

CZU: 347.74

DOI 10.5281/zenodo.10417314

**REGLEMENTĂRI JURIDICE
PRIVIND CONTRACTELE CE AU
CA OBIECT PLASAREA PRODUSELOR
ALTUIA PE PIAȚĂ**

Evghenia GUGULAN,
doctorandă

Ana-Maria GHERMAN-GRIMAILO,
doctorandă

**LEGAL REGULATIONS
ON CONTRACTS THAT AIM PLACING
ANOTHER TRADER'S GOODS ON THE
MARKET**

Evghenia GUGULAN,
PhD student

Ana-Maria GHERMAN-GRIMAILO,
PhD student

O economie sănătoasă, fără îndoială, este susținută în măsură considerabilă de regularitatea și de onestitatea raporturilor juridice dintre parteneri în procesul amplu și complex al producției și circulației bunurilor, al domeniului serviciilor, în scopul general al satisfacerii trebuințelor oamenilor.

Un asemenea deziderat fundamental nu poate fi realizat decât sprijinindu-se, cu precădere, pe actul principal al nașterii și stingerii acestor raporturi – contractul. În cadrul acestei cercetări vom aborda nemijlocit tema contractelor, dar, totodată, și un compartiment unic ce înglobează în sine un spectru vast de contracte ce au ca obiect plasarea produselor altora pe piață.

Încheierea acestor contracte acordă posibilitatea ca o parte care desfășoară o activitate independentă să se oblighe să folosească competențe și eforturi pentru a pune pe piață produsele altor părți contractante.

În această ordine de idei, autorii vin cu inițiativa de a realiza un studiu complex al modificărilor operate în Codul civil, și anume la compartimentele ce abordează agenția comercială, comisionul profesionist, franciza și distribuția.

Cuvinte-cheie: instituția intermedierii, reprezentare, contracte comerciale, activitate comercială, agenție comercială, comision profesionist, consignație, sistem de franciză, distribuție de mărfuri.

A healthy economy is undoubtedly supported to a considerable extent by the regularity and honesty of legal relations between partners in a large and complex process of production and movement of goods, the field of services, for the general purpose of meeting people's needs.

Such a fundamental desideratum can only be achieved by relying, above all, on the main act of the birth and extinction of these relations – the contract. In this research we are going to approach the issue of the contracts specifically, but at the same time a particular area that includes a considerable variety of contracts – contracts for placing the products of others on the market.

The conclusion of such contracts gives the possibility that a party which operates independently engages itself to use competences and efforts for the placing on the market of the products of other contracting parties.

Following these ideas, the authors propose to make a comprehensive study of the amendments operated in the Civil Code, namely the sections dealing with commercial agency, professional commission, franchising, distribution.

Key words: intermediation institution, representation, commercial contracts, commercial activity, commercial agency, professional commission, consignment, franchise system, distribution of goods.

INTRODUCERE.

Complexitatea și frecvența tranzacțiilor internaționale, precum și aria geografică întinsă în care se derulează, au determinat folosirea unor intermediari, adică acele persoane fizice și juridice independente în scopul grăbirii, facilitării și realizării produselor și serviciilor în condiții cât mai eficiente [16].

Pătrunderea unui profesionist pe piața

INTRODUCTION.

The complexity and frequency of international transactions, as well as the extensive geographical area in which they take place, have led to the use of intermediaries, individuals, and independent entities, in order to speed up, facilitate and efficiently carry out the production and provision of products and services. [16]



afacerilor străine pentru desfacerea mărfurilor s-a impus a fi făcută odată cu dezvoltarea comerțului internațional, prin intermediul persoanelor cunoscute deja pe piața locală, care se bucurau de încredere și prestigiu [9, p.185].

Astfel, a fost evidentă necesitatea adoptării unui cadru juridic distinct în legislația civilă a Republicii Moldova, care este orientat spre dezvoltarea relațiilor economice între state, precum și spre promovarea unor produse și a know-how-ului pe o piață străină, a noilor viziuni ale marketingului, inclusiv valorificarea propriului business, extinderea rețelei de marketing în întreaga lume, ceea ce generează succes în timp în domeniul afacerilor.

