

► **Modulul 6**

**Drepturi și obligații pe piețele
digitale**

DECLINAREA RESPONSABILITĂȚII:

Informațiile și opiniile prezentate în această publicație aparțin autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat opinia oficială a Comisiei Europene. Comisia Europeană nu garantează exactitatea datelor incluse în această publicație. Nici Comisia Europeană, nicio altă persoană care acționează în numele Comisiei Europene nu poate fi considerată responsabilă pentru modul în care pot fi utilizate informațiile pe care le conține.

Prezentul document nu este obligatoriu din punct de vedere juridic și nu reprezintă o interpretare formală a legislației UE sau a legislației naționale și nici nu poate oferi consiliere juridică cuprinzătoare sau completă. Aceasta nu intenționează să înlocuiască consultanța juridică profesională cu privire la anumite aspecte.

Cititorii ar trebui, de asemenea, să rețină că legislația UE și cea națională sunt actualizate în permanență: orice versiune pe suport hârtie a modulelor trebuie verificată în raport cu posibilele actualizări de pe site-ul web www.consumerlawready.eu.

aprilie 2025

Cuprins

Introducere	5
Economia bazată pe platforme se referă la tranzacțiile de bunuri și/sau servicii prin intermediul serviciilor de intermediere online, care prezintă o tendință de creștere. Aceste platforme pot oferi servicii consumatorilor și întreprinderilor pentru a se conecta și a cumpăra produse mai ușor.	8
Pandemia COVID-19 a forțat întreprinderile să își schimbe modelele de afaceri și, prin urmare, a participat la creșterea economiei platformelor.	8
Motoarele de căutare au un impact semnificativ asupra vânzărilor IMM-urilor, primele 5 rezultate ale căutării atrăgând 88% din clicuri.	8
Cine se preocupă de regulamente?	8
La ce ar trebui să fiu atent în secțiunea termeni și condiții?	8
Poate platforma să modifice termenii și condițiile?	9
Ce se întâmplă dacă platforma îmi închide, restricționează sau suspendă contul?	10
Cum pot încheia relația contractuală cu o platformă?	10
Ce se întâmplă cu datele mele?	11
Pot platformele să impună anumite condiții?	11
Pot platformele să trateze ofertele în mod diferit?	11
Ce fel de bunuri și servicii am voie să ofer?	12
Ce informații pot obține despre ierarhizarea online?	12
Pot afișa logo-ul companiei mele pe platformă?	13
Care sunt celelalte obligații ale platformelor?	13
Ce sunt gatekeeperii și care sunt obligațiile acestora?	14
Am obligații față de gatekeeperi?	15
Ce pot face în caz de conflict cu platforma?	16
Care este mecanismul de asigurare a respectării legii și de soluționare a plângerilor în ceea ce privește gatekeeperii?	16
Anexa 1 - Lista centrelor care furnizează servicii de mediere în mod specific cu privire la aceste aspecte	35
Anexa 2 – Prezentare generală a gatekeeperilor desemnați și a serviciilor de bază ale platformelor lor	36
Anexa 3 – Obligații de diligență	37
Anexa 4 – Obligațiile piețelor online	37

„Asigurarea faptului că platformele își respectă obligația de a-și informa furnizorii prin servicii de intermediere online în mod clar și cuprinzător cu privire la drepturile lor”

Comerciant

„Este mai sigur să cumpăr de pe platforme online, unde știu că trebuie să îmi protejeze datele și să mă informeze în mod transparent, fără a-mi reduce alegerile”

Consumator

„În calitate de IMM, vânzarea online mi-a dezvoltat oportunitățile de afaceri. Cunoașterea căilor de atac în caz de conflict cu platforma este un stimulent pentru digitalizare”

Comerciant

Introducere

Stimate antreprenor,

Prezentul manual face parte din proiectul „Consumer Law Ready” adresat în mod specific microîntreprinderilor și întreprinderilor mici și mijlocii, care interacționează cu consumatorii.

Proiectul „Consumer Law Ready” este un proiect la nivel european gestionat de EUROCHAMBRES (Asociația Camerelor de Comerț și Industrie Europene), într-un consorțiu cu BEUC (Organizația Europeană a Consumatorilor) și SMEUnited (Asociația Întreprinderilor Artizanale și a IMM-urilor din Europa). Acesta este finanțat de Uniunea Europeană cu sprijinul Comisiei Europene.

Obiectivul proiectului este de a vă ajuta să respectați cerințele legislației UE privind protecția consumatorilor.

Legislația UE privind protecția consumatorilor constă în diferite acte legislative adoptate de Uniunea Europeană în ultimii 25 de ani și transpuse de fiecare stat membru al UE în legislația sa națională. În 2017, Comisia Europeană a încheiat o evaluare pentru a verifica dacă normele sunt în continuare adecvate scopului. Rezultatul a fost în general pozitiv.¹ Principala constatare a fost că normele existente trebuie să fie mai bine puse în aplicare de către autorități și să fie mai bine cunoscute de către întreprinderi și consumatori. Proiectul „Consumer Law Ready” urmărește să îmbunătățească cunoștințele comercianților, în special ale IMM-urilor, cu privire la drepturile consumatorilor și la obligațiile juridice corespunzătoare ale acestora. În acest an, consorțiul a elaborat un modul privind normele referitoare la economia online, pentru a face schimb de informații valoroase cu antreprenorii cu privire la drepturile și obligațiile lor atunci când vând pe platforme.

