualiza produsul;

- 6) orice condiții de utilizare a produsului care nu sunt direct legate de interoperabilitate precum:
 - a. urmărirea și/sau personalizarea;
 - b. necesitatea unei conexiuni la internet pentru utilizarea produsului și a cerințelor sale tehnice (precum viteza minimă de descărcare și încărcare);
 - c. necesitatea pentru alți utilizatori de a avea un anumit software instalat (de exemplu software de comunicare).
- 7) Orice limitări privind utilizarea produsului:
 - a. limitele cu privire la de câte ori sau durata de timp în care un produs digital poate fi vizionat, citit sau utilizat;
 - b. limitele privind reutilizarea conținutului, de exemplu, în scopul realizării de copii private;
 - c. restricțiile pe baza locației dispozitivului consumatorului;
 - d. orice funcționalități care sunt condiționate de achiziții suplimentare, precum conținutul plătit, calitatea de membru al unui club sau componente hardware ori software suplimentare.

12.3.2. Interoperabilitate

Interoperabilitatea poate fi descrisă prin furnizarea de informații privind dispozitivele cu care poate fi folosit conținutul; dacă se aplică, acestea ar trebui să includă informații despre sistemul de operare necesar și componentele software suplimentare, inclusiv numărul versiunii și despre componentele hardware, precum viteza procesorului și caracteristicile plăcii grafice.

ANEXA I – MODEL DE AFIȘARE A INFORMAȚIILOR PENTRU CONSUMATORI CU PRIVIRE LA PRODUSELE DIGITALE ONLINE

Scopul modelului este atât furnizarea de informații pentru consumatori într-un mod uniform și comparabil, cât și oferirea de asistență pentru industrie în vederea respectării cerințelor de informare în temeiul directivei pentru produsele digitale.

În mod specific, modelul prezintă o modalitate prin care comercianții pot furniza informațiile precontractuale necesare cu privire la un produs digital în conformitate cu articolul 8 alineatele (2) și (4) din directivă (menționat mai sus la capitolul 5). Aceasta nu restricționează dreptul comerciantului de a furniza informațiile necesare într-o altă formă care respectă cerințele legale.


Pentru a fi „corespunzător cu mediul de comunicare și cu bunurile sau serviciile în cauză” conform articolului 6 alineatul (1) litera (a), descrierea principalelor caracteristici ale produsului digital ar trebui să includă, de asemenea, informațiile privind funcționalitatea și interoperabilitatea sa, fără de care consumatorii nu pot evalua dacă produsul îndeplinește cerințele acestora:












- *De exemplu, tipul de fișier poate fi util pentru ca un consumator să decidă dacă melodia care poate fi descărcată corespunde colecției muzicale existente a consumatorului, de exemplu fișiere media necomprimate. Cu toate acestea, pentru muzica în flux continuu tipul fișierului poate fi mai puțin relevant.*
- *În mod similar, aplicațiile de telefonie mobilă cu cost redus pot să nu necesite informații privind condițiile pentru actualizări, în timp ce pentru o suită office sau un program antivirus consumatorul ar avea nevoie de astfel de informații.*

Comercianții ar trebui să fie încurajați să utilizeze categoriile de informații împreună cu pictogramele lor, să folosească afișarea sub formă de tabel și ordinea informațiilor, așa cum sunt prezentate în exemplele următoare. Alte elemente grafice, precum fontul sau culorile, pot fi adaptate de comercianți la mediul lor comercial.

O serie de pictograme pentru a ilustra categoriile de informații relevante

 **Furnizor**  Numele comerciantului

 **Funcționalitate**

 Limba	 Conexiune internet
 Durată	 Restricții geografice
 Tipul fișierului	 Actualizări
 Volumul	 Urmărire
 Tip de acces	 Rezoluție
 Condiții de acces	

