

CONTRACTUL DE VÂNZARE – CUMPĂRARE COMERCIALĂ

Lector univ. dr. Ovidiu - Horia MAICAN¹

Rezumat

Noul Cod Civil român, adoptat în baza Legii nr. 287/2009¹, ulterior modificat și completat în baza Legii nr. 71/2012 pentru punerea în aplicare a Legii 287/2009 privind Codul Civil, înglobează o reglementare amplă a contractului de vânzare-cumpărare, axată pe actualizarea dispozițiilor din Codul Civil de la 1864, precum și pe includerea în noua reglementare a anumitor soluții din practică și doctrină. Prevederile noului Cod Civil nu modifică radical materia contractului de vânzare-cumpărare. Ca și în cazul celorlalte contracte, noul Cod Civil oferă în principal o rearanjare și reformulare a dispozițiilor legale aplicabile contractului de vânzare-cumpărare, reglementând totodată și anumite situații semnalate în practică pentru care nu existau norme exprese.

Cuvinte cheie: *contract, vânzare-cumpărare, civil, comercial*

Clasificarea JEL: K2

INTRODUCERE

Una dintre schimbările fundamentale pe care le aduce noul Cod Civil este unificarea regimului juridic pentru contractele civile și cele comerciale, cu toate consecințele ce decurg din această nouă abordare. O serie de convenții, nereglementate până acum, dar frecvent întâlnite în practică, au primit o formă, cu indicarea drepturilor și a obligațiilor corespunzătoare. De asemenea, au fost clarificate diverse aspecte, mai ales în cadrul contractelor de vânzare-cumpărare, locațiune sau asigurări, care se soldau din ce în ce mai des cu litigii.

1. NOȚIUNE ȘI CARACTERE JURIDICE

Codul comercial nu dă o definiție a contractului de vânzare-cumpărare comercială. De aceea, făcându-se aplicarea art. 1 C. Com. (conform căruia normele dreptului civil constituie un izvor de drept subsidiar pentru dreptul comercial și, implicit, pentru dreptul afacerilor), contractul de vânzare-cumpărare comercială poate fi definit pe baza dispozițiilor art. 1650 C. Civ.

Astfel, contractul de vânzare-cumpărare comercială este contractul prin care o parte (vânzătorul) se obligă să transmită dreptul de proprietate asupra unui bun către cealaltă parte (cumpărătorul), care se obligă să plătească o sumă de bani drept preț.

Ca și în dreptul civil, contractul de vânzare-cumpărare comercială are următoarele caractere juridice:

- este un contract bilateral sau sinalagmatic, deoarece este caracterizat prin reciprocitatea și interdependența obligațiilor părților,
- este un contract cu titlu oneros, întrucât ambele părți urmăresc realizarea unui folos patrimonial,
- este un contract comutativ, deoarece existența și întinderea obligațiilor părților sunt cunoscute din momentul încheierii contractului,

¹ Academia de Studii Economice, Departamentul de Drept, ovidiuszm@yahoo.com

- este un contract consensual, de regulă, întrucât se încheie valabil prin simplul acord de voință al părților,
- de regulă, este un contract translativ de proprietate.

Vânzarea-cumpărarea comercială este asemănătoare vânzării-cumpărării civile. În ambele cazuri este vorba de un contract prin intermediul căruia se transmite proprietatea unui lucru, în schimbul unui preț. Ceea ce le deosebește este funcția economică a vânzării-cumpărării comerciale și anume, interpunerea în schimbul mărfurilor. Această funcție conferă vânzării-cumpărării caracter comercial. (Cărpenaru, 2007)

Determinarea comercialității unui contract de vânzare-cumpărare se face, fie în funcție de criteriul pozitiv, prevăzut în art. 3 pct. 1 și 2 C. Com., fie potrivit criteriului negativ, prevăzut în art. 5 C. Com. (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Din dispozițiile art. 3 pct. 1 și 2 rezultă că trăsătura caracteristică a vânzării-cumpărării comerciale o constituie *intenția de revânzare*. Astfel, cumpărarea este făcută în scop de revânzare sau închiriere, iar vânzarea este precedată de o cumpărare făcută în scop de revânzare.

