



Модул 6

Права и задължения на
цифровите пазари

ОТКАЗ ОТ ОТГОВОРНОСТ:

Информацията и възгледите, изложени в тази публикация, са тези на автора (авторите) и не отразяват непременно официалното становище на Европейската комисия. Европейската комисия не носи отговорност за точността на данните, включени в тази публикация. Нито Комисията, нито лицата, които действат от името на Комисията, не носят отговорност за използването на съдържащата се в този документ информация.

Този документ не е правно обвързващ и не представлява официално тълкуване на законодателството на ЕС или на националното законодателство и не цели да предоставя изчерпателни правни съвети. Тази публикация не е заместител на експертна правна помощ по конкретни въпроси.

Читателите следва да знаят, че законодателството на ЕС и националното законодателство се актуализират непрекъснато: всяка версия на модулите на хартиен носител трябва да бъде проверена за възможни актуализации на уебсайта www.consumerlawready.eu.

Април 2025 г.

Съдържание

Въведение	5
Икономиката на онлайн платформите представлява прехвърлянето на стоки и/или услуги чрез онлайн посреднически услуги - тенденция, която набира популярност. Тези платформи предлагат услуги на потребителите и търговците, които да им осигурят по-голяма свързаност и по-лесно закупуване на продукти.	7
Ковид пандемията принуди бизнеса да промени коренно своите бизнес модели и по този начин той участваше в насърчаването на основаната на платформи икономика.	7
Търсачките имат значително влияние върху продажбите на МСП, тъй като първите 5 резултата от търсенето привличат 88% от кликванията.	7
Кой попада в обхвата на регламентите?	7
Какво трябва да включва в общите условия?	7
Може ли платформата да променя общите условия?	8
Какво се случва, ако платформата прекрати, ограничи или спре акаунта ми?	9
Как мога да прекратя договорните си отношения с платформа?	10
А с моите данни какво се случва?	10
Могат ли платформите да налагат определени условия?	10
Могат ли платформите да третират офертите по различен начин?	11
Какви стоки и услуги мога да предлагам?	11
Каква информация мога да получа за класирането на продуктите?	12
Мога ли да използвам логото на моята компания на платформата?	12
Какви са другите задължения на платформите?	13
Какво представляват контролиращите достъпа предприятия и какви са техните задължения?	13
Имам ли задължения към контролиращото достъпа предприятие?	15
Какво мога да направя в случай на конфликт с платформата?	16
Какви са механизмите за прилагане и разглеждане на жалби при работа с контролиращи достъпа предприятия?	17
Приложение 1 - Списък на центровете, предоставящи услуги по медиация конкретно по тези въпроси	35
Приложение 2 – Преглед на определените за контролиращи достъпа предприятия и техните основни платформени услуги	36
Приложение 3 - Задължения за комплексна проверка	37
Приложение 4 - Задължения към онлайн пазарите	37

“Осигуряване на спазване от страна на платформите на задължението им да информират своите бизнес ползватели ясно и изчерпателно за техните права.”

Бизнес

“По-безопасно е да пазарувам онлайн, знаейки, че платформите трябва да защитават данните ми и да ме информират по прозрачен начин, без да ограничават избора ми.”

Потребител

“ Като малък и среден бизнес, онлайн продажбите развиха бизнес възможностите ми. Познаването на начините за правна защита в случай на конфликт с платформата е стимул за дигитализиране. ”

Бизнес

Въведение

Уважаеми предприемачо,

Настоящият наръчник е част от проекта „Готови за потребителското право“ (Consumer Law Ready), насочен специално към микро, малки и средни предприятия, които са в директен контакт с потребителите.

Проектът „Готови за потребителското право“ е общоевропейски проект, управляван от EUROCHAMBRES (Асоциацията на европейските търговско-промишлените палати, в консорциум с BEUC (Европейската мрежа от потребителски организации) и SMEunited (Асоциацията на занаятите и МСП в Европа). Финансиран е от Европейския съюз с подкрепата на Европейската комисия.

Целта на проекта е да ви помогне да спазвате изискванията на законодателството на ЕС за защита на потребителите.

Правото на ЕС за защита на потребителите се състои от различни законодателни актове, приети в Европейския съюз през последните 25 години и транспонирани от всяка държава членка на ЕС в съответното им национално право. През 2017 г. Европейската комисия приключи преглед на законодателството, който целеше да провери доколко все още са приложими правилата. Резултатът е като цяло положителен¹. Основната констатация беше, че следва да се подобри правоприлагането от страна на публичните органи и да се запознаят по-добре търговците и потребителите с настоящата правна рамка. Проектът „Готови за потребителското право“ има за цел да повиши познанията на търговците, по-специално на МСП, относно правата на потребителите и съответстващите правни задължения. Тази година консорциумът разработи модул за нормите, касаещи онлайн икономиката, за да се предаде ценна информация на предприемачите относно техните права и задължения, когато продават чрез онлайн платформи.