 **Interoperabilitate**

 Hardware și Software

 **Preț**

 Preț

 Costuri opționale

 **Contract**

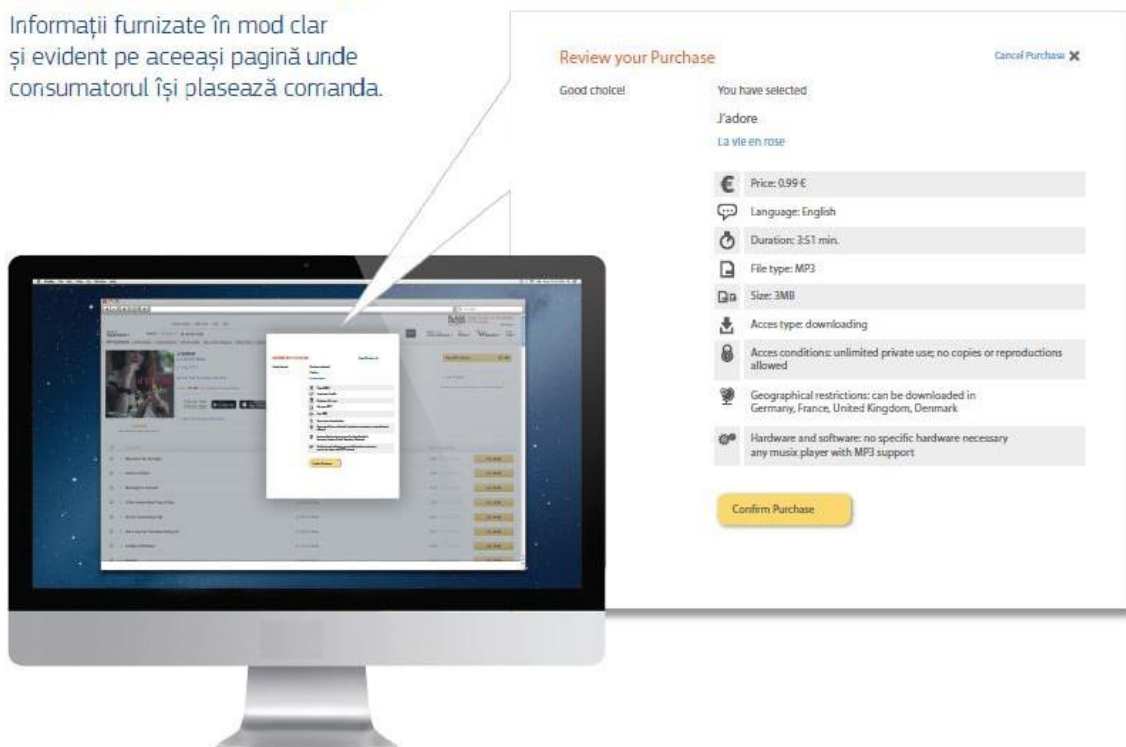
 31 Durata contractului

 Reziliere

 Dreptul de retragere

Exemplu: Mediu desktop

Informații furnizate în mod clar și evident pe aceeași pagină unde consumatorul își plasează comanda.





Review your Purchase Cancel Purchase ✕


Good choice!


You have selected


J'adore
La Vie en rose


 Price: 0.99 €


 Language: English


 Duration: 2:51 min.


 File type: MP3

 Size: 3MB

 Access type: downloading

 Access condition: unlimited private use; no copies or reproductions allowed

 Geographical restrictions: can be downloaded in Germany, France, United Kingdom, Denmark

 Hardware and software: no specific hardware necessary any music player with MP3 support

Confirm Purchase

Exemplu: Mediu telefon inteligent

Informațiile sunt accesibile pe o pagină suplimentară împreună cu butonul care permite încheierea contractului.

1. Clic pe „cumpără”

2. Ecran suplimentar

3. Informații specifice afișate



	Main characteristics
	Trader
	Price
	Language
	File type
	Size
	Access type
	Access conditions

can be downloaded to up to 5 devices registered by this user within the next 6 months

Exemplu: Melodie pentru descărcat

2. Caracteristici principale:		„Shoo-be-doo”, melodia 9 de pe albumul „La Vie en Rose” de The Fabric Softeners
1. Preț total:		0,99 €
3a. Funcționalitate		Limba: engleză
		Durata: 3:51 min.
		Tipul fișierului: MP3
		Dimensiunea: 2MB
		Tip de acces: descărcare
		Condiții de acces: utilizare privată nelimitată; nu este permisă copierea sau reproducerea
		Restricții geografice: poate fi descărcat în Germania, Franța, Regatul Unit, Danemarca
3b. Interoperabilitate:		Hardware și software: niciun hardware specific necesar, orice player muzical cu suport MP3