Manualul este format din șase module. Fiecare dintre acestea abordează un anumit subiect al legislației UE privind protecția consumatorilor:

- Modulul 1 se referă la normele privind cerințele de informare precontractuală
- Modulul 2 prezintă normele privind dreptul consumatorului de a se retrage din contractele la distanță și din contractele negociate în afara spațiilor comerciale
- Modulul 3 se concentrează asupra măsurilor reparatorii pe care comercianții trebuie să le ofere atunci când nu sunt conforme cu contractul
- Modulul 4 se axează pe practicile comerciale neloiale și pe clauzele contractuale abuzive
- Modulul 5 introduce soluționarea alternativă a litigiilor și platforma de soluționare online a litigiilor (SOL), un site web gestionat oficial de Comisia Europeană, dedicat sprijinirii consumatorilor și comercianților în soluționarea extrajudiciară a litigiilor.
- Modulul 6 prezintă principalele informații pe care antreprenorii trebuie să le cunoască atunci când utilizează platforme pentru a-și vinde bunurile și serviciile.

¹ Puteți găsi mai multe informații despre evaluare, constatările sale și acțiunile ulterioare pe site-ul web al Comisiei Europene: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

Acest manual este doar unul dintre materialele de învățare create în cadrul proiectului Consumer Law Ready. Site-ul web consumerlawready.eu conține alte instrumente de învățare, cum ar fi videoclipuri, chestionare și un „test electronic” prin care puteți obține un certificat. De asemenea, vă puteți conecta cu experți și cu alte IMM-uri prin intermediul unui forum.

Modulul 6 al manualului își propune să vă familiarizeze cu cele mai recente acte legislative privind platformele digitale. Realitatea pieței online s-a schimbat odată cu multiplicarea platformelor și a furnizorilor de servicii digitale. Întrucât platformele și motoarele de căutare au devenit esențiale pentru ca întreprinderile să își promoveze bunurile și serviciile, UE a luat măsuri împotriva contractelor abuzive și a practicilor comerciale neloiale. Normele limitează competența serviciilor și platformelor online de a controla aspecte precum ce date cu caracter personal sunt colectate, vândute și de către cine, cum funcționează ierarhizarea online sau ce conținut este afișat.

Normele urmăresc să stabilească obligații și cerințe clare pentru economia platformelor. Modulul prezintă drepturile și obligațiile care decurg din Regulamentul (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 iunie 2019 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile care utilizează servicii de intermediere online (Regulamentul privind relațiile dintre platforme și întreprinderi - Regulamentul P2B), din Regulamentul 2022/2065 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 octombrie 2022 privind o piață unică pentru serviciile digitale și de modificare a Directivei 2000/31/CE (Actul legislativ privind serviciile digitale) și din Regulamentul 2022/1925 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 septembrie 2022 privind piețe contestabile și echitabile în sectorul digital și de modificare a Directivelor (UE) 2019/1937 și (UE) 2020/1828 (Actul legislativ privind piețele digitale). Pentru informații mai detaliate cu privire la dispozițiile acestor acte legislative, vă rugăm să consultați **documentele de orientare ale Comisiei Europene**, ²disponibile în toate limbile oficiale ale UE.

Cele trei regulamente vizează sporirea transparenței, protejarea utilizatorilor finali online și, de asemenea, deschiderea de oportunități pentru întreprinderi. Acestea stabilesc norme și obligații clare privind, de exemplu, diseminarea conținutului ilegal online și asigură piețe digitale mai echitabile și mai deschise. Regulamentul privind platformele pentru întreprinderi urmărește să creeze un mediu echitabil, transparent și previzibil pentru întreprinderile care utilizează platformele pentru a ajunge la consumatori. Bazându-se pe P2B, Regulamentul privind piețele digitale urmărește să promoveze echitatea și competitivitatea în mediul online. Actul legislativ privind serviciile digitale stabilește norme armonizate pentru un mediu online sigur, previzibil și de încredere. Normele stabilesc, în primul rând, obligații pentru serviciile intermediare online, cum ar fi platformele, pentru a asigura accesul echitabil pe piață și concurența loială pentru întreprinderi și protecția consumatorilor.

Vă încurajăm să vă familiarizați cu aceste regulamente și cu acest modul.

Sperăm că informațiile furnizate în manual vă vor fi utile.

² **Orientări** privind transparența ierarhizării în temeiul Regulamentului (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului; Pentru DMA: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_ro

Ce este economia bazată pe platforme și de ce contează?

Economia bazată pe platforme se referă la tranzacțiile de bunuri și/sau servicii prin intermediul serviciilor de intermediere online, care prezintă o tendință de creștere. Aceste platforme pot oferi servicii consumatorilor și întreprinderilor pentru a se conecta și a cumpăra produse mai ușor.

Pandemia COVID-19 a forțat întreprinderile să își schimbe modelele de afaceri și, prin urmare, a participat la creșterea economiei platformelor.

Motoarele de căutare au un impact semnificativ asupra vânzărilor IMM-urilor, primele 5 rezultate ale căutării atrăgând 88% din clicuri.

Cine se preocupă de regulamente?

În temeiul Regulamentului P2B, al Regulamentului privind serviciile digitale și al Regulamentului privind piețele digitale, serviciile intermediare online care îndeplinesc anumite condiții trebuie să respecte anumite cerințe prevăzute în aceste regulamente. Aceste regulamente stabilesc, de asemenea, drepturi pentru utilizatorii comerciali, utilizatorii finali și consumatori.