Наръчникът се състои от шест модула. Всеки от тях се занимава с една конкретна тема в потребителското право на ЕС:

- Модул 1 се занимава с правилата относно изискванията за преддоговорна информация
- Модул 2 представя нормите относно правото на потребителя да се откаже от договори от разстояние и договори извън търговския обект
- Модул 3 се концентрира върху средствата за правна защита, които търговците следва да предоставят при несъответствие на стоката с договора.
- Модул 4 се фокусира върху нелоялните търговски практики и неравноправните клаузи в потребителските договори
- Модул 5 въвежда алтернативно разрешаване на спорове и платформата за онлайн решаване на спорове (ОРС), официален уебсайт, управляван от Европейската комисия, посветен на подпомагане на потребителите и търговците за извънсъдебно решаване на спорове.
- Модул 6 предоставя основната информация, която предприемачите следва да знаят при използването на онлайн платформи за продажба на своите стоки и услуги.

¹ Можете да намерите повече информация за оценката, нейните констатации и последващи действия на уебсайта на Европейската комисия: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

Този наръчник е само един от учебните материали, създадени в рамките на проекта „Готови за потребителското право“. Уебсайтът consumerlawready.eu **съдържа** още инструменти за обучение, както и видеоклипове, викторини и „електронен тест“, чрез който можете да получите сертификат. Наличен е и форум, чрез който да комуникирате с още експерти и други МСП.

Модул 6 от Наръчника има за цел да Ви запознае с най-новите правила при използването на цифровите платформи. Онлайн пазарът се променя с появата на все нови платформи и доставчици на цифрови услуги. Платформите и търсачките са от решаващо значение за търговците при популяризирането на стоки и услуги, затова ЕС предприе действия срещу нелоялните търговските практики и неравноправните клаузи. Правилата ограничават правомощията на онлайн доставчиците на услуги и на платформите, целта е да се проследява какви лични данни се събират, продават и от кого, как работи онлайн позиционирането и какво съдържание се показва.

Правилата имат за цел да установят ясни задължения и изисквания за икономиката на платформите. Модулът дава информация за правата и задълженията по Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 г. за насърчаване на справедливостта и прозрачността за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги, Регламент 2022/2065 на Европейския парламент и на Съвета от 19 октомври 2022 г. относно единния пазар на цифрови услуги и за изменение на Директива 2000/31/ЕО (Акт за цифровите услуги – DSA) и Регламент 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 г. за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на Директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828 (Акт за цифровите пазари - DMA). За по-подробна информация относно разпоредбите в законодателството, моля, консултирайте се с **указанията на Европейската комисия**², които са достъпни на всички официални езици на ЕС.

Трите регламента имат за цел да осигурят повече прозрачност, да защитят крайните ползватели онлайн и също така да разширят възможностите за бизнеса. Те определят ясни правила и задължения по отношение, например за разпространението на незаконно съдържание онлайн и гарантират по-справедливи и по-достъпни цифрови пазари. Регламентът № 2019/1150 за насърчаване на справедливостта и прозрачността на бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги има за цел да създаде справедлива, прозрачна и предвидима среда за бизнесите, които използват платформи посредници, за да достигнат до потребителите. Актът за цифровите пазари надгражда Регламент (ЕС) 2019/1150 с цел да подобри справедливостта и достъпността в онлайн сектора. Акт за цифровите услуги въвежда хармонизирани правила за безопасна, предвидима и надеждна онлайн среда. Правилата установяват основно задължения за посредническите онлайн услуги, каквито са платформите, и така гарантират справедлив достъп до пазара и конкуренция за предприятията, както и защита на потребителите.

Препоръчваме ви да се запознаете с тези правила и този модул.

Надяваме се, че информацията, предоставена в Наръчника, ще ви бъде полезна.

² [Насоки за](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en) прозрачност на класирането съгласно Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета; За Акта за Цифровите пазари: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en

Какво представлява икономиката на онлайн платформите и защо е важна?

Икономиката на онлайн платформите представлява търгуването на стоки и/или услуги чрез онлайн посреднически услуги - тенденция, която набира популярност. Тези платформи предлагат услуги на потребителите и търговците, които да им осигурят по-голяма свързаност и по-лесно закупуване на продукти.

Ковид пандемията принуди бизнеса да промени коренно своите бизнес модели и по този начин той участваше в насърчаването на платформената икономика.

Търсачките имат значително влияние върху продажбите на МСП, тъй като първите 5 резултата от търсенето привличат 88% от кликанията.

Кой попада в обхвата на регламентите?

Изискванията, които Регламент № 2019/1150, Акта за цифровите услуги (DSA) и Акта за цифровите пазари (DMA) въвеждат, следва да се спазват от посредниците на онлайн услуги, които отговарят на определени условия. В тези регламенти са определени и правата на бизнес ползвателите, крайните ползватели и потребителите.