Instituția intermedierei în dreptul civil, precum și cadrul legal cu privire la *contractele ce au ca obiect plasarea produselor altuia pe piață* necesită o reglementare în detaliu din cerința de a spori aceste raporturi contractuale. Efectuând o abstracție în coraport cu legislația României, acest subiect este vizat în legislația civilă română încă demult.

Cu părere de rău, analizând minuțios contractele tipice de intermediere, constatăm că aceasta a apărut de curând în Republica Moldova, pe când pe plan internațional adoptarea unor reglementări uniforme aplicabile intermedierei a contribuit la eliminarea obstacolelor în schimburile internaționale și a favorizat dezvoltarea comerțului internațional încă demult.

De altfel, încă în 1983 a fost încheiată Convenția privind reprezentarea în vânzarea internațională de mărfuri (Geneva), iar la 14 martie 1978, Convenția privind legea aplicabilă contractului de intermediere și reprezentarea (Haga) [17].

Dacă e să revenim la noțiunea de contract și importanța covârșitoare a acestuia, el nu și-a pierdut importanța nici astăzi. Dimpotrivă, este principalul izvor de obligații, prin mijlocirea sa realizându-se stabilitatea relațiilor și circulația bunurilor și valorilor, mai nou putând fi încheiat și la distanță [4, p.7].

Instrument juridic însemnat în viața economică, contractul este cunoscut din cele mai vechi timpuri. Din cele mai vechi timpuri oamenii au realizat diverse acorduri între ei, numite drept contracte.

The entry of a professional into the foreign business market for the distribution of goods became necessary with the development of international trade, through individuals already known in the local market, who enjoyed trust and prestige. [9, p.185]

Thus, it was evident the need to adopt a distinct legal framework in the civil legislation of the Republic of Moldova, which is oriented towards the development of economic relations between states as well as the promotion of products and know-how in a foreign market, introducing new marketing visions, including the promotion of one's own business, expanding the marketing network globally, leading to success in the business field over time.

The institution of intermediation in civil law, as well as the legal framework regarding contracts that involve placing another's products on the market, requires detailed regulation to enhance these contractual relationships. Comparatively with Romanian legislation, this subject has long been addressed in Romanian civil law.

Unfortunately, a thorough analysis of typical intermediation contracts, in the Republic of Moldova shows that this has only recently emerged, while at international level, the adoption of uniform regulations for intermediation has contributed to eliminating obstacles in international exchanges and has long fostered the development of international trade.

Moreover, the Convention on the Representation in International Sales of Goods (Geneva) was concluded as early as 1983, and the Convention on the Law Applicable to Agency and Representation Contracts (The Hague) on 14 March 1978. [17]

Returning to the notion of a contract and its overwhelming importance, the contract has not lost its significance today. On the contrary, it remains the main source of obligations, ensuring the stability of relationships, the movement of goods and values, and can now be concluded remotely. [4, p.7]

As a significant legal instrument in economic life, the contract has been known since ancient times. Since ancient times people have made various agreements with each other, called contracts.

Astăzi, la momentul de față legislația Republicii Moldova a devenit mult mai bogată în ceea ce privește contractele, odată cu implementarea noilor modificări a celei mai importante legi civile a statului – Codul Civil.

Metode și materialele aplicate se impun prin importanța lor teoretică, fiind aplicate următoarele: analiza, sinteza, generalizarea, metoda comparativă.

Scopul articolului constă în elucidarea importanței capitolului XXII din Codul Civil privind contractele ce au ca obiect plasarea produselor altuia pe piață, reglementat prin legea de modernizare a Codului Civil al RM din 01.03.2019.

REZULTATELE OBȚINUTE ȘI DISCUȚII.

În cadrul acestei analize urmează a fi abordat un subiect așa-zis „mai nou” în legislația civilă contractuală, care a căpătat amploare recent, odată cu apariția noilor prevederi ale Codului Civil al RM, din 01.03.2019.