Exemplu: Aplicație Prognoză meteo

1. Caracteristici principale:	 Aplicație Prognoză meteo
2. Preț total:	€ 1,89 €
3. Provider:	 Dreams'app
4a. Funcționalitate:	 Limba: engleză; instrucțiuni: engleză
	 Tipul fișierului: .EXE
	 Dimensiune: 3MB
	 Tip de acces: descărcare
	 Condiții de acces: poate fi descărcată pe maximum 5 dispozitive înregistrate de acest utilizator în termen de 6 luni
	 Actualizări: timp de doi ani actualizări periodice de îmbunătățire a stabilității și funcționalității
	 Urmărire: noi procesăm informații cu privire la utilizarea produsului pentru cercetarea pieței
 Conexiune internet: necesară pentru descărcarea informațiilor meteo	
 Restricții geografice: niciuna	
4b. Interoperabilitate:	 Hardware și Software: Windows Phone 8

Example: Abonament video la cerere

1. Caracteristici principale:	 Abonament lunar la servicii video de înaltă definiție la cerere. Oferta cuprinde peste 1 000 de filme, periodic fiind incluse titluri noi (consultați lista curentă aici)
2. Preț total:	€ Preț total: 9,90€ pe lună
	+€ Costuri opționale: filme cu mențiune, disponibile numai contra unei plăți suplimentare (consultați lista de prețuri curentă aici)
3a. Funcționalitate:	 Limba: site internet și instrucțiuni: English, Français, Italiano
	 Tipul fișierului: Windows Media
	 Rezoluție: full HD (1920x1080p)
	 Tip de acces: în flux continuu
	 Condiții de acces: acces nelimitat la filme în timpul perioadei abonamentului; nu este permisă înregistrarea sau realizarea de copii
	 Urmărire: noi procesăm informații cu privire la utilizarea produsului pentru cercetarea pieței
 Conexiune internet: cel puțin 10Mbit/s viteză de descărcare necesară pentru cea mai bună performanță	
 Restricții geografice: acces la conținut numai din Franța, Italia și Regatul Unit	
3b. Interoperabilitate:	 Hardware și software: un PC recent, Windows 7 sau mai nou, Windows Media Player
4. Contract:	 Duration: Durată: nedeterminată, minimum 6 luni
	 Reziliere: cu preaviz de o lună prin e-mail la: terminate@filmcountry.it; este posibilă rezilierea anticipată, dar trebuie plătite minimum 6 luni

ANEXA II – CERINȚELE DE INFORMARE A CONSUMATORILOR PREVĂZUTE DE DIRECTIVELE PRIVIND DREPTURILE CONSUMATORILOR, SERVICIILE ȘI COMERȚUL ELECTRONIC

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
Domeniul de aplicare	Contractele încheiate între un comerciant și un consumator care fac obiectul excepțiilor de la articolul 3 alineatul (3).	Servicii furnizate de furnizorii din statul membru unde sunt stabiliți sau temporar, la nivel transfrontalier, (în temeiul libertății de furnizare de servicii). Acoperă toate serviciile cu excepția celor excluse în mod explicit la articolul 2	„Serviciile societății informaționale” astfel cum sunt definite în Directiva 98/34/CE , și anume, servicii furnizate în mod normal pentru remunerare, la distanță, prin mijloace electronice și la cererea individuală a unui beneficiar al serviciilor.
I. Informații despre comerciant			
I.1. Numele	Articolul 5 alineatul (1) litera (b) și articolul 6 alineatul (1) litera (b) ³² Identitatea comerciantului, cum ar fi denumirea sa comercială;	Articolul 22 alineatul (1) litera (a) Numele sau denumirea prestatorului, statutul și forma sa juridică	Articolul 5 alineatul (1) litera (a) Numele furnizorului de servicii;
I.2. Adresa și datele de contact	Articolul 5 alineatul (1) litera (b) [...] adresa geografică la care își are sediul și numărul său de telefon; Articolul 6 alineatul (1) litera (c) adresa geografică la care este stabilit comerciantul și numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia, în cazul în care sunt disponibile, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu comerciantul și să comunice cu acesta în mod eficient și, dacă este cazul, adresa geografică și	Articolul 22 alineatul (1) litera (a) Adresa geografică unde este stabilit și date de contact care să permită comunicarea directă cu acesta, după caz, prin mijloace electronice; Articolul 27 1. Statele membre iau măsurile generale necesare pentru a asigura că prestatorii furnizează detalii de contact, în special o adresă poștală, un număr de fax sau adresă e-mail și un număr de telefon la care toți beneficiarii, inclusiv cei care au reședința sau sediul social într-un alt stat membru, le pot adresa o	Articolul 5 alineatul (1) literele (b)-(c) Adresa geografică la care este stabilit furnizorul de servicii și coordonatele furnizorului de servicii, inclusiv adresa sa de poștă electronică