„Deosebirile de ordin economic, funcțional, care conferă contractului de vânzare-cumpărare comercială un caracter particular, se reflectă într-un mănunchi de dispoziții legale speciale, derogatorii de la cele civile, cuprinse în Codul Comercial în art. 60-73.” (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Aceste dispoziții se referă la: obiectul vânzării comerciale față de reglementarea de drept comun, aplicarea legii comerciale necomercianților, în cadrul faptelor de comerț mixte sau unilaterale, derogări de la regula strămutării de drept a proprietății și a transmiterii riscurilor, osibilitatea vânzării lucrului altuia, obligațiile părților la contract, măsurile de executare coactivă etc.

2 CONDIȚIILE DE VALIDITATE A CONTRACTULUI DE VÂNZARE-CUMPĂRARE COMERCIALĂ

În această privință se aplică art. 948 C. civ. ce reglementează condițiile generale de validitate ce trebuie îndeplinite de orice contract.

Consimțământul

Încheierea contractului de vânzare-cumpărare comercială implică un acord de voință al părților – în sensul transmiterii de la vânzător la cumpărător a dreptului de proprietate asupra unui bun, în schimbul unui preț.

Situația contractelor sinalagmatice încheiate între persoane aflate față în față este reglementată de regulile dreptului civil, neexistând dificultăți din punctul de vedere al momentului și locului încheierii lor.

Totuși, se impun câteva precizări în legătură cu viciile de consimțământ, mai precis în legătură cu dolul. Astfel, potrivit uzanțelor comerciale, dolul în materie comercială nu se apreciază cu aceeași rigurozitate ca în dreptul civil deoarece este o obișnuință pentru comercianți a-și vinde marfa apelând la o serie de mijloace exagerate, în raport cu calitatea mărfii. (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Deoarece majoritatea vânzătorilor apelează la tehnici de comercializare care sunt, uneori, la limita dolului, cumpărătorii trebuie să se informeze singuri cu privire la calitatea mărfurilor pe care doresc să le cumpere, iar instanța de judecată va aprecia în ce măsură mijloacele folosite de vânzător pentru a-și vinde marfa sunt dolosive. Dar, așa cum s-a spus în doctrină, concepția asupra dolului a fost substanțial modificată în ultimele decenii, avându-se în vedere reglementările adoptate în diverse țări pentru protecția consumatorilor.

Contractul de vânzare-cumpărare comercială este perfect din momentul în cre părțile au căzut de acord asupra obiectului și prețului, afară dacă, din interpretarea voinței lor nu

reiese că acestea au considerat perfect contractul din momentul în care au reglementat toate modalitățile practice de execuție. (Belu-Magdo, 2003)

În ceea ce privește încheierea contractului de vânzare-cumpărare între absenți sau între persoane aflate la distanță, momentul realizării acordului de voință este mai dificil de stabilit din cauza distanței dintre părți, care implică existența unui interval de timp pentru ca declarația de voință a unei părți să ajungă la cealaltă parte. În această materie, dispozițiile Codului Civil se completează cu prevederile Codului Comercial (art. 35 C. Com.).

Oferta de a contracta este un act juridic unilateral destinat să producă anumite efecte juridice. Ea trebuie să fie completă, precisă, neîndoiește adică făcută intenția de a se obliga juridic. Ea poate fi adresată unei persoane determinate sau publicului. Oferta trebuie să aibă forma cerută de lege pentru existența sau probațiunea operațiunii juridice pentru care este făcută, iar în situația când considerarea calităților unei anumite persoane este determinantă, acceptarea ofertei ce i-a fost adresată trebuie să provină de la acea persoană.