Пример: В дефиницията за платформа попадат онлайн пазарите, социалните мрежи, платформите за споделяне на видеоклипове, магазините за приложения, търсачките, онлайн платформите за пътувания и настаняване и операционните системи.

На какво трябва да обърне внимание в общите условия?

Общите условия (ОУ) на платформите осигуряват на бизнеса разумна степен на предвидимост

относно най-важните аспекти на техните отношенията с платформата.

Общите условия трябва да бъдат:

Достъпни, означава, че условията трябва да са на лесен, пряк и постоянен достъп, включително в преддоговорния етап на техните търговски отношения.

Пример: Ако предприемачът трябва първо да влезе в профила си в платформата, за да ги достъпи, значи Общите условия не са лесно достъпни. Също така, ако предприемачът трябва да отвори различни страници, значи Общите условия не са лесно достъпни.

С разбираем текст - означава, че трябва да използват ясен и достъпен език. Общите условия могат да бъдат под формата на ръководства, страници с често задавани въпроси, видеоклипове и т.н., стига да са разбираеми. Актът за цифровите услуги задължава посредниците да изложат Общите условия на ясен, прост, разбираем, удобен за ползване и недвусмислен език и да са публично достъпни в леснодостъпен и машинночитим формат. Що се отнася до много големите онлайн платформи (VLOP) и много големите онлайн търсачки (VLOSE), те са задължени да публикуват тези ОУ на официалните езици на всички държави членки, в които предлагат услугите си.

Пълни, означава да включват цялото необходимо съдържание според изискванията в Акта за цифровите услуги и Регламент 2019/1150. Общите условия следва да насърчават прозрачността, предвидимостта, защитата на получателите на услугата и да предотвратяват несправедливи или произволни резултати. Най-общо Актът за цифровите услуги задължава онлайн посредническите услуги да включват всички политики, процедури, мерки и инструменти, използвани за целите на модерирването на

съдържание, включително алгоритмичното вземане на решения и прегледа от човек, процедурния правилник на тяхната вътрешна система за разглеждане на жалби, както и леснодостъпна информация относно правото на прекратяване на използването на услугата. Следователно съобразно тези два европейски акта ОУ следва да включват:

- Информация за необходимостта от обосноваване на решенията на платформите за спиране, ограничаване и прекратяване на профили на бизнес потребители (изложение на причините) (30-дневен минимален срок на предизвестие)
- Право на прекратяване на договорните отношения от страна на бизнес ползвателите
- Прозрачност на класирането на резултатите при търсене от страна на клиентите
- Съпътстващите стоки и услуги
- Прозрачност по отношение на диференцираното третиране
- Специфични договорни условия
- Достъп до данни
- Въздействие върху правата на интелектуална собственост на бизнес ползвателите
- Ограничения за предлагане на различни условия чрез други средства
- Правила за модерирание на съдържание
- Функционирането на вътрешните системи за разглеждане на жалби и (най-малко две) услуги по медиация.



Може ли платформата да променя общите условия?

Платформите имат право да променят своите Общи условия. Те обаче трябва да уведомят бизнес ползвателите за предложените промени най-малко 15 дни, преди да ги приложат. Съгласно DSA въвеждането на значителни промени в общите условия, например когато се изменят правилата относно информацията, която е разрешена за тяхната услуга, или други подобни промени, които биха могли пряко да повлияят на способността на получателите да използват услугата, доставчиците следва да информират получателите на своята услуга чрез подходящи средства,

По-дълги периоди на предизвестие могат да се прилагат за промени, изискващи от фирмите да направят сложни адаптации.

Примери: Когато се премахнат или добавят цели функции на платформата, които са от значение за бизнес ползвателите; когато може да се наложи фирмите да адаптират стоките си или да препрограмират услугите си, за да могат да продължат да работят на платформата.

Бизнес ползвателите също могат да се откажат от периода на предизвестие. Отказът трябва да бъде направен чрез писмено изявление или чрез ясно утвърдително действие.

Пример: утвърдително действие е, когато се предложат нови стоки или услуги на платформата в рамките на тези 15 дни. Не се прилага в случаите, когато разумният и пропорционален период на предизвестие е по-дълъг от 15 дни, тъй като предприятията трябва да направят значителни технически корекции.

Срокът на предизвестие не се прилага в случаите, когато доставчикът на посреднически онлайн услуги е обвързан с правно или регулаторно задължение,

по силата на което той трябва да измени своите общи условия по начин, който не му позволява да спази срока на предизвестие или трябва по изключение да измени своите общи условия, за да преодолее непредвидена и непосредствена опасност (напр. измами, зловреден софтуер, спам, нарушения на сигурността на данните или от други рискове, свързани с киберсигурност).

