

PLATFORMELE DE INTERMEDIERE ONLINE - PROPUNERE PENTRU NOI REGULI CARE SĂ SPOREASCĂ TRANSPARENȚA

Autori:

Diana Gavra, *Associate Filip & Company*

Georgiana Ghinescu, *Associate Filip & Company*

În ultima perioadă, comerțul electronic a crescut exponențial în Europa și din ce în ce mai mulți consumatori și utilizatori comerciali (de ex. societăți care își vând produsele pe site-uri web de e-commerce) sunt prezenți pe platformele de intermediere online. Chiar dacă este un domeniu de actualitate, relațiile dintre utilizatorii comerciali și platformele de intermediere online (B2B) nu au beneficiat de o reglementare juridică specifică. Până în prezent, legislația de la nivel național și european a avut în vedere în principal relațiile dintre întreprinderi și consumatori, în contextul comerțului online.

Propunerea de Regulament privind promovarea echității și a transparenței pentru furnizorii prin servicii de intermediere online de la nivelul Uniunii Europene (Regulamentul) a apărut ca răspuns la diverse practici din domeniul comerțului online care aveau un impact negativ atât asupra utilizatorilor comerciali, cât și indirect asupra consumatorilor.

Câteva exemple de astfel de practici identificate de Comisia Europeană sunt: (i) modificarea unilaterală de către platformele de intermediere online a termenilor și condițiilor, fără notificarea utilizatorilor comerciali ale căror produse le comercializau despre aceasta, (ii) faptul că de multe ori platformele nu aduceau la cunoștința utilizatorilor comerciali mecanismul de ierarhizare și promovare a produselor, sau (iii) lipsa de transparență a platformelor în legătură cu favorizarea propriilor produse în detrimentul celor comercializate de utilizatorii comerciali sau clauze de tipul națiunii celei mai favorizate – MFN, prin care utilizatorii comerciali erau împiedicați să ofere condiții mai favorabile de vânzare prin alte canale de vânzare. Pilonul de bază al noului Regulament îl reprezintă transparența, ce urmărește să ofere previzibilitate tuturor persoanelor care utilizează platformele de intermediere online, astfel încât piața digitală să devină un loc sigur și generator de oportunități egale pentru toți actorii online, inclusiv pentru consumatori.

Acest articol își propune să prezinte principalele reguli stabilite de noul Regulament în legătură cu platformele de intermediere online și care vor putea influența modul în care acestea își furnizează serviciile.

1. Cui i se vor aplica noile reguli?

Platformele de intermediere online care intră sub incidența acestui Regulament includ piețele de comerț online cu vânzători terți (de ex. eBay, Amazon Marketplace), magazine online de aplicații software (de ex. Apple App Store) sau platformele sociale online deschise utilizatorilor comerciali (de ex. Facebook), cu condiția ca acestea să ofere produsele sau serviciile direct consumatorilor. Regulamentul cuprinde reguli și cu privire la motoare de căutare (de ex. Google Search).

Utilizatorii comerciali care beneficiază de protecție în baza Regulamentului pot fi atât persoane juridice, dar și persoane fizice care acționează în capacitatea lor comercială sau profesională (cum ar fi de ex. PFA-urile), care își vând produsele prin intermediul unei platforme online aparținând unei alte societăți.

Localizarea sediului furnizorilor de servicii de intermediere online nu este relevantă, însă pentru ca Regulamentul să fie aplicabil, aceștia ar trebui să intermedieze produse și servicii ale utilizatorilor comerciali stabiliți în UE, care să fie oferite spre vânzare către consumatori localizați, chiar și doar pentru o parte a tranzacției în UE (fiind indiferentă naționalitatea sau reședința consumatorilor).

În cazul site-urilor online, pentru ca serviciile sau produsele să fie considerate oferite (direcționate) către consumatori din UE, nu ar fi suficient simplul fapt că site-ul poate fi accesat dintr-un stat membru UE. Exemple de situații din jurisprudența europeană (cauza *Pammer and Hotel Alpenhof*) din care ar putea reieși intenția de a direcționa serviciile/ produsele către un stat membru UE sunt: (i) indicarea expresă a statelor membre unde sunt disponibile serviciile/ produsele, (ii) în anumite cazuri, limba ce poate fi utilizată pe site sau moneda în care poate fi efectuată plata, sau (iii) utilizarea unui nume de domeniu neutru precum „.com” sau al unui stat membru (de ex. „.ro” sau „.de”). Exemplele oferite de jurisprudența europeană privesc fie cazul în care consumatorul are reședința obișnuită, fie domiciliul într-un stat membru UE, însă se poate observa că Regulamentul instituie o regulă și mai flexibilă, în sensul că este suficient ca activitatea să fie direcționată către consumatori *localizați* într-un stat membru UE. Rămâne de văzut cum va fi interpretată această schimbare de abordare.

