

ELENA LAZĂR
NICOLAE DRAGOȘ COSTESCU

DREPTUL EUROPEAN AL INTERNETULUI

Ediția a 2-a

Editura
Stamangiu
2024

Capitolul 2. E-commerce – cadrul legal și probleme specifice

Secțiunea 1. Dispoziții generale. Instrumente relevante pentru comerțul electronic

Comerțul electronic este procesul de cumpărare, vânzare sau schimb de produse, servicii ori informații prin intermediul rețelelor de calculatoare, a cărui reglementare se regăsește în centrul Directivei 2000/31/CE^[1] (*Directiva privind comerțul electronic – ECD*). Acesta a câștigat din ce în ce mai mult teren, în detrimentul comerțului tradițional, datorită avantajelor sale atât din poziția de vânzător, cât și din cea de client. Astfel cum rezultă și din Raportul privind comunicarea Comisiei către Consiliu, Parlamentul European, Comitetul economic și social și Comitetul Regiunilor^[2] asupra unei Inițiative europene în comerț electronic, nu există o definiție universal acceptată a comerțului electronic.

Comerțul electronic afectează o varietate de domenii ale vieții economice care nu intră însă în domeniul de aplicare al directivei menționate, cum ar fi jocurile de noroc, chestiunile referitoare la acordurile sau la practicile aflate sub incidența dreptului privind înțelegerile, precum și domeniul fiscal [a se vedea art. 1 alin. (5) din Directiva privind comerțul electronic, referitor la obiectivul și la sfera de aplicare]. De asemenea, drepturile de autor și drepturile conexe, dreptul mărcilor, protecția consumatorilor și protecția datelor cu caracter personal țin de domeniul comerțului electronic, dar sunt reglementate de un ansamblu de directive și de regulamente speciale.

Directiva privind comerțul electronic (ECD) are un domeniu de aplicare foarte larg, deoarece acoperă orice serviciu furnizat la distanță prin mijloace electronice la cererea individuală a unui destinatar, practic majoritatea serviciilor digitale pe care ne-am obișnuit să le folosim. Directiva a fost adoptată însă în anul 2000, într-un moment în care platformele online erau la început și

^[1] Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (J.O. L 178 din 17 iulie 2000, p. 1-16).

^[2] Report on the communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on a European Initiative in Electronic Commerce – Committee on Economic and Monetary Affairs and Industrial Policy – A4-0173/1998 (europa.eu).

multe tehnologii și aplicații actuale nu existau, ceea ce ne face să ne întrebăm în ce condiții aceasta mai este de actualitate.

De la adoptarea directivei și până în prezent, la nivelul UE au fost adoptate numeroase reguli și instrumente de aplicare noi, referitoare la furnizorii de servicii ale societății informaționale. Unele dintre aceste reguli vizează categorii specifice de servicii ale societății informaționale și urmăresc să sporească cerințele de transparență și securitate pentru servicii de intermediere și motoare de căutare și să introducă măsuri pentru a aborda preocupări specifice, cum ar fi conținut ilegal și dăunător, dezinformare online etc.

Printre aceste instrumente se numără *Regulamentul privind prevenirea geoblocării nejustificate și a altor forme de discriminare (UE) 2018/302*^[1]. „Geo Blocking” reprezintă un mecanism virtual pentru blocarea regională a conținutului online, relevant în special pentru tranzacții transfrontaliere. Această tehnologie este adesea utilizată de comercianții dintr-un stat membru pentru a bloca sau limita accesul la *site*-urile lor web sau la bunurile și serviciile lor pentru clienții dintr-un alt stat membru, de exemplu prin refuzarea accesului în totalitate sau prin redirectionarea clientului către o altă interfață online fără consimțământul acestora, aspect ce generează nu numai o discriminare a clienților în funcție de naționalitatea, locul de reședință sau locul de stabilire, ci și la o fragmentarea artificială a pieței interne. Regulamentul Geo Blocking vine astfel să elimine barierele create de blocarea geografică în mod nejustificat, filtrând în același timp cazurile în care utilizarea sa se bazează pe motive justificate (necesare pentru ca utilizatorul său să respecte legislația națională sau a Uniunii).

Directiva privind serviciile mass-media audiovizuale din 2018^[2] vine să

^[1] Regulamentul (UE) 2018/302 al Parlamentului European și al Consiliului din 28 februarie 2018 privind prevenirea geoblocării nejustificate și a altor forme de discriminare bazate pe cetățenia sau naționalitatea, domiciliul sau sediul clienților pe piața internă și de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 2006/2004 și (UE) 2017/2394, precum și a Directivei 2009/22/CE (J.O. L 60/1 din 2 martie 2018, p. 1-15).