Ако периодът на предизвестие не е спазен неоснователно, промяната е невалидна.

Уведомлението трябва да бъде направено на траен носител (напр. писмо, електронна поща), което означава, че бизнес потребителят може да го запази за бъдеща справка.

Платформите не могат да правят промени със задна дата, освен ако те не са в полза на бизнеса, за да изпълнят правни или регулаторни задължения или за да предотвратят непредвидена и непосредствена опасност.

Какво се случва, ако платформата прекрати, ограничи или спре акаунта ми?

В определени случаи платформите могат да прекратят (закрият окончателно акаунта), временно ограничат (напр. да преустановят предлагането на стока или услуга или да я премахнат от резултатите от търсенето) или да ограничат акаунт (да повлияят отрицателно на продажбата на стока, например чрез понижаване в класирането).

База данни за прозрачност по Акта за цифровите услуги – Изложение на мотивите - [ТУК](#).

Според принципа на пропорционалност, прекратяването на акаунт се прилага само като крайна мярка.

Платформата трябва да предостави на бизнес ползвателя мотивите за това решение на траен носител. При ограничаване или спиране на акаунт, изложението на мотивите следва да бъде споделено не по-късно от момента на влизане в сила на действието. В DSA се разглеждат различни ограничения, които могат да засегнат получателите на услугата (напр. пълно и/или частично спиране или прекратяване на сметки, на парични плащания или видимостта на конкретни елементи от информацията и т.н.). За всяко от тези възможни ограничения DSA задължава най-малко информация, която да бъде предоставена от платформата, да е ясна, лесноразбираема и възможно най-точна и конкретна при дадените обстоятелства.

При прекратяване се прилага предизвестие от поне 30 дни.

Изключения: Платформите не спазват срока на предизвестие, ако прекратяването, ограничаването или спирането е направено, за да се спазят законови или регулаторни задължения или след нарушение на Общите условия от страна на бизнес ползвателите.

Пример: Разпоредбата се отнася за тежки форми на незаконно или неподходящо съдържание, безопасността на стока или услуга, подправяне, измама, спам, нарушения на сигурността на данните и др.



Платформата трябва да даде възможност за изясняване на фактите, довели до решението, и да насочва към система за разглеждане на жалби. Данните, свързани с бизнес профила, следва да бъдат запазени, така че да се възстанови положението на бизнес ползвателя в случай на погрешно прекратяване.

Как мога да прекратя договорните си отношения с платформата?

Бизнес ползвателите могат да поискат да прекратят договорните отношения след промяна в Общите условия или по други причини.

Договорните отношения между доставчиците на посреднически онлайн услуги и бизнес ползвателите се осъществяват добросъвестно и се основават на почтени търговски отношения. По тази причина в ОУ на платформите следва да се съдържа информация как бизнес ползвателите могат да прекратят договорните отношения.

А с моите данни какво се случва?

В Общите условия следва да се даде описание на **политиките за достъп до данните**, предоставени от предприятията и потребителите или генерирани при използване на **посредническа онлайн услуга (ПОУ)**. То следва да включва:

- какви са достъпните данни (предоставени за използване или генерирани чрез предоставянето)
- от кого?
- при какви условия (как се използват), т.е. обхвата, естеството и условията, при които се предоставя достъп или се използват

съответните категории данни (напр. оценки или отзиви)

Това описание може да бъде общо и не е необходимо да изброява изчерпателно всички действителни групи от данни.



Достъпът до данни може да бъде и напълно ограничен за предприятията, но платформите следва ясно да заявят това.

DSA определя допълнителни задължения за много големи платформи, определени от Европейската комисия като „контролиращо достъпа предприятие“ по отношение на използването на данни и споделянето на данни с предприятията (вж. по-долу).

Платформите включват в общите си условия описание на достъпа до информацията, предоставена или генерирана от бизнес ползвателя, който достъп те поддържат след изтичането на договора между доставчика на посреднически онлайн услуги и бизнес ползвателя.

Могат ли платформите да налагат определени условия?

Доставчикът на ПОУ (посредническа онлайн услуга, напр. платформа) може едностранно да определи условия относно предлагането на стоки или услуги.

Ако доставчиците на ПОУ решат да налагат условия, като например да не позволяват на бизнес ползвателите да предлагат стоки и услуги при по-добри условия или на по-ниски цени, те трябва да включат основанията за това ограничение в общите си условия и да осигурят лесен и публичен достъп до тези основания.

Контролиращото достъпа предприятие, по смисъла на DMA, не следва да възпрепятства бизнес ползвателите да предлагат на крайните ползватели едни и същи продукти или услуги чрез посреднически онлайн услуги на трети лица при условия, различни от предлаганите чрез посредническите онлайн услуги на контролиращото достъпа предприятие. Например, продавач, който извършва продажби чрез онлайн платформа, не следва да бъде възпрепятстван да предлага по-ниски цени и по-добри условия на собствената си уебстраница в сравнение с условията, които предлага на онлайн платформата, чрез която също достига до своите потребители.

