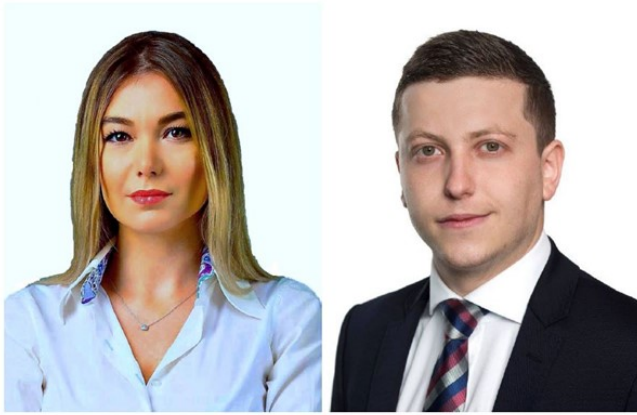


## Directiva Omnibus - Modernizarea regulilor privind protecția consumatorilor și sancțiuni raportate la cifra de afaceri

**RTPR****ALLEN & OVERY**

**În data de 27 noiembrie 2019, a fost adoptată Directiva (UE) 2019/2161 privind o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme (Directiva).**

Intrată în vigoare la 7 ianuarie 2020, Directiva urmărește să îmbunătățească regulile privind protecția consumatorilor prin modificarea a patru directive din domeniu: Directiva 93/13/CEE privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii și Directivele 98/6/CE privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor, 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale și 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor.

Directiva își propune să aducă reguli în linie cu evoluția din domeniul digital, dar și să acorde instrumente mai puternice pentru asigurarea respectării drepturilor consumatorilor. Pricipalele modificări constau în:

### **1. Noi reguli aliniate cu evoluția digitală**

#### **1.1 Ierarhizarea ofertelor**

Este introdusă noțiunea de „ierarhie” („ranking”) a produselor și se impune comercianților obligația de a informa consumatorii asupra principalilor parametri avuți în vedere în stabilirea ierarhiei rezultatelor generate de căutările online.

Noua regulă are incidența asupra platformelor online care oferă consumatorilor posibilitatea de a căuta produse/ servicii oferite de diferiți comercianți sau consumatori utilizând cuvinte-cheie sau alte date de intrare (site-uri cu oferte de servicii de cazare, agrement, activități de călătorie etc.). Platformele vor trebui să informeze consumatorul asupra criteriului de ierarhizare, cum ar fi preț, distanța, rating-uri primite de la alți consumatori sau o combinație de criterii diferite. Aceasta prevedere nu se aplică motoarelor de căutare online care au deja această obligație în baza Regulamentului (UE) 2019/1150.

De asemenea, va trebui precizat dacă rezultatele generate au la baza plăți efectuate de comercianții listați pentru o mai bună încadrare în ierarhia rezultatelor.

#### **1.2 O piață online mai sigură**

Odata cu definirea termenului de „piața online”, în Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale este inclusă și obligația de a informa consumatorul dacă persoana care ofera produsele online este sau nu un comerciant. Scopul reglementării este de a proteja consumatorii ajutându-i să evalueze riscurile cu mai multă ușurință atunci când fac cumpărături online.

Astfel, regulile privind protecția consumatorilor care decurg din dreptul Uniunii nu se aplica atunci când achiziția se face de la o persoană privată/ consumator, acestea fiind aplicabile doar în relația comerciant-consumator. Necunoașterea identității furnizorului poate pune probleme dacă operațiunea de vânzare-cumpărare online nu decurge normal sau dacă produsele/ serviciile achiziționate nu sunt conforme. În cazul achiziției de la un necomerciant, cumparatorul nu beneficiază de drepturile oferite consumatorilor, cum ar fi garanția legală a produsului sau dreptul de a-l returna.

În legatură cu această modificare, menționăm și existența unui proiect de ordonanță de urgență privind modificarea și completarea unor acte normative din domeniul protecției consumatorilor publicat în data de 6 septembrie 2019 pe site-ul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) și care vizează printre altele extinderea definiției operatorului economic asupra persoanelor fizice *ce desfășoară activități independente, în mod repetat, în scopul obținerii de venit*. Practic, în măsura în care această modificare ar fi adoptată, persoanele fizice care vând în mod repetat produse în mediul online urmează a fi asimilate comercianților, revenindu-le aceleași obligații.

### **1.3 Transparența cu privire la recenziile consumatorilor**

Comercianții care ofera acces la recenziile consumatorilor privind produsele trebuie să indice dacă și cum garantează faptul că recenziile publicate provin de la consumatori care au utilizat sau achiziționat efectiv produsul.

Această modificare apare în contextul în care, în procesul de cumpărare online, consumatorii se bazează tot mai mult pe recenziile altor consumatori, iar decizia de a cumpăra un anumit produs sau serviciu este des influențată de acest aspect. Astfel, noua reglementare are rolul de a îi proteja pe consumatori de eventualele recenzii false sau publicate de clienți „fictivi”.