³² Articolul 6 alineatul (1) prezintă cerințele de informare pentru contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale, în timp ce articolul 5 alineatul (1) prezintă aceste cerințe pentru alte contracte (negociate în spațiile comerciale).

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
	identitatea comerciantului în contul căruia acționează; Articolul 6 alineatul (1) litera (d) în cazul în care este diferită de adresa furnizată în conformitate cu litera (c), adresa geografică a locului în care comerciantul își desfășoară activitatea și, după caz, adresa comerciantului în numele căruia acționează, la care consumatorul poate trimite eventualele reclamații;	reclamație sau o solicitare de informații în legătură cu serviciul prestat. Prestatorii pun la dispoziție adresa legală în cazul în care aceasta nu este adresa obișnuită pentru corespondență.	
I.3. Registrul comerțului sau alt registru public (dacă este cazul)		Articolul 22 alineatul (1) litera (b) Numele registrului și numărul de înregistrare al prestatorului sau mijloacele de identificare echivalente în acel registru;	Articolul 5 alineatul (1) litera (d) Registrul de comerț în care este înregistrat furnizorul de servicii și numărul de înregistrare sau mijlocul echivalent de identificare din acel registru;
I.4. Numărul TVA		Articolul 22 alineatul (1) litera (d) Dacă prestatorul exercită o activitate care este supusă TVA, numărul de identificare menționat la articolul 22 alineatul (1) din a șasea Directivă 77/388/CEE a Consiliului	Articolul 5 alineatul (1) litera (g) în cazul în care furnizorul desfășoară o activitate supusă la TVA, numărul de identificare menționat la articolul 22, alineatul (1) din a șasea Directivă 77/388/CEE a Consiliului
I.5. Cerințe specifice pentru profesiile reglementate		Articolul 22 alineatul (1) litera (e) Orice ordin profesional sau organism similar la care prestatorul este înscris, titlul profesional și statul membru în care a fost acordat acest titlu; <i>La CEREREA beneficiarului [articolul 22 alineatul (3) litera (b)]</i>	Articolul 5 alineatul (1) litera (f) - orice organism profesional sau instituție similară la care furnizorul este înregistrat, - titlul profesional și statul membru în care este acordat, - o referire la normele profesionale aplicabile în statul membru de stabilire și la mijloacele de a le accesa;

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
		O referire la normele profesionale aplicabile în statul membru de stabilire și la mijloacele prin care se poate obține accesul la acestea;	
I.6. Conflicte de interese		<i>La CEREREA beneficiarului [articolul 22 alineatul (3) litera (c)]</i> informații cu privire la activitățile multidisciplinare și parteneriatele acestora care sunt legate de serviciul în cauză și cu privire la măsurile luate pentru a evita conflictele de interese.	
I.7. Autoritatea de supraveghere		Articolul 22 alineatul (1) litera (c) În cazul în care activitatea este supusă unui regim de autorizare, datele autorității competente sau ale ghișeului unic	Articolul 5 alineatul (1) litera (e) În cazul în care activitatea este supusă unui regim de autorizare, coordonatele autorității de supraveghere pertinente
II. Încheierea contractului			
II. 1 Costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță	Articolul 6 alineatul (1) litera (f) Costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului în cazul unui tarif mai mare decât cel de bază		
II. 2 Etape tehnice			Articolul 10 alineatul (1) (a) diferitele etape tehnice de urmat pentru încheierea contractului; (b) dacă se arhivează sau nu contractul de către furnizorul de servicii și dacă este accesibil sau nu; (c) mijloacele tehnice de identificare și corectare a erorilor comise la introducerea datelor, înainte