Съображенията за подобно ограничение могат да бъдат от икономическо, търговско или правно естество.

Могат ли платформите да третираят офертите по различен начин?

Доставчиците на посреднически онлайн услуги могат да прилагат диференцирано третиране по отношение на собственото си предлагане в сравнение с това на конкурентните бизнес ползватели съгласно Регламент 2019/1150, като си осигуряват икономически предимства. Това следва да е ясно посочено в Общите условия.

Посредническите онлайн услуги и онлайн търсачките, за които дадено предприятие е било

определено като контролиращо достъпа предприятие съгласно Акта за цифровите пазари (DMA), е забранено да прилагат по-благоприятно третиране на собствените си предложения, например в резултатите от търсенето или на онлайн пазарите.

Пример: Диференцирано третиране е свързано с който и да е от следните въпроси: достъпа до данни; класирането или други настройки, които влияят на достъпа на потребителите до стоки или услуги; всяко пряко или непряко възнаграждение, което се налага за използването на услугите; достъпа, условията или възнаграждението за използването на услуги, функционалности или технически интерфейси, които са пряко свързани с или съпътстват използването на услугите.

Какви стоки и услуги мога да предлагам?

Съпътстващите стоки и услуги са продукти, които обичайно зависят от основната стока или услуга или са пряко свързани с нея, за да изпълнят своето предназначение. Те е възможно да се предлагат от ПОУ или от трета страна.

Пример: ремонтните услуги за конкретна стока, финансови продукти, застраховка в допълнение към конкретна стока или услуга (напр. застраховка на автомобили под наем), стоки, които допълват основния продукт, стоки, които представляват продукт с по-висок клас или средство за персонализацията на основната стока.

Когато чрез посредническите онлайн услуги на потребителите се предлагат съпътстващи стоки и услуги, доставчикът на посреднически онлайн услуги включва в своите общи условия описание на предлаганите съпътстващи стоки и услуги и описание дали и при какви условия бизнес

ползвателят също може да предлага свои съпътстващи стоки и услуги чрез посредническите онлайн услуги.

В описанието не следва непременно да се посочва конкретната стока или услуга, а по-скоро видът продукт, стига описанието да съдържа достатъчно информация, за да може да се разбере естеството на съпътстващата стока или услуга.

Каква информация мога да получа за класирането на продуктите?

ПОУ следва да установи в своите ОУ основните параметри, от които зависи класирането. Основните параметри могат да бъдат:

- показателите, използвани за измерване на качеството на стоките или услугите на бизнес ползвателите;
- използването на редактори и способността им да оказват влияние върху класирането на тези стоки или услуги;
- елементите, които нямат връзка със самата стока или услуга или имат само далечна връзка с нея, като характеристиките на визуалното оформление на онлайн предлагането;

Информацията за класирането не трябва да се изчерпва с изброяване на параметрите, а да включва и съдържателно обяснение (напр. вътрешни съображения при избора на параметри).

Съгласно Акта за цифровите услуги (DSA), платформите представят ясно параметрите на тези системи за препоръчване или класиране по лесноразбираем начин, който гарантира, че получателите на услугата разбират как информацията се подрежда по важност за тях,

включително най-малко най-важните критерии и причините за съответното им значение.

Когато основните параметри включват възможността за оказване на влияние върху класирането срещу пряко или непряко възнаграждение, доставчикът предоставя на ползвателите и описание на това. Комисията е изготвила допълнителни указания относно параметрите за класиране: [виж тук](#)

Освен това задълженията за прозрачност на класирането са посочени и в Акта за цифровите услуги (DSA). Чрез него е въведена забрана контролиращото достъпа предприятие да третира по-благоприятно, при класиране и свързаните с него индексирание и обхождане, услуги и продукти, предлагани от самото контролиращо достъпа предприятие, в сравнение с подобни услуги и продукти на трети лица.

Мога ли да използвам логото на моята компания на платформата?

Бизнес логата, търговските марки или търговските наименования са важни права върху интелектуалната собственост. ПОУ следва да включват информация в общите си условия относно въздействието им върху правата на интелектуална собственост на бизнес ползвателите.

Доставчиците не следва да лишават бизнес ползвателите от възможността да използват своето лого на платформата и трябва да гарантират, че тяхната търговска идентичност е ясно видима като част от предлагането им в рамките на посредническите онлайн услуги. Въпреки това платформата може да се намеси в начина, по който биват показани.



Какви са другите задължения на платформите?