La rândul ei, acceptarea ofertei este tot un act juridic unilateral, ce trebuie să concorde cu oferta. În caz contrar, nu ne aflăm în fața unei acceptări propriu-zise, ci a unei contraoferte. Și acceptarea trebuie să fie neîndoiește – făcută cu intenția de a se obliga din punct de vedere juridic.

Tăcerea destinatarului ofertei, neînsoțită de alte manifestări, nu semnifică acceptare, cu excepția cazului în care oferta este făcută exclusiv în interesul destinatarului, ori dacă între părți există uzanța acceptării tacite a facturilor.

Art. 35 C. Com. dispune că contractele sinalagmatice între absenți se socotesc încheiate din momentul în care acceptarea a ajuns la cunoștința ofertantului. Aceasta înseamnă consacarea, în dreptul nostru, a teoriei informațiunii, potrivit căreia contractul este valabil încheiat în momentul în care ofertantul s-a informat cu privire la conținutul acceptării. În privința momentului încheierii contractului între absenți, diversele sisteme de drept au soluții variate, mergând de la teoria declarațiunii (contractul se consideră încheiat în momentul în care acceptantul se declară de acord cu oferta) și de la teoria expedițiunii (contractul se consideră încheiat în momentul în care acceptantul expediază ofertantului acceptarea sa), până la teoria recepțiunii (contractul se consideră încheiat în momentul în care ofertantul recepționează, primește acceptarea) și la teoria informațiunii, consacrată și în dreptul nostru. Locul încheierii contractului între persoane aflate la distanță se apreciază în funcție de momentul încheierii acestuia. Astfel, în cazul în care se aplică teoria informațiunii (contractul se consideră încheiat în momentul în care ofertantul ia cunoștința de conținutul acceptării), locul încheierii contractului este sediul sau domiciliul ofertantului, unde acesta ia cunoștința de conținutul acceptării.

La oferta cu termen, contractul se perfectează, dacă acceptarea a ajuns la cunoștința ofertantului în termenul stipulat, în timp ce la oferta fără termen de acceptare, contractul se perfectează dacă acceptarea ajunge la cunoștința ofertantului într-un termen rezonabil, necesar schimbului ofertei și acceptării, termen care variază după natura contractului. (Belu-Magdo, 2003)

Derogându-se de la regula perfectării contractului între persoane neprecizate în momentul cunoașterii acceptării de către destinatar (prevăzută de art. 35 C. Com.), art. 36 C. Com. înlocuiește acceptarea contractului cu executarea acestuia, moment în care are loc și încheierea acestuia. Pentru a deveni aplicabil art. 36 C. Com, trebuie îndeplinite cumulativ cele trei condiții prevăzute de text, adică ofertantul să fi cerut executarea imediată a contractului, ofertantul să nu fi cerut un răspuns prealabil, iar acest răspuns să nu fie necesar după natura contractului.

O altă derogare de la regula instituită de art. 35 C. Com, este cea prevăzută de art. 38 C. Com, privind contractele unilaterale. În cazul acestora, perfectarea contractului intervine la

momentul și locul în care destinatarul ia cunoștință de ofertă, acceptarea destinatarului care are numai avantaje fiind prezumată. (Belu-Magdo, 2003)

Între persoane aflate la telefon, nu se vor aplica prevederile art. 35 C. Com. deoarece un astfel de contract se consideră încheiat între persoane prezente, și nu aflate la distanță. În cazul acelor contracte încheiate la telefon, în dreptul nostru locul încheierii contractului se consideră a fi sediul sau domiciliul ofertantului, adică al celui care a inițiat convorbirea.

Cunoașterea momentului încheierii contractului are importanță din următoarele considerente: (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

- în raport de acest moment se apreciază posibilitatea revocării ofertei sau dacă ea a devenit caducă,
- în cazul conflictelor de legi în timp, se va aplica legea existentă la momentul încheierii contractului,
- consimțământul și celelalte condiții de validitate se apreciază la momentul realizării acordului de voință; în măsura în care acestea nu sunt respectate, cauzele de nulitate se stabilesc în funcție de acest moment,
- efectele contractului se produc, de regulă, din momentul realizării acordului de voință, dacă nu există stipulație contrară. Așadar, în cazul contractelor translativ de drepturi reale, acestea se transmit (pentru bunurile individual-determinate) din momentul încheierii contractului, cu excepția imobilelor (mai precis a terenurilor), caz în care acordul de voință al părților trebuie să îmbrace forma autentică.