^[2] Directiva 2018/1808/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 14 noiembrie 2018 de modificare a Directivei 2010/13/UE privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) având în vedere evoluția realităților pieței (J.O. L 303 din 28 noiembrie 2018, p. 69-92).

modifice prima directivă privind serviciile mass-media audiovizuale din 2010^[1] prin înlocuirea anumitor dispoziții și introducerea de soluții noi, modificări legislative ce au devenit necesare datorită evoluțiilor semnificative de pe piața serviciilor media audiovizuale și a creșterii utilizării acestora pentru dispozitivele portabile. Din 2010, când a fost adoptată directiva anterioară, au apărut noi tipuri de conținut și noi furnizori, precum serviciile video la cerere și platformele de partajare video. În plus, minorii au devenit utilizatori foarte activi ai acestui tip de serviciu. Scopul fundamental al Directivei este, așadar, de a proteja consumatorii de mass-media de conținutul potențial dăunător (incitare la ură și violență, spre exemplu) și de a spori protecția utilizatorilor minori, în special în ceea ce privește conținutul care ar putea avea un efect dăunător asupra dezvoltării lor fizice și mentale. În general, serviciile adresate minorilor sunt supuse celor mai stricte măsuri. În plus, directiva este menită să asigure accesibilitatea la mass-media audiovizuală pentru utilizatorii cu dizabilități, în special pentru cei cu deficiențe de vedere sau de auz. Mai mult, având în vedere impactul semnificativ al mass-media audiovizuale asupra opiniei consumatorilor, directiva urmărește să ofere utilizatorilor acces facil și direct la informații despre furnizorii de servicii.

Un alt instrument, *Directiva privind dreptul de autor și drepturile conexe în piața unică digitală*^[2], modifică directivele anterioare 96/9/CE și 2001/29/CE în domeniul dreptului de autor. Zona drepturilor de autor s-a schimbat, de asemenea, substanțial, ca urmare a dezvoltărilor tehnologice recente (directivele anterioare abordând probleme care nu mai sunt compatibile cu circumstanțele tehnologiei actuale și cu utilizarea mass-media), care au făcut necesară abordarea problemei protecției adecvate în mediile digitale și transfrontaliere și consolidarea pieței interne în tratarea acestor aspecte. Directiva privind drepturile de autor urmărește să asigure buna funcționare a pieței interne, precum și promovarea inovației, creativității, investițiilor și producției de conținut nou, încercând totodată să găsească un echilibru între interesele deținătorilor de drepturi și ale utilizatorilor, raportat la evoluțiile tehnologice.

^[1] Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (J.O. L 95 din 15 aprilie 2010, p. 1).

^[2] Directiva 2019/790/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 17 aprilie 2019 privind dreptul de autor și drepturile conexe pe piața unică digitală și de modificare a Directivelor 96/9/CE și 2001/29/CE (J.O. L 130 din 17 mai 2019, p. 92-125).

Directiva privind conținutul digital^[1] reglementează noi tipuri de contracte care au devenit din ce în ce mai populare în ultimii ani. După cum reiese din preambulul său, consumatorii au avut tendința de a manifesta o anumită timiditate și lipsă de încredere atunci când cumpără conținut și servicii digitale transfrontaliere, din cauza incertitudinilor juridice cu privire la drepturile lor contractuale, precum și a problemelor de calitate și accesibilitate. Astfel, directiva își propune să asigure un acces mai bun și furnizarea de conținut digital și servicii digitale, stimulând astfel economia digitală. Prin armonizarea deplină a legislației contractuale privind consumatorii, directiva creează un nou set de drepturi pentru consumatori cu privire la acest tip de contract, pentru a fi cât mai neutru din punct de vedere tehnologic, prevăzând, de asemenea, cerințe pentru conformitatea conținutului digital și definind totodată rolul modificărilor aduse conținutului, cum ar fi actualizările de software^[2].

Încă un instrument ce vine să întregească acest cadru al comerțului electronic este reprezentat de *Regulamentul privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online*^[3]. Acesta impune noi reguli părților care operează platforme de tranzacționare online și servicii similare și care își asumă rolul de intermediar. Regulamentul a apărut ca urmare a trecerii rapide către tranzacțiile online care a avut loc în ultimul deceniu, adesea prin utilizarea serviciilor de intermediere online, cum ar fi motoarele de căutare online, platformele de tranzacționare sau paginile de rezervare. După cum explică regulamentul, platformele se concentrează pe stabilirea contactului între companii și consumatori, în vederea încheierii unor tranzacții comerciale de succes, fapt ce a condus la o dependență sporită a utilizatorilor de afaceri, de serviciile de intermediere, ce au devenit din ce în ce mai importante pentru succesul unei afaceri. Prin urmare, serviciile de intermediere au posibilitatea adesea să impună în mod unilateral reguli pentru utilizatorii de afaceri care se găsesc astfel într-o poziție dezavantajoasă. Regulamentul urmărește, așadar, să echilibreze diferența de putere dintre companii și platforme prin consolidarea poziției utilizatorilor de

[1] Directiva 2019/770/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale (J.O. L 136 din 22 mai 2019, p. 1-27).

[2] https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3428550, accesat la 7 noiembrie 2021.

[3] Regulamentul (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 iunie 2019 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online (J.O. L 186 din 11 iulie 2019, p. 57-79).

afaceri, fiind menit să îmbunătățească indirect încrederea consumatorilor în platforme, prin asigurarea unui mediu de afaceri online echitabil, transparent și previzibil.

Odată cu adaptarea acestor noi instrumente, apare, de asemenea, o imagine mai complexă a reglementării platformelor online. ECD reprezintă regulul/cadrul general, completat, așadar, de reguli mult mai bine definite și conturate, aplicabile fie tipurilor sau dimensiunilor specifice de platforme, fie tipurilor specifice de conținut sau produse online. La rândul lor, statele membre adoptă, de asemenea, unele legi naționale, în special pentru a consolida măsurile pe care platformele online ar trebui să le ia pentru a aborda conținutul ilegal online, însă acestea conduc adesea la o lipsă de armonizare, subminând astfel finalizarea pieței unice digitale^[1].

Secțiunea a 2-a. Obiectivele și aplicabilitatea directivei ECD

ECD se aplică furnizării/furnizorilor de servicii ale societății informaționale (ISS), acoperind atât aspectul *business to business* (B2B), cât și *business către consumatorii* serviciilor societății informaționale (B2C), indiferent dacă serviciile sunt sau nu furnizate gratuit destinatarului (de exemplu, finanțate din venituri din publicitate sau sponsorizare) și este bazată pe patru piloni principali: (i) libertatea de a furniza ISS în fiecare stat membru și în ansamblu pe Piața internă, (ii) protecția utilizatorilor, (iii) derogări armonizate ale UE de la regulile naționale de răspundere pentru furnizorii de servicii ale societății informaționale și (iv) mecanisme pentru a asigura aplicarea eficientă a normelor. Directiva definește în cadrul considerentelor sale noțiunea de ISS prin raportare la Directiva 98/34/CE^{[2]v[3]}. Considerentul (17) al Directivei 2000/31/CE are, așadar, următorul conținut: „Definiția serviciilor societății informaționale există deja în dreptul comunitar. [...] Această definiție cuprinde orice serviciu furnizat în mod obișnuit contra unei remunerații, la distanță, prin intermediul echipamentului electronic, de prelucrare (inclusiv comprimarea numerică) și

^[1] Study Requested by the IMCO Committee, *The e-commerce Directive as the cornerstone of the Internal Market*, EU publication, 2020, p. 8.

^[2] Directiva 98/34/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 iunie 1998 de stabilire a unei proceduri pentru furnizarea de informații în domeniul standardelor și reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (J.O. L 204 din 21 iulie 1998, p. 37-48).

^[3] Considerentul nr. 17 ECD.

stocare a datelor [...]”. În încercarea extinderii acestei definiții, considerentul (18) al acestei directive prevede: „[...] *Serviciile societății informaționale [...], în măsura în care acestea reprezintă o activitate economică, se extind la servicii care nu sunt remunerate de cei care le primesc, cum ar fi serviciile care furnizează informații on-line ori comunicări comerciale sau cele care furnizează instrumente de căutare, accesare și recuperare a datelor. Serviciile societății informaționale presupun, de asemenea, servicii care constau în transmiterea informațiilor printr-o rețea de comunicații, furnizarea accesului la o rețea de comunicații sau în găzduirea informațiilor furnizate de un beneficiar al serviciului. [...]*”^[1]. Rezultă astfel din coroborarea celor două considerente că ISS cuprinde nu numai serviciile furnizate contra unei remunerații, dar și pe cele neremunerate.

Principalul obiectiv al ECD este acela de a promova o funcționare adecvată a pieței interne a serviciilor societății informaționale, asigurând libera circulație a acestora între statele membre și facilitând stabilirea acestor servicii^[2]. Un element fundamental al ECD care servește acestui scop este reprezentat de **principiul țării de origine** care se aplică în **domeniul coordonat**. Principiul țării de origine impune statului membru să se asigure că un furnizor de servicii ale societății informaționale stabilit pe teritoriul său respectă dispozițiile naționale aplicabile în acel stat membru care se încadrează în „*domeniul coordonat*”. Pentru a garanta în mod eficient libertatea de a furniza servicii și securitatea juridică pentru furnizorii și destinatarii de servicii, astfel de servicii ale societății informaționale ar trebui, în principiu, să fie supuse exclusiv conform legislației statului membru în care este stabilit prestatorul de servicii. Prin urmare, principiul oferă furnizorilor posibilitatea de a-și furniza serviciile în toată Europa pe baza unui sistem juridic coordonat, respectiv a normelor din țara în care aceștia sunt stabiliți. Întrucât legea relevantă pentru furnizorul de servicii al societății informaționale este derivată din locul unde acesta este stabilit, conceptul juridic de stabilire este foarte important. Cheia principiului țării de origine este domeniul coordonat. Acesta este definit în art. 2 lit. (h) ECD – „*cerințele specificate în cadrul legislativ din statele membre, aplicabile furnizorilor de servicii ale societății informaționale, indiferent dacă sunt de natură generală sau concepute special pentru aceștia*”. Cu alte cuvinte, *domeniul coordonat*, este, în principiu, foarte larg și constă în toate obligațiile

^[1] Considerentul nr. 18 ECD.

^[2] <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-directive>, accesat la 11 noiembrie 2021.

de care furnizorul de servicii ale societății informaționale se lovește atunci când inițiază și desfășoară activitatea unui serviciu al acestei societăți^[1].

Domeniul coordonat nu reglementează cerințe precum cele aplicabile bunurilor ca atare, livrării bunurilor sau aplicabile serviciilor ce nu sunt furnizate strict prin mijloace electronice. În acest sens, C.J.U.E. a decis în *Ker-Optika*^[2] că domeniul coordonat acoperă vânzarea online a lentilelor de contact, dar nu acoperă și livrarea fizică a acestora, deoarece în timp ce primul serviciu este furnizat online, cel din urmă nu.

Revenind la principiul „țării de origine”, care, așa cum arătam mai sus, se raportează la *conceptul de stabilire a furnizorului*, ne întrebăm care este criteriul pentru a identifica sediul acestuia/locul unde este stabilit. Sediul unui furnizor de servicii se determină în conformitate cu jurisprudența Curții de Justiție^[3], conceptul de stabilire implicând exercitarea efectivă a unei activități economice printr-un sediu stabil și pentru o perioadă nedeterminată. Această cerință este îndeplinită și atunci când o societate comercială se constituie pentru o perioadă determinată. Sediul unei societăți comerciale care furnizează servicii printr-un site de Internet nu este dat de locul în care se instalează tehnologia care constituie suportul site-ului sau locul în care *site-ul* poate fi accesat, ci locul în care aceasta își desfășoară activitatea economică^[4]. În cazurile în care un furnizor are mai multe sedii, este important să se determine din care sediu este furnizat serviciul respectiv. În cazurile în care este dificil să se determine din care sediu dintre cele existente se furnizează un anumit serviciu, sediul este cel în care furnizorul are centrul activităților pentru serviciul în cauză.

De asemenea, tot în jurisprudența Curții^[5] se susține în mod constant că un stat membru își menține dreptul de a lua măsuri împotriva unui furnizor de servicii stabilit în alt stat membru, dar a cărui activitate se desfășoară în totalitate sau în principal pe teritoriul primului stat membru, în cazul în care

[1] <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-directive>, accesat la 11 noiembrie 2021.

[2] C.J.U.E., cauza C-108/09, *Ker-Optika împotriva ÀNTSZ Dél-dunántúli Regionális Intézet*, Hotărârea din 2 decembrie 2010, ECLI:EU:C:2010:725.

[3] Study Requested by the IMCO Committee, *The e-commerce Directive as the cornerstone of the Internal Market*, EU publication, 2020, p. 39.

[4] Considerentul nr. 19 a Directivei.

[5] Study Requested by the IMCO Committee, *The e-commerce Directive as the cornerstone of the Internal Market*, EU publication, 2020, p. 39.