Exemplu: Platformele pot fi, de exemplu, piețele online, rețelele sociale, platformele de partajare a materialelor video, magazinele de aplicații, motoarele de căutare, platformele online de călătorie și cazare și sistemele de operare.

La ce ar trebui să fii atent în secțiunea termenii și condiții?

Termenii și condițiile (T&C) trebuie să ofere întreprinderilor un grad rezonabil de previzibilitate cu privire la cele mai importante aspecte ale relației lor cu platforma.

Termenii și condițiile trebuie să fie:

Accesibile, ceea ce înseamnă ușor de găsit, accesibile în permanență și disponibile înainte de a intra în relația contractuală.

Exemplu: Dacă antreprenorul trebuie să se conecteze mai întâi la un portal, T&C nu sunt ușor accesibile. La fel, dacă antreprenorul trebuie să facă clic pe pagini diferite, T&C nu sunt ușor accesibile.

Inteligibile, redactate într-un limbaj simplu și inteligibil. T&C-urile pot lua forma unor manuale, întrebări frecvente, videoclipuri etc., atât timp cât sunt ușor de înțeles. Regulamentul privind serviciile digitale obligă serviciile intermediare să prezinte T&C într-un limbaj clar, simplu, inteligibil, ușor de utilizat și lipsit de ambiguitate, care trebuie să fie pus la dispoziția publicului într-un format ușor accesibil și prelucrabil automat. În ceea ce privește platformele online foarte mari (VLOP) și motoarele de căutare online foarte mari (VLOSE), acestea sunt obligate să publice T&C în limbile oficiale ale tuturor statelor membre în care își oferă serviciile.

Complete, inclusiv tot conținutul necesar din Regulamentul privind serviciile digitale și din Regulamentul P2B. T&C ar trebui să promoveze transparența, previzibilitatea, protecția destinatarilor serviciului și evitarea rezultatelor inechitabile sau arbitrare. În general, Regulamentul privind serviciile digitale obligă serviciile intermediare online să includă informații cu privire la orice politici, proceduri, măsuri și instrumente utilizate în scopul moderării conținutului, inclusiv procesul decizional algoritmic și revizuirea umană, precum și regulamentul de procedură al sistemului lor intern de tratare a plângerilor, precum și informații ușor accesibile cu privire la dreptul de a înceta utilizarea serviciului. Mai precis, pe baza acestor două acte legislative, T&C trebuie să includă informații precum:

- Informații privind necesitatea de a justifica deciziile platformelor cu privire la suspendări, restricții și închiderea conturilor utilizatorilor comerciali

(expunere de motive) (perioada minimă de preaviz de 30 de zile)

- Dreptul de reziliere al furnizorilor prin servicii de intermediere online
- Transparența în ceea ce privește ierarhizarea online în urma căutării de către clienți
- Bunuri și servicii auxiliare
- Transparența în ceea ce privește tratamentul diferențiat
- clauze contractuale specifice
- accesul la date
- Impactul asupra drepturilor de proprietate intelectuală ale utilizatorilor comerciali
- restricții de a oferi condiții diferite prin alte mijloace
- politici de moderare a conținutului
- funcționarea mecanismelor interne de soluționare a plângerilor și (cel puțin două) servicii de mediere.



Poate platforma să modifice termenii și condițiile?

Platformele au dreptul de a-și modifica T&C. Cu toate acestea, ele trebuie să informeze întreprinderile cu privire la modificările propuse cu cel puțin 15 zile înainte de a le aplica. În temeiul Regulamentului privind serviciile digitale, modificările relevante, inclusiv, de exemplu, cele care modifică normele privind informațiile permise în cadrul serviciilor sau alte astfel de modificări care ar putea avea un impact direct asupra capacității

destinatarii de a utiliza modificările serviciului, trebuie să fie informate prin mijloace adecvate.

Se pot aplica perioade de preaviz mai lungi pentru modificări, care impun întreprinderilor să efectueze adaptări complexe.

Exemple: Atunci când sunt eliminate sau adăugate caracteristici întregi ale platformei, care sunt relevante pentru afacere; atunci când întreprinderile ar putea fi nevoite să își adapteze bunurile sau să își reprogrameze serviciile pentru a putea continua să funcționeze pe platformă.

O întreprindere poate, de asemenea, să renunțe la perioada de preaviz. Renunțarea trebuie să se facă fie printr-o declarație scrisă, fie printr-o acțiune proactivă clară.

Exemplu: Măsura proactivă poate consta în lansarea de bunuri sau servicii noi în perioada acestor 15 zile. Acest lucru nu se aplică în cazurile în care perioada de preaviz rezonabilă și proporțională este mai mare de 15 zile, deoarece întreprinderile trebuie să efectueze ajustări tehnice semnificative.

Perioada de preaviz poate fi, de asemenea, suspendată atunci când există o obligație legală sau un pericol neprevăzut și iminent (de exemplu, fraudă, malware, spam sau alte riscuri de securitate cibernetică) care necesită modificări.

În cazul în care perioada de preaviz nu a fost respectată fără motive, modificarea este nevalidă.

Notificarea trebuie efectuată pe un suport durabil (de exemplu, e-mail), ceea ce înseamnă că întreprinderea utilizatoare de servicii de intermediere online o poate păstra pentru consultare ulterioară.

Platformele nu trebuie să impună modificări retroactive, cu excepția cazului în care sunt benefice pentru întreprinderi, prevăzute de obligații legale sau de

reglementare sau pentru a evita un pericol neprevăzut și iminent.