Capacitatea părților

Condițiile de capacitate pentru încheierea contractului de vânzare-cumpărare comercială sunt cele prevăzute de lege pentru încheierea oricărui act juridic: capacitatea de folosință și capacitatea de exercițiu.

De asemenea, Codul civil stabilește anumite reguli specifice contractului de vânzare-cumpărare civilă, care sunt deopotrivă aplicabile și contractului de vânzare-cumpărare comercială, potrivit art. 1 C. Com (unde legea de față nu dispune se aplică Codicele civil).

Art. 1657 C. Civ. Stabilește principiul potrivit căruia pot cumpăra și vinde toți cărora nu le este oprit prin lege.

Obiectul contractului

Contractul de vânzare-cumpărare este un contract bilateral (sinalagmatic), ce dă naștere la obligații în sarcina ambelor părți. Astfel vânzătorul este obligat să predea lucrul vândut, iar cumpărătorul să plătească prețul. Aceste două prestații formează obiectul contractului. Bunul vândut și suma de bani – prețul – constituie obiect derivat al contractului. (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Bunul vândut, pentru a fi considerat obiect derivat al contractului de vânzare-cumpărare, trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- să se afle în circuitul civil;
- să existe în momentul încheierii contractului ori să poată exista în viitor;
- să fie determinat sau determinabil.

Lucrul trebuie să se fle în comerț sau în circuitul civil.

Toate lucrurile care sunt în comerț pot fi vândute, afară numai dacă vreo lege a oprit aceasta. Sunt oprite de lege de la vânzare anumite bunuri considerate, din diferite motive, *extra commercium*.

Lucrul trebuie să existe.

Pentru a fi valabilă vânzarea, lucrul trebuie să existe în momentul încheierii contractului sau să poată exista în viitor. În caz contrar, contractul este lovit de nulitate absolută.

Dacă este vorba de vânzarea unui bun ce va fi fabricat în viitor, contractul este valabil. Dar, în cazul în care fabricarea bunului promis nu s-a mai realizat, contractul este totuși valabil încheiat, dar nu a fost executat din vina vânzătorului (cu excepția cazului în care cumpărătorul își asumă riscul de a nu mai primi bunul contractat).

Lucrul să fie determinat sau deteminabil.

Bunurile individual determinate se individualizează prin adresă, schemă cadastrală etc. (dacă sunt imobile prin natura lor) sau, în general, prin însușiri proprii, specifice. Bunurile determinate generic, care se individualizează prin însușirile speciei căreia îi aparține, se determină la momentul predării (prin măsurare, numărare, cântărire).

Dacă bunul este doar determinabil, sunt precizate în contract condițiile sau elementele determinării lui viitoare.

Prețul vânzării

Este elementul care diferențiază contractul de vânzare-cumpărare de cel de schimb, atât în dreptul civil, cât și în dreptul comercial, deoarece constă într-o sumă de bani și nu într-un alt bun.

Prețul reprezintă obiectul prestației cumpărătorului.

Prețul trebuie să fie determinat sau determinabil și să fie real.

Este determinat prețul care este prevăzut în contract printr-o sumă de bani.

Este determinabil prețul în legătură cu care s-au prevăzut în contract condițiile determinării lui în viitor. Potrivit art. 1660 C. Civ, prețul vânzării trebuie să fie serios și determinat de părți.

Spre deosebire de Codul civil, Codul Comercial prevede, în art. 60 că vânzarea pe un preț nedeterminat în contract este valabilă dacă părțile au convenit asupra unui mod de a-l determina ulterior. (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Art. 61 C. Com. prevede că vânzarea făcută pe adevăratul preț sau pe prețul curent este, de asemenea, valabilă. În acest caz prețul se determină conform art. 40.