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
			de lansarea comenzii; (d) limbile propuse pentru încheierea contractului; Articolul 11 alineatul (1) Confirmare de primire a comenzii fără amânări nejustificate și prin mijloace electronice
III. Descrierea produsului			
III.1. Caracteristici	Articolul 5 alineatul (1) litera (a) și articolul 6 alineatul (1) litera (a) Principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, în mod corespunzător cu mediul de comunicare și cu bunurile sau serviciile în cauză;	Articolul 22 alineatul (1) litera (j) Principalele caracteristici ale serviciilor în cazul în care acestea nu reies deja din context;	
III.2. Funcționalitate	Articolul 5 alineatul (1) litera (g) și articolul 6 alineatul (1) litera (r) Acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;		
III.3. Interoperabilitate	Articolul 5 alineatul (1) litera (h) și articolul 6 alineatul (1) litera (s) Acolo unde este cazul, orice interoperabilitate pertinentă a conținuturilor digitale cu componentele hardware și software de care comerciantul are cunoștință sau se poate presupune în mod rezonabil că are cunoștință.		
III.4 Oferte promoționale			Articolul 6 (c) identificarea ofertelor promoționale și a condițiilor

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
			<p>ușor accesibile, prezentate în mod clar și neechivoc, de beneficiere de aceste oferte.</p> <p>(d) identificarea concursurilor sau jocurilor promoționale și a condițiilor ușor accesibile, prezentate în mod clar și neechivoc, pentru a putea participa.</p>
IV. Prețul			
	<p>Articolul 5 alineatul (1) litera (c) și articolul 6 alineatul 1 litera (e)</p> <p>Prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau taxele poștale [<i>numai articolul 6 alineatul (1) litera (e)</i> – sau de orice altă natură] sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator.</p> <p>[<i>numai articolul 6 alineatul (1) litera (e)</i>] – în cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. În cazul în care aceste contracte sunt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu</p>	<p>Articolul 22 alineatul (1) litera (i)</p> <p>Prețul serviciului dacă este prestabilit pentru un anumit tip de serviciu;</p> <p><i>La CEREREA beneficiarului [articolul 22 alineatul (3) litera (a)]</i></p> <p>Dacă prețul nu este stabilit în prealabil de către prestator, atunci prețul serviciului sau, dacă nu poate fi comunicat un preț exact, metoda de calcul a prețului sau un deviz suficient de detaliat;</p>	<p>Articolul 5 alineatul (2)</p> <p>În cazul în care serviciile societății informaționale menționează prețuri, acestea trebuie să fie indicate în mod clar și neechivoc și, în special, trebuie să indice dacă includ taxele și costurile de livrare.</p>

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
	poate fi calculat dinainte, ar trebui indicat modul în care se calculează prețul];		
V. Executarea contractului			
V.1. Livrare și plată	Articolul 5 alineatul (1) litera (d) și articolul 6 alineatul (1) litera (g) [Numai articolul 5 alineatul (1) litera (d) – Acolo unde este cazul] modalitățile de plată, livrare, executare, data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile		
V.2. Soluționarea plângerilor	Articolul 5 alineatul (1) litera (d) și articolul 6 alineatul (1) litera (g) [...] după caz, politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor		
V.3. Garanții financiare	Articolul 6 alineatul (1) litera (q) acolo unde este cazul, existența și condițiile aferente avansurilor sau altor garanții financiare care trebuie plătite sau oferite de consumator la cererea comerciantului;		
V.4. Garanția legală	Articolul 5 alineatul (1) litera (e) și articolul 6 alineatul (1) litera (l) [...] o mențiune referitoare la existența unei garanții legale privind conformitatea bunurilor [...];		
V.5. Garanția comercială și serviciile	Articolul 5 alineatul (1) litera (e) [...] existența și condițiile privind serviciile postvânzare	Articolul 22 alineatul (1) litera (h) Existența unei garanții postvânzare neimpuse prin	