2. Principalele noutăți

În ultima formă disponibilă, propunerea de Regulament aduce ca elemente de noutate următoarele aspecte privind relația cu utilizatorii comerciali:

- a) Furnizorii de servicii de intermediere online vor trebui să redacteze termenii și condițiile care vor reglementa relația cu utilizatorii comerciali, într-un limbaj clar și ușor accesibil. Ca regulă, aceștia vor fi obligați să notifice utilizatorii comerciali cu cel puțin 15 zile înainte de implementarea unor modificări ale termenilor și condițiilor, iar acestea vor putea intra în vigoare doar după expirarea acestui termen de preaviz. Această obligație are rolul de a oferi previzibilitate utilizatorilor comerciali și implicit posibilitatea de a se adapta la schimbări, cu anumite excepții nefiind permisă aplicarea retroactivă a schimbărilor aduse relației contractuale. Termenul acordat va trebui să fie mai mare în cazul în care aceasta ar fi necesar pentru ca utilizatorii comerciali să facă adaptări din punct de vedere tehnic sau comercial pentru a se conforma modificărilor. Până la expirarea termenului de preaviz, utilizatorii comerciali vor avea și posibilitatea de a denunța contractul.

Sanțiunea pentru nerespectarea acestor cerințe este nulitatea termenilor și condițiilor sau a unor secțiuni/ modificări ale acestora.

- b) Identitatea utilizatorilor comerciali care își oferă produsele sau serviciile pe platforma online va trebui să fie vizibilă în mod clar pe platformă.

- c) Cu anumite excepții, utilizatorii comerciali nu vor mai putea avea contul restricționat, suspendat sau desființat fără a primi o justificare din partea furnizorului de servicii de intermediere online. Ca regulă, în cazul desființării contului, furnizorul va trebui să transmită justificarea cu cel puțin 30 de zile înainte de luarea unei astfel de măsuri. În plus, Regulamentul prevede obligația furnizorului de servicii de a păstra datele asociate contului pentru eventualitatea în care decizia de desființare este revocată, pentru a putea reactiva contul pe platformă, fără a se specifica însă perioadă pe care trebuie păstrate. În aceste situații, vor trebui avute în vedere și implicațiile legislației privind protecția datelor personale, întrucât atât datele personale ale utilizatorilor comerciali (reprezentanți persoane fizice), cât și cele ale consumatorilor, pot fi prelucrate în cadrul contului de către platforma online.

De asemenea, furnizorii de servicii de intermediere online vor trebui să includă în termeni și condiții o descriere a accesului lor la informațiile furnizate de utilizatorii comerciali (orice date, inclusiv date personale) atât pe durata, cât și după încetarea contractului cu aceștia. Descrierea trebuie să privească și datele consumatorilor care utilizează platforma, la care furnizorul ar avea acces pe durata contractului.

- d) Furnizorii de servicii de intermediere online vor trebui să informeze utilizatorii comerciali cu privire la principali parametri după care are loc ierarhizarea produselor și serviciilor în cadrul platformei online, inclusiv cu privire la posibilitatea de a influența acei parametri în cazul plății unor comisioane suplimentare.

Pentru a asigura transparența în legătură cu orice diferență de tratament, furnizorii de servicii vor trebui să includă în termeni și condiții și o descriere a tratamentului diferențiat (de ex. ierarhizare sau alt tratament preferențial) pe care îl acordă produselor sau serviciilor oferite de ele însele (sau de societățile pe care le controlează) în comparație cu cele comercializate de utilizatorii comerciali.

- e) Dacă utilizatorilor comerciali le este impusă o interdicție de a-și comercializa bunurile sau serviciile prin alte canale de vânzare, în alte condiții decât cele de pe platforma furnizorului (clauza MFN), termenii și condițiile încheiate cu utilizatorii vor trebui să includă o justificare a acestui tip de restricție.

- f) Pentru furnizorii de servicii de intermediere online care au mai mult de 50 de angajați și o cifră de afaceri anuală mai mare de 10 milioane de EUR, Regulamentul impune o obligație suplimentară, și anume aceea de a institui mecanisme interne de soluționare a reclamațiilor (gratuite) și de a desemna în termeni și condiții doi sau mai mulți mediatori (medierea fiind voluntară), pentru relația cu utilizatorii comerciali.

În cazul acestor platforme, utilizatorii comerciali vor putea să transmită plângeri direct către furnizorii de servicii, aceștia fiind obligați să trateze plângerea primită și să informeze utilizatorii în legătura cu rezultatul. Mai mult, modul de funcționare și condițiile de acces la aceste mecanisme vor trebui descrise în termenii și condițiile încheiate cu utilizatorii comerciali.

O altă noutate este și posibilitatea organizațiilor și asociațiilor care reprezintă interesele utilizatorilor comerciali de a introduce, în anumite condiții, acțiuni în fața instanțelor

naționale competente, în legătură cu orice încălcare de către furnizorii de servicii de intermediere online a prevederilor Regulamentului.

3. Stadiul proiectului și intrarea în vigoare

La data publicării acestui articol, Regulamentul este în stadiu de proiect și nu a fost încă adoptat la nivel european. Instituțiile UE au ajuns însă la un acord politic asupra textului Regulamentului încă din februarie 2019, astfel că interesul pentru adoptarea sa este unul sporit.

Având în vedere că instrumentul ales pentru această reglementare este regulamentul, după adoptare, acesta se va aplica direct pe teritoriul pe României, de la 12 luni după publicarea în Jurnalul Oficial al UE.