Art. 40 C. Com. arată: când urmează a se hotărâ adevăratul preț sau prețul curent al produselor, mărfurilor, transporturilor, navlului, al primelor de asigurare, cursul schimbului, al efectelor publice și al titlurilor industriei, el se ia după listele bursei sau după mercurialele locului unde contractul a fost încheiat sau, în lipsă după acelea ale locului celui mai apropiat sau după orice fel de probă.

Prețul este real dacă nu este simulat sau derizoriu. În materie comercială, caracterul real al prețului este apreciat cu mai multă toleranță, dat fiind specificul comerțului.

3. EFECTELE CONTRACTULUI

Efectele contractului de vânzare-cumpărare comercială sunt obligațiile vânzătorului și obligațiile cumpărătorului. (S. Angheni, M. Volonciu, C. Stoica, 2004)

Principalele obligații ale vânzătorului sunt obligația de a transmite dreptul de proprietate asupra lucrurilor vândute în patrimoniul cumpărătorului, obligația de a preda cumpărătorului bunurile vândute și, eventual de a-i remite documentele referitoare la acestea, precum și obligația de a asigura conformitatea mărfurilor, ce include garanția pentru vicii și garanția pentru evicțiune.

Principala obligație ale cumpărătorului este cea de a plăti prețul, la care se pot adăuga și alte obligații suplimentare (de exemplu, obligația cumpărătorului de a prelua bunurile cumpărate).

Varietăți ale contractului de vânzare-cumpărare

Vânzarea pe gustate constituie o varietate de vânzare prin care cumpărătorul consimte plata prețului în momentul gustării produsului.

Vânzarea pe încercate, o altă varietate de vânzare permite cumpărătorului să se hotărască asupra prețului, numai după încercarea produsului. Această varietate de vânzare se aplică bunurilor mobile corporale neconsumabile.

Vânzarea după mostră este o vânzare pură și simplă, perfectă din momentul acordului de voință. Funcția juridică a mostrei este de a pune la dispoziția părților mijlocul de a controla dacă marfa ce a făcut obiectul vânzării corespunde cu aceea predată. Condițiile vânzării și calitatea mărfii se determină după mostră. De regulă, mostra este furnizată de vânzător.

Ea poate fi propusă și de cumpărător sau poate fi executată de vânzător după prescripțiile cumpărătorului și supusă în prealabil omologării cumpărătorului, ori unei livrări de probă. Mostra acceptată de părți cu ocazia încheierii contractului, devine mostră contractuală, ea având o altă semnificație decât mostrele de reclamă sau prezentate la târguri. Spre deosebire de vânzarea după mostră contractuală, care are un caracter rigid, deoarece orice neconcordanță între marfă și mostră, echivalează cu o neexecutare a contractului, generând rezoluțiunea acestuia, mostra tip de produs este mai puțin rigidă. Se presupune că părțile au înțeles să permită o anumită toleranță în aprecierea corespondenței dintre marfă și mostra tip. Vânzarea după mostră este o vânzare tipic comercială.

Vânzarea după catalog este o nouă modalitate de vânzare și determinare a calității mărfii. Cataloagele editate pentru o gamă largă de produse cuprind caracteristicile mărfii, prețul și alte date necesare. Catalogul trebuie să fie clar, precis și exact. El este însoțit de formulare, de scrisori sau de bonuri de comandă. Contractul se încheie prin corespondență, fiind supus regurilor generale ale contractului de vânzare-cumpărare comercială. Deși prin acest tip de contract se evită deplasarea cumpărătorului, există și dezavantaje legate de faptul că, uneori, mențiunile din catalog sunt depășite ori mărfurile alese nu mai există în stoc – ceea ce implică un termen de livrare destul de lung.

