

## Afișarea recenziilor în comerțul online – viitoare obligații legale, dar și potențial avantaj competitiv



### Reff | Associates

**Actuala criza, cauzata de pandemia de COVID-19, a schimbat modul în care cei mai mulți oameni obișnuiau să își facă cumparaturile, chiar și în cazul produselor necesare în mod curent. Comerțul online beneficiază de o creștere a cererii cu mult peste cea estimată anterior crizei și tot mai mulți operatori economici analizează posibilitatea de a își muta afacerea în mediul virtual.**

Consumatorii obișnuși să meargă la magazin pentru a vedea de aproape și a atinge produsele vor avea nevoie, în acest nou context, de alte criterii de diferențiere pentru articolele cautate, iar recenziile luate de ceilalți clienți pot reprezenta un astfel de criteriu și pot influența decizia de cumpărare.

Studiile realizate arată ca cei mai mulți consumatori faceau și până acum o cercetare temeinică cu privire la produsele pe care intenționau să le achiziționeze online. Cu scopul de a spori nivelul de protecție a consumatorilor și de a le oferi acestora acces la informații corecte și complete cu privire la produsele cautate, legiuitorul european a introdus, încă de anul trecut, noi reglementări în domeniu, pe baza estimărilor privind creșterea comerțului online. Iar aceste modificări se dovedesc, acum, cu atât mai necesare.

### **Când devin obligatorii noile reglementări în România**

Directiva UE 2019/2161, care urmărește îmbunătățirea respectării normelor Uniunii Europene în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestora, a intrat în vigoare în noiembrie 2019. Statele membre, inclusiv România, trebuie să adopte și să publice actele necesare transpunerii directivei în legislația națională până pe data de 28 noiembrie 2021. Noile dispoziții, ce ar trebui să modifice și să completeze, printre altele, prevederile Legii nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii, trebuie să devină aplicabile începând din 28 mai 2022.

Unele dintre modificările ce urmează să fie aduse legislației naționale privind protecția consumatorilor prezintă un interes deosebit pentru sectorul comerțului online, având în vedere că vizează practici bine cunoscute utilizate de cea mai mare parte a jucătorilor de pe piață. Printre acestea se numără afișarea de recenzii din partea altor consumatori care au utilizat produsele comercializate sau oferirea posibilității utilizatorilor site-ului de a acorda note produselor.

### **Reglementarea recenziilor oferite de consumatori**

Recenziile oferite de alți consumatori, fie sub forma de note, stelute sau clasamente, reprezintă un element important pentru formarea percepției consumatorului cu privire la un anumit produs. Din acest motiv, comercianții

vor fi obligați să ofere mai multe informații cu privire la recenziile pe care le afișează.

Astfel, în cazul în care un comerciant oferă acces la recenziile consumatorilor privind produsele, vor fi considerate semnificative informațiile care indică dacă și cum garantează comerciantul că recenziile publicate provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul. Amintim că informațiile semnificative sunt cele de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză.

În același timp, dacă un comerciant afirmă că recenziile privind un produs provin de la consumatori care au utilizat sau au achiziționat efectiv produsul, fără a lua măsuri rezonabile și proporționale pentru a verifica dacă este adevărat, această practică va fi considerată înșelătoare în orice situație.

### **Sanțiuni severe, dar și beneficii pentru participanții la piață**

Directiva obligă statele să implementeze sancțiuni efective, proporționale și cu efect de descurajare pentru cei care încalca normele privind protecția consumatorilor. Astfel, în anumite situații, cum ar fi practici comerciale incorecte care afectează consumatori din mai multe state membre, sancțiunile pot ajunge până la 4% din cifra de afaceri anuală a comerciantului.

În România au fost dezbătute, în trecut, două proiecte legislative care propuneau sporirea sancțiunilor în acest domeniu și calcularea lor ca procent din cifra de afaceri a comerciantului. Una din aceste propuneri se afla încă în analiză în comisiile de specialitate ale Senatului.

Dincolo de sancțiunile severe, noua legislație va avea implicații benefice asupra domeniului, având în vedere că anticipează așteptările consumatorilor, care nu se mai limitează la cumpărarea unui produs, ci își doresc o întreagă experiență de cumpărături. Și, având în vedere situația actuală, ar fi preferabil ca această experiență să fie una online.

În acest context, transparentizarea recenziilor afișate de magazinele online ar trebui să fie privită nu atât ca obligație legală, ci mai mult ca oportunitate de a câștiga încrederea consumatorilor. Astfel, magazinele online trebuie să își revizuiască termenii și condițiile, nu doar pentru a se conforma noilor reglementări, sau, după caz, modificărilor legislative ce se conturează la orizont și pentru a evita eventualele sancțiuni, ci și pentru a răspunde exigențelor tot mai mari din partea unor consumatori tot mai conectați.