În plus, comercianții vor putea afirma că recenziile privind un produs provin de la consumatori care au utilizat sau achiziționat efectiv produsul doar dacă au luat măsuri rezonabile și proporționale pentru a se asigura că aceste recenzii provin de la respectivii consumatori.

### **1.4 Extinderea domeniului de aplicare a prevederilor privind drepturile consumatorului**

Directiva extinde domeniul de aplicare al Directivei 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor asupra contractelor în care comerciantul furnizează consumatorului un serviciu digital, iar consumatorul furnizează la rândul său date cu caracter personal.

Drepturile privind protecția consumatorului se vor aplica atât contractelor prin care se prestează servicii digitale pentru care consumatorul plătește sau se angajează la plata prețului, cât și contractelor pentru servicii digitale „gratuite” (cum ar fi serviciile de webmail sau platformele de comunicare socială) în schimbul cărora consumatorii furnizează date personale. Furnizorul respectivelor servicii „gratuite” va trebui să informeze consumatorii despre clauzele contractuale, precum durata contractului, caracteristicile principale ale serviciului furnizat sau condițiile de încetare ale contractului.

### **1.5 Personalizarea prețurilor**

Înainte ca un contract la distanță sau negociat în afara spațiilor comerciale să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, comerciantul va trebui să-l informeze pe acesta dacă prețul a fost personalizat pe baza unui proces decizional automatizat. Astfel, consumatorul va ști dacă prețul afișat online are la bază un algoritm care ține cont de profilul comportamental (cum ar fi paginile vizitate de consumator sau istoricul achizițiilor online).

## **2. Protejarea consumatorilor de dublul standard al produselor**

Ca element de noutate, Directiva include în mod expres în rândul practicilor comerciale înșelătoare și activitatea de comercializare a unui bun, într-un stat membru, ca fiind identic cu un bun comercializat în alte state membre, deși bunul respectiv are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite.

Cu toate acestea, nu este considerată practica comercială înșelătoare situația în care diferențele sunt justificate de factori legitimi și obiectivi, Directiva oferind unele exemple în acest sens, cum ar fi normele de drept intern privind compoziția produselor, disponibilitatea sau caracterul sezonier al materiilor prime, precum și dreptul comerciantului de a oferi bunuri de aceeași marca în ambalaje cu o greutate sau un volum diferit pe piețe geografice diferite.

De menționat ca și la nivel național există un proiect de lege privind sancționarea dublului standard de calitate a produselor și serviciilor pentru consumatori prin care se dorește introducerea noțiunii de „dublu standard” și sancționarea practicii folosirii dublului standard cu amenda de până la 4% din cifra de afaceri a comerciantului. Proiectul de lege a fost adoptat de către Senat în data de 9 octombrie 2019, iar acum acesta se află în dezbatere în Camera Deputaților.

## **3. Sancțiuni mai aspre și dreptul consumatorilor la reparații**

### **3.1 Masuri reparatorii pentru consumatori**

Dacă, până acum, legislația europeană privind protecția consumatorului permitea autorităților naționale să intervina și să prevină practicile comerciale neloiale, odată cu intrarea în vigoare a noii Directive se asigură și consumatorilor accesul direct la compensații. Astfel, consumatorii afectați de practicile comerciale neloiale vor avea acces direct la măsuri reparatorii proporționale și efective, cum ar fi despăgubiri pentru prejudiciul suferit, reducerea prețului sau încetarea contractului. Statele membre vor avea posibilitatea de a stabili condițiile de aplicare și efectele acestor măsuri reparatorii.

### **3.2 Sancțiuni efective și disuasive**

Potrivit Directivei, sancțiunile pe care autoritățile statelor membre le vor impune în cazul nerespectării dispozițiilor de drept intern adoptate în temeiul Directivei trebuie să fie efective, proporționale și cu efect de descurajare.

Pentru încălcări pe scară largă sau cu o dimensiune comunitară, statele membre vor putea reglementa amenzi în cuantum maxim de cel puțin 4% din cifra de afaceri anuală a comerciantului realizată în statul/ statele membre în cauză, iar, dacă informațiile privind cifra de afaceri nu sunt disponibile, în cuantum maxim de cel puțin 2 milioane euro.

Prevederile menționate mai sus și celelalte dispoziții din noul pachet legislativ vor trebui transpuse la nivel național de către statele membre până la data de 28 noiembrie 2021, urmând ca noile dispoziții să se aplice începând de la 28 mai 2022.

În România, autoritatea competentă să pregătească actul normativ de transpunere este ANPC. Având în vedere activitatea autorității din ultima perioadă, dar și proiectele de acte normative din domeniu aflate în dezbatere și care deja ating anumite aspecte tratate în Directiva, este de așteptat ca transpunerea Directivei să se facă cu rigurozitate. Însășirea sancțiunilor, în special prin calcularea acestora raportat la cifra de afaceri, aduce protecția consumatorilor în linie cu alte domenii extrem de sensibile, cum ar fi dreptul concurenței, de care comercianții trebuie să țină atent seama în desfășurarea activității.