Vânzarea la bursă presupune aplicarea legii în vigoare la sediul bursei. (Cărpenaru, 2007)

Bursa este o instituție speculativă aflată sub controlul statului. Există două feluri de burse. Burse de mărfuri și burse de valori. Specific vânzării la bursă este absența mărfii, rezultând faptul că, în cazul în care bursa în cauză nu are propriile stasuri de calitate, nu se pot formula pretenții asupra calității mărfii. Vânzările la bursă se fac prin intermediari. Intermediarul poartă denumirea de *curtier* în dreptul continental și *broker* în dreptul anglo-american. Curtierii sunt obligați să respecte secretul tranzacțiilor, să nu tranzacționeze în nume sau în interes propriu și să se supună indicațiilor date de sindicul bursei.

Vânzarea la licitație se organizează în toate statele lumii, spre deosebire de vânzarea la bursă. Achizițiile publice, procurarea de utilaje și instalații din fonduri avansate de ONU se fac, fără excepție, pe bază de licitație. Licitațiile sunt de două feluri. Licitații închise – situație în care numai un anumit număr de comercianți sunt invitați la licitație, și licitații deschise – la care participă orice persoană interesată care achiziționează caietul de sarcini și plătește taxa de participare. Specific vânzării la licitație este faptul că marfa este întotdeauna prezentă. Marfa se prezintă sub două moduri. Ori sub formă de mostre, caz în care marfa trebuie să răspundă condițiilor de calitate pe care le prezintă mostra, cu consecința că nu se pot formula pretenții de calitate pentru viciile aparente ale mostrei, ori sub formă de documentație tehnică, caz în care partea care a luat cunoștință de conținutul documentației, chiar dacă nu a adjudecat, este obligată să păstreze confidențialitatea asupra mărfii respective. Legea aplicabilă vânzării de mărfuri la licitație este legea în vigoare la locul licitației.

Potrivit unei părți a doctrinei, contractul de vânzare în consignație este o varietate a contractului de vânzare. În doctrină există și opinia contrară, potrivit căreia acest contract este o varietate a contractului de intermediere.

Contractul de vânzare în consignație este încheiat între doi comercianți, consignatar și consignatar. Este contractul prin care, în schimbul unui comision, consignatarul se obligă să vândă, pe contul consignatarului, marfa predată lui de acesta în depozit. (Cărpenaru, 2007)

Contractul de consignație este reglementat în dreptul român de Legea nr. 137/1934 modificată prin Legea nr. 34/1936.

Contractul de consignație este un contract complex deoarece presupune un depozit, un comision și o vânzare.

CONCLUZII

Din analiza sistemului de norme ce reglementează vânzarea-cumpărarea comercială, se poate considera că, deși acestea nu sunt coerente și omogene, prezintă totuși un caracter de nouitate.

În același timp, este necesară schimbarea concepției legiuitorului comercial român cu privire la trecerea în rândul actelor de comerț și a operațiunilor imobiliare speculative.

Această se impune deoarece cel important argument care a stat la baza excluderii imobilelor de sub incidența legii comerciale nu mai există.

În prezent nu se mai poate spune că valoarea bunurilor imobile este mai mare decât cea a bunurilor mobile. Valoarea economică nu mai este determinată de caracterul mobil sau imobil al bunului cum s-a apreciat la data elaborării și adoptării Codului Comercial. Există o mulțime de operațiuni comerciale mobiliare cu o valoare mult mai mare decât cea a operațiunilor imobiliare.

În prezent, distincția între valorile mobiliare și cele imobiliare, cu efecte asupra legii aplicabile nu mai are justificare.

BIBLIOGRAFIE

Angheni, S., Volonciu, M., Stoica, C. (2010) Drept comercial, Editura CH Beck.

Belu Magdo, M., L., (2003) Drept comercial, Editura HG.

Cărpenaru, S., (2007) Drept comercial român, Ediția a 6-a revizuită și adăugită, Editura Universul Juridic.

Codul Civil Român

Codul Comercial Român