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
postvânzare	și garanțiile comerciale, după caz; Articolul 6 alineatul (1) litera (m) Acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și garanțiile comerciale	legislație;	
VI. Valabilitatea contractului în timp			
VI.1. Durata și rezilierea contractului	Articolul 5 alineatul (1) litera (f) și articolul 6 alineatul (1) litera (o) Durata contractului, după caz, sau, dacă contractul este încheiat pe durată nedeterminată sau urmează să fie prelungit în mod automat, condițiile de reziliere a contractului; Articolul 6 alineatul (1) litera (p) Acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului;		
VI.2. Dreptul de retragere	Articolul 6 alineatul (1) litera (k) Absența dreptului de retragere și condițiile de pierdere a acestui drept; Articolul 6 alineatul (1) litera (h) Condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului de retragere, precum și formularul tipizat de retragere; Articolul 6 alineatul (1)		

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
	<p>litera (i)</p> <p>Obligația consumatorului de a suporta costul returnării bunurilor și costul returnării bunurilor;</p> <p>Articolul 6 alineatul (1) litera (j)</p> <p>Obligația de a suporta costurile rezonabile ale comerciantului în caz de retragere</p>		
VII. Condiții juridice			
VII.1. Condiții generale		<p>Articolul 22 alineatul (1) litera (f)</p> <p>Condițiile și clauzele generale, dacă există, utilizate de către prestator</p>	<p>Articolul 10 alineatul (3)</p> <p>Clauzele contractuale și condițiile generale furnizate destinatarului trebuie puse la dispoziție într-un mod care să îi permită acestuia să le păstreze și să le reproducă.</p>
VII.2. Dreptul și jurisdicția aplicabile		<p>Articolul 22 alineatul (1) litera (g)</p> <p>Clauze contractuale, dacă există, utilizate de către prestator cu privire la legislația aplicabilă contractului și/sau instanțele judecătorești competente;</p>	
VII.3. Codurile de conduită	<p>Articolul 6 alineatul (1) litera (n)</p> <p>Existența codurilor de conduită relevante și modalitatea în care pot fi obținute copii ale acestora, după caz;</p>	<p><i>La CEREREA beneficiarului [articolul 22 alineatul (3) litera (d)]</i></p> <p>Orice coduri de conduită cărora le este supus prestatorul și adresele la care aceste coduri pot fi consultate prin mijloace electronice, specificând limba în care este scrisă versiunea disponibilă;</p>	<p>Articolul 10 alineatul (2)</p> <p>Orice coduri de conduită pertinente la care subscrie furnizorul și informațiile privind modul în care aceste coduri pot fi consultate în mod electronic.</p>
VII.4 Mecanisme extrajudiciare de depunere și	<p>Articolul 6 alineatul (1) litera (t)</p> <p>Mecanismul extrajudiciar de depunere și soluționare a</p>	<p><i>La CEREREA beneficiarului [articolul 22 alineatul (3) litera (e)]</i></p> <p>Informații privind mijloacele</p>	

	Directiva privind drepturile consumatorilor 2011/83/UE	Directiva privind serviciile 2006/123/CE	Directiva privind comerțul electronic 2000/31/CE
soluționare a reclamațiilor	reclamațiilor cărui i se supune comerciantul și metodele de acces la acesta.	<p>extrajudiciare de soluționare a litigiilor disponibile și informații privind modul de accesare a acestora</p> <p>Articolul 27 alineatul (4) Prestatorii care se supun unui cod de conduită sau care sunt membri ai unei asociații sau ai unui organism profesional, care prevede recurgerea la metode extrajudiciare de soluționare a litigiilor, îi informează pe beneficiari în această privință și menționează acest lucru în orice document în care sunt prezentate serviciile lor în detaliu, indicând în ce mod se poate obține accesul la informațiile detaliate asupra caracteristicilor și condițiilor de utilizare a unui astfel de mecanism.</p>	
VIII.5. Asigurare de răspundere profesională		Articolul 22 alineatul (1) litera (k): Asigurarea sau garanțiile și în special datele de contact ale asigurătorului sau garantului și acoperirea teritorială.	