Ce se întâmplă dacă platforma îmi închide, restricționează sau suspendă contul?

În anumite cazuri, platformele pot rezilia (închizând definitiv contul) suspenda (de exemplu, delistarea unui bun sau serviciu sau eliminarea acestuia din rezultatele căutării) sau restricționa (de exemplu, având un impact negativ asupra vânzării unui bun, de exemplu prin scăderea clasamentului).

Baza de date privind transparența DSA – Expuneri de motive – [aici](#).

Conform principiului proporționalității, închiderea unui cont trebuie să fie ultima soluție.

Platforma trebuie să furnizeze o expunere de motive pe un „suport durabil” (și anume, un suport care să le permită utilizatorilor comerciali să păstreze informațiile pentru consultare ulterioară; de exemplu, scrisoare, e-mail). În cazul restricționării și suspendării, expunerea de motive trebuie comunicată cel târziu în momentul în care acțiunea produce efecte. În Regulamentul privind serviciile digitale sunt luate în considerare diferite restricții care pot afecta destinatarul serviciului (de exemplu, suspendarea sau închiderea totală și/sau parțială a conturilor, a plăților monetare sau vizibilitatea anumitor informații etc.). Pentru oricare dintre aceste posibile restricții, Regulamentul privind serviciile digitale stabilește un minim de informații care trebuie furnizate de platformă într-un mod clar și ușor de înțeles, dar, în același timp, să fie cât mai precise și mai specifice posibil în mod rezonabil.

Pentru reziliere, aceasta trebuie să fie acordată cu cel puțin 30 de zile în avans.

Excepții: Platformele nu trebuie să respecte perioada de preaviz dacă rezilierea, restricționarea sau suspendarea au fost efectuate pentru a respecta obligațiile legale sau de reglementare sau după încălcarea de către întreprinderi a T&C.

Exemplu: Acest lucru ar putea viza forme grave de conținut ilegal sau necorespunzător, siguranța unui bun sau serviciu, falsificarea, fraudă, spamul, pirateria informatică a datelor cu caracter personal etc.



Platforma trebuie să ofere posibilitatea de a clarifica faptele care au condus la decizie și de a o trimite la un sistem de soluționare a plângerilor. Acesta trebuie să păstreze datele asociate contului de afaceri, astfel încât să poată fi restabilite în caz de reziliere eronată.

Cum pot încheia relația contractuală cu o platformă?

Întreprinderea ar putea dori să rezilieze relația contractuală după o schimbare în T&C sau din alte motive.

Relația contractuală dintre platforme și întreprinderi trebuie să fie echitabilă și să se desfășoare cu bunăcredință. Astfel, platformele trebuie să includă în T&C informații pentru întreprinderi cu privire la modul în care își pot rezilia relația contractuală.

Ce se întâmplă cu datele mele?

În T&C trebuie furnizată o descriere a **politicilor de acces la date** privind datele pe care întreprinderile sau consumatorii le furnizează sau le generează atunci când utilizează OIS (EN „online intermediary service”, adică „platforms”). Aceasta trebuie să includă:

- ce date pot fi accesate (furnizate sau generate în mod activ prin utilizare)
- de către cine
- în ce condiții (cum pot fi utilizate), și anume domeniul de aplicare, natura și condițiile de acces și utilizare a categoriilor relevante de date (de exemplu, ierarhizări/ ratinguri și recenzii)

Această descriere poate fi generală și nu trebuie să enumere în mod exhaustiv toate punctele de date reale.



Accesul la date poate fi, de asemenea, pe deplin restricționat pentru întreprinderi, dar platformele trebuie să precizeze în mod clar acest lucru.

Regulamentul privind piețele digitale stabilește obligații suplimentare pentru platformele foarte mari desemnate de Comisia Europeană drept controlori ai fluxului de informație în ceea ce privește utilizarea datelor și schimbul de date cu întreprinderile (a se vedea mai jos).

Platformele trebuie să indice în T&C, dacă și în ce măsură furnizorul de servicii menține accesul la informațiile furnizate sau generate de întreprindere în timpul relației contractuale după încheierea relației contractuale.

Pot platformele să impună anumite condiții?

Furnizorul de OIS (serviciu intermediar online, de exemplu platforme) poate impune condiții privind oferirea de bunuri sau servicii.

În cazul în care furnizorii de OIS decid să prescrie condiții, cum ar fi împiedicarea utilizatorilor comerciali să ofere bunuri și servicii în condiții mai bune sau la prețuri mai mici, furnizorii de OIS trebuie să precizeze motivele acestor restricții în T&C și să publice descrierea pentru a fi ușor de găsit.

În cazul gatekeeperilor desemnați în temeiul Regulamentului privind piețele digitale, furnizorii de OIS nu pot prescrie astfel de condiții diferențiate și trebuie să se asigure că întreprinderile pot aplica condiții diferite pe diferite canale pe care le utilizează pentru a ajunge la clienții lor. De exemplu, sigilarea vânzătorului pe OIS nu ar trebui împiedicată să ofere prețuri mai mici și condiții mai bune pe propriul site web, spre deosebire de condițiile de pe piața online pe care le utilizează și pentru a ajunge la clienții săi.

Considerațiile privind această restricție pot fi de natură economică, comercială sau juridică.

Pot platformele să trateze ofertele în mod diferit?

Platformele își pot trata oferta în mod diferit față de oferta concurentă în temeiul Regulamentului P2B, oferind avantaje economice ofertelor furnizorului OIS. Acest lucru trebuie menționat în mod clar în T&C.