Актът за цифровите услуги представлява правната рамка, която създава по-безопасно цифрово пространство, в което са защитени основните права на всички ползватели на цифрови услуги, включително на бизнес ползвателите, като същевременно се установяват равни условия на конкуренция за насърчаване на иновациите, растежа и конкурентоспособността както на единния пазар на ЕС, така и в световен мащаб. Правилата, посочени в Акта за цифрови услуги, се прилагат за онлайн посредници и платформи (например онлайн пазари, платформи за социални медии или магазини за приложения). Що се отнася до платформите, някои от тези задължения например се отнасят до изискванията за общите условия, механизмите за уведомяване и предприемане на действия, сътрудничеството с националните органи, определянето на звена за контакт и представители, механизмите за разглеждане на жалби и правна защита, както и извънсъдебното решаване на спорове или прозрачността на системите за препоръчване.

Актът за цифровите услуги предвижда специфични асиметрични задължения в зависимост от вида и

особеностите на съответните услуги³, както и от техния размер и обхват, като налага най-строгите задължения за дължима грижа на много големите онлайн платформи (VLOP) и много големите онлайн търсачки (VLOSE), тъй като те са се превърнали в квазиобществени пространства за комуникация и търговия. Тези задължения например се отнасят до изискването за извършване на ежегодни оценки на риска, независими одити, въвеждане, когато е необходимо, на мерки за смекчаване и установяване на механизми за реагиране при кризи, допълнителна прозрачност на онлайн рекламата, както и достъп до данни и проверка.

Освен това в Актът за цифровите услуги има цял раздел, посветен на онлайн пазарите, в който се установяват допълнителни задължения⁴ към тези платформи, които не се прилагат спрямо микро и малките предприятия. Тези задължения по същество се отнасят до проследимостта на търговците (принципа „познавай своя бизнес клиент“), спазването още при проектирането и правото на информация.

Какво представляват контролиращите достъпа предприятия и какви са техните задължения?

Контролиращите достъпа предприятия са много големи платформи, които са определени като такива от Комисията. Съгласно Актът за цифровите пазари определеното контролиращо достъпа предприятие трябва да спазва списък със задължения по отношение на основните платформени услуги, които са изброени в

³Приложение 3 - Задължения за комплексна проверка

⁴Приложение 4 - Задължения към онлайн пазарите

решението на Комисията за определяне на предприятието като контролиращо достъпа.

От 5 септември 2023 г. ЕК е определила седем такива предприятия. Определянето им като контролиращи достъпа предприятия не обхваща всички техни услуги, а само определени основни платформени услуги.

- Alphabet
- Amazon
- Apple
- Booking
- ByteDance
- Meta
- Microsoft

Когато платформите са определени като контролиращи достъпа предприятия, те следва да спазват допълнителни задължения, за да гарантират, че не участват в нелоялни търговски практики.

Например нелоялни търговски практики са:

- самопредпочитане (self-preferencing), т.е. даване на предимство на собствените им услуги пред подобни услуги, предоставяни от трети лица (по-благоприятно третиране при класиране на собствените им продукти или услуги в сравнение с тези на техните конкуренти)
- клаузи за най-облагодетелствана нация (Most Favored Nation clauses), т.е. забрана за техните бизнес ползватели да предлагат своите стоки и услуги другаде при различни цени и условия;
- комбиниране на лични данни от множество услуги (като Facebook и WhatsApp) под

собствеността на една компания; използване на непублично достъпни данни, генерирани от бизнес ползвателите в условията на конкуренция със същите бизнес потребители;

- дискриминационни условия за достъп;
- изключване на правото на бизнес ползвателите да подават жалби до публичните органи, включително до националните съдилища, и да търсят правна защита (напр. чрез клаузи за поверителност в техните общи условия)

Освен че забранява нелоялните практики, Актът за цифровите пазари изисква от платформите, наред с други задължения, да:

- да получат съгласието на ползвателите, преди тяхното проследяване за целите на профилирането;
- да позволяват на потребителите лесно да променят настройките по подразбиране и да изтриват предварително инсталирани приложения;
- да се позволи на бизнес ползвателите да популяризират своите продукти или услуги чрез канали за преки продажби или услуги на трети лица, дори ако цените се различават от тези на контролиращото достъпа предприятие, и да се позволи на ползвателите да имат достъп до тях чрез платформата на това предприятие;
- крайните ползватели и бизнес ползвателите следва да могат да **докладват относно проблеми с несъответствия** на съответните компетентни органи.
- при определени обстоятелства да разрешат **използването на приложения и магазини за приложения на трети страни** в операционната (ите) система(и) на контролиращото достъпа предприятие.

- позволяват на предприятията да взаимодействат (да се свързват) със софтуера и хардуера на контролиращото достъпа предприятие.
- да позволяват на ползвателите да прехвърлят данните си от контролиращото достъпа предприятие към други оторизирани търговци.

Имам ли задължения към контролиращото достъпа предприятие?

Актът за цифровите пазари обвързва със задължения само контролиращото достъпа предприятие. Целта на Акта е да създаде по-справедливи и по-достъпни цифрови пазари. Поради това той забранява определени практики на контролиращите достъпа предприятия, за които е установено, че са вредни, или налага специфични задължения на контролиращите достъпа предприятия, за да се гарантират справедливи и равни възможности за предприятията. Актът за цифровите пазари не създава никакви задължения за предприятията, използващи услугите на контролиращи достъпа предприятия. Например търговец на дребно онлайн, използващ услугите на онлайн пазара на Amazon, или хотел, използващ услугите на Booking.com, не са обект на никакви задължения съгласно Акта, но могат да се възползват от неговите разпоредби.

Възползването от нови бизнес възможности, създадени от Акта, не означава, че от такива предприятия не се изисква да спазват правилата, които се прилагат спрямо тях, като например тези, които изискват от тях да защитават личните данни на своите клиенти.

За да се гарантира сигурността и неприкосновеността на личния живот, търговците следва да обърнат специално внимание на:

- прозрачност относно използването на данни (политика за поверителност).
- да поддържа политиките за поверителност актуални и ясни, за да се избегне объркване. Винаги да се иска изрично съгласие от клиентите, преди да се събира или използва тяхна лична информация.
- ако се интегрирате с услуги на контролиращи достъпа предприятия, като Google Consent Mode, уверете се, че предоставяте сигнали за съгласие
- давайте на ползвателите достъп за извличане на техните данни в съответствие с разпоредбите на Акта за цифровите пазари.
- проверявайте спазването на законовите изисквания от платформите и услугите на контролиращите достъпа предприятия. Освен това следете за всякакви изменения или допълнения на правилата на контролиращото достъпа предприятие.



Преди събирането или обработването на лични данни чрез платформите или услугите на контролиращи достъпа предприятия трябва да бъде получено съгласие, а контролиращото достъпа предприятие трябва да бъде съответно информирано. Предприятията следва да спазват изискванията на GDPR. Това означава:

- прозрачност относно използването на данни (политика за поверителност)
- изрично съгласие на ползвателя (съхраняване на записи на формулярите за съгласие)
- надеждни мерки за сигурност.

Какво мога да направя в случай на конфликт с платформата?

В случай на спор между предприятия и платформи, предприемачите имат различни възможности за избор.

Вътрешна система на **платформата** за разглеждане на **жалби**: Всички платформи, с изключение на малките (с по-малко от 50 души персонал и 10 милиона евро оборот), трябва да създадат безплатна вътрешна система за разглеждане на жалби.

Жалбата следва да бъде разгледана в разумен срок и въз основа на принципите на прозрачност, равно третиране и пропорционалност.

От всички варианти за разрешаване на спорове, тези системи са най-широко достъпният и използван механизъм за разглеждане на жалби и решаване на проблеми на бизнес ползвателите.

От платформите се изисква да публикуват доклади относно функционирането на своята система за разглеждане на жалби (напр. брой жалби, техния

предмет, времето, необходимо за обработване на жалбите и взетото решение).

Те също така трябва да предоставят информация в своите общи условия относно достъпа до тяхната система за разглеждане на жалби.

Ако жалбата се отнася до общите условия за достъп, като например тези, определени в общите условия на съответните услуги до определената онлайн търсачка, услуга за онлайн социална мрежа или магазин за приложения на контролиращо достъпа предприятие, тогава бизнес ползвателят може да използва алтернативния механизъм за уреждане на спорове, който контролиращото достъпа предприятие трябва да осигури безплатно съгласно Акта за цифровите пазари.

Специализирани медиатори

Услугите по медиация са безпристрастни и независими. В своите общи условия доставчиците на посреднически онлайн услуги (с изключение на малките предприятия с по-малко от 50 души персонал и 10 милиона евро оборот) трябва да посочат най-малко двама медиатори, към които са готови да се обърнат за извънсъдебно уреждане на спорове. Те трябва да предоставят на бизнес ползвателите съответната информация за това как да използват тази процедура.

Доставчиците следва да поемат разумен дял от общите разходи за медиация, който се определя въз основа на предложението на медиатора. До момента значителен брой доставчици на посреднически онлайн услуги все още не са посочили възможни услуги по медиация (35 % от тях).

Достъпът до медиация не е обвързан с предварително преминаване през вътрешната система за разглеждане на жалби.

Съдилищата

Често разглеждани като крайна мярка, съдилищата са достъпни, като предприятията могат да получат подкрепа от организации и сдружения, представляващи интересите на бизнес ползвателите.

Тези структури трябва да имат правото да сезират компетентните национални съдилища в случай на неизпълнение на изискванията на Регламента от страна на платформите.

Какви са механизмите за прилагане и разглеждане на жалби при работа с контролиращи достъпа предприятия?

Ако контролиращите достъпа предприятия действат нелоялно и не спазват изискванията на Акта за цифровите пазари, бизнес ползвателите могат директно да информират екипа на Комисията на адрес (EC-DMA@ec.europa.eu). Служителите на контролиращите достъпа предприятия също могат да предоставят информация чрез сигурен инструмент за лица, сигнализиращи за [нередности](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en) (https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en). Бизнес ползвателите могат също така да се обърнат към компетентните органи на държавите членки, които след това ще информират Комисията.

Дружествата следва да обръщат внимание на другите механизми за разглеждане на жалби, предвидени в общите условия на платформите.

В краен случай те могат да се обърнат към съда. На определеното контролиращо достъпа предприятие е забранено да ограничава правото на бизнес ползвателите да се обръщат към съд.



Какви са ползите за МСП?

- Равно третиране при класиране на техните оферти в сравнение с офертите на контролиращото достъпа предприятие (забрана за самопредпочитане)
- Възможност за използване на преносимостта на данните между онлайн услугите
- Извличане на ползи от предаването на данни въз основа на съгласие

Приложение 1 - Списък на центровете, предоставящи услуги по медиация конкретно по тези въпроси

Центрове за медиация / Медиатори	Локация	Описание
CEDR⁵	UK	Включва група от медиатори, разположени в цяла Европа, обхващаща 22 езика, което им позволява да работят на общоевропейска основа. Те също така имат две специализирани схеми за разглеждане на жалби, насочени към Google и Amazon.
e - Pom	Online	Онлайн портал за медиация, който улеснява назначаването на медиатори за конкретни случаи, свързани с отношенията между платформите и бизнес ползвателите.
Bundesverband Onlinehandel (Германска федерална асоциация за електронна търговия)	DE	Център за медиация, специализиран в B2B спорове, който разшири услугите си, за да предлага услуги по медиация в случаи, свързани с Регламента за P2B.
Reuling Schutte	NL	Център, който се занимава в продължение на 10 години с алтернативно решаване на спорове за бизнес ползватели, а по-специално в предоставянето на услуги по медиация.
Centrum Mediacji Lewiatan (Център за медиация Левиатан)	PL	Център, специализиран в B2B медиация, включително P2B случаи. Част е от Konfederacji Lewiatan (Конфедерация Левиатан), която представлява 4 100 предприятия и интересите на техните служители във връзка с институциите на ЕС.
Mediator of Enterprises	FR	Център за медиация, създаден през 2010 г. от френското правителство. Предоставя P2B посреднически услуги на подписаните Хартата за електронна търговия.
Polimeni Legal	IT	Център за медиация, специализирани са в електронната търговия и цифровите пазари. Разглеждат между 10 и 15 случая на медиация, свързани с Регламента за P2B.

⁵Имайте предвид, че тъй като Обединеното кралство е извън ЕС, може да има малки разлики.

Приложение 2 – Преглед на определените за контролиращи достъпа предприятия и техните основни платформени услуги



Приложение 3 - задължения за комплексна проверка

	Много големи платформи	Онлайн платформи	Хостинг услуги	Всички посредници
Доклади за прозрачност	•	•	•	•
Общи условия (T&Cs)	•	•	•	•
Сътрудничество с националните органи	•	•	•	•
Точки за контакт и правни представители	•	•	•	•
Уведомяване и действие (N&A)	•	•	•	
Докладване на престъпления	•	•	•	
Механизми за жалби и извънсъдебно решаване на спорове	•	•		
Доверени сигнализатори (trusted flaggers)	•	•		
Забрана на тъмни модели (dark patterns)	•	•		
Мерки срещу злоупотреба с уведомления	•	•		
Специални задължения за пазари (напр. КУВС, проверки)	•	•		
Забрани за таргетирана реклама към деца и чувствителни данни	•	•		
Достъпност	•	•		
Прозрачност на препоръчващи системи	•	•		
Прозрачност на рекламата	•	•		
Управление на риска	•			
Независими одити	•			
Възможност за отказ от профилиране	•			
Споделяне на данни с органи и изследователи	•			
Кодекси за поведение	•			

Приложение 4 - задължения към онлайн пазарите

Проследимост на търговците

☐

- ☐ Задължение за събиране на информация за самоличността на търговците
- ☐ Най-добри усилия за оценка дали информацията е надеждна и пълна
- ☐ Задължение за показване на тази информация на потребителите

Съответствие по дизайн

☐

- ☐ Дизайн на интерфейса: позволява на търговците да разкриват търговска информация
- ☐ Потребителите ще виждат ясно (напр. лого и търговски марки, етикети и обозначения) съответствие със законодателството на ЕС, включително за идентификация на продуктите
- ☐ Най-добри усилия за оценка дали информацията е пълна
- ☐ Разумни усилия за случайни проверки дали стоките не са обявени като незаконни в публични бази данни

Право на информация

☐

- ☐ Информация за потребители, които са закупили незаконни стоки/услуги





Consumer Law Training for European SMEs