De altfel, nu putem vorbi despre acest capitol al Codului civil fără instituția intermedierei, care are la bază ideea de reprezentare. Acesta își are un loc distinct în ierarhia sistemului de drept privat, fiind prevăzut în Cartea a treia, Capitolul XXII, intitulat „*Contractele privind punerea pe piață a produselor altuia*”. Spunem „mai nou” deoarece aceste prevederi anterior modificării erau reglementate în legislația civilă a Republicii Moldova, însă nefiind împreunate, totodată nu formau o categorie aparte și nu erau definite. În doctrina de specialitate acestea mai sunt denumite și contracte comerciale internaționale. De asemenea, unele clauze nu erau reglementate de către Codul Civil vechi, spre exemplu: contractul de distribuție, care la moment face parte din această categorie a contractelor.

Astfel, potrivit prevederilor Codului civil al Republicii Moldova: „Dispozițiile prezentei secțiuni se aplică contractului de agenție comercială, contractului de comision profesionist, contractului de franciză și contractului de distribuție, precum și, în mod corespunzător, altor contracte în virtutea cărora o parte care desfășoară o activitate inde-

Today, the legislation of the Republic of Moldova has become richer in terms of contracts, especially with the implementation of new amendments to the state’s most prominent civil law - the Civil Code.

The methods and materials applied are of theoretical importance, and the following methods are applied: analysis, synthesis, generalization, and the comparative method.

The purpose of the article is to elucidate the importance of Chapter XXII of the Civil Code concerning contracts that involve placing another’s products on the market, regulated by the Law on the Modernization of the Civil Code of the Republic of Moldova dated 01.03.2019.

RESULTS AND DISCUSSIONS.

In this analysis, a so-called „new” subject in contractual civil law will be addressed, which gained prominence recently with the appearance of new provisions of the Civil Code of the Republic of Moldova, as of 01.03.2019.

Moreover, we cannot talk about this chapter of the Civil Code without the institution of intermediation, which is based on the idea of representation.

This has its distinct place in the hierarchy of the private legal system, provided in the Third Book, Chapter XXII, entitled „*Contracts on the marketing of the products of another*”. We say „newer” because, prior to the amendment, these were regulated in the civil legislation of the Republic of Moldova, however, not being combined, they did not form a separate category, and were not clearly defined.

In specialized doctrine, these are also called international commercial contracts. In addition to this fact, some clauses were not regulated by the old Civil Code, for example: the distribution contract, which currently falls into this category of contracts.

Thus, according to the provisions of the Civil Code of the Republic of Moldova: „The provisions of this section apply to the commercial agency contract, the professional commission contract, the franchise contract and the distribution contract, as well as, correspondingly, to other contracts under which a party conducting independent activity un-



pendentă se obligă să folosească competențe și eforturi pentru a pune pe piață produsele celeilalte părți” [1, art. 137, art. 1687].

Putem spune că legiuitorul a lăsat loc de interpretare la acest articol și este evident faptul că am putea să ne referim și la contractul de consignație, care reprezintă o varietate a contractului de comision de astăzi, dar care la momentul de față nu îl întâlnim în reglementările Codului civil, constând în vânzarea mărfurilor de către comisionar pe numele său, dar pe cheltuiala comitentului.

Deducem ideea că în practica națională și internațională se folosesc mai multe contracte prin care se pun pe piață produsele unei alte persoane, printre acestea se enumeră: agenția comercială, comisionul profesionist, franciza, distribuția.

După cum s-a menționat, pentru toate acestea, autorii proiectului de lege privind modificarea și completarea Codului civil au identificat un set de reguli comune, care au fost incluse în capitolul XXII „Contractele privind punerea pe piață a produselor altuia”.

Potrivit amendamentelor propuse, au fost instituite un set de norme proprii acestor tipuri de contracte, mai cu seamă:

- Obligația de a oferi, înaintea încheierii contractului, informații suficiente, care să permită celeilalte părți să decidă, fiind informat în mod rezonabil asupra încheierii sau refuzului încheierii contractului de tipul și în condițiile propuse;

- Obligația activă și loială de cooperare, precum și de coordonare a eforturilor pentru a atinge obiectivele contractului;

- Obligația de informare în timpul executării contractului pentru a atinge obiectivele contractului;

- Obligația de confidențialitate [1].