De exemplu, OIS-urilor și motoarelor de căutare pentru care o întreprindere a fost desemnată drept controlor de acces în temeiul Regulamentului privind piețele digitale li se interzice să se autofavorizeze în rezultatele căutării sau pe piețele online.

Exemplu: Tratatamentul inegal poate fi aplicat accesului la date, ierarhizării sau altor setări aplicate de furnizor care influențează accesul consumatorilor la bunuri sau servicii, remunerației percepute pentru utilizarea serviciilor, accesului la servicii, condițiilor sau oricărei remunerații directe sau indirecte percepute pentru utilizarea serviciilor sau funcționalităților ori interfețelor tehnice care sunt direct conectate sau auxiliare serviciilor furnizate.

Ce fel de bunuri și servicii am voie să ofer?

Bunurile și serviciile auxiliare sunt produse care depind în mod obișnuit de bunul sau serviciul primar și sunt direct legate de acesta pentru a funcționa. Acestea pot fi oferite de OIS sau de un terț.

Exemplu: un serviciu de reparații pentru un anumit bun, produse financiare, o asigurare în plus față de un anumit bun sau serviciu (de exemplu, o asigurare pentru închiriere), bunuri care completează produsul primar, bunuri care constituie un instrument de modernizare sau de personalizare a bunului primar.

Atunci când sunt oferite bunuri și servicii auxiliare, furnizorul unui OIS trebuie să specifice acest lucru în T&C și să descrie dacă și în ce condiții întreprinderii i se permite, de asemenea, să ofere propriile bunuri și servicii auxiliare.

Descrierea nu trebuie să se refere la bunul sau serviciul specific, dar poate fi mai generală atât timp cât este

suficient de explicită pentru a înțelege bunul sau serviciul auxiliar.

Ce informații pot obține despre ierarhizarea online?

OIS trebuie să stabilească principalii parametri care determină clasificarea în cadrul T&C. Principalii parametri ar putea fi:

- indicatorii utilizați pentru măsurarea calității bunurilor sau serviciilor furnizorilor prin servicii de intermediere online;
- utilizarea editorilor și capacitatea acestora de a influența clasamentul;
- elemente care nu se referă sau se referă doar la distanță la bunul sau serviciul în sine, cum ar fi caracteristicile de prezentare ale ofertei online;

Informațiile privind clasamentul trebuie să depășească simpla enumerare a parametrilor, dar trebuie să adauge informații explicative (de exemplu, motivele interne ale întreprinderii pentru alegerea parametrilor).

În temeiul Regulamentului privind serviciile digitale, platformele vor prezenta în mod clar parametrii pentru respectivele sisteme de recomandare sau ierarhizări, într-un mod ușor de înțeles și de înțeles, care să asigure faptul că destinatarii serviciului înțeleg modul în care informațiile sunt prioritizate pentru ei, incluzând cel puțin cele mai importante criterii și motivele respectivei importanțe.

În cazul în care este posibilă influențarea ierarhiei în schimbul unei remunerații, acest lucru trebuie, de asemenea, să fie stabilit. Comisia a stabilit orientări suplimentare privind parametrii de clasificare: [vezi aici](#)

În plus, obligațiile privind transparența ierarhizării sunt specificate în Regulamentul privind serviciile digitale. Regulamentul privind piețele digitale interzice

autofavorizarea în clasament pentru controlorii de acces.

Pot afișa logo-ul companiei mele pe platformă?

Logo-urile comerciale, mărcile comerciale sau numele de marcă sunt drepturi de proprietate intelectuală importante. OIS trebuie să furnizeze informații generale cu privire la gestionarea drepturilor de proprietate intelectuală ale utilizatorilor comerciali în T&C.

Întreprinderile nu trebuie să se limiteze la utilizarea logoului lor pe platformă și ar trebui să își poată face vizibilă identitatea comercială ca parte a ofertei lor pe OIS. Cu toate acestea, platforma poate interveni în continuare în modul în care ar trebui să fie afișată.



Care sunt celelalte obligații ale platformelor?

Actul legislativ privind serviciile digitale cuprinde cadrul juridic care creează un spațiu digital mai sigur, în care sunt protejate drepturile fundamentale ale tuturor utilizatorilor de servicii digitale, inclusiv ale utilizatorilor comerciali, stabilind în același timp condiții de concurență echitabile pentru a stimula inovarea, creșterea economică și competitivitatea, atât pe piața

unică europeană, cât și la nivel mondial. Normele specificate în Regulamentul privind serviciile digitale se aplică intermediarilor și platformelor online (de exemplu, piețelor online, platformelor de comunicare socială sau magazinelor de aplicații). În ceea ce privește platformele, unele dintre aceste obligații se referă, de exemplu, la cerințele T&C, la mecanismele de notificare și de acțiune, la cooperarea cu autoritățile naționale, la numirea punctelor de contact și a reprezentanților legali, la mecanismele de depunere a plângerilor și de recurs, precum și la soluționarea extrajudiciară a litigiilor sau la transparența sistemelor de recomandare, printre altele.

Regulamentul privind serviciile digitale prevede obligații asimetrice adaptate,³ în funcție de tipul și particularitățile serviciilor relevante, precum și de dimensiunea și amploarea acestora, aplicând cele mai stricte obligații de diligență necesară platformelor online foarte mari și motoarelor de căutare online foarte mari, deoarece acestea au devenit spații cvasipublice pentru comunicare și tranzacționare. Aceste obligații se referă, de exemplu, la cerința de a efectua evaluări anuale ale riscurilor, audituri independente, de a institui, dacă este necesar, măsuri de atenuare și de a institui mecanisme de răspuns în situații de criză, o transparență suplimentară a publicității online și accesul la date și controlul acestora, printre altele.

În plus, în Regulamentul privind serviciile digitale există o întreagă secțiune dedicată piețelor online, care stabilește obligații suplimentare 4 pentru aceste platforme, cu excepția microîntreprinderilor și a întreprinderilor mici. Aceste obligații se referă, în esență, la identificarea comercianților (cunoașteți principiul clientului comercial), la conformitatea din faza de proiectare și la dreptul la informare.

³ A se vedea anexa 3 – Obligații de diligență

⁴ A se vedea anexa 4 – Obligații pentru piețele online

Ce sunt gatekeeperii și care sunt obligațiile acestora?

Gatekeeperii sunt platforme foarte mari, care sunt desemnate drept gatekeeperi de către Comisie. În temeiul Regulamentului privind piețele digitale, un gatekeeper desemnat trebuie să respecte o listă de obligații în ceea ce privește serviciile de bază ale platformei (CPS) care sunt enumerate în decizia Comisiei de desemnare a întreprinderii drept gatekeeper.

Începând cu 5 septembrie 2023, CE a desemnat șapte controlori ai fluxului de informație. Clasificările lor nu acoperă toate serviciile lor, ci numai anumite servicii de de bază ale platformei.

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

Atunci când platformele sunt desemnate drept controlori de acces, acestea au obligații suplimentare de a se asigura că nu se angajează în practici comerciale neloiale.

Exemplu: Practicile comerciale neloiale pot fi:

- auto-favorizarea, și anume prioritizarea serviciilor lor în raport cu servicii similare furnizate de furnizori terți (clasarea propriilor produse sau servicii la un nivel mai ridicat decât cel al concurenților);
- Clauzele națiunii celei mai favorizate, și anume interzicerea furnizorilor prin servicii de intermediere

online de a-și oferi bunurile și serviciile în altă parte la prețuri și condiții diferite

- combinarea datelor cu caracter personal din numeroase servicii (cum ar fi Facebook și WhatsApp) aflate în proprietatea unei singure societăți; utilizarea datelor care nu sunt disponibile publicului generate de furnizorii săi prin servicii de intermediere online în concurență cu respectivii furnizori prin servicii de intermediere online
- condiții de acces discriminatorii
- excluderea dreptului întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online de a depune plângeri la autoritățile publice, inclusiv la instanțele naționale, și de a solicita despăgubiri (de exemplu, clauze de confidențialitate în clauzele lor T&C)

Pe lângă interzicerea practicilor neloiale, Regulamentul privind piețele digitale impune platformelor, printre alte obligații:

- să obțină consimțământul utilizatorilor înainte de a-i urmări în scopuri de marketing
- permite utilizatorilor să modifice cu ușurință setările implicite și să șteargă aplicațiile preinstalate
- le permite întreprinderilor să își promoveze produsele sau serviciile prin canale directe sau servicii furnizate de terți, chiar dacă prețurile diferă de cele ale gatekeeperului, și le permite utilizatorilor să le acceseze prin intermediul platformei gatekeeperului.
- utilizatorii finali și furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să poată **raporta problemele de neconformitate** autorităților juridice relevante.
- în anumite circumstanțe, să permită **utilizarea aplicațiilor și a magazinelor de aplicații ale**

terților pe sistemul (sistemele) de operare al(e) gatekeeperilor.

- să permită întreprinderilor să interopereze (să se interconecteze) cu software-ul și hardware-ul gatekeeperilor.
- permite utilizatorilor să își poarteze datele de la platformă la alți operatori autorizați.

Am obligații față de gatekeeperi?

Regulamentul privind piețele digitale impune obligații numai gatekeeperilor desemnați. Actul legislativ privind piețele digitale urmărește să creeze piețe digitale mai echitabile și mai deschise. Prin urmare, aceasta interzice anumite practici ale gatekeeperilor care au fost identificate ca fiind dăunătoare sau impune gatekeeperilor obligații specifice de a garanta oportunități echitabile și egale pentru întreprinderi. Regulamentul privind piețele digitale nu creează nicio obligație pentru întreprinderile care utilizează serviciile gatekeeperilor. De exemplu, comerciantul cu amănuntul online care utilizează platforma Amazon sau hotelul care utilizează serviciile Booking.com nu fac obiectul niciunei obligații în temeiul Regulamentului privind piețele digitale, dar pot beneficia de prevederile acestuia.

A beneficia de noile oportunități de afaceri create de DMA nu înseamnă că aceste întreprinderi nu sunt obligate să respecte legile care li se aplică, cum ar fi cele care le impun să protejeze datele cu caracter personal ale clienților lor.

Pentru a asigura securitatea și confidențialitatea, întreprinderile ar trebui să acorde o atenție deosebită:

-să utilizeze instrumente sau plugin-uri securizate pentru a obține consimțământul utilizatorului și pentru a vă asigura că informațiile dvs. personale sunt sigure.

-să mențină politicile de confidențialitate actualizate și simple pentru a evita orice confuzie. Trebuie obținut întotdeauna consimțământul explicit al clienților înainte de a colecta sau de a utiliza informațiile lor personale.