Ceea ce trebuie să tălmăcim prin prisma acestor noi reglementări ale legii este că această categorie de contracte se referă la obligațiunea unei părți care desfășoară o activitate independentă și care totodată va folosi competența și diligența sa pentru punerea pe piață a produselor celeilalte părți, astfel primind în schimbul acestei prestații o remunerație.

Dacă e să argumentăm contribuția legiuitorului de a îngloba aceste contracte într-

dertakes to use skills and efforts to market the products of the other party”. [1, art. 137, art. 1687]

We can say that the legislator has left room for interpretation in this article, and it is obvious that we could also refer to the consignment contract, which represents a variety of today’s commission contract, which is currently not found in the regulations of the Civil Code, consisting of the sale of goods by the commissioner in their own name, but at the expense of the principal.

We deduce that in national and international practice, several contracts are used to market the products of another person, among them: commercial agency, professional commission, franchising, or distribution.

As mentioned, for all of these, the drafters of the law on amending and supplementing the Civil Code have identified a set of common rules, which have been included in Chapter XXII - „*Contracts on the marketing of the products of another*”.

According to the proposed amendments, a set of rules specific to these types of contracts has been established, especially:

- The obligation to provide sufficient information prior to the conclusion of the contract to enable the other party to decide, being reasonably informed about the conclusion or refusal to conclude the contract under the proposed type and conditions;

- The active and loyal obligation to cooperate, as well as to coordinate efforts to achieve the objectives of the contract;

- The obligation to provide information during the execution of the contract to achieve the objectives of the contract;

- The obligation of confidentiality. [1]

What we have to interpret in light of these new regulations of the law is that this category of contracts consists of the obligation of one party who carries out an independent activity and who at the same time will use their competence and diligence to market the products of the other party, thus receiving remuneration for this service.

If we are to argue the legislator’s contribution in incorporating these contracts into a separate chapter of civil law, we can bring some criteria as arguments.

un capitol aparte a legii civile, putem aduce drept argumente câteva criterii.

În ansamblu, pentru a determina esența acestor contracte vom porni de la cele mai importante noțiuni.

Trăsătura comună, distinctă, a acestor contracte rezidă în primul rând în obiectul contractului, obiectul intermedierei, prin faptul că intermediarul (agent, comisionar, francizor, distribuitor) mijlocește încheierea unor afaceri cu caracter profesionist în interesul unui client, în schimbul unei sume bănești.

Un alt criteriu tangențial al acestor contracte este că obiectul contractului reprezintă serviciile, bunurile și mărfurile, know-how-ul pe care le distribuie profesionistul intermediar către clientelă, prestații specifice, precum și transmiterea drepturilor la marcă, nume, obiecte ale proprietății intelectuale (în cazul contractului de franciză).

Dacă e să ne referim nemijlocit la *caracterele juridice* ale tipurilor respective de contracte, putem menționa cu certitudine că acestea sunt: bilaterale, cu titlu oneros, comutative, cu executare succesivă în timp, consensuale și sinalagmatice.

Un alt aspect comun rezidă în respectarea principiului bunei-credințe de către intermediar, ceea ce ar presupune că acesta trebuie să fie o persoană de încredere, care nu va deturna pe parcursul activității sale clientela persoanei pe care o reprezintă, precum și va ține cont de respectarea concurenței loiale atunci când este intermediar pentru mai mulți principali.

Forma contractelor ce au ca obiect plasarea produselor altuia pe piață este evident cea scrisă și autenticată notarial. Contractele pot fi probate ulterior numai printr-un înscris; excepție face cazul francizei, aceasta înregistrându-se inclusiv la AGEPI.

O altă clauză esențială a acestor contracte este cea de lipsă de concurență, prin care se determină obligația unei părți fie de a nu îndeplini o activitate profesională în detrimentul celeilalte părți, fie de a nu deturna clientela în dauna celui ce l-a împuternicit (respectarea principiului bunei-credințe).

În ceea ce privește *remunerația*, aceasta se stabilește în coraport cu valoarea actelor juridice încheiate, atunci când vorbim despre con-

Overall, in order to determine the essence of these contracts, we will start with the most prominent notions.

The common, distinct feature of these contracts lies primarily in the object of the contract, the object of the intermediation, in that the intermediary (agent, commissioner, franchisor, distributor) mediates the conclusion of business with a professional character in the interest of a client, in exchange for a monetary sum.

Another tangential criterion of these contracts is that the object of the contract represents the services, goods and merchandise, know-how that the intermediary professional distributes to the customer, specific services as well as the transfer of rights to trademarks, names, objects of intellectual property (in the case of the franchise contract).

If we are to refer directly to the *legal characteristics* of these types of contracts, we can state with certainty that they are: named contracts, bilateral, onerous, commutative, with successive performance over time, consensual and synallagmatic.

Another common aspect lies in the respect of the good faith principle by the intermediary, which would imply that the intermediary must be a trustworthy person who will not mislead in the course of its business, the clientele of the person it represents, and will consider respect for fair competition when acting as an intermediary for several principals.

The form of contracts whose object is the placement of another's products on the market is obviously written and notarized, the contracts can only be proved later by a written document, with the exception of the franchise, which is also registered with State Agency on Intellectual Property.

Another essential clause of these contracts is the non-compete clause, by which one party is obliged not to engage in a professional activity to the detriment of the other party, either not to divert clients to the detriment of the one who has empowered them (respecting the principle of good faith).

Regarding *remuneration*, this is established in line with the value of the legal acts concluded, when we talk about the commercial agency and professional commission contract,



tractul de agenție comercială și comision profesionist, dar nu și în cazul francizei, acolo unde francizatul achită o taxă de intrare în sistem și o redevență lunară (royalty) francizorului în schimbul desfășurării activității comerciale deja cunoscute pe piață, ceea ce ar presupune extinderea unei companii cu renume.

Contractele în care o persoană acționează în relația cu terții în numele și pe seama ei însăși, dar în realizarea unui interes juridic comun cu principalul, având ca obiect plasarea produselor altuia pe piață, ceea ce constă în realizarea unei activități comune, de obținere, producere, comercializare, distribuire a bunurilor și prestare a serviciilor.

Este evident faptul că, pe lângă aceste analogii comune, există și deosebiri între aceste contracte.

Mai cu seamă, potrivit literaturii de specialitate, acestea au fost clasificate de către mai mulți autori după criteriul de reprezentare în:

1. *Contracte de intermediere în care intermediarul acționează cu terții în calitate de mandatar, dar fără reprezentare* (tipic pentru două specii de contracte, contractul de comision și consignatie).

2. *Contracte de intermediere în care intermediarul acționează ca un profesionist independent, pentru negocierea de afaceri cu terții* (contractul de agenție de franciză și distribuția exclusivă) [10, p. 306].

În urma realizării acestui studiu este important de remarcat faptul că o amploare sporită în Republica Moldova au luat în special contractele de franciză. Astfel, pe parcursul ultimilor ani, s-au extins tot mai multe rețele de marketing cu renume la nivel național, cu participarea francizorilor internaționali (cum ar fi Andy's Pizza, Kaufland, Tucano Coffee, etc.), ceea ce este un fapt îmbucurător pentru noi.

Noutatea științifică a acestui comparativ al Codului Civil este reglementarea normativă a contractului de distribuție, care nu a existat în vechiul Cod Civil al țării noastre până în 2019, dar, totodată, era întâlnit în vaste domenii.

Astfel, aceste contracte erau încheiate și puse în aplicare de către agenți economici străini foarte activi, precum și de către agenții din Republica Moldova, dat fiind faptul că

but not in the case of the franchise, where the franchisee pays an entry fee to the system and a monthly royalty to the franchisor in exchange for carrying out the commercial activity already known on the market, which would imply the expansion of a reputable company.

The contracts in which a person acts in relation to third parties in their own name and on behalf of themselves, but in realization of a common legal interest with the principal, (the contract of contracts whose object is placing another's products on the market consists of carrying out a common activity, obtaining, producing, marketing, distributing goods and providing services).

It is obvious that, in addition to these common analogies, there are some differences between these contracts.

In particular, according to specialized literature, these have been classified by several authors according to the representation criterion in:

1. *Intermediary contracts in which the intermediary acts with third parties as a trustee, but without representation*, (typical of two types of contracts, commission, and consignment contracts).

2. *Intermediary contracts in which the intermediary acts as an independent professional, for negotiating business with third parties*, (franchise agency contract and exclusive distribution) [10, p. 306].

Following this study, it is indisputable to note that an increased scope in the Republic of Moldova has been taken by franchise contracts. Thus, during the last few years, more and more marketing networks already with a national reputation in the Republic of Moldova have expanded with the participation of international franchisors, which is a gratifying fact for us, among them are: Andy's Pizza, Kaufland, Tucano Coffee, etc.

The scientific novelty of this section of the Civil Code is, however, the normative regulation of the distribution contract, which did not exist in the old Civil Code of our country until 2019, but at the same time, was encountered in various fields.

Thus, these contracts were concluded and implemented by very active foreign economic agents as well as by agents from the Re-

anume acest contract prevedea un mecanism juridic eficient de import, comercializarea unui volum mare de mărfuri rețelelor cu amănuntul pe întreg teritoriul țării.

Drept concluzie la cele analizate și relevate în prezentul articol, susținem că realizarea unui studiu aprofundat – cu privire la contractele ce au ca obiect plasarea produselor altuia pe piață – se impune cu pregnanță. Mai cu seamă, acest lucru e necesar din cauza inexistenței în Republica Moldova a unei practici judiciare uniforme în domeniu.

Un alt aspect ce vizează importanța abordării subiectului respectiv reprezintă acele carențe esențiale ale cadrului normativ privind contractele de intermediere. Este de înțeles faptul că intermedierea, precum și contractele ce au ca obiect plasarea produselor altuia pe piață, cuprinde un compartiment destul de vast al dreptului civil.

Actualitatea și importanța subiectului de cercetare sunt, de asemenea, justificate de tendințele actuale ale dezvoltării naționale și internaționale a raporturilor de intermediere ce decurg din aceste contracte, în virtutea sporirii activității economice, precum și cooperării dintre state în baza bunelor practici de marketing de distribuire a produselor străine.

În urma celor relatate se propun următoarele recomandări în vederea îmbunătățirii legislației în vigoare:

Adăugirea la Capitolul XXII al Codului Civil al Republicii Moldova intitulat „Contractele privind punerea produselor altuia pe piață” a compartimentului „Contractul de consignatie”, acesta reprezentând o varietate a contractului de comision profesionist;

Elaborarea și implementarea clauzelor esențiale ale contractelor privind plasarea produselor altuia pe piață în detaliu și măsurilor specifice de răspundere pentru încălcarea clauzelor acestor contracte de către părți, fapt ce va evita pe viitor dubla lor interpretare și calificare;

Se propune completarea Codului Civil cu noțiunile „furnizor” și „distribuitor” la compartimentul ce vizează regimul juridic al contractului de distribuție.

public of Moldova, given the fact that this contract provided an efficient legal mechanism for importing, marketing a large volume of goods to retail networks throughout the country.

In conclusion to what has been analyzed and revealed in this article, we argue that an in-depth study of contracts whose object is placing another's products on the market is urgently needed.

In particular, this is necessary due to the lack of a uniform judicial practice in the Republic of Moldova.

Another aspect that addresses the importance of approaching the respective subject is those essential deficiencies in the legal framework regarding intermediary contracts.

It is understandable that intermediation as well as contracts whose object is placing another's products on the market encompasses a fairly vast compartment of civil law.

The relevance and importance of the research subject are also justified by the current trends in national and international development of intermediary relations resulting from these contracts, in virtue of the increasing economic activity as well as cooperation between states based on good practices in the marketing and distribution of foreign products.

Based on the above, the following recommendations are proposed for improving the current legislation:

Addition to Chapter XXII of the Civil Code of the Republic of Moldova entitled „Contracts for the placing on the market of another's products” of the section „Consignment contract”, representing a variety of the professional commission contract;

Elaboration and implementation of the essential clauses of the contracts for placing on the market of other parties' products in detail and specific measures of responsibility for the violation of these contract clauses by the parties, which will avoid their double interpretation and qualification in the future;

It is proposed that the Civil Code be supplemented with the notion's „supplier” and „distributor” in the section addressing the legal regime of the distribution contract.



Referințe bibliografice

Bibliographical references

1. Codul Civil al Republicii Moldova Nr. 1107 din 06.06.2002, actualizat la 01.03.2019. Capitolul XXII. Publicat: 01-03-2019 în Monitorul Oficial Nr. 66-75. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138259&lang=ro#.
2. Comentariu Cod Civil Nr. 1107-XV din 06.06.2002. Monitorul Oficial al R. Moldova Nr. 82-86 din 22.06.2002. <https://eresuredrept.files.wordpress.com/2020/07/codul-civil-comentariu.pdf>.
3. Chibac G., Robu O., Brumă S., Chibac N., Drept civil. Contracte și succesiuni. Ed. A 4-a, Chișinău, 2019.
4. Daghie N.A., Sancțiunile civile fundamentate pe neexecutarea culpabilă a contractelor sinalagmatice. https://www.univnt.ro/wp-content/uploads/doctorat/rezumat_doctorat/Nora_Andreea_Daghie.pdf (accesat: 19.07.2023).
5. Deak F., Cărpenaru St., Contractele civile și comerciale. Ed. Lumina Lex, București, 1993.
6. Deak F., Tratat de drept civil. Contracte speciale. București, 1996.
7. Dușa S., Contractul de consignație – varietate a contractului de comision. USM / Facultatea Drept. În: Revista Națională de Drept, 2009.
8. Moțiu F.A., Contractele comerciale de intermediere fără reprezentare. Ed. Lumina Lex. București, 2005.
9. Petrescu R., Teoria generală a obligațiilor comerciale. Partea generală, Ed. Romfel, București, 1994.
10. Sitaru D. A., Dreptul comerțului internațional. Tratat. Partea generală. Ed. Universul Juridic. București, 2008.
11. Stănescu A. T., Drept comercial. Contracte profesionale. Ediția a 2-a, Ed. Hamangiu, 2018.
12. Stoican A., Contractele de intermediere. Ed. Universul Juridic, București, 2016.
13. Trofimov Ig., Drept Civil. Contractele Civile. Tipografia „Elena – V.I.”, Chișinău, 2012.
14. Uță L., Contracte civile și comerciale. Ed. Hamangiu. București, 2011.
15. Арсени И., Место дистрибьюторского договора в системе гражданско-правовых договоров Республики Молдова. În: Legea și Viața. Chișinău, Republica Moldova, 2016.
16. <https://www.referatele.com/referate/noi/economie/contractul-internati831818111.php> (accesat: 19.07.2023).
17. <https://prezi.com/ac4jvwlvwute/contractele-de-intermediere-in-dreptul-comertului-internatio/> (accesat: 19.07.2023).

Despre autori:

Evghenia GUGULAN,

doctorandă,

Școala Doctorală „Științe penale și drept public”,

asistent universitar,

Catedra „Drept privat”,

Academia „Ștefan cel Mare” a MAI,

e-mail: gugulan.eugenia@gmail.com,

ORCID ID: 0000-0002-5960-1164

Ana-Maria GHERMAN-GRIMAILO,

master în drept,

asistent universitar,

Catedra „Drept privat”,

Academia „Ștefan cel Mare” a MAI

e-mail: ana-maria.gherman@mai.gov.md,

ORCID ID: 0009-0001-6348-8803

About authors:

Evghenia GUGULAN,

PhD student

Doctoral School “Criminal Sciences and Public Law”,

university assistant,

“Private Law” Chair,

Academy “Ștefan cel Mare” of the MAI,

e-mail: gugulan.eugenia@gmail.com,

ORCID ID: 0000-0002-5960-1164

Ana-Maria GHERMAN-GRIMAILO,

master in law,

university assistant,

“Private Law” Chair,

Academy “Ștefan cel Mare” of the MAI,

e-mail: ana-maria.gherman@mai.gov.md,

ORCID ID: 0009-0001-6348-8803