- dacă integrează servicii de tip gatekeeper, cum este Google Consent Mode, trebuie să se asigure cu privire la transmiterea exactă a opțiunilor de consimțământ.

- oferă utilizatorilor acces pentru a-și recupera datele în conformitate cu reglementările DMA.

-verifică conformitatea juridică a platformelor și a serviciilor gatekeeperilor. În plus, trebuie să fie la curent cu privire la orice modificări sau adăugiri la normele gatekeeperului.



Înainte de colectarea sau prelucrarea datelor cu caracter personal prin intermediul platformelor sau al serviciilor gatekeeperului, trebuie obținut consimțământul, iar gatekeeperul trebuie informat în consecință. Companiile trebuie să respecte cerințele GDPR. Aceasta înseamnă:

- transparența cu privire la utilizarea datelor (politica de confidențialitate)
- consimțământul explicit al utilizatorului (păstrați evidența formularelor de consimțământ)
- măsuri de securitate solide.

Ce pot face în caz de conflict cu platforma?

În caz de conflict între întreprinderi și platforme, antreprenorii au opțiuni diferite.

Sistemul **intern de soluționare a reclamațiilor al platformei**: Toate platformele, cu excepția celor mici (mai puțin de 50 de persoane, cifră de afaceri de 10 milioane EUR), trebuie să instituie gratuit un sistem intern de soluționare a plângerilor.

Plângerea ar trebui tratată într-un termen rezonabil și pe baza principiilor transparenței, egalității de tratament și proporționalității.

Dintre toate opțiunile de soluționare a litigiilor, acestea sunt mecanismul cel mai larg disponibil și utilizat pentru soluționarea plângerilor și a problemelor utilizatorilor comerciali.

Platformele au obligația de a publica rapoarte privind funcționarea sistemului lor de tratare a plângerilor (de exemplu, numărul de plângeri, obiectul acestora, timpul necesar pentru prelucrarea plângerilor și decizia luată).

De asemenea, aceștia trebuie să furnizeze în T&C informații privind accesul la sistemul lor de tratare a plângerilor.

În cazul în care o plângere se referă la condițiile generale de acces, cum ar fi cele prevăzute în termenii și condițiile serviciilor relevante, la motorul de căutare online, la serviciul de rețele de socializare online sau la magazinul de aplicații ale unui gatekeeper desemnat, utilizatorul comercial poate utiliza mecanismul alternativ de soluționare a litigiilor pe care gatekeeperul trebuie să îl furnizeze gratuit în temeiul Regulamentului privind piețele digitale.

Mediatori specializați

Serviciile de mediere sunt imparțiale și independente. În T&C, platforme (cu excepția OIS mici; mai puțin de 50

de persoane, cifră de afaceri de 10 milioane EUR) trebuie să împartă cu întreprinderile cel puțin doi mediatori specializați cu care sunt de acord să colaboreze. Acestea trebuie să furnizeze întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online informații relevante cu privire la modul de utilizare a acestei proceduri.

Platformele ar trebui să suporte costuri rezonabile pentru mediere (determinate de serviciul de mediere). Până în prezent, un număr frecvent de OIS nu a indicat încă posibile servicii de mediere (35 % din OIS)

Accesul la mediere nu este condiționat de examinarea prealabilă a plângerilor interne.

Instanțe

Adesea considerată o soluție de ultimă instanță, întreprinderile pot primi sprijin din partea organizațiilor și asociațiilor care reprezintă interesele întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online.

Aceste entități trebuie să poată introduce acțiuni în fața instanțelor naționale competente în cazul nerespectării regulamentului de către platforme.

Care este mecanismul de asigurare a respectării legii și de soluționare a plângerilor în ceea ce privește platformele digitale-cheie?

În cazul în care gatekeeperii (platformele digitale-dominante) acționează în mod inechitabil și nu respectă cerințele Regulamentului privind piețele digitale, utilizatorii comerciali pot informa în mod direct echipa DMA a Comisiei (EC-DMA@ec.europa.eu). Angajații gatekeeperilor pot furniza informații și prin intermediul unui instrument securizat pentru avertizori (https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en). Furnizorii de servicii de intermediere online

pot, de asemenea, să se adreseze autorităților competente ale statelor membre, care vor informa ulterior Comisia.

Întreprinderile ar trebui să acorde atenție celorlalte mecanisme de soluționare a plângerilor din T&C ale platformelor.

În ultimă instanță, ei pot merge în instanță. Unei platforme digitale dominante desemnate i se interzice să restricționeze dreptul utilizatorilor comerciali de a sesiza Curtea.

**Care sunt beneficiile pentru IMM-uri?**

- Egalitatea de tratament în ceea ce privește ierarhizarea ofertei lor în comparație cu oferta platformei digitale dominante (fără autofavorizare)
- Sprijină schimbul de date între servicii online, pe baza portabilității
- Profit derivat din transferul de date pentru care s-a obținut consimțământul

Anexe

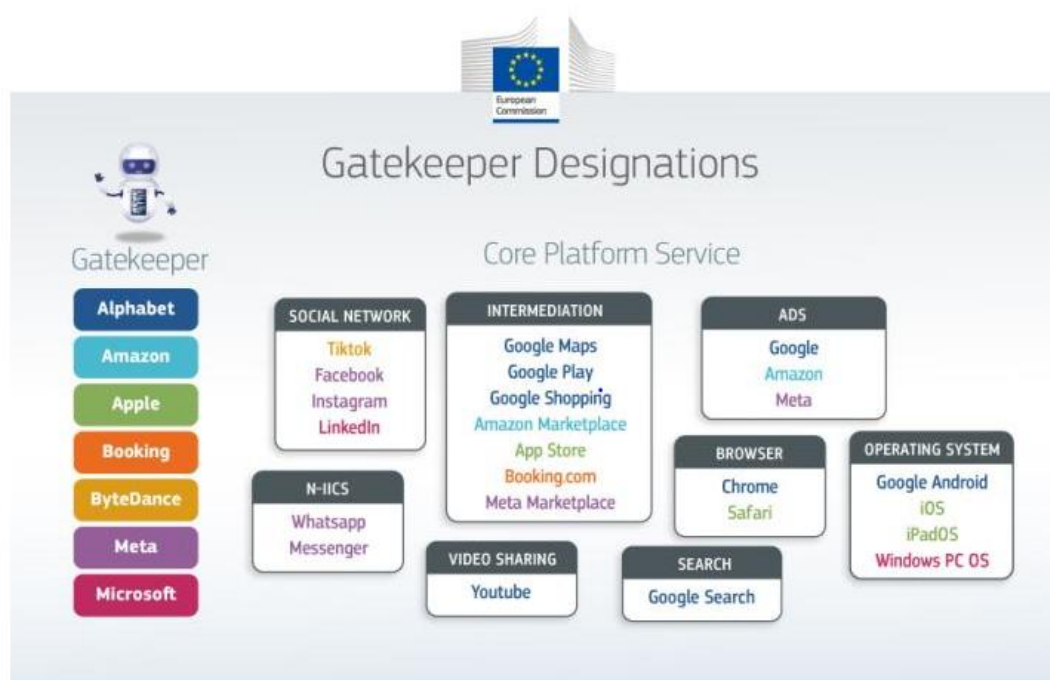
Anexa 1 - Lista centrelor care furnizează servicii de mediere în mod specific cu privire la aceste aspecte

Centre de mediere/mediatori	Locul de amplasare	Descriere
CEDR⁵	Regatul Unit	Include un grup de mediatori din întreaga Europă care acoperă 22 de limbi, permițându-le să funcționeze la nivel paneuropean. Ei au, de asemenea, două sisteme specializate pentru a soluționa plângerile adresate Google și Amazon.
e-POM	În mediul online	Portalul de mediere online care facilitează numirea mediatorilor pentru cazuri specifice legate de relațiile dintre platforme și întreprinderi.
Bundesverband Onlinehandel (Asociația Federală Germană de Comerț Electronic)	DE	Centru de mediere specializat în litigii B2B, care și-a extins serviciile pentru a oferi servicii de mediere în cauzele legate de Regulamentul P2B.
Reuling Schutte	NL	Centrul s-a specializat timp de 10 ani în furnizarea de soluții alternative de soluționare a litigiilor pentru întreprinderi și, în special, în furnizarea de servicii de mediere.
Centrum Mediacji Lewiatan (Centrul de Mediere din Lewiatan)	PL	Centru specializat în medierea B2B, inclusiv în cazurile P2B. Face parte din Konfederacji Lewiatan (Confederația Lewiatan), care reprezintă 4 100 de întreprinderi și interesele angajaților acestora în legătură cu instituțiile UE.
Mediator of Enterprises	FR	Centru de mediere înființat în 2010 de guvernul francez. Oferă servicii de mediere P2B semnatarilor Cartei comerțului electronic.
Polimeni Legal	IT	Centru de mediere specializat în comerțul electronic și piețele digitale. A soluționat între 10 și 15 cazuri de mediere legate de Regulamentul P2B.

⁵ Rețineți că, din moment ce Regatul Unit este în afara UE, ar putea exista mici diferențe.



Anexa 2 – Prezentare generală a gatekeeperilor desemnați și a serviciilor de bază ale platformei



Anexa 3 – Obligații de diligență

	VERY LARGE PLATFORMS	ONLINE PLATFORMS	HOSTING SERVICES	ALL INTERMEDIARIES
Transparency reporting	•	•	•	•
T&Cs	•	•	•	•
Cooperation with national authorities	•	•	•	•
Points of contact & legal representatives	•	•	•	•
N&A	•	•	•	
Reporting criminal offences	•	•	•	
Complaint & redress mechanisms, OOC dispute settlement	•	•		
Trusted flaggers	•	•		
Prohibition of Dark Patterns	•	•		
Measures against abusive notices	•	•		
Special obligations for marketplaces (e.g. KYBC, random checks)	•	•		
Bans on targeted ads to children and based on special categories of personal data	•	•		
Accessibility	•	•		
Transparency of recommender systems	•	•		
Advertising transparency	•	•		
Risk management	•			
Independent audits	•			
User can opt out of profiling	•			
Data sharing with authorities & researchers	•			
Codes of conduct	•			
Crisis response cooperation	•			

Date cumulative

Anexa 4 – Obligațiile piețelor online

Traceability of traders

☐

- ☐ Obligation to gather information on the identity of traders
- ☐ Best effort to assess whether the information is reliable and complete
- ☐ Obligation to display such information to consumers

Compliance by design

☐

- ☐ Interface design: enable traders to disclose information
- ☐ Consumers will see clearly, e.g.: logos and trademarks, labels & markings for compliance with EU law, identification of products
- ☐ Best efforts to assess if the information is complete
- ☐ Reasonable efforts for random checks that goods are not listed as illegal in public databases

Right to information

☐

- ☐ Information to consumers who have purchased illegal goods / services



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu