

IV

(Informări)

INFORMĂRI PROVENIND DE LA INSTITUȚIILE, ORGANELE ȘI ORGANISMELE
UNIUNII EUROPENE

COMISIA EUROPEANĂ

COMUNICARE A COMISIEI

**Orientări privind interpretarea și aplicarea Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European și a
Consiliului privind drepturile consumatorilor**

(Text cu relevanță pentru SEE)

(2021/C 525/01)

CUPRINS

	<i>Pagina</i>
INTRODUCERE	5
1. Domeniul de aplicare	6
1.1. Noțiunile de „comerciant” și „consumator”	6
1.2. Noțiunea de „contract”	7
1.3. Contractele acoperite	8
1.4. Contractele cu obiect mixt	9
1.5. Distincția dintre serviciile digitale și conținutul digital online	10
1.6. Contractele contra cost și contractele în temeiul cărora consumatorul furnizează date cu caracter personal	12
1.6.1. Contractele contra cost	12
1.6.2. Contractele în temeiul cărora consumatorul furnizează date cu caracter personal	13
1.7. Contractele în cazul cărora directiva nu se aplică	14
1.7.1. Contractele de închiriere și contractele de construcții	14
1.7.2. Pachetele de servicii de călătorie	15
1.7.3. Contractele încheiate de un funcționar public	16
1.7.4. Contractele pentru furnizarea de bunuri destinate consumului casnic	16
1.7.5. Transportul de pasageri	16
1.7.6. Vânzările automatizate	17
1.7.7. Anumite contracte privind comunicațiile electronice	17
1.8. Posibilă exceptare a contractelor cu valoare scăzută negociate în afara spațiilor comerciale	18
1.9. Normele privind licitațiile publice	19

2.	Contractele negociate în afara spațiilor comerciale	19
2.1.	Contractele încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului	19
2.2.	Contractele încheiate după abordarea consumatorului în afara spațiului comercial	20
2.3.	Contractele încheiate în cursul unei deplasări organizate de comerciant	21
3.	Informații destinate consumatorilor	22
3.1.	Cerințe generale	22
3.1.1.	Introducere	22
3.1.2.	Claritatea informațiilor și legătura cu DPCN	22
3.1.3.	Informații „care reies în mod evident din context”	23
3.1.4.	Cerințe în materie de informare prevăzute în alte acte legislative ale UE	23
3.1.5.	Impunerea unor cerințe de informare suplimentare	24
3.1.6.	Derogare pentru tranzacțiile „de la o zi la alta”	25
3.1.7.	Caracterul obligatoriu al informațiilor precontractuale	25
3.1.8.	Cerințe lingvistice suplimentare	25
3.1.9.	Sarcina probei	26
3.2.	Cerințe comune pentru contractele negociate în spațiile comerciale și contractele la distanță/negociate în afara spațiilor comerciale	26
3.2.1.	Caracteristici principale	26
3.2.2.	Identitatea și datele de contact ale comerciantului	27
3.2.3.	Prețul	30
3.2.4.	Livrarea și executarea contractului	31
3.2.5.	Modalități de plată	32
3.2.6.	Garanții și servicii postvânzare	32
3.2.7.	Durata și rezilierea contractului	34
3.2.8.	Funcționalitate, compatibilitate și interoperabilitate	34
3.3.	Cerințe suplimentare pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță	36
3.3.1.	Prețul personalizat	36
3.3.2.	Costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță	36
3.3.3.	Avansuri și garanții financiare	37
3.3.4.	Mecanismele extrajudiciare de depunere și soluționare a reclamațiilor	37
3.4.	Cerințe suplimentare pentru piețele online	38
3.4.1.	Criteriile de stabilire a ierarhiei	38
3.4.2.	Statutul celeilalte părți contractante	40
3.4.3.	Informații privind inaplicabilitatea legislației UE în materie de protecție a consumatorilor	40
3.4.4.	Repartizarea responsabilităților pentru contract	41
3.4.5.	Posibilitatea de a impune cerințe suplimentare de informare	41

4.	Condiții speciale pentru contractele de distanță	42
4.1.	Definiția unui contract la distanță	42
4.2.	Informații precontractuale	43
4.2.1.	Informațiile care trebuie prezentate direct înainte de plasarea comenzii	43
4.2.2.	Butonul de confirmare a comenzilor	44
4.2.3.	Informațiile privind restricțiile în ceea ce privește livrarea și mijloacele de plată	44
4.2.4.	Contractele încheiate prin mijloace de comunicare la distanță cu spațiu sau timp limitat	45
4.3.	Contracte încheiate prin telefon	46
4.4.	Confirmarea contractului	47
5.	Dreptul de retragere	49
5.1.	Calcularea perioadei dreptului de retragere	49
5.1.1.	Introducere	49
5.1.2.	Data de începere a perioadei de retragere	50
5.2.	Informarea cu privire la dreptul de retragere	51
5.3.	Exercitarea dreptului de retragere	52
5.4.	Consecințele retragerii asupra datelor	53
5.5.	Dreptul de retragere cu privire la bunuri	54
5.5.1.	Bunuri multiple sau defecte	54
5.5.2.	Returnarea bunurilor	54
5.5.3.	Rambursarea sumelor primite drept plată din partea consumatorului	55
5.5.4.	Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor	56
5.5.5.	Riscul returnării bunurilor comerciantului	58
5.6.	Dreptul de retragere din contractele de prestări de servicii și de prestări de servicii de utilități publice	58
5.6.1.	Consimțământul consumatorului privind executarea imediată	58
5.6.2.	Obligația consumatorului de a plăti despăgubiri	60
5.7.	Dreptul de retragere din contractele de furnizare de conținut digital online	61
5.8.	Consecințele neinformării cu privire la dreptul de retragere	62
5.8.1.	Consecințe privind bunurile	63
5.8.2.	Consecințe privind serviciile și utilitățile publice	63
5.8.3.	Consecințe privind conținutul digital online	64
5.9.	Rezilierea contractului după exercitarea dreptului de retragere	64
5.10.	Contracte auxiliare	65

5.11. Exceptări de la dreptul de retragere	65
5.11.1. Bunuri sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară	65
5.11.2. Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar	66
5.11.3. Bunuri susceptibile a se deteriora sau a se perima rapid	67
5.11.4. Bunuri sigilate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă	67
5.11.5. Bunuri inseparabil amestecate cu alte elemente	68
5.11.6. Contractele cu o dată sau o perioadă de executare specifică	68
5.11.7. Lucrări de reparație solicitate de consumator	69
5.12. Opțiuni normative în cazul vizitelor nesolicitate sau al deplasărilor	69
5.12.1. Introducere	69
5.12.2. Extinderea perioadei de exercitare a dreptului de retragere	70
5.12.3. Derogări de la exceptările de la dreptul de retragere	71
6. Livrare	71
7. Transferarea riscului	72
8. Comisioane pentru folosirea unor mijloace de plată	73
8.1. Introducere	73
8.2. Definiția „comisioanelor”	73
8.3. Definiția „costului” suportat de comerciant	74
8.3.1. Comisionul de servicii perceput comerciantului și alte costuri directe	74
8.3.2. Costuri generale de funcționare a unei întreprinderi	74
8.3.3. Costuri eligibile care justifică un comision pentru utilizarea unui mijloc de plată	74
8.4. Plăți în numerar în monede străine	75
9. Comunicarea prin telefon	76
10. Plăți suplimentare	77
11. Asigurarea punerii în aplicare a directivei	77
11.1. Asigurarea punerii în aplicare a directivei la nivel public și la nivel privat	77
11.2. Aplicarea în cazul comercianților din țări terțe	78
11.3. Sancțiuni	79
11.3.1. Criterii pentru aplicarea de sancțiuni	79
11.3.2. Sancțiuni în contextul acțiunilor coordonate de asigurare a respectării legislației -prevăzute în Regulamentul CPC	80
ANEXĂ	82

INTRODUCERE

Obiectivul Directivei 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹⁾ privind drepturile consumatorilor (denumită în continuare „DDC” sau „directiva”) este de a atinge un nivel ridicat de protecție a consumatorilor la nivelul UE și de a contribui la buna funcționare a pieței interne prin apropierea anumitor aspecte ale actelor cu putere de lege și ale actelor administrative ale statelor membre privind contractele încheiate între consumatori și comercianți ⁽²⁾.

Scopul prezentei comunicări de orientare (denumită în continuare „comunicarea”) este de a facilita punerea în aplicare eficientă a directivei. De asemenea, comunicarea urmărește să crească gradul de conștientizare cu privire la directivă în rândul tuturor părților interesate, cum ar fi consumatorii, întreprinderile, autoritățile statelor membre, inclusiv instanțele naționale, precum și practicienii din domeniul dreptului, în întreaga UE. Aceasta acoperă modificările introduse prin Directiva (UE) 2019/2161 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽³⁾ în ceea ce privește o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme, care intră în vigoare de la 28 mai 2022. În consecință, o parte din prezentele orientări reflectă și discută normele care nu au intrat încă în vigoare la data emiterii prezentei comunicări. Secțiunile și punctele relevante sunt indicate în mod clar.

Comunicarea reflectă jurisprudența Curții de Justiție a Uniunii Europene (denumită în continuare „CJUE” sau „Curtea”) cu privire la directivă de la intrarea sa în vigoare la 13 iunie 2014. De la data aplicării sale, directiva a înlocuit Directiva 85/577/CEE a Consiliului ⁽⁴⁾ privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale și Directiva 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁵⁾ privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță. DDC a păstrat anumite dispoziții ale fostelor Directive 85/577/CEE și 97/7/CE. Prin urmare, jurisprudența relevantă a Curții legată de interpretarea acestor directive este, de asemenea, menționată în prezentul document, acolo unde este cazul.

Comunicarea nu analizează aplicarea directivei în fiecare stat membru, nici hotărârile instanțelor naționale, nici deciziile altor organisme competente. Pe lângă diferitele surse de informare disponibile în statele membre, în baza de date privind protecția consumatorilor, accesibilă prin intermediul portalului e-justiție, se găsesc informații privind dispozițiile naționale de transpunere a directivei și privind jurisprudența și literatura juridică ⁽⁶⁾.

Prezenta comunicare se adresează statelor membre ale UE și Islandei, Liechtensteinului și Norvegiei în calitate de semnatare ale Acordului privind Spațiul Economic European ⁽⁷⁾ (SEE). Prin urmare, trimerile la UE, la Uniune sau la piața unică ar trebui să fie înțelese ca trimerile la SEE sau la piața SEE.

Prezenta comunicare este concepută exclusiv ca document de orientare, textele actelor legislative ale UE fiind singurele cu putere de lege. Orice interpretare cu caracter de autoritate a legislației trebuie să decurgă din textul directivei și direct din hotărârile Curții. Prezenta comunicare ține seama de hotărârile Curții publicate până în octombrie 2021 și nu poate aduce atingere evoluțiilor viitoare ale jurisprudenței Curții.

Punctele de vedere exprimate în prezenta comunicare nu pot aduce atingere poziției pe care Comisia Europeană ar putea să o adopte în fața Curții. Informațiile cuprinse în prezenta comunicare au caracter general și nu se adresează niciunei persoane sau entități în mod specific. Nici Comisia Europeană, nici orice altă persoană care acționează în numele Comisiei Europene nu este responsabilă de modul în care ar putea fi utilizate informațiile următoare.

Întrucât prezenta comunicare reflectă stadiul tehnologiei de la momentul redactării, orientările oferite pot fi modificate la o dată ulterioară.

⁽¹⁾ Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 304, 22.11.2011, p. 64).

⁽²⁾ A se vedea articolul 1 din directivă.

⁽³⁾ Directiva (UE) 2019/2161 a Parlamentului European și a Consiliului din 27 noiembrie 2019 de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivelor 98/6/CE, 2005/29/CE și 2011/83/UE ale Parlamentului European și ale Consiliului în ceea ce privește o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme (JO L 328, 18.12.2019, p. 7).

⁽⁴⁾ Directiva 85/577/CEE a Consiliului din 20 decembrie 1985 privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale (JO L 372, 31.12.1985, p. 31).

⁽⁵⁾ Directiva 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 1997 privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță - Declarația Consiliului și a Parlamentului European cu privire la articolul 6 alineatul (1) - Declarația Comisiei cu privire la articolul 3 alineatul (1) prima liniuță (JO L 144, 4.6.1997, p. 19).

⁽⁶⁾ https://e-justice.europa.eu/591/RO/consumer_law_database

⁽⁷⁾ JO L 1, 3.1.1994, p. 3.

1. Domeniul de aplicare

1.1. Noțiunile de „comerciant” și „consumator”

Astfel cum se prevede la articolul 1, DDC se aplică „contractelor încheiate între consumatori și comercianți”. Prin urmare, pentru ca un contract să intre sub incidența directivei, este necesar să se stabilească faptul că o parte la acesta este un comerciant, astfel cum este definit la articolul 2 alineatul (2), iar cealaltă parte este un consumator, astfel cum este definit la articolul 2 alineatul (1).

În conformitate cu articolul 2 punctul 1, „consumator” înseamnă orice persoană fizică ce, în cadrul contractelor reglementate de directivă, acționează în scopuri care se află în afara activității sale comerciale, industriale, artizanale sau profesionale. Din această dispoziție rezultă că trebuie îndeplinite **două condiții cumulative** pentru ca o persoană să se încadreze în domeniul de aplicare al acestei noțiuni, și anume: (i) persoana este o persoană fizică și (ii) persoana acționează în scopuri neprofesionale.

Astfel cum se explică în considerentul 13, statele membre ar putea să mențină sau să introducă dispoziții de drept intern care să corespundă celor din directivă privind contractele care nu intră sub incidența directivei, de exemplu, prin extinderea aplicării normelor naționale și la persoanele fizice care nu sunt consumatori în sensul articolului 2 punctul 1 sau la persoanele juridice, cum ar fi organizațiile neguvernamentale, întreprinderile nou-create sau întreprinderile mici și mijlocii.

În acest sens, în cauza C-329/19 *Condominio di Milano* ⁽⁸⁾, Curtea a confirmat faptul că noțiunea de „consumator” poate fi extinsă prin jurisprudența națională astfel încât normele de protecție a consumatorilor să se aplice și unui contract încheiat între un comerciant și un subiect de drept, care nu este o persoană fizică, precum *condominio* (coproprietate imobiliară) în dreptul italian.

În plus, Curtea a statuat că noțiunea „consumator” desemnează orice particular care nu este angajat în activități comerciale sau profesionale ⁽⁹⁾. Acest al doilea criteriu ar trebui interpretat în lumina considerentului 17, care introduce calificarea de „utilizare predominantă”: „[...] în cazul contractelor cu dublu scop, când contractul este încheiat în scopuri parțial circumscrise activității comerciale și parțial aflate în afara acesteia, și **dacă scopul comercial este într-atât de limitat, încât nu are o pondere predominantă în contextul general al contractului**, respectiva persoană trebuie să fie și ea considerată drept un consumator”.

În consecință, o persoană fizică care, în cadrul contractelor reglementate de prezenta directivă, acționează în scopuri care se află în *principal* în afara activității sale comerciale, industriale, artizanale sau profesionale ar intra, de asemenea, sub incidența definiției de „consumator”. O astfel de calificare ar trebui să se bazeze pe o evaluare de la caz la caz ⁽¹⁰⁾.

„Comerciantul” este definit la articolul 2 punctul 2 ca fiind o persoană fizică sau juridică care acționează „în scopuri ce țin de activitatea sa comercială, de afaceri, meșteșugărească sau profesională sau în numele sau în contul unui comerciant”. Nu numai persoanele private, ci și persoanele publice pot fi calificate drept comercianți.

În cauza C-105/17 *Kamenova* ⁽¹¹⁾, Curtea a observat că noțiunea de „comerciant” este definită în mod aproape identic în cadrul DDC și al Directivei 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind practicile comerciale neloiale ⁽¹²⁾ (denumită în continuare „DPCN”) și, prin urmare, trebuie interpretată în mod omogen. Bazându-se pe jurisprudența dezvoltată în temeiul DPCN, Curtea a interpretat noțiunea de „comerciant” în sens mai larg, considerând că aceasta trebuie să fie stabilită în raport cu noțiunea, corelativă, însă antinomică de „consumator”. Față de un comerciant, consumatorul se găsește într-o poziție de inferioritate prin aceea că trebuie să fie considerat mai puțin informat, mai slab din punct de vedere economic și mai puțin experimentat din punct de vedere juridic decât cocontractantul său. Calificarea drept „comerciant” necesită o evaluare de la caz la caz, luând în considerare următoarele criterii orientative:

- (i) dacă vânzarea a fost realizată în mod organizat;
- (ii) dacă această vânzare are un scop lucrativ;
- (iii) dacă vânzătorul dispune de informații și de competențe tehnice referitoare la produsele pe care le oferă spre vânzare și de care consumatorul nu dispune în mod necesar, astfel încât vânzătorul să fie plasat într-o poziție mai avantajoasă în raport cu consumatorul menționat;
- (iv) dacă vânzătorul are un statut juridic care îi permite să realizeze acte de comerț;

⁽⁸⁾ A se vedea cauza C-329/19, *Condominio di Milano*, ECLI:EU:C:2020:263, punctul 34.

⁽⁹⁾ Cauza C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, punctul 33.

⁽¹⁰⁾ Prin analogie, cauza C-105/17 *Kamenova*, punctele 36 și 37.

⁽¹¹⁾ Cauza C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, punctele 27–29 și 34.

⁽¹²⁾ Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) (JO L 149, 11.6.2005, p. 22).

- (v) în ce măsură vânzarea este legată de activitatea comercială sau profesională a vânzătorului;
- (vi) dacă vânzătorul este obligat la plata TVA-ului;
- (vii) dacă vânzătorul, acționând în numele unui comerciant determinat sau în contul lui ori prin intermediul unei alte persoane care acționează în numele sau în contul său, a perceput o remunerație sau a participat la profit;
- (viii) dacă vânzătorul cumpără bunuri noi sau second-hand în vederea revânzării acestora, conferind astfel acestei activități un caracter de regularitate, o frecvență și/sau o concomitență în raport cu activitatea sa comercială sau profesională;
- (ix) dacă produsele vândute sunt toate de același tip sau de aceeași valoare; și
- (x) dacă oferta este concentrată asupra unui număr redus de produse.

CJUE a subliniat că aceste criterii nu sunt nici exhaustive, nici exclusive și, în principiu, respectarea unuia sau a mai multora dintre criterii nu este suficientă, în sine, pentru a califica persoana respectivă drept „comerciant”. Simplul fapt că vânzarea urmărește un scop lucrativ sau că o persoană fizică publică în mod concomitent pe o platformă online un anumit număr de anunțuri pentru vânzarea unor bunuri noi și second-hand nu poate fi suficient în sine pentru a califica această persoană drept „comerciant” ⁽¹³⁾.

În situațiile în care este implicat un intermediar (cum ar fi o piață online) sau un comerciant care reprezintă un alt comerciant, respectivii comercianți diferiți ar trebui să clarifice pentru consumator **care comerciant este partea contractuală pentru consumator** și care sunt rolurile și responsabilitățile corespunzătoare diferiților comercianți. Acest aspect este abordat în continuare în secțiunea 3.2.2.1.

În acest sens, Directiva (UE) 2019/2161 a modificat DDC, introducând cerința ca furnizorii de piețe online să informeze consumatorul dacă furnizorul terț acționează în calitate de „comerciant” sau „necomerciant” (*inter pares*), pe baza unei declarații a furnizorului terț către furnizorul pieței online. Cerințele în materie de informare pentru piețele online sunt abordate în secțiunea 3.4.2.

1.2. Noțiunea de „contract”

Factorul declanșator pentru aplicarea directivei este oferta de a încheia un contract între un comerciant și un consumator. Directiva nu definește noțiunea de „contract” și nu stabilește circumstanțele în care se consideră că un contract căruia i se aplică directiva a fost încheiat. Sarcina de a aprecia dacă un raport juridic constituie un „contract” le revine instanțelor naționale și autorităților de asigurare a respectării legii din statul membru în cauză. În conformitate cu articolul 3 alineatul (5):

Articolul 3

(5) Prezenta directivă nu afectează dreptul intern general al contractelor precum normele privind valabilitatea, formarea sau efectele unui contract, în măsura în care aspectele dreptului general al contractelor nu sunt reglementate de prezenta directivă.

De exemplu, directiva nu aduce atingere normelor naționale de drept al contractelor privind **transferul drepturilor și obligațiilor contractuale** de la un consumator la altul.

Ar trebui remarcat faptul că un **singur contract poate acoperi mai multe articole**, atât bunuri, cât și elemente de conținut digital. De exemplu, în funcție de clauzele sale, un singur contract de abonament poate acoperi furnizarea unei game de conținut digital. Dacă face obiectul unui contract de abonament, fiecare furnizare de conținut digital individual în temeiul respectivului contract nu ar constitui, prin urmare, un nou „contract” în sensul directivei.

În cauza C-922/19 Stichting Waternet ⁽¹⁴⁾, Curtea a examinat dacă, în cazul schimbării ocupanților, alimentarea în continuare cu apă a unei locuințe fără cererea expresă a noului ocupant constituie o „vânzare nesolicitată” în sensul punctului 29 din anexa I la DPCN (denumită în continuare „lista neagră”), ceea ce conduce la dreptul consumatorului de a nu plăti o astfel de furnizare în conformitate cu articolul 27 din DDC. Cauza impunea, printre altele, să se stabilească dacă un contract poate fi considerat încheiat între o societate de distribuție de apă și un consumator în lipsa consimțământului expres al acestuia din urmă.

⁽¹³⁾ Cauza C-105/17, Kamenova, ECLI:EU:C:2018:808, punctele 27–29, 34–40 și 45.

⁽¹⁴⁾ Cauza C-922/19, Stichting Waternet, ECLI:EU:C:2021:91.

Curtea a recunoscut că este posibil ca furnizarea apei să **nu necesite întotdeauna existența unui contract**. Este posibil, de asemenea, ca raportul juridic dintre furnizorul respectiv și consumator să nu fie „reglementat în întregime de legislația națională, atât în ceea ce privește furnizarea de apă de către [respectiv] profesionist, cât și costurile legate de această furnizare ce revin consumatorului” ⁽¹⁵⁾.

Într-un astfel de caz în care nu există un contract, directiva nu s-ar aplica raportului dintre furnizor și consumator. În orice caz, rămâne decisiv aspectul dacă raportul respectiv este considerat „contract” în temeiul dreptului intern aplicabil.

1.3. **Contractele acoperite**

Directiva reglementează anumite aspecte ale contractelor dintre un comerciant și un consumator. În primul rând, aceasta face distincție între diferitele contracte în funcție de circumstanțele încheierii lor:

1. contracte încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului (**contracte negociate în afara spațiilor comerciale**);
2. contracte încheiate prin mijloace de comunicare la distanță – prin internet, inclusiv pe piețele online, prin telefon etc. (**contracte la distanță**); și
3. alte contracte în afara celor la distanță sau a celor negociate în afara spațiilor comerciale (de regulă, acestea sunt contracte încheiate în magazine tradiționale, denumite în continuare „**contracte negociate în spațiile comerciale**”).

Directiva face distincție, de asemenea, între următoarele tipuri de contracte, în funcție de obiect:

1. **contracte de vânzare;**
2. **contracte de prestări de servicii, inclusiv contracte de prestări de servicii digitale;**
3. contracte de livrare a conținutului digital care nu este furnizat pe un suport material (denumite în continuare „**contracte de furnizare de conținut digital online**”); și
4. contracte de furnizare a apei, gazelor sau energiei electrice, atunci când acestea nu sunt puse în vânzare într-un volum limitat sau cantitate prestabilă sau a încălzirii centralizate (denumite în continuare „**contracte de prestări de servicii de utilități publice**”).

Contractele de vânzare și contractele de prestări de servicii sunt definite la articolul 2 punctele 5 și 6 din directivă. Contractele de furnizare de conținut digital online și de prestări de servicii de utilități publice nu sunt definite în mod expres, însă în considerentul 19 se menționează că, în sensul directivei, acestea **nu sunt considerate nici contracte de vânzare, nici contracte de servicii**.

Deși multe dispoziții ale directivei se aplică în general tuturor celor patru tipuri de contracte, unele norme se aplică numai unui anumit tip de contract. În special, diferite contracte (a se vedea articolul 9) au diferite norme privind calculul perioadei în care dreptul de retragere poate fi exercitat (a se vedea, de asemenea, secțiunea 5 privind dreptul de retragere).

Considerentul 19 clarifică, de asemenea, faptul că **directiva consideră drept „bunuri” conținutul digital livrat pe un suport material**. Acesta se referă la conținutul digital livrat, de exemplu, pe CD-uri sau DVD-uri, dar aceeași abordare se aplică și conținutului digital livrat pe alte suporturi sau pe un dispozitiv inteligent, cum ar fi o consolă de jocuri cu jocuri preinstalate. Indiferent de tipul de suport material ⁽¹⁶⁾, **contractul de furnizare a unui astfel de conținut digital intră sub incidența normelor prevăzute în DDC privind dreptul de retragere aplicabile contractelor de vânzare** ⁽¹⁷⁾.

Întrucât definiția contractului de vânzare (a se vedea mai jos) se referă la transferul proprietății asupra unor bunuri de la comerciant către consumator (și anume contractele dintre întreprinderi și consumatori - *business-to-consumer*), directiva nu se aplică contractelor în temeiul cărora **consumatorul este cel care transferă bunurile către comerciant**, de exemplu, un automobil sau bijuterii second-hand.

⁽¹⁵⁾ Ibidem, punctul 39.

⁽¹⁶⁾ În schimb, tipul de suport este important pentru aplicarea Directivei (UE) 2019/770 privind conținutul digital și a Directivei (UE) 2019/771 privind vânzarea de bunuri, întrucât prima se aplică conținutului digital livrat pe un suport material, cum ar fi DVD-uri, CD-uri, stickuri de memorie USB și carduri de memorie, precum și suportului material în sine, cu condiția ca *suportul material să servească exclusiv ca suport* al conținutului digital (a se vedea considerentul 20 din Directiva privind conținutul digital).

⁽¹⁷⁾ Se vor aplica, de asemenea, limitările relevante, cum ar fi exceptarea de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 primul paragraf litera (i) în ceea ce privește furnizarea de înregistrări audio sau video sigilate sau de programe informatice sigilate care au fost desigilate după livrare.

1.4. **Contractele cu obiect mixt**

Articolul 2

5. „contract de vânzare” înseamnă orice contract în temeiul căruia comerciantul transferă sau se angajează să transfere proprietatea asupra unor bunuri către consumator, [...] inclusiv orice contract care are drept obiect atât bunuri, cât și servicii;

6. „contract de prestări de servicii” înseamnă orice contract, altul decât un contract de vânzare, în temeiul căruia comerciantul furnizează sau se angajează să furnizeze un serviciu consumatorului [...], inclusiv un serviciu digital;

În practică, multe contracte încheiate între comercianți și consumatori, cărora li se aplică directiva, conțin elemente atât din domeniul serviciilor, cât și din cel al bunurilor. În aceste cazuri, ultima parte a definiției de la articolul 2 punctul 5 este relevantă deoarece definește un contract de vânzare ca „orice contract care are drept obiect atât bunuri, cât și servicii”.

Conform definiției de la articolul 2 punctul 5, criteriul de calificare a unui contract drept un „contract de vânzare” este **transferul proprietății asupra unor bunuri** către consumator. Prin urmare, dacă obiectivul principal al contractului este transferul proprietății asupra anumitor bunuri, acesta ar trebui calificat drept contract de vânzare, chiar dacă acoperă, de asemenea, servicii conexe furnizate de vânzător, precum instalarea, întreținerea și orice alt tip de procesare, indiferent de valoarea relativă a bunurilor și a serviciilor.

Exemple de contracte care acoperă atât bunuri, cât și servicii și care ar trebui în mod normal să fie considerate contracte de vânzare având în vedere scopul lor principal:

- achiziționarea unui nou set de bucătărie, inclusiv instalarea sa în apartamentul consumatorului;
- achiziționarea de elemente de construcții specifice, precum ferestre și uși, inclusiv instalarea lor în locuința consumatorului;
- achiziționarea unui telefon mobil nou împreună cu abonamentul la un serviciu de comunicații electronice.

În schimb, dacă transferul proprietății asupra bunurilor specifice nu reprezintă scopul principal al contractului cu obiect mixt, contractul nu ar trebui considerat un contract de vânzare.

Exemple de contracte care acoperă atât serviciile, cât și bunurile și care ar trebui în mod normal să fie calificate drept contracte de prestări de servicii având în vedere scopul lor principal:

- contract pentru repararea, renovarea și construcția unei anexe la o clădire (a se vedea considerentul 26);
- contract pentru participarea la o conferință, inclusiv furnizarea obiectelor de scris și a dosarelor pentru participanți;
- contract pentru un curs de formare, inclusiv furnizarea unui manual de curs pentru fiecare participant.

Această interpretare este sprijinită de jurisprudența constantă a CJUE privind libera circulație a mărfurilor și libertatea de a presta servicii, care este în continuare pertinentă și în contextul acestei directive.

De exemplu, în cauza C-20/03 Marcel Burmanjer Curtea a statuat că o activitate economică ar trebui examinată **fie** în contextul liberei circulații a mărfurilor, **fie** al libertății de a presta servicii, dacă unul dintre aceste elemente „**este în întregime secundar în raport cu celălalt și poate fi luat în considerare împreună cu acesta**” ⁽¹⁸⁾.

Aceasta înseamnă, de asemenea, că un contract cu obiect mixt ar trebui considerat drept un contract de vânzare dacă faptele dovedesc că scopul său efectiv este transferul proprietății asupra unor bunuri:

- De exemplu, dacă vânzarea manualului de curs a ocupat un loc deosebit de important în cadrul ofertei comerciantului pentru un curs de formare și în cadrul comunicării dintre părți și dacă respectivul manual de curs a avut o valoare relativă semnificativă în comparație cu prețul total al cursului de formare, contractul poate fi calificat drept contract de vânzare, mai degrabă decât un contract de prestări de servicii în sensul directivei.

⁽¹⁸⁾ Cauza C-20/03, Marcel Burmanjer, ECLI:EU:C:2005:307, punctele 24–35. Aceeași abordare a fost confirmată de Curte în cauza C-108/09, Ker-Optika bt, ECLI:EU:C:2010:725 (a se vedea punctul 43).

Pe de altă parte, chiar și în cazul în care un contract cu obiect mixt are ca rezultat producerea unui obiect corporal, acesta ar trebui considerat contract de prestări de servicii atât timp cât **obiectul contractului este o prestație intelectuală sau calificată**, iar livrarea ulterioară are doar o funcție auxiliară ⁽¹⁹⁾:

— *De exemplu, atât contractul încheiat cu un arhitect pentru proiectarea unei case, cât și contractul încheiat cu un avocat pentru pregătirea și intentarea unui proces sunt contracte de prestări de servicii, chiar dacă, la final, există un rezultat tangibil (de exemplu, planuri de construcție, o cerere de despăgubire sau o cerere). În mod similar, contractul încheiat cu un artist pentru realizarea unei picturi și contractul încheiat cu un fotograf pentru o sesiune de fotografii de nuntă sunt contracte de prestări de servicii.*

În esență, fiecare contract cu obiect mixt ar trebui calificat pe baza scopului său principal real. Posibilitatea de a include în contract opțiunea de încheiere de acorduri ulterioare nu ar trebui să îi schimbe caracteristicile. De exemplu:

— *Dacă un contract de închiriere de bunuri include doar o opțiune de transfer al proprietății, și nu o obligație, contractul ar trebui calificat drept un contract de prestări de servicii în sensul directivei.*

Calificarea unui contract fie drept un contract de vânzare, fie drept un contract de prestări de servicii determină modul în care este calculată perioada de retragere (articolul 9). Pentru **contractele de prestări de servicii**, perioada de retragere de 14 zile începe să curgă din ziua care urmează datei de încheiere a contractului. Pentru **contractele de vânzare**, perioada de retragere începe să curgă abia după primirea bunurilor. În plus, anumite dispoziții ale directivei, precum cele de la articolele 18 și 20 privind livrarea și transferarea riscului, se aplică numai contractelor de vânzare.

Același contract de vânzare sau de prestări de servicii poate acoperi, de asemenea, servicii care nu sunt reglementate de directivă. De exemplu, un contract de vânzare sau un contract de prestări de servicii poate face posibilă plata în rate a prețului, la o anumită rată a dobânzii. Un astfel de contract ar face, de asemenea, obiectul normelor specifice care reglementează serviciile financiare ⁽²⁰⁾. Normele privind contractele auxiliare prevăzute la articolul 15 din directivă s-ar aplica prin analogie (a se vedea secțiunea 5.10).

1.5. Distincția dintre serviciile digitale și conținutul digital online

Directiva (UE) 2019/2161 a clarificat definiția „contractului de prestări de servicii” din DDC, incluzând și contractele de „prestări de servicii digitale” (a se vedea definiția din secțiunea anterioară). În plus, Directiva (UE) 2019/2161 a introdus, la articolul 2 punctul 16, **o definiție a „serviciului digital”**, care face trimitere la definiția de la articolul 2 punctul 2 din Directiva (UE) 2019/770 a Parlamentului European și a Consiliului privind conținutul digital ⁽²¹⁾ (denumită în continuare „DCD”).

Articolul 2 din Directiva privind conținutul digital prevede următoarele:

Articolul 2

1. „conținut digital” înseamnă date produse și furnizate în format digital;
2. „serviciu digital” înseamnă:
 - (a) un serviciu care permite consumatorului crearea, prelucrarea, stocarea sau accesarea datelor în format digital; sau
 - (b) un serviciu care permite schimbul de date în format digital încărcate sau create de consumator sau de alți utilizatori ai serviciului respectiv, sau orice altă interacțiune cu aceste date;

În considerentul 19 din DCD se explică faptul că „pentru a ține seama de evoluțiile tehnologice rapide și pentru a menține valabilitatea în timp a noțiunii de conținut digital sau de serviciu digital, prezenta directivă ar trebui să acopere, printre altele, software-ul, aplicațiile, fișierele video, fișierele audio, fișierele de muzică, jocurile digitale, cărțile electronice sau alte publicații electronice și, de asemenea, serviciile digitale [...] **inclusiv software-ul sub formă de servicii**, cum ar fi partajarea materialelor video și audio și alte tipuri de găzduire de fișiere, procesarea de text sau jocurile oferite în mediul de tip cloud și platformele de comunicare socială”. Ar trebui remarcat faptul că, în timp ce al doilea set de exemple vizează în mod clar categoria serviciilor digitale, calificarea primului set de exemple drept conținut digital sau servicii digitale depinde de modul de transmisie sau de acces, precum și de alte caracteristici ale modelului de afaceri.

⁽¹⁹⁾ A se vedea, în acest sens, cauza C-208/19, NK, punctele 58 și 59.

⁽²⁰⁾ În special, Directiva 2002/65/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 septembrie 2002 privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum și de modificare a Directivei 90/619/CEE a Consiliului și a Directivelor 97/7/CE și 98/27/CE (JO L 271, 9.10.2002, p. 16) și Directiva 2008/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 aprilie 2008 privind contractele de credit pentru consumatori și de abrogare a Directivei 87/102/CEE a Consiliului (JO L 133, 22.5.2008, p. 66).

⁽²¹⁾ Directiva (UE) 2019/770 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 (JO L 136, 22.5.2019, p. 1).

Considerentul 30 din Directiva (UE) 2019/2161 oferă orientări suplimentare pentru a face distincția între contractele de furnizare de conținut digital online și contractele de prestări de servicii digitale. În special, „[c]âteva exemple de servicii digitale sunt serviciile de partajare a materialelor video și audio și alte servicii de găzduire de fișiere, de procesare de texte sau jocuri oferite în cloud, serviciile de stocare în cloud și de webmail, platformele de comunicare socială și aplicațiile cloud”. În schimb, „[n]umeroase contracte de furnizare de **conținut digital [online]** [...] se caracterizează **printr-un singur act de furnizare** către consumator a unui anumit element sau a unor anumite elemente de conținut digital, de exemplu anumite fișiere muzicale sau video”.

În consecință, serviciile digitale sunt, de exemplu:

- *abonamente la servicii online de stocare a fotografiilor create de consumator, la rețele de socializare sau servicii online de telefonie de voce/video;*
- *abonamente la servicii online de prognoză meteo sau trafic;*
- *abonamentele la jurnalele/buletinele informative online [a se vedea, de asemenea, exceptarea de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 primul paragraf litera (j) care se aplică furnizării de ziare, dar nu și abonamentelor la ziare].*

În considerentul 30 din Directiva (UE) 2019/2161 se recunoaște faptul că poate fi totuși dificil să se facă distincția între anumite tipuri de conținut digital online și servicii digitale. Prin urmare, „[î]n cazul în care **există îndoieli** cu privire la natura contractului, în sensul de contract de servicii sau contract de furnizare de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, **ar trebui să se aplice normele privind dreptul de retragere aplicabile în cazul serviciilor**”.

Distincția dintre contractele de furnizare de conținut digital online și contractele de prestări de servicii digitale este importantă din punctul de vedere al regimurilor diferite privind dreptul de retragere. Normele privind **dreptul de retragere pentru contractele de prestări de servicii permit efectiv consumatorului să testeze serviciul** și să decidă, în cursul perioadei de 14 zile de la ziua care urmează datei de încheiere a contractului, dacă îl păstrează sau nu.

În schimb, în temeiul articolului 16 primul paragraf litera (m), **nu există niciun drept de retragere în cazul furnizării de conținut digital online**, sub rezerva mai multor condiții. În conformitate cu modificările introduse prin Directiva (UE) 2019/2161, aceste condiții constau în faptul că executarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere și comerciantul a furnizat confirmarea contractului încheiat (a se vedea, de asemenea, secțiunea 5.7).

În cauza C-641/19 PE Digital, Curtea a clarificat faptul că excepția de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 litera (m) din DDC aplicabilă contractelor de furnizare de conținut digital ar trebui interpretată în mod strict ⁽²²⁾. Cauza a avut ca obiect retragerea dintr-un contract de aderare „premium” pentru un site internet de întâlniri, dar numai după ce consumatorul a efectuat un test de personalitate care a oferit o selecție de recomandări de parteneri pe baza unui algoritm brevetat.

Curtea a precizat că articolul 16 litera (m) coroborat cu articolul 2 alineatul (11) din DDC trebuie interpretat în sensul că întocmirea unui astfel de raport de evaluare a personalității nu constituie furnizare de „conținut digital”. Curtea a observat, de asemenea, la un nivel mai general, că, în lumina considerentului 19 din directivă, **un serviciu care permite consumatorului să creeze, să prelucreze sau să stocheze date în formă digitală ori să aibă acces la acestea și care permite distribuirea sau orice altă interacțiune cu date în formă digitală care sunt încărcate sau create de consumator sau de alți utilizatori ai serviciului menționat, nu poate fi considerat, ca atare, drept furnizare de „conținut digital”** în sensul articolului 16 litera (m) ⁽²³⁾.

De exemplu, furnizarea de **jocuri video** poate implica atât contracte de furnizare de conținut digital online, cât și contracte de prestări de servicii digitale. **Jocurile care pot fi descărcate** s-ar încadra în mod normal la categoria „conținut digital online” atunci când utilizarea lor nu depinde de implicarea continuă a furnizorului de jocuri. În schimb, **jocurile online furnizate într-un mediu cloud** s-ar încadra la categoria „servicii digitale”.

Microtranzacțiile din cadrul jocurilor (achiziții în cadrul aplicațiilor) care **îmbunătățesc experiența de joc a utilizatorului respectiv**, cum ar fi articole virtuale, s-ar încadra în mod normal la categoria „contracte de furnizare de conținut digital online”. De asemenea, achizițiile din cadrul aplicațiilor **de conținut care ar putea fi utilizat în afara jocului** (de exemplu, o înregistrare a sesiunii de joc care poate fi descărcată sau distribuită pe o platformă de distribuire a materialelor video) ar constitui în mod normal un contract de furnizare de conținut digital online. În schimb, achiziționarea de conținut „premium” care **extinde mediul jocurilor online** ar reprezenta un serviciu digital nou care îl completează pe cel inițial.

⁽²²⁾ Cauza C-641/19, PE Digital, ECLI:EU:C:2020:808, punctele 41–46.

⁽²³⁾ Ibidem, punctul 44.

1.6. Contractele contra cost și contractele în temeiul cărora consumatorul furnizează date cu caracter personal

Articolul 3 din DDC care definește domeniul de aplicare al directivei, a fost modificat prin Directiva (UE) 2019/2161. Alineatul (1) modificat se referă la „**plata prețului**” drept condiție pentru aplicarea directivei.

În același timp, a fost adăugat alineatul (1a) care extinde domeniul de aplicare al directivei la contractele de furnizare de conținut digital online și la contractele de prestări de servicii digitale în temeiul cărora consumatorul furnizează comerciantului date cu caracter personal (sub rezerva unor excepții).

Articolul 3

(1) **Prezenta directivă se aplică, conform condițiilor și în limitele stabilite în dispozițiile sale, oricărui contract încheiat între un comerciant și un consumator, prin care consumatorul plătește sau se angajează la plata prețului.** Directiva se aplică contractelor de furnizare a apei, gazelor, energiei electrice sau încălzirii centralizate, inclusiv de către furnizorii publici, în măsura în care aceste utilități sunt furnizate pe bază contractuală.

(1a) **Prezenta directivă se aplică, de asemenea, în cazul în care comerciantul furnizează sau se angajează să furnizeze consumatorului conținut digital care nu este livrat pe un suport material sau un serviciu digital, iar consumatorul furnizează sau se angajează să furnizeze comerciantului date cu caracter personal, cu excepția cazului în care datele cu caracter personal furnizate de consumator sunt prelucrate exclusiv de către comerciant pentru furnizarea conținutului digital care nu este livrat pe un suport material sau a serviciului digital în conformitate cu prezenta directivă, sau pentru a-i permite comerciantului să respecte cerințele legale la care este supus, iar comerciantul nu prelucrează aceste date în niciun alt scop.**

1.6.1. Contractele contra cost

Directiva (UE) 2019/2161 a modificat definițiile contractelor de vânzare și de prestări de servicii prevăzute la articolul 2 punctele 5 și 6 din DDC, care nu se mai referă la plata de către consumator a unui „preț”. Cu toate acestea, ținând seama de modificările de la articolul 3, **aceste contracte fac în continuare obiectul directivei numai în cazul în care consumatorul trebuie să plătească un preț** (cu excepția cazului în care obiectul unui contract de prestări de servicii este un serviciu digital – a se vedea mai jos).

„**Plata unui preț**” ar trebui înțeleasă în sens larg, incluzând și instrumentele cu o anumită valoare convertibilă sau monetară (chiar dacă poate varia în timp), cum ar fi bonuri valorice ⁽²⁴⁾, ecarduri-cadou, puncte de fidelitate, precum și reprezentarea digitală a valorii ⁽²⁵⁾, cum ar fi bonuri electronice, cupoane electronice și monede virtuale.

Directiva se aplică indiferent de valoarea tranzacției și, prin urmare, intră sub incidența acesteia și serviciile de abonament cu valoare mică (de exemplu, 5 EUR pe lună sau pe an pentru a primi acces la bunuri sau oferte „premium”). Directiva se aplică, de asemenea, contractelor de prestări de servicii digitale care includ **o perioadă de probă gratuită** și care se transformă automat în contracte plătite după încheierea perioadei de probă (cu excepția cazului în care consumatorul reziliază contractul înainte de încheierea perioadei de probă).

În cazul în care un serviciu digital (sau o versiune limitată a acestuia) este disponibil(ă) gratuit, după care consumatorul poate opta pentru serviciul plătit (integral), se vor încheia două contracte succesive separate. Directiva se va aplica în acest caz contractului plătit, în timp ce aplicabilitatea sa la primul contract pentru versiunea gratuită (limitată) a serviciului digital va depinde de furnizarea de către consumator a datelor cu caracter personal în condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1a).

⁽²⁴⁾ A se vedea considerentul 46, care, atunci când explică articolul 13 alineatul (1) privind rambursarea sumelor primite de la consumator, face, de asemenea, trimitere în mod explicit la posibilitatea consumatorilor de a plăti cu bonuri valorice. Contractul de achiziție a bonurilor în sine va face obiectul cerințelor prevăzute în DDC, inclusiv, în special, în ceea ce privește furnizarea de informații precontractuale privind termenul de valabilitate, condițiile pentru schimbul de bunuri și de servicii și transferabilitatea.

⁽²⁵⁾ Noțiunea de „reprezentare digitală a valorii” este clarificată în considerentul 23 din Directiva (UE) 2019/770 privind conținutul digital, făcând referire la exemplele de bonuri electronice, cupoane electronice și monede virtuale, în măsura în care acestea din urmă sunt recunoscute de dreptul intern.

Directiva **nu** se aplică cadourilor sau serviciilor furnizate de comerciant fără plata prețului, mai exact „gratuit” ⁽²⁶⁾.

1.6.2. Contractele în temeiul cărora consumatorul furnizează date cu caracter personal

Directiva se aplică contractelor de furnizare de conținut digital online și contractelor de prestări de servicii digitale în temeiul cărora consumatorul furnizează comerciantului date cu caracter personal ⁽²⁷⁾. În acest sens, DDC urmează aceeași abordare ca Directiva privind conținutul digital (denumită în continuare „DCD”).

— *De exemplu, DDC se va aplica contractelor care oferă acces liber la conținut digital online sau la servicii digitale online, iar consumatorul consimte la prelucrarea datelor sale cu caracter personal și în scopuri de marketing.*

Cu toate acestea, la fel ca DCD, DDC **nu reglementează contractele** de furnizare de conținut digital online și contractele de prestări de servicii digitale online **în cazul cărora datele cu caracter personal sunt prelucrate numai în scopul executării contractului și al respectării cerințelor legale**. Considerentul 34 din Directiva (UE) 2019/2161 clarifică faptul că astfel de cerințe legale pot include, de exemplu, **înregistrarea consumatorului în scopuri de securitate și identificare**, în cazul în care legislația aplicabilă prevede în mod expres acest lucru.

În plus, astfel cum se explică în considerentul 35 din Directiva (UE) 2019/2161, directiva nu se aplică situațiilor în care consumatorul, fără să fi încheiat un contract cu comerciantul, **este expus publicității** exclusiv pentru a avea acces la un conținut digital sau la un serviciu digital ⁽²⁸⁾.

Directiva clarifică, de asemenea, faptul că DDC nu se aplică situațiilor în care comerciantul **colectează numai metadate**, cum ar fi informații referitoare la dispozitivul sau browserul consumatorului („amprentarea unui echipament în rețea” sau „amprentarea browserului”) sau la istoria navigărilor acestuia, cu excepția cazului în care această situație este considerată a fi un contract în temeiul dreptului intern ⁽²⁹⁾.

În cazul în care contractul implică prelucrarea de date cu caracter personal, comerciantul trebuie să respecte obligațiile care îi revin în temeiul legislației privind protecția consumatorilor și – în calitatea sa de operator – și obligațiile care îi revin în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului privind protecția datelor ⁽³⁰⁾ („RGPD”). **Ambele cadre juridice se aplică în mod simultan și complementar relației dintre întreprinderi și consumatori.**

Pentru toate contractele în care consumatorul furnizează date cu caracter personal (indiferent dacă este vorba sau nu de o plată), **comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la scopurile prelucrării** în momentul în care sunt obținute respectivele date cu caracter personal. În plus, operatorul trebuie să demonstreze că prelucrarea datelor cu caracter personal se poate baza pe unul dintre temeiurile juridice prevăzute la articolul 6 alineatul (1) din RGPD. „Contractul” [articolul 6 alineatul (1) litera (b) din RGPD] reprezintă unul dintre temeiurile juridice autorizate în temeiul regulamentul menționat. Totuși, aceasta este valabilă numai pentru prelucrarea **„necesară pentru executarea unui contract”**, care este interpretată în mod strict ⁽³¹⁾.

⁽²⁶⁾ Cu toate acestea, legislația sectorială a UE poate face ca (anumite dispoziții ale) DDC să se aplice și unor astfel de contracte „gratuite”. Și anume, articolul 102 din Directiva (UE) 2018/1972 de instituire a Codului european al comunicațiilor electronice („CECE”) prevede ca informațiile menționate la articolele 5 și 6 din DDC să fie puse la dispoziție și în cazul serviciilor de comunicații electronice care sunt furnizate fără plăți directe, dar care impun alte obligații pentru utilizatori. În aceste cazuri, Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2019/2243 al Comisiei de stabilire a modelului fișei de sinteză a contractului care trebuie utilizat de furnizorii de servicii de comunicații electronice destinate publicului în temeiul Directivei (UE) 2018/1972 impune comercianților obligativitatea de a indica în secțiunea „preț” faptul că serviciul este furnizat sub rezerva anumitor obligații pentru utilizatori.

⁽²⁷⁾ Pentru a evita orice îndoială, un contract contra cost ar putea implica, de asemenea, furnizarea de date cu caracter personal de către consumator, dar, din punctul de vedere al calificării, acesta este considerat un contract contra cost.

⁽²⁸⁾ În aceste situații, comerciantul trebuie să prelucreze date cu caracter personal în conformitate cu RGPD.

⁽²⁹⁾ Amprentarea poate fi utilizată pentru a identifica integral sau parțial utilizatorii individuali sau dispozitivele, chiar și atunci când cookie-urile sunt dezactivate. În orice caz, orice colectare de informații (fie că este vorba de date cu caracter personal, cum ar fi datele privind locația sau abonajii, sau de alte date, cum ar fi informațiile despre tipul și versiunea browserului, sistemul de operare, pluginuri active, fusul orar, limba etc.) din echipamentul terminal al utilizatorului trebuie să fie conformă cu Directiva asupra confidențialității și comunicațiilor electronice, în special cu articolul 5 alineatul (3).

⁽³⁰⁾ Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1). La articolul 4 punctul 7 este definit „operatorul”.

⁽³¹⁾ Orientările CEPD (octombrie 2019) cu privire la aplicarea articolului 6 alineatul (1) litera (b) din RGPD confirmă poziția anterioară a Grupului de Lucru „Articolul 29” în ceea ce privește Directiva 95/46/CE anterioară care prevede că „necesară pentru executarea unui contract la care persoana vizată este parte”: ... trebuie să fie interpretată în mod strict și nu acoperă situațiile în care prelucrarea nu este cu adevărat necesară pentru executarea unui contract, ci este mai degrabă impusă în mod unilateral asupra persoanei vizate de către operator. De asemenea, faptul că o anumită prelucrare a datelor face obiectul unui contract nu înseamnă în mod automat că prelucrarea este necesară pentru executarea acestuia.

În consecință, pentru operațiunile de prelucrare care nu sunt necesare pentru executarea contractului, comerciantul trebuie să se bazeze, în plus, pe un alt temei juridic autorizat pentru prelucrare în temeiul RGPD, de exemplu, consimțământul liber și informat al consumatorului [articolul 6 alineatul (1) litera (a)]⁽³²⁾. În conformitate cu RGPD, consimțământul consumatorilor este valabil numai dacă este o manifestare de voință liberă, specifică, informată și lipsită de ambiguitate. În contextul unei relații contractuale, consimțământul poate fi acordat în mod liber numai dacă nu este condiționat de executarea contractului [articolul 7 alineatul (4) din RGPD]. Posibilitatea de retragere a consimțământului fără a fi prejudiciat este, prin urmare, o cerință esențială pentru valabilitatea consimțământului (considerentul 42 din RGPD). După retragerea consimțământului, comerciantul nu mai poate prelucra în mod legal datele cu caracter personal a căror prelucrare s-a bazat pe consimțământul respectiv.

În consecință, pentru operațiunile de prelucrare care nu sunt necesare pentru executarea contractului, operatorul-comerciant trebuie să se asigure că există un alt temei juridic pentru prelucrare în temeiul RGPD. În schimb, **„contractul” în sensul DDC cuprinde toate drepturile și obligațiile părților**, indiferent de distincția dintre temeiul juridic pentru prelucrarea datelor cu caracter personal în temeiul RGPD.

Identificarea activităților de prelucrare în contextul contractelor cu consumatorii și temeiul juridic corect în temeiul RGPD pot ajuta comerciantul să înțeleagă dacă „contractul” pe care îl încheie cu consumatorul face obiectul DDC. **În practică, atunci când comerciantul trebuie să se bazeze pe un consimțământ separat al consumatorului sau pe un alt temei juridic în temeiul RGPD (cu excepția obligației legale) pentru prelucrarea datelor cu caracter personal ale consumatorilor, contractul în contextul căruia se realizează această prelucrare va face obiectul cerințelor prevăzute în DDC.**

1.7. Contractele în cazul cărora directiva nu se aplică

Astfel cum s-a explicat în secțiunea anterioară, în conformitate cu modificarea adusă prin Directiva (UE) 2019/2161 articolului 3 din DDC, directiva nu se aplică contractelor în temeiul cărora consumatorul nu plătește un preț sau, în cazul contractelor de furnizare de conținut digital sau de prestări de servicii digitale online, în cazul în care consumatorul nu plătește prețul și nici nu furnizează comerciantului date cu caracter personal.

În plus, la articolul 3 alineatul (3) sunt enumerate categoriile specifice de contracte excluse din domeniul de aplicare al directivei. De exemplu, directiva nu se aplică contractelor referitoare la servicii financiare, inclusiv celor de asigurări și de investiții. Serviciile sociale și de sănătate, jocurile de noroc, dreptul de folosință pe durată limitată și serviciile de vacanță conexe sunt, de asemenea, excluse. Contractele de prestare a unor servicii de transport de pasageri și pachetele de servicii de călătorie⁽³³⁾ sunt, în principiu, excluse, deși se aplică în continuare dispoziții specifice.

În continuare sunt prezentate explicații suplimentare. Ca regula generală, toate excepțiile trebuie să fie interpretate în mod strict⁽³⁴⁾.

1.7.1. Contractele de închiriere și contractele de construcții

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(e) pentru crearea, dobândirea sau transferul unui bun imobil sau al unor drepturi asupra unui bun imobil;

(f) având ca obiect construirea unor clădiri noi, a transformării substanțiale a unor clădiri existente și a închirierii de locuințe în scopuri rezidențiale;

Excepția de la litera (e) vizează categoria generală de bunuri imobile, inclusiv terenuri, în timp ce litera (f) face referire la clădiri.

În timp ce închirierea unor spații în scopuri rezidențiale este exclusă din domeniul de aplicare al directivei, **închirierea unor spații în scopuri nerezidențiale** este acoperită. Această dispoziție este explicată, de asemenea, în considerentul 26: „[...] Contractele de servicii, în special cele referitoare la construcția unor anexe la clădiri (de exemplu, un garaj sau o

⁽³²⁾ Pe lângă consimțământ, articolul 6 din RGPD prevede o serie de alte temeiuri juridice pentru prelucrarea datelor, care pot fi utilizate în funcție de circumstanțele cazului specific.

⁽³³⁾ A se vedea articolul 27 alineatul (2) din Directiva (UE) 2015/2302 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate.

⁽³⁴⁾ A se vedea, de exemplu, cauza C-215/08, E. Friz GmbH, ECLI:EU:C:2010:186, punctul 32: „În această privință, trebuie amintit de la început că, potrivit unei jurisprudențe constante, derogările de la normele de drept al Uniunii care au ca scop protecția consumatorilor trebuie să fie interpretate în mod strict (a se vedea în special Hotărârea din 13 decembrie 2001, Heininger, C-481/99, Rec., p. I-9945, punctul 31).”

verandă), și cele referitoare la repararea și renovarea clădirilor, cu excepția transformărilor substanțiale, **ar trebui să fie incluse în sfera de aplicare a prezentei directive**, ca și contractele referitoare la serviciile agenților imobiliari și cele referitoare la închirierea unor spații în scopuri nerezidențiale.”

— De exemplu, închirierea unui spațiu de parcare sau a unei săli de petreceri face obiectul directivei.

Ar trebui să se facă o distincție între contractele de construcții și contractele de servicii legate de construcții. În cauza C-208/19 NK, Curtea a observat că excepția prevăzută la articolul 3 alineatul (3) litera (f) nu se aplică unui contract încheiat între un arhitect și un consumator, în temeiul căruia primul trebuie să elaboreze planurile de construire pentru o clădire nouă. Cu toate că planul precede lucrările de construcție, acesta este un proces separat și, în fapt, nu există nicio certitudine că respectiva clădire va fi construită ⁽³⁵⁾.

În plus, în temeiul articolului 2 punctele 3 și 4 și al articolului 16 primul paragraf litera (c), un astfel de contract nu poate fi considerat furnizare de bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar, în sensul acestei din urmă dispoziții. Cu toate că planurile ar putea fi furnizate în formă materială pe suport de hârtie sau sub formă de conținut digital, obiectul contractului este o prestație intelectuală – proiectare arhitecturală, iar furnizarea ulterioară are doar o funcție auxiliară ⁽³⁶⁾.

Urmând logica de mai sus, DDC ar trebui să se aplice acordurilor de servicii care pot fi legate de construcții, dar care constituie un proces separat cu o prestație independentă, cum ar fi contractele încheiate cu geometri, contractele de amenajare interioară, de amenajare a peisajului etc.

1.7.2. Pachetele de servicii de călătorie

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(g) având ca obiect pachetele, astfel cum sunt definite la articolul 3 punctul 2 din Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului.

Articolul 6 alineatul (7), articolul 8 alineatele (2) și (6) și articolele 19, 21 și 22 din prezenta directivă se aplică mutatis mutandis pachetelor, astfel cum sunt definite la articolul 3 punctul 2 din Directiva (UE) 2015/2302 în legătură cu călătoriile astfel cum sunt definiți la articolul 3 punctul 6 din respectiva directivă;

Anumite dispoziții ale directivei se aplică **contractelor privind pachetele de servicii de călătorie**, astfel cum sunt definite în Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului privind pachetele de servicii de călătorie ⁽³⁷⁾, și anume cele privind opțiunea în materie de reglementare a statelor membre în ceea ce privește stabilirea unor cerințe lingvistice cu privire la informațiile contractuale [articolul 6 alineatul (7)]; informațiile pe care comercianții trebuie să le furnizeze consumatorilor în mod direct înainte de încheierea unui contract prin mijloace electronice, inclusiv cu privire la obligația de plată a consumatorului [articolul 8 alineatul (2)]; opțiunea în materie de reglementare a statelor membre în ceea ce privește confirmarea ofertei în cazul contractelor la distanță încheiate prin intermediul telefonului [articolul 8 alineatul (6)]; interdicția în ceea ce privește comisioanele pentru folosirea unor mijloace de plată (articolul 19); interdicția de a utiliza numere de telefon la un tarif mai mare decât cel de bază (articolul 21); și cerința referitoare la consimțământul explicit al consumatorilor cu privire la plățile suplimentare (articolul 22).

Ar trebui remarcat faptul că Directiva privind pachetele de servicii de călătorie reglementează, de asemenea, așa-numitele „servicii de călătorie asociate” ⁽³⁸⁾, care cuprind cel puțin două tipuri diferite de servicii de călătorie achiziționate pentru aceeași călătorie sau vacanță, dar care nu constituie un pachet (în sensul directivei menționate) și rezultă din încheierea unor contracte separate cu furnizori individuali de servicii de călătorie. DDC stabilește cerințele precontractuale în materie

⁽³⁵⁾ Cauza C-208/19, NK (Proiectarea construirii unei case unifamiliale noi), ECLI:EU:C:2020:382, punctul 43.

⁽³⁶⁾ *Ibidem*, punctele 58 și 59.

⁽³⁷⁾ Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2015 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate, de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 și a Directivei 2011/83/UE ale Parlamentului European și ale Consiliului și de abrogare a Directivei 90/314/CEE a Consiliului (JO L 326, 11.12.2015, p. 1).

⁽³⁸⁾ Definite la articolul 3 alineatul (5) din Directiva privind pachetele de servicii de călătorie.

de informare și se aplică contractelor individuale de prestări de servicii care includ un serviciu de călătorie asociat, sub rezerva limitărilor prevăzute la articolul 3 alineatul (3) și la articolul 16 primul paragraf litera (l). De exemplu, în ceea ce privește contractele de prestare a unor servicii de transport de pasageri, se vor aplica numai cerințele prevăzute la articolul 8 alineatul (2) și la articolele 19, 21 și 22 (pentru mai multe informații, a se vedea secțiunea 1.7.5 de mai jos).

1.7.3. Contractele încheiate de un funcționar public

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(i) care, în conformitate cu legislația statelor membre, sunt stabilite de un funcționar public care are obligația legală de a fi independent și imparțial și care trebuie să se asigure, furnizând informații juridice cuprinzătoare, că încheierea contractului survine numai după ce consumatorul a analizat cu atenție aspectele juridice și a luat cunoștință de sfera de aplicare juridică a acestuia;

Directiva nu identifică funcționarii publici menționați în această dispoziție. Cu toate acestea, directiva stabilește criteriile pe care trebuie să le îndeplinească respectivii funcționari astfel încât contractul să iasă din sfera de aplicare a directivei. Această excepție se aplică numai contractelor încheiate de un funcționar public (cum ar fi un notar public) care se supune, în temeiul dreptului intern, tuturor condițiilor prevăzute la articolul 3 alineatul (3) litera (i):

— De exemplu excepția nu s-ar aplica unui contract pentru care un funcționar public, care are obligația legală de a fi independent și imparțial, pur și simplu a atestat identitatea părților.

Pentru ca această excepție să fie aplicabilă, nu pare necesar ca dreptul intern să **prevadă** obligativitatea încheierii contractului în cauză prin intermediul serviciilor unui funcționar public. Excepția ar trebui să se aplice, de asemenea, dacă una sau ambele părți ale contractului **solicită în mod voluntar** ca un funcționar public să le încheie contractul ⁽³⁹⁾.

1.7.4. Contractele pentru furnizarea de bunuri destinate consumului casnic

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(j) având ca obiect furnizarea alimentelor, băuturilor sau a altor bunuri destinate consumului casnic, livrate fizic de un comerciant care se deplasează frecvent și periodic la locuința, reședința sau locul de muncă al consumatorului;

Această excepție necesită îndeplinirea a două condiții, și anume:

- (a) livrarea în mod „frecvent și periodic” de către comerciant a bunurilor și
- (b) aceste bunuri să fie destinate „consumului casnic”.

Trimiterea explicită la livrarea la „locul de muncă” al consumatorului din această dispoziție sugerează că nu este necesar ca bunurile să fie efectiv consumate acasă.

1.7.5. Transportul de pasageri

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(k) de prestare a unor servicii de transport de pasageri, cu excepția articolului 8 alineatul (2) și a articolelor 19 și 22;

⁽³⁹⁾ A se vedea abordarea diferită din Directiva 2008/48/CE privind contractele de credit pentru consumatori, care, la articolul 14 privind dreptul de retragere face referire la contractele care „conform legii, trebuie încheiate în fața unui notar”: „(6) Statele membre pot prevedea că alineatele (1)-(4) ale prezentului articol nu se aplică contractelor de credit care, **conform legii, trebuie încheiate în fața unui notar**, cu condiția ca notarul să confirme că drepturile consumatorului specificate la articolele 5 și 10 sunt garantate.”

Directiva (UE) 2019/2161 a modificat această excepție astfel încât articolul 21 privind cerința referitoare la „tariful de bază” pentru comunicațiile prin telefon postcontractuale să se aplice și transportului de pasageri (pentru informații suplimentare, a se vedea secțiunea 9).

În cauza C-583/18 DB Vertrieb, Curtea a statuat că această excepție nu se aplică vânzării de **carduri de reducere pentru transport**, care, în consecință, intră în domeniul de aplicare al directivei.

Curtea a calificat vânzarea în cauză drept un tip de „contract de servicii” cu un obiect special care **nu urmărește în mod direct, ca atare, să permită realizarea unui transport de pasageri**. Dimpotrivă, contractul având ca obiect acordarea către consumator a unei reduceri de preț la încheierea ulterioară a unor contracte de transport de pasageri și contractul privind achiziționarea unui titlu de transport de pasageri constituie două contracte distincte din punct de vedere juridic unul de celălalt, astfel încât primul nu poate fi considerat ca fiind un contract legat în mod indisociabil de cel de al doilea. Sub acest aspect, achiziționarea unui card care îi permite titularului său să beneficieze de reduceri de preț la cumpărarea de titluri de transport nu implică în mod necesar încheierea ulterioară a unui contract având ca obiect transportul de pasageri ca atare ⁽⁴⁰⁾.

1.7.6. Vânzările automatizate

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(l) încheiate prin intermediul automatelor sau incintelor comerciale automatizate;

Această excepție se aplică contractelor încheiate în prezența fizică a consumatorului și în locul în care bunul sau serviciul este vândut/prestat prin intermediul unor mijloace automate, cum ar fi automate, stații automate de alimentare cu combustibil sau spații de parcare.

1.7.7. Anumite contracte privind comunicațiile electronice

Articolul 3

(3) Prezenta directivă nu se aplică contractelor:

(m) încheiate cu operatorii de telecomunicații prin telefoane publice cu plată, pentru utilizarea acestora, sau încheiate pentru utilizarea unei conexiuni unice prin telefon, Internet sau fax stabilite de un consumator.

Această dispoziție exclude două tipuri de contracte din domeniul de aplicare al directivei.

Primul tip menționat în DDC este reprezentat de **contractele încheiate cu furnizori de servicii de comunicații electronice prin telefoane publice cu plată pentru utilizarea acestora**. Termenul „post telefonic public cu plată” se referă la un post telefonic pus la dispoziția publicului general și pentru utilizarea căruia mijloacele de plată pot fi monezi și/sau cărți de credit/debit și/sau cartele preplătite, inclusiv cartele de utilizare prin coduri de acces ⁽⁴¹⁾.

- Întrucât această excepție se aplică contractelor încheiate „prin” posturi telefonice publice cu plată, aceasta ar trebui să acopere cazurile în care contractul este încheiat, de exemplu, prin introducerea de monede sau prin trecerea unui card de credit în postul telefonic public cu plată, pentru a efectua un apel vocal sau pentru a avea acces la un anuar telefonic sau la un alt serviciu de referință, oferit de același operator;
- Excepția nu ar trebui să se aplice contractelor încheiate cu operatorii telefoanelor publice, de exemplu, prin achiziționarea prealabilă a unei cartele de apeluri preplătite.

A doua parte a articolului 3 alineatul (3) litera (m) privind **contractele încheiate pentru utilizarea „unei conexiuni unice” stabilite de consumator** are o sferă de aplicare mai largă. Spre deosebire de contractele de utilizare a posturilor telefonice publice cu plată, nu este specificată nicio parte la acest tip de contract, ceea ce sugerează că nu numai contractele cu furnizorii de servicii de comunicații electronice sunt acoperite. În plus, nu există nicio specificație privind scopul sau conținutul acestui tip de contract.

⁽⁴⁰⁾ Cauza C-583/18, DB Vertrieb, ECLI:EU:C:2020:199, punctul 35.

⁽⁴¹⁾ „Postul telefonic public cu plată” a fost definit la articolul 2 din Directiva 2002/22/CE privind serviciul universal, care a fost abrogată prin Codul european al comunicațiilor electronice [Directiva (UE) 2018/1972, CECE]. CECE nu oferă o definiție separată pentru „postul telefonic public cu plată”, însă în considerentul 235 se utilizează formularea de la articolul 2 din Directiva privind serviciul universal.

Prin urmare, această excepție acoperă, de exemplu:

- Un contract de utilizare a unui „punct de acces fără fir (WAP)” pentru o singură sesiune de internet.

În schimb, excepția nu ar trebui să se aplice **contractelor de servicii de comunicații electronice** ⁽⁴²⁾ care acoperă o anumită perioadă și/sau un anumit volum de utilizare, de exemplu:

- *Contractele încheiate prin achiziționarea în prealabil a unei cartele SIM preplătite pentru servicii mobile sau a unui cod de acces pentru utilizare multiplă sau servicii de acces Wi-Fi pe termen lung.*

Această excepție se aplică și contractelor încheiate cu furnizorii de servicii cu tarife majorate (STM), și anume servicii plătite prin factura de telefonie a consumatorului ⁽⁴³⁾ în cazul în care contractul **este încheiat și executat pe deplin în mod simultan prin apelul unic efectuat sau un SMS trimis de consumator la numărul STM**, de exemplu:

- *Un apel efectuat pentru aflarea numerelor din anuarul telefonic sau pentru televoting în cadrul unui spectacol.*

În schimb, DDC se aplică contractelor în cazul cărora apelul de voce sau SMS-ul către un număr STM este **un mijloc de încheiere și de plată a unui contract**, care este executat ulterior:

- *De exemplu, contractele încheiate prin intermediul unui SMS trimis unui furnizor de servicii de parcare.*

În aceste cazuri, comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la costul apelului vocal sau al SMS-ului către numărul STM, întrucât acest cost va constitui „prețul” contractului în cauză, în sensul articolului 6 alineatul (1) litera (e). În plus, în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (f) din directivă, în vederea încheierii unui contract, sunt necesare informații cu privire la costul aferent mijloacelor de comunicare la distanță care depășesc „tariful de bază”. Interpretarea noțiunii de „tarif de bază” este abordată în continuare în secțiunea 8.

Faptul că directiva nu se aplică anumitor contracte care implică STM în temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (m) nu înseamnă că acestea nu se supun normelor de protecție a consumatorilor. Cadrul de reglementare al UE pentru comunicațiile electronice, în special Codul european al comunicațiilor electronice [Directiva (UE) 2018/1972 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁴⁴⁾], permite statelor membre și autorităților naționale de reglementare competente să adopte măsuri specifice pentru protecția consumatorilor în ceea ce privește STM. Prin urmare, o serie de state membre au pus în aplicare măsuri de siguranță suplimentare în acest domeniu, inclusiv, de exemplu, limite de consum, o obligație de anunțare a prețului la începutul apelului etc.

1.8. Posibilă excepție a contractelor cu valoare scăzută negociate în afara spațiilor comerciale

Articolul 3 alineatul (4) permite statelor membre să nu aplice directiva în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale pentru care plata de efectuat de către consumator nu depășește 50 EUR sau o valoare inferioară definită în dreptul intern. Dacă un stat membru alege să utilizeze această opțiune de reglementare, există riscul ca directiva să fie eludată de comercianții care pot decide să împartă în mod artificial un singur contract peste limita stabilită în mai multe contracte. Astfel cum se explică în considerentul 28: „[...] În cazul în care consumatorul încheie în același timp două sau mai multe contracte care au obiecte conexe, costul total ar trebui avut în vedere la aplicarea respectivului prag”. Acest principiu s-ar aplica:

- *De exemplu, vânzării fiecărei cărți dintr-o trilogie în temeiul a trei contracte separate sau vânzării unei perechi de cercei în temeiul a două contracte separate în același timp.*

În cazul contractelor pe termen lung (abonamente), suma relevantă pentru aplicarea acestei excepții este suma totală pe care consumatorul se angajează să o plătească la încheierea contractului, și anume valoarea totală a ratelor sau a comisioanelor lunare pe parcursul perioadei contractuale convenite, inclusiv orice perioadă „gratuită”.

⁽⁴²⁾ A se vedea, de asemenea, legislația sectorială, în special CECE, care include dispoziții privind contractele de servicii de comunicații electronice, de exemplu, articolele 102-107.

⁽⁴³⁾ Acestea pot fi anumite „servicii cu valoare adăugată” sau „servicii cu tarif special”. În propunerea Comisiei din 24.2.2021 de regulament privind roamingul [Propunere de regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind roamingul în rețelele publice de comunicații mobile în interiorul Uniunii COM/2011/0402 final – 2011/0187 (COD)] prin „servicii cu valoare adăugată” ar trebui să se înțeleagă serviciile oferite cu utilizarea, de exemplu, de numere pentru servicii cu tarif special, numere cu apelare gratuită sau numere cu costuri partajate și care fac obiectul unor condiții tarifare speciale la nivel național (a se vedea considerentul 36 din propunerea respectivă). Prin urmare, STM-urile reprezintă doar o categorie de servicii cu valoare adăugată, care reprezintă o noțiune mai largă și care acoperă, de asemenea, liniile telefonice de urgență/liniile telefonice de asistență telefonică, gratuite pentru consumatori.

⁽⁴⁴⁾ Directiva (UE) 2018/1972 a Parlamentului European și a Consiliului din 11 decembrie 2018 de instituire a Codului european al comunicațiilor electronice (JO L 321, 17.12.2018, p. 36).

1.9. Normele privind licitațiile publice

Directiva se aplică licitațiilor, care se supun normelor specifice privind „licitația publică” definită la articolul 2 alineatul (13) ca „metoda de vânzare prin care comerciantul oferă bunuri sau servicii consumatorilor, **care participă sau au posibilitatea de a participa în persoană la licitație**, prin intermediul unei proceduri de licitare transparentă, concurențială, condusă de un judecător și în care ofertantul câștigător este obligat să achiziționeze bunurile sau serviciile”.

Pentru licitațiile publice, articolul 6 alineatul (3) face posibilă înlocuirea informațiilor privind identitatea, datele de contact și adresa geografică la care este stabilit și spațiile comerciale ale comerciantului care vinde bunurile sau serviciile cu cele ale judecătorului. În plus, nu există niciun drept de retragere din contractele încheiate în cadrul unei licitații publice în temeiul excepției prevăzute la articolul 16 primul paragraf litera (k).

O licitație publică ar trebui să le ofere consumatorilor posibilitatea de a participa în persoană, chiar dacă este posibilă prezentarea ofertelor online sau prin telefon. În schimb, licitațiile online fără posibilitatea de a participa în persoană nu ar trebui considerate licitații publice.

În considerentul 24 se menționează că „[...] utilizarea platformelor online aflate la dispoziția consumatorilor și a comercianților în vederea desfășurării unei licitații nu ar trebui să fie considerată o licitație publică în sensul prezentei directive.” Prin urmare, licitațiile online ar trebui să facă în totalitate obiectul directivei în ceea ce privește, de exemplu, informațiile precontractuale care trebuie furnizate înaintea creării obligativității pentru consumator în temeiul contractului (ofertei) și dreptul de retragere.

— *Un exemplu de limitare a excepției de mai sus este o platformă online care oferă spre vânzare consumatorilor diverse produse, cum ar fi piese pentru vehicule, aparate de mici dimensiuni, unelte, produse electronice și mobilier. Chiar dacă tranzacțiile pot fi încheiate sub forma unei licitații în care prețul de vânzare al bunurilor este stabilit pe baza ofertelor prezentate în plus față de un preț inițial, acestea nu sunt calificate drept „licitații publice”. Astfel, consumatorii și-ar păstra dreptul de a retrage o ofertă odată ce aceasta a fost făcută în condițiile prevăzute în DDC.*

2. Contractele negociate în afara spațiilor comerciale

2.1. Contractele încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului

Contractele negociate în afara spațiilor comerciale sunt definite la articolul 2 punctul 8, după cum urmează:

<p>Articolul 2</p> <p>8. „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator:</p> <p>(a) încheiat în prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului;</p> <p>(b) pentru care consumatorului i s-a făcut o ofertă în aceleași circumstanțe ca cele menționate la litera (a); [...]</p>

Spațiul comercial este definit la articolul 2 punctul 9, după cum urmează:

<p>Articolul 2</p> <p>9. „spațiu comercial” înseamnă:</p> <p>(a) orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în permanență; sau</p> <p>(b) orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în mod obișnuit;</p>

Considerentul 22 oferă mai multe exemple de ceea ce ar trebui să fie considerat „spațiu comercial”. Pe de o parte, noțiunea ar acoperi „**magazine, tarabe sau camioane, precum și tarabele din piețe și standurile din târguri**, care sunt utilizate de **comerciant drept loc permanent sau obișnuit de desfășurare a activității comerciale**”.

În mod similar, **spațiile pentru vânzarea cu amănuntul** unde comerciantul își desfășoară **activitatea în mod sezonier**, de exemplu în timpul sezonului turistic într-o stațiune de schi sau pe litoral, ar trebui considerate spații comerciale întrucât comerciantul își desfășoară activitatea sa în spațiile respective în mod obișnuit.

Pe de altă parte, **spațiile accesibile publicului** precum străzile, mallurile, plajele, infrastructurile sportive și transportul public, **pe care comerciantul le utilizează în mod excepțional** pentru activitățile sale comerciale, nu sunt spații comerciale. De asemenea, **locuințele particulare și locurile de muncă (ale consumatorilor)** nu ar trebui considerate spații comerciale.

Contractele încheiate în timpul unei vizite a comerciantului la domiciliul sau la locul de muncă al consumatorului sunt contracte negociate în afara spațiilor comerciale, **indiferent dacă vizita a fost sau nu a fost solicitată de consumator**. Un astfel de contract negociat în afara spațiului comercial poate fi precedat de etape pregătitoare:

- De exemplu, o vizită a reprezentantului comerciantului (tehnician) la domiciliul consumatorului pentru a vinde și a instala în același timp un echipament sau un dispozitiv va fi considerată un contract de prestări de servicii negociat în afara spațiului comercial, indiferent dacă consumatorul a solicitat (rezervat) în prealabil o astfel de vizită după o vizită în persoană la magazinul comerciantului.
- În schimb, în cazul în care contractul a fost încheiat efectiv în timpul vizitei consumatorului la magazin sau prin mijloace de comunicare la distanță, vizita ulterioară a tehnicianului pentru instalarea echipamentelor necesare la domiciliul consumatorului nu ar schimba calificarea contractului în contract negociat în afara spațiului comercial.

În cauza C-485/17 *Verbraucherzentrale Berlin* ⁽⁴⁵⁾, Curtea a confirmat faptul că expresia „**în mod obișnuit**”, în sensul articolului 2 punctul 9 litera (b) trebuie înțeleasă ca făcând trimitere la „**caracterul normal al exercitării**”, în unitatea respectivă, a activității în cauză. Aplicarea acestui concept necesită o evaluare de la caz la caz, luând în considerare, în special, tipul de bunuri sau de servicii vândute și practica comercială a comerciantului respectiv.

Mai precis, Curtea a abordat situația unui stand deținut de un comerciant în cadrul unui târg comercial, în care acesta își desfășoară activitatea câteva zile pe an. Curtea a statuat că un astfel de stand **este un „spațiu comercial”, dacă, în lumina ansamblului împrejurărilor de fapt în care se înscriu aceste activități și în special a aparenței acestui stand și a informațiilor furnizate în spațiile târgului propriu-zis, un consumator normal informat și suficient de atent și de avizat putea în mod rezonabil să se aștepte ca acest comerciant să își desfășoare acolo activitățile și să îl abordeze în vederea încheierii unui contract** ⁽⁴⁶⁾.

În plus, Curtea a recunoscut relevanța în continuare a concluziilor sale anterioare în cauza C-423/97 *Travel-Vac, S.L.* cu privire la interpretarea fostei Directive 85/577/CEE a Consiliului. În respectiva hotărâre, Curtea a statuat în mod expres că:

„Referitor la chestiunea încheierii contractului în afara spațiilor comerciale ale comerciantului, trebuie remarcat că această noțiune face trimitere la spațiile în care comerciantul își desfășoară în mod obișnuit activitatea și **care sunt identificate în mod clar ca spații comerciale destinate publicului.**” ⁽⁴⁷⁾.

În consecință, în cazul în care comerciantul utilizează spații comerciale pentru vânzarea de bunuri și de servicii care nu sunt „utilizate în mod normal” în acest scop și care nu sunt identificate în mod clar ca spații comerciale pentru vânzarea către public, contractele încheiate cu consumatorii ar putea fi contracte negociate în afara spațiilor comerciale.

- De exemplu, vânzarea de bunuri în timpul evenimentelor (convenții, seminarii, petreceri etc.) organizate în restaurante, cafenele sau hoteluri închiriate în scopul desfășurării evenimentului respectiv ar putea fi considerată un contract negociat în afara spațiului comercial.

Calificarea unui contract drept contract negociat în afara spațiului comercial depinde de circumstanțele încheierii contractului. Un comerciant va fi conștient de natura activității sale și ar trebui să acționeze în conformitate cu normele care guvernează fie contractele negociate în spațiile comerciale, fie contractele negociate în afara spațiilor comerciale. Orice litigiu privind, de exemplu, aplicabilitatea dreptului de retragere deoarece contactul ar fi trebuit considerat un contract negociat în afara spațiului comercial, va trebui să fie evaluat de la caz la caz.

2.2. Contractele încheiate după abordarea consumatorului în afara spațiului comercial

Articolul 2

8. „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator: [...]

- (c) încheiat în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin orice mijloace de comunicare la distanță, imediat după ce consumatorul a fost abordat în mod personal și individual, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului, în prezența fizică simultană a acestuia și a consumatorului; sau [...]

⁽⁴⁵⁾ Cauza C-485/17, *Verbraucherzentrale Berlin*, ECLI:EU:C:2018:642.

⁽⁴⁶⁾ *Ibidem*, punctul 46.

⁽⁴⁷⁾ Cauza C-423/97, *Travel-Vac, S.L.*, ECLI:EU:C:1999:197, punctul 37.

Articolul 2 punctul 8 litera (c) prevede un alt exemplu de contracte negociate în afara spațiilor comerciale. Termenii „abordat în mod personal și individual” din această dispoziție ar trebui să se aplice ofertelor și comunicărilor comerciale similare (indiferent de calificarea lor juridică) care sunt formalizate într-un contract imediat după aceea, în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin orice mijloc de comunicare la distanță.

Pentru ca această dispoziție să se aplice, oferta comerciantului ar trebui să abordeze un anumit consumator, de exemplu:

- *Reprezentantul comerciantului abordează respectivul consumator pe stradă cu o ofertă de abonament la o revistă lunară și contractul este semnat imediat în spațiile comerciale ale comerciantului din apropiere.*
- *În schimb, simpla distribuție a broșurilor promoționale pe stradă în apropierea spațiilor comerciale ale comerciantului fără vizarea consumatorilor individuali nu va conta ca o abordare „în mod personal și individual” a consumatorului în sensul prezentei dispoziții.*

În plus, pentru ca această dispoziție să se aplice, contractul ar trebui încheiat imediat. Contractul nu va fi încheiat imediat dacă consumatorul părăsește spațiile comerciantului după ce a fost invitat la acesta și se întoarce din proprie inițiativă mai târziu, de exemplu, în ziua următoare după analizarea ofertei.

În cauza C-465/19 B & L Elektrogeräte GmbH Curtea a statuat că **aleea comună diferitelor standuri existente în pavilionul de expoziție**, în care se află standul comerciantului (care a fost recunoscut drept „spațiu comercial”), **nu poate fi considerată ca fiind un „spațiu comercial”**, în măsura în care această alee permitea accesul la ansamblul standurilor comercianților existente în acest pavilion. Prin urmare, în cazul în care un comerciant se adresează unui client într-un astfel de spațiu comun al târgului, în urma căruia se încheie un contract într-un stand al comerciantului imediat după aceea, acesta este un „contract negociat în afara spațiului comercial” în sensul articolului 2 punctul 8 din DDC ⁽⁴⁸⁾.

2.3. **Contractele încheiate în cursul unei deplasări organizate de comerciant**

Articolul 2

8. „contract negociat în afara spațiului comercial” înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator: [...]
- (d) încheiat în cursul unei deplasări organizate de comerciant cu scopul sau efectul de a promova și a vinde consumatorului bunuri sau servicii;

Articolul 2 punctul 8 litera (d) din directivă definește contractele negociate în afara spațiilor comerciale drept contracte încheiate în cursul unei deplasări organizate de comerciant, **indiferent dacă astfel de contracte sunt încheiate în afara sau în spațiile comerciale ale comerciantului.**

În plus, directiva precizează că acoperă ambele deplasări cu „scopul” și „efectul” de promovare și de vânzare de produse consumatorului, și anume, **nu ar trebui să conteze dacă consumatorul este informat înainte despre intenția de vânzare a produselor în timpul deplasării.**

Noțiunea de „deplasare” include călătoriile care implică vizitarea obiectivelor turistice sau alte activități recreative sau deplasări în locuri precum restaurante, cafenele sau hoteluri în care se organizează un eveniment de vânzare în afara spațiului comercial. În aplicarea acestei noțiuni, nu ar trebui să conteze dacă comerciantul care vinde produsele în timpul unei deplasări organizează el însuși transportul sau a făcut aranjamente cu o societate de transport:

- *De exemplu, dacă un comerciant a făcut aranjamente cu organizatorul deplasării pentru a se asigura că, în timpul deplasării lor, turiștii sunt aduși, de asemenea, în magazinul său, contractele încheiate în magazin este posibil să fie contracte negociate în afara spațiilor comerciale, în ciuda faptului că magazinul în cauză este spațiul comercial al comerciantului.*
- *În schimb, un serviciu de transport cu autobuzul de tip navetă organizat de un centru comercial cu scopul unic de a duce potențialii cumpărători la centrul comercial este doar auxiliar scopului principal al activității (și anume vânzarea de bunuri și de servicii) și nu ar trebui considerat o „deplasare” în sensul articolului 2 punctul 8.*

⁽⁴⁸⁾ Cauza C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH, ECLI:EU:C:2019:1091, punctele 29 și 34.

3. Informații destinate consumatorilor

3.1. Cerințe generale

3.1.1. Introducere

Cerințele precontractuale în materie de informare sunt stabilite la articolele 5-8 din directivă. Acestea sunt definite separat pentru contractele negociate în spațiile comerciale la articolul 5 alineatul (1) și pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale sau la distanță la articolul 6 alineatul (1). Cerințele pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale sau la distanță sunt mai amănunțite și se bazează pe cele prevăzute pentru contractele negociate în spațiile comerciale. Cerințele suplimentare de informare specifice pentru contractele încheiate pe piețele online sunt prevăzute la articolul 6a, care a fost adăugat la DDC prin Directiva (UE) 2019/2161.

Cerințele în materie de informare cu privire la **dreptul de retragere** prevăzut la articolul 6 alineatul (1) literele (h)-(k) sunt abordate separat în secțiunea 5.

3.1.2. Claritatea informațiilor și legătura cu DPCN

Articolul 7 din DPCN interzice omisiunile înșelătoare, și anume practicile comerciale care omit sau furnizează într-o manieră neclară, neinteligibilă, ambiguă sau nepotrivită „o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză”, în cazul în care astfel de practici determină consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări. Articolul 7 alineatul (4) stabilește cerințe în materie de informare cu privire la „invitația de a cumpăra”, care reprezintă o comunicare comercială care include informații cu privire la caracteristicile și prețul produsului, acoperind, prin urmare, și etapa precontractuală a tranzacției.

DDC reglementează etapa precontractuală într-un mod mai detaliat decât DPCN. Articolele 5 și 6 din DDC acoperă toate cerințele în materie de informare prevăzute la articolul 7 alineatul (4) din DPCN ⁽⁴⁹⁾. Prin urmare, atunci când furnizează informații precontractuale în conformitate cu DDC, comerciantul va respecta, de asemenea, cerințele specifice de informare în ceea ce privește invitația de a cumpăra în temeiul articolului 7 alineatul (4) din DPCN. Această dispoziție nu aduce atingere aplicării altor cerințe în materie de transparență și de echitate în temeiul DPCN.

Atât articolul 5 alineatul (1), cât și articolul 6 alineatul (1) impun ca informațiile să fie furnizate „în mod clar și inteligibil”. În considerentul 34 se menționează că, atunci când furnizează informațiile precontractuale, „[...] comerciantul ar trebui să țină seama de nevoile specifice ale consumatorilor care prezintă o vulnerabilitate deosebită ca urmare a infirmității psihice, fizice sau psihologice a acestora, a vârstei sau a credulității lor, într-un mod pe care comerciantul l-ar putea prevedea în mod rezonabil. Cu toate acestea, faptul că se ține seama de astfel de nevoi specifice nu ar trebui să ducă la niveluri diferite de protecție a consumatorului”.

În plus, în conformitate cu normele generale de la articolul 7 alineatul (2) din DPCN, comercianții trebuie să se asigure că informațiile sunt furnizate într-o manieră inteligibilă și potrivită, și anume că metoda și momentul în care sunt furnizate informațiile precontractuale relevante trebuie să permită consumatorului mediu să ia o decizie comercială în cunoștință de cauză.

Pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale**, articolul 7 alineatul (1) din DDC prevede, în plus, ca informațiile precontractuale să fie „lizibile și redactate într-un limbaj simplu și inteligibil”, iar pentru **contractele la distanță**, articolul 8 alineatul (1) din DDC prevede ca informațiile să fie puse la dispoziția consumatorului „într-un mod adecvat mijlocului de comunicare la distanță utilizat, folosind un limbaj simplu și inteligibil. În măsura în care respectiva informație este prezentată pe un suport durabil, aceasta este lizibilă”.

Nu este suficient să se furnizeze informațiile precontractuale obligatorii doar ca parte a clauzelor și condițiilor generale pe care consumatorul ar putea fi nevoit să le accepte înainte de a trece la procesul de tranzacție ⁽⁵⁰⁾. Cerința de a furniza informații într-un „mod clar și inteligibil” înseamnă că elementele individuale ale informațiilor obligatorii trebuie aduse la cunoștința consumatorului.

În contextul online, comercianții trebuie să se asigure că informațiile obligatorii pot fi accesate cu ușurință de către consumatori și sunt furnizate acestora într-un mod inteligibil. Din cauza volumului lor, este posibil ca informațiile obligatorii pentru consumatori să nu poată fi furnizate într-un mod „clar și inteligibil” pe o singură pagină. Ar trebui evitate paginile excesiv de lungi, în care consumatorii ar trebui să ruleze foarte mult pentru a citi întregul conținut.

⁽⁴⁹⁾ În temeiul articolului 7 alineatul (4) din DPCN, o invitație de a cumpăra trebuie să conțină, în cazul în care nu reies deja din context, informații cu privire la: principalele caracteristici ale produselor, în mod corespunzător cu mediul de comunicare utilizat și cu produsul în cauză; adresa și identitatea comerciantului; prețul cu toate taxele incluse; modalitățile de plată, livrare și executare, în cazul în care diferă de condițiile de diligență profesională; și, dacă este cazul, existența dreptului de retragere.

⁽⁵⁰⁾ Cauza C-536/20, Tiketa, pendinte la momentul publicării, se referă la măsura în care pot fi îndeplinite cerințele prevăzute în DDC, în cazul unui contract încheiat pe o platformă de emisie de bilete (și anume, piață online), prin acceptarea clauzelor și condițiilor generale.

În schimb, diferitele elemente ale informațiilor precontractuale ar trebui furnizate **atunci când prezintă cea mai mare relevanță în cursul procesului de încheiere a contractului**, pe măsură ce consumatorul trece de la o pagină a interfeței online la alta. Dacă este necesar, informațiile privind subiecte specifice ar trebui să fie stratificate, cu un indicator proeminent pe prima pagină care să direcționeze către pagina conectată care oferă toate detaliile privind subiectul corespunzător ⁽⁵¹⁾.

Cerințele suplimentare de prezentare pentru contractele la distanță încheiate prin mijloace electronice sunt prevăzute la articolul 8 alineatul (2) din directivă, astfel cum sunt menționate în continuare în secțiunea 4.2.4.

3.1.3. Informații „care reies în mod evident din context”

Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, articolul 5 permite comercianților să nu furnizeze informații care „reies în mod evident din context”.

Noțiunea de „informații care reies deja din context” este folosită, de asemenea, la articolul 7 alineatul (2) din DPCN ⁽⁵²⁾. De exemplu, adresa geografică și identitatea comerciantului ar putea fi considerate „evidente sau care reies deja din context”, întrucât se presupune că consumatorii știu în mod normal adresa unui magazin sau a unui restaurant în care se află.

3.1.4. Cerințe în materie de informare prevăzute în alte acte legislative ale UE

Directiva are un caracter transversal. Aceasta completează normele de protecție a consumatorilor specifice produselor și sectoarelor, în special în ceea ce privește cerințele în materie de informare.

În conformitate cu articolul 3 alineatul (2) ⁽⁵³⁾, DDC nu afectează aplicarea cerințelor în materie de informare prevăzute în alte acte legislative sectoriale ale UE. Printre acestea se numără Regulamentul (UE) 2016/679 privind protecția datelor și Directiva 2002/58/CE a Parlamentului European și a Consiliului asupra confidențialității și comunicațiilor electronice ⁽⁵⁴⁾, care sunt relevante în special în domeniul vânzărilor online în ceea ce privește aspecte precum informarea cu privire la prelucrarea datelor și consimțământul persoanelor vizate pentru prelucrarea datelor lor cu caracter personal, atunci când este necesar.

În plus, cerințele de informare suplimentare pentru serviciile de comunicații electronice sunt prevăzute în Codul european al comunicațiilor electronice [„CECE”, Directiva (UE) 2018/1972] și în Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2019/2243 al Comisiei ⁽⁵⁵⁾ privind modelul fișei de sinteză a contractului.

La articolul 102 alineatul (1) din CECE se precizează informațiile menționate la articolele 5 și 6 din DDC și în anexa VIII la CECE, pe care furnizorii de servicii de comunicații electronice destinate publicului ar trebui să le furnizeze înainte ca un consumator să își asume obligații în temeiul unui contract sau al oricărei oferte corespunzătoare. Furnizorii de comunicații electronice accesibile publicului sunt, de asemenea, obligați să pună la dispoziția consumatorilor o fișă de sinteză concisă și ușor de citit a contractului [articolul 102 alineatul (3) din CECE și Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2019/2243]. Cu toate acestea, simpla **furnizare a fișei de sinteză a contractului nu îndeplinește pe deplin toate obligațiile în materie de informații precontractuale**, astfel cum se prevede la articolul 102 alineatul (1) și în anexa VIII la CECE.

⁽⁵¹⁾ În iulie 2019, organizațiile de afaceri din UE au publicat o inițiativă de autoreglementare intitulată „Recommendations for a better presentation of information to consumers” (Recomandări pentru o mai bună prezentare a informațiilor destinate consumatorilor). Acestea se referă atât la prezentarea informațiilor obligatorii pentru consumatori, cât și la prezentarea clauzelor și condițiilor comerciantului. În special, recomandările propun un model („traseul consumatorului”) pentru furnizarea de informații consumatorilor pe parcursul diferitelor etape ale tranzacției, inclusiv prin intermediul unor elemente grafice. Disponibil la adresa: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf

⁽⁵²⁾ A se vedea secțiunea 2.9 din Orientările privind DPCN.

⁽⁵³⁾ Articolul 3 alineatul (2) prevede că: „În cazul în care vreo dispoziție a prezentei directive intră în contradicție cu o dispoziție a unui alt act al Uniunii care reglementează sectoare specifice, dispozițiile acestuia din urmă prevalează și se aplică sectoarelor specifice în cauză”.

⁽⁵⁴⁾ Directiva 2002/58/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 iulie 2002 privind prelucrarea datelor personale și protejarea confidențialității în sectorul comunicațiilor publice (Directiva asupra confidențialității și comunicațiilor electronice) (JO L 201, 31.7.2002, p. 37).

⁽⁵⁵⁾ Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2019/2243 al Comisiei din 17 decembrie 2019 de stabilire a modelului fișei de sinteză a contractului care trebuie utilizat de furnizorii de servicii de comunicații electronice destinate publicului în temeiul Directivei (UE) 2018/1972 a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 336, 30.12.2019, p. 274).

Cerințele de informare suplimentare sunt prevăzute, de asemenea, în Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind serviciile mass-media audiovizuale ⁽⁵⁶⁾, în Directiva 2009/72/CE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁵⁷⁾ privind energia electrică, în Directiva 2009/73/CE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁵⁸⁾ privind gazele naturale etc. ⁽⁵⁹⁾.

Articolul 6 alineatul (8) din DDC abordează în mod specific relația dintre cerințele în materie de informare prevăzute în această directivă și **cele prevăzute în Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind serviciile** ⁽⁶⁰⁾ și în **Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind comerțul electronic** ⁽⁶¹⁾. **În primul rând, se precizează că cerințele în materie de informare prevăzute în aceste trei instrumente sunt complementare. În al doilea rând, se clarifică faptul că dacă o dispoziție din aceste două directive cu privire la „conținutul și modul în care trebuie furnizate informațiile” contravine unei dispoziții din prezenta DDC, prevalează dispozițiile celei din urmă** ⁽⁶²⁾.

3.1.5. Impunerea unor cerințe de informare suplimentare

Conform articolului 4 din DDC: „Dacă nu se prevede altfel în prezenta directivă, statele membre nu pot menține sau introduce în legislația lor internă dispoziții diferite de cele stabilite în prezenta directivă, inclusiv dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, pentru a asigura un nivel diferit de protecție a consumatorilor”.

Una dintre derogările de la această cerință de armonizare deplină este articolul 5 alineatul (4) care permite statelor membre să adopte sau să mențină cerințe precontractuale suplimentare în materie de informare pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**.

Deși cerințele în materie de informare pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță sunt, în principiu, exhaustive, în același timp, în conformitate cu articolul 6 alineatul (8) și cu considerentul 12 din directivă, **statele membre pot impune cerințe de informare suplimentare în conformitate cu Directiva 2006/123/CE privind serviciile și cu Directiva 2000/31/CE privind comerțul electronic**.

Dispoziția din Directiva privind comerțul electronic, relevantă în această privință, este articolul 5, care impune statelor membre să se asigure că furnizorul de servicii face posibil un acces ușor, direct și permanent al destinatarilor serviciului și al autorităților competente cel puțin la informații prevăzute la respectivul articol. Articolul 10 din Directiva privind comerțul electronic stabilește cerințe de informare suplimentare cu privire la procedura de încheiere a contractului.

În ceea ce privește Directiva privind serviciile, articolul 22 alineatele (1)-(4) din aceasta prevede cerințe specifice cu privire la informațiile pe care prestatorii trebuie să le pună la dispoziția beneficiarilor serviciilor, precum și cerințe privind comunicarea clară, lipsită de ambiguitate și în timp util a informațiilor respective. Articolul 22 alineatul (5) prevede, de asemenea, că cerințele de informare „nu împiedică statele membre să impună cerințe de informare suplimentare aplicabile prestatorilor stabiliți pe teritoriile acestora”.

Impunerea unor cerințe de informare suplimentare în conformitate cu articolul 6 alineatul (8) din DDC este una dintre opțiunile normative cu privire la care statele membre trebuie să informeze Comisia în conformitate cu articolul 29. Comisia publică aceste informații online ⁽⁶³⁾.

⁽⁵⁶⁾ 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) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1).

⁽⁵⁷⁾ Directiva 2009/72/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 13 iulie 2009 privind normele comune pentru piața internă a energiei electrice și de abrogare a Directivei 2003/54/CE (JO L 211, 14.8.2009, p. 55).

⁽⁵⁸⁾ Directiva 2009/73/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 13 iulie 2009 privind normele comune pentru piața internă în sectorul gazelor naturale și de abrogare a Directivei 2003/55/CE (JO L 211, 14.8.2009, p. 94).

⁽⁵⁹⁾ Pentru lista completă a actelor legislative specifice sectoarelor și produselor, a se vedea secțiunea 1.2 din Orientările privind DPCN.

⁽⁶⁰⁾ Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile pe piața internă (JO L 376, 27.12.2006, p. 36).

⁽⁶¹⁾ 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 („Directiva privind comerțul electronic”) (JO L 178, 17.7.2000, p. 1).

⁽⁶²⁾ În conformitate cu articolele 5 și 10 din Directiva privind comerțul electronic. Propunerea Comisiei de regulament privind Actul legislativ privind serviciile digitale (COM/2020/825 din 15 decembrie 2020) prevede înlocuirea unora dintre dispozițiile Directivei privind comerțul electronic (articolele 12-15), fără a propune modificarea articolului 5 privind cerințele în materie de informare.

⁽⁶³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crud_en

3.1.6. Derogare pentru tranzacțiile „de la o zi la alta”

Articolul 5 alineatul (3) permite statelor membre să nu aplice cerințele precontractuale în materie de informare prevăzute la articolul 5 alineatul (1) contractelor negociate în spațiile comerciale „**care implică tranzacții de la o zi la alta și care sunt puse în execuție imediat, în momentul în care sunt încheiate.**”

Prin natura lor, este probabil ca aceste tranzacții să fie pentru articole cu costuri reduse. Un exemplu evident este achiziționarea de alimente și băuturi destinate consumului imediat – de exemplu, gustări, feluri de mâncare preparate luate „la pachet” etc.

În plus, articolul 5 alineatul (3) se poate aplica și anumitor servicii, nu numai bunurilor. În acest context, al doilea criteriu menționat la articolul 5 alineatul (3), și anume cerința execuției imediate a contractului, în momentul încheierii sale, are o importanță deosebită.

— *Exemple de astfel de servicii „de la o zi la alta”: servicii de curățare a încălțămintei furnizate pe stradă și servicii prestate la cinematograful la care este achiziționat biletul de cinema (și anume, în cadrul cărora este încheiat contractul) chiar înainte de vizionarea filmului.*

3.1.7. Caracterul obligatoriu al informațiilor precontractuale

În ceea ce privește caracterul obligatoriu al furnizării informațiilor precontractuale în temeiul articolului 6 alineatul (1), articolul 6 alineatul (5) prevede următoarele: „(5) *Informațiile menționate la alineatul (1) fac parte integrantă din contractul la distanță sau din contractul negociat în afara spațiilor comerciale și nu pot fi modificate decât în cazul în care părțile contractante decid altfel în mod explicit.*”

Prin urmare, informațiile furnizate pe site-ul comerciantului ar trebui să fie obligatorii pentru părți și, în cazul în care comerciantul dorește să modifice oricare dintre elemente, acesta ar trebui să obțină consimțământul expres al consumatorului:

- *De exemplu, părțile ar putea conveni în mod expres, prin schimb de e-mailuri, o oră diferită de livrare a bunurilor decât cea specificată pe site-ul comerciantului;*
- *Cu toate acestea, o dispoziție din clauzele și condițiile generale care să stipuleze că un comerciant se poate abate de la informațiile furnizate pe site nu ar fi în conformitate cu cerința privind acordul expres al părților.*

Articolul 6 alineatul (5) nu s-ar aplica modificărilor aduse clauzelor contractului după încheierea acestuia. În cazul în care respectivele modificări se bazează pe clauzele contractului, se va aplica Directiva privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii ⁽⁶⁴⁾.

3.1.8. Cerințe lingvistice suplimentare

În temeiul articolului 6 alineatul (7), statele membre pot impune cerințe lingvistice cu privire la **informațiile contractuale** din contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță ⁽⁶⁵⁾.

Dacă această opțiune de reglementare a fost exercitată, cerințele relevante, de exemplu, de a furniza informații în limba oficială a statului membru vizat, s-ar aplica comercianților transfrontalieri care fac obiectul dispozițiilor Regulamentului (CE) nr. 593/2008 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽⁶⁶⁾ privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale (Regulamentul Roma I). Articolul 6 din regulamentul menționat prevede că legea aplicabilă contractului este cea a statului în care își are reședința obișnuită consumatorul, în cazul în care comerciantul își desfășoară activitățile în țara în care își are reședința obișnuită consumatorul sau în cazul în care își **directionează activitățile** către țara în cauză sau către mai multe țări, printre care și țara în cauză.

Dacă părțile au ales o lege diferită, respectiva alegere nu poate priva consumatorul de protecția acordată acestuia prin dispozițiile obligatorii ale țării de reședință a consumatorului. Prin urmare, și în această situație, în cazul în care comerciantul își directionează activitățile către consumatorii dintr-un stat membru care a impus cerințe lingvistice în temeiul articolului 6 alineatul (7) din DDC, comerciantul trebuie să furnizeze consumatorilor informațiile contractuale în limba solicitată de statul membru respectiv, în cazul în care această obligație lingvistică este considerată o „obligație contractuală” cu caracter obligatoriu în conformitate cu dreptul intern.

⁽⁶⁴⁾ Directiva 93/13/CEE a Consiliului din 5 aprilie 1993 privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii (JO L 95, 21.4.1993, p. 29).

⁽⁶⁵⁾ Notificările statelor membre cu privire la această opțiune de reglementare sunt disponibile la adresa: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en.

⁽⁶⁶⁾ Regulamentul (CE) nr. 593/2008 al Parlamentului European și al Consiliului din 17 iunie 2008 privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale (Roma I) (JO L 177, 4.7.2008, p. 6).

Noțiunea de „direcționare” a activităților comerciale sau profesionale către țara consumatorului a fost abordată de Curtea de Justiție în cauzele conexe C-585/08 și C-144/09 Peter Pammer și Hotel Alpenhof GmbH. Această hotărâre stabilește o serie de criterii pentru a stabili dacă o pagină de internet este „direcționată” către un anumit stat membru, precum utilizarea unor limbi sau monede diferite pe pagina de internet ⁽⁶⁷⁾.

Ar trebui remarcat faptul că această opțiune de reglementare în temeiul DDC este complementară legislației Uniunii specifice sectoarelor și produselor, care permite statelor membre să stabilească cerințe lingvistice privind avertismentele sau instrucțiunile referitoare, de exemplu, la jucării ⁽⁶⁸⁾ sau echipamente radio ⁽⁶⁹⁾. În plus, Directiva (UE) 2019/771 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁷⁰⁾ permite stabilirea unor cerințe lingvistice privind garanțiile comerciale pentru bunuri.

3.1.9. Sarcina probei

Deoarece incapacitatea comerciantului de a furniza informațiile specifice impuse de directivă conduce la diferite sancțiuni prevăzute de directivă (pe lângă sancțiunile care se pot aplica în temeiul dreptului intern), articolul 6 alineatul (9) conține o dispoziție foarte importantă, care stipulează că, în cazul contractelor la distanță și al celor negociate în afara spațiilor comerciale, „sarcina probei în ceea ce privește îndeplinirea cerințelor în materie de informare stabilite în prezentul capitol revine comerciantului”.

Fără a exclude posibilitatea dovedirii faptelor prin alte mijloace, poziția în care s-ar afla comerciantul ar deveni în mod evident mai slabă dacă informațiile solicitate lipsesc din confirmarea contractului pe un suport durabil, care, în temeiul articolului 7 alineatele (1)-(2) sau al articolului 8 alineatul (7) (discutat în secțiunea 4.4), trebuie să includă întotdeauna informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1), cu excepția cazului în care acestea au fost deja furnizate pe un suport durabil.

3.2. Cerințe comune pentru contractele negociate în spațiile comerciale și contractele la distanță/negociate în afara spațiilor comerciale

3.2.1. Caracteristici principale

Articolul 5 alineatul (1) litera (a) și articolul 6 alineatul (1) litera (a)

„principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor, în mod corespunzător cu mediul de comunicare și cu bunurile sau serviciile în cauză”

Deși această cerință în materie de informare face referire în mod expres la „bunuri și servicii”, în temeiul articolului 5 alineatul (2) și al articolului 6 alineatul (2), ar trebui să se aplice, de asemenea, utilităților publice și conținutului digital online.

Aceeași obligație este impusă prin articolul 7 alineatul (4) din DPCN, care prevede cerințele de informare pentru „invitația de a cumpăra”. În consecință, pentru a alege principalele caracteristici care urmează să fie comunicate consumatorului, comercianții ar trebui să aplice aceeași abordare ca în cazul DPCN, și anume să informeze cu privire la caracteristicile de care consumatorii au nevoie pentru a lua decizii de cumpărare în cunoștință de cauză. Informațiile cu privire la principalele caracteristici ale bunurilor pot fi puse la dispoziție pe ambalaje sau pe etichete pe care consumatorul le poate consulta. Bunurile mai complexe pot necesita comunicarea unor informații suplimentare pentru a stabili caracteristicile lor principale.

⁽⁶⁷⁾ A se vedea cauzele conexe C-585/08 și C-144/09, Peter Pammer și Hotel Alpenhof GmbH, ECLI:EU:C:2010:740, în special punctele 92 și 93.

⁽⁶⁸⁾ Directiva 2009/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 18 iunie 2009 privind siguranța jucăriilor (JO L 170, 30.6.2009, p. 1) prevede ca producătorii și importatorii să se asigure că **jucăria este însoțită de instrucțiuni și informații de siguranță** într-una sau mai multe limbi ușor de înțeles de către consumatori, în condițiile stabilite de statul membru în cauză.

⁽⁶⁹⁾ Directiva 2014/53/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 aprilie 2014 privind armonizarea legislației statelor membre referitoare la punerea la dispoziție pe piață a echipamentelor radio și de abrogare a Directivei 1999/5/CE (JO L 153, 22.5.2014, p. 62). Aceasta impune ca **echipamentele radio să fie însoțite de instrucțiuni și informații de siguranță, într-o limbă ușor de înțeles pentru consumatori și alți utilizatori finali, după cum se stabilește de către statul membru în cauză**. În plus, aceasta impune ca declarația UE de conformitate sau declarația de conformitate UE simplificată să însoțească echipamentul radio și ca ambele să fie traduse în limba (limbile) solicitată (solicitate) de statul membru pe piața căruia echipamentul radio este introdus sau pus la dispoziție.

⁽⁷⁰⁾ Directiva (UE) 2019/771 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri, de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivei 2009/22/CE și de abrogare a Directivei 1999/44/CE (JO L 136, 22.5.2019, p. 28). Aceasta permite statelor membre să stabilească norme referitoare la limba sau limbile în care este pus la dispoziția consumatorului certificatul de garanție comercială.

În special, toate **caracteristicile produsului și condițiile restrictive pe care consumatorul mediu nu le va aștepta în mod normal** din categoria sau tipul unui anumit produs sau serviciu trebuie comunicate consumatorilor, deoarece acestea sunt în special de natură să le afecteze deciziile comerciale ⁽⁷¹⁾.

Pentru toate contractele în care consumatorul furnizează date cu caracter personal (indiferent dacă este vorba sau nu de o plată), **comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la scopurile prelucrării** în momentul în care sunt obținute respectivele date cu caracter personal.

3.2.2. Identitatea și datele de contact ale comerciantului

Articolul 5 alineatul (1)

(b) *identitatea comerciantului, cum ar fi denumirea sa socială, adresa geografică la care este stabilit și numărul său de telefon;*

Articolul 6 alineatul (1)

(b) *identitatea comerciantului, cum ar fi denumirea sa comercială;*

(c) *adresa fizică la care este stabilit comerciantul, precum și numărul său de telefon și adresa sa de e-mail. În plus, în cazul în care comerciantul oferă alte mijloace de comunicare online care să garanteze conservarea la dispoziția consumatorului, pe un suport durabil, a oricărei corespondențe scrise cu comerciantul, inclusiv a datei și a orei unei astfel de corespondențe, informațiile includ și detalii referitoare la aceste alte mijloace; toate aceste mijloace de comunicare oferite de comerciant permit consumatorului să contacteze rapid comerciantul și să comunice în mod eficient cu acesta; dacă este cazul, comerciantul furnizează, de asemenea, adresa fizică și identitatea comerciantului în numele căruia acționează;*

(d) *în cazul în care este diferită de adresa furnizată în conformitate cu litera (c), adresa geografică a locului în care comerciantul își desfășoară activitatea și, după caz, adresa comerciantului în numele căruia acționează, la care consumatorul poate trimite eventualele reclamații;*

3.2.2.1. Identitatea comerciantului

În plus față de dispozițiile prevăzute în DDC, articolul 7 alineatul (4) litera (b) din DPCN prevede că informațiile privind adresa geografică și identitatea comerciantului sunt considerate informații semnificative în cazul unei invitații de a cumpăra. În ceea ce privește **contractele negociate în spațiile comerciale**, astfel de informații pot să reiasă din context (a se vedea, de asemenea, secțiunea 3.1.3).

În ceea ce privește contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță, DDC impune **comerciantului care acționează în numele unui alt comerciant** să indice, de asemenea, identitatea și adresa geografică a acestuia din urmă. De asemenea, piețele online, chiar și atunci când sunt simpli intermediari și nu „acționează în numele” unui alt comerciant, trebuie să ia măsuri pentru a se asigura că **consumatorul este informat în mod corespunzător cu privire la identitatea comerciantului efectiv care oferă bunurile sau serviciile în cauză**, pe baza informațiilor furnizate chiar de respectivul comerciant. În fapt, în cazul în care piața nu furnizează informațiile cu privire la identitatea comerciantului efectiv, creând astfel impresia că ea este comerciantul efectiv, răspunderea pentru îndeplinirea obligațiilor comerciantului ar putea reveni pieței respective.

În cauza C-149/15 Wathelet ⁽⁷²⁾, Curtea a examinat responsabilitatea unui intermediar offline (atelier auto) pentru conformitatea bunurilor vândute consumatorilor în temeiul fostei Directive 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind vânzările de bunuri de consum ⁽⁷³⁾. Curtea a precizat că, deși Directiva 1999/44/CE nu abordează problema răspunderii intermediarilor față de consumatori, aceasta „nu exclude, în sine, faptul ca **noțiunea de «vânzător»**, în sensul articolului 1 alineatul (2) litera (c) din Directiva 1999/44/CE, să poată fi **interpretată ca incluzând un profesionist care acționează pe seama unui particular** în cazul în care se prezintă din punctul de vedere al consumatorului, **ca vânzător al unui bun de consum în temeiul unui contract în cadrul activității sale comerciale sau al profesiei sale. Astfel, profesionistul menționat ar putea crea o confuzie în percepția consumatorului, lăsându-l pe acesta din urmă să creadă în mod greșit că acționează în calitate de vânzător proprietar al bunului**” ⁽⁷⁴⁾.

⁽⁷¹⁾ A se vedea, de asemenea, secțiunea 2.9.5 din Orientările privind DPCN referitoare la „informațiile semnificative” din invitațiile de a cumpăra – articolul 7 alineatul (4).

⁽⁷²⁾ Cauza C-149/15, Wathelet, ECLI:EU:C:2016:840.

⁽⁷³⁾ Directiva 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 mai 1999 privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe (JO L 171, 7.7.1999, p. 12).

⁽⁷⁴⁾ *Ibidem*, punctele 33 și 34.

Curtea a statuat, de asemenea, că „pot fi pertinente în această privință printre altele gradul de participare și intensitatea eforturilor depuse de intermediar în vânzare, împrejurările în care bunul a fost prezentat consumatorului, precum și comportamentul acestuia din urmă, pentru a stabili dacă acesta ar fi putut să înțeleagă că intermediarul acționa pe seama unui particular” ⁽⁷⁵⁾.

Aceste concluzii ale Curții privind răspunderea intermediarului offline pentru conformitatea bunurilor ar putea fi relevante și pentru alți intermediari și pentru alte obligații ale comercianților în temeiul dreptului Uniunii, inclusiv într-un context online. În special, piețele online ar putea fi considerate responsabile pentru obligațiile comerciantului în ceea ce privește informațiile precontractuale sau executarea contractului în temeiul DDC în cazul în care, din punctul de vedere al consumatorului, acestea se prezintă drept comercianți în temeiul contractului (propus).

În cauza C-149/15 Wathelet, Curtea a subliniat faptul că „în consecință, cunoașterea de către consumator a identității vânzătorului și în special a calității sale de particular sau de profesionist este imperativă pentru a permite acestuia din urmă să beneficieze de protecția pe care i-o conferă Directiva 1999/44.” ⁽⁷⁶⁾. Cu toate acestea, chiar și în cazul în care furnizorul efectiv este, de asemenea, comerciant, iar consumatorul nu ar fi privat de drepturile sale, este posibil ca consumatorul să nu fi încheiat contractul dacă identitatea comerciantului efectiv ar fi fost cunoscută. În special, consumatorul ar putea avea preocupări legate, de exemplu, de credibilitatea unui astfel de comerciant, precum și de posibilitatea de a i se asigura respectarea drepturilor.

Nefurnizarea de informații cu privire la identitatea comerciantului sau furnizarea de date incorecte ar constitui o încălcare a DDC. Acest fapt ar putea constitui, de asemenea, o practică înșelătoare în temeiul DPCN, în măsura în care afectează decizia comercială a consumatorului. Dreptul Uniunii include și dispoziții sectoriale care consolidează această cerință. De exemplu, în cazul vânzării online de medicamente ⁽⁷⁷⁾ este strict interzisă estomparea distincției dintre piață și comerciantul cu amănuntul. O piață care oferă medicamente pe piața UE ar trebui să se asigure că consumatorii pot verifica dacă comerciantul deține autorizațiile relevante și dacă își desfășoară activitatea conform legii ⁽⁷⁸⁾.

Modul de executare a contractului în care este implicat un comerciant terț nu afectează drepturile și obligațiile privind contractul care decurge din DDC. De exemplu, în cadrul modelului de afaceri „dropshipping”, comerciantul nu păstrează în stoc anumite bunuri pe care le vinde, ci, atunci când sunt comandate de un consumator, comerciantul le cumpără de la un terț și le expediază direct clientului.

Cu toate acestea, în cazul în care comerciantul prelucrează comanda doar în calitate de intermediar și o transmite ulterior unui alt comerciant pentru a fi onorată în nume propriu, atunci, conform cauzei Wathelet, primul comerciant ar putea fi considerat răspunzător față de consumator atunci când, din punctul de vedere al consumatorului, comerciantul respectiv se prezintă ca vânzător de bunuri de consum în baza contractului. Pentru a evita o astfel de răspundere, comerciantul trebuie să informeze în mod clar consumatorul că acționează ca intermediar și să furnizeze în mod vizibil informații cu privire la identitatea vânzătorului efectiv ⁽⁷⁹⁾.

În acest sens, ar trebui remarcat faptul că articolul 6a litera (b), introdus prin Directiva (UE) 2019/2161, conține o cerință suplimentară specifică pentru furnizorii de piețe online de a informa consumatorii cu privire la statutul părții terțe care oferă bunurile, serviciile sau conținutul digital pe baza informațiilor furnizate de partea terță (a se vedea secțiunea 3.4.2).

3.2.2.2. Mijloace de comunicare

În ceea ce privește contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale, articolul 6 alineatul (1) litera (c), astfel cum a fost modificat prin Directiva (UE) 2019/2161, impune comerciantului obligația de a furniza consumatorului informații cu privire la următoarele mijloace de comunicare, ca parte a informațiilor precontractuale:

— adresa geografică, numărul de telefon și adresa de e-mail ale comerciantului; și

⁽⁷⁵⁾ *Ibidem*, punctul 44.

⁽⁷⁶⁾ *Ibidem*, punctul 37.

⁽⁷⁷⁾ Directiva 2001/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman (JO L 311, 28.11.2001, p. 67) prevede că doar farmaciile autorizate (sau îndreptățite în temeiul dreptului intern) pentru comercializare cu amănuntul pot vinde medicamente online. Comerciantul cu amănuntul trebuie să afișeze pe pagina sa de internet sigla UE care permite verificarea legalității activităților desfășurate de entitatea respectivă.

⁽⁷⁸⁾ A se vedea articolul 85c din Directiva 2001/83/CE.

⁽⁷⁹⁾ Principiul este, de asemenea, enunțat în mod explicit în ceea ce privește intermediarii online la articolul 5 alineatul (3) din propunerea de act legislativ privind serviciile digitale. Orientări suplimentare privind noțiunea de „comerciant” ar putea fi incluse în hotărârea care urmează să fie pronunțată în cauza pendinte C-536/20 Tiketa, care are ca obiect întrebarea dacă un intermediar online (platforma de emisie de bilete) poate fi considerat răspunzător în solidar cu comerciantul care furnizează efectiv serviciul, în special în cazul în care intermediarul nu a furnizat informații clare cu privire la faptul că acționează doar ca intermediar.

— dacă sunt disponibile, alte mijloace de comunicare scrisă online, care permit păstrarea conținutului și a datei și orei corespondenței pe un suport durabil.

„Suport durabil”, astfel cum este definit la articolul 2 punctul 10 din DDC, înseamnă „orice instrument care permite consumatorului sau comerciantului să stocheze informații care îi sunt adresate personal, într-un mod accesibil pentru referințe ulterioare pentru o perioadă de timp adecvată, în vederea informării, și care permite reproducerea neschimbată a informațiilor stocate” (a se vedea, de asemenea, secțiunea 4.4).

De exemplu, în ceea ce privește aplicațiile de mesagerie, unele dintre acestea permit expeditorului, ca de exemplu comerciantului în contextul tranzacțiilor B2C, să șteargă, de asemenea, din dispozitivul destinatarului, fie implicit, fie manual, mesajele pe care le-a trimis într-un anumit interval de timp (scurt) de la livrarea lor. În consecință, aceste mijloace de comunicare nu permit efectiv consumatorului să stocheze mesajul primit. Destinatarul ar putea să își salveze mesajele sau să creeze copii de rezervă pentru acestea, însă aceste operațiuni ar necesita competențe și cunoștințe tehnice suplimentare care nu pot fi așteptate de la un consumator. În consecință, va fi necesară o evaluare individuală pentru fiecare aplicație de mesagerie pentru a stabili dacă aceasta îndeplinește criteriile stabilite, ținând seama, de asemenea, de evoluția continuă a acestui tip de aplicații.

Curtea a remarcat, în mod special, în cauza C-649/17 Amazon EU faptul că posibilitatea ca un consumator să ia rapid legătura cu comerciantul și să comunice cu acesta în mod eficient prezintă o importanță fundamentală pentru protecția drepturilor sale⁽⁸⁰⁾. În consecință, orice mijloc de comunicare utilizat de comerciant trebuie să fie de natură să îndeplinească criteriile unei comunicări directe și eficiente.

În această hotărâre, Curtea a confirmat faptul că articolul 6 alineatul (1) litera (c) **nu interzice utilizarea de către comerciant a altor mijloace de comunicare care să asigure o comunicare directă și efektivă**, în plus față de cele enumerate în dispoziția respectivă⁽⁸¹⁾.

Această interpretare rămâne relevantă și după modificările introduse prin Directiva (UE) 2019/2161. Deși comerciantul trebuie să informeze consumatorul, înainte de încheierea contractului, cu privire la mijloacele de comunicare enumerate și care îndeplinesc criteriile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (c), **comerciantului nu i se interzice să pună la dispoziție și mijloace alternative de comunicare**. Acestea pot fi, de exemplu, asistenți vocali automați sau mijloace de comunicare scrisă online (roboți de chat) care nu au caracteristicile specificate la articolul 6 alineatul (1) litera (c). În cazul acestor mijloace de comunicare suplimentare se vor aplica normele generale prevăzute în DPCN. În special, comercianții ar trebui să informeze consumatorii în mod clar și în timp util dacă aceste mijloace alternative le permit acestora din urmă să urmărească corespondența scrisă, inclusiv data și ora.

Comerciantul trebuie, de asemenea, să se asigure că orice mijloc de comunicare online despre care consumatorul a fost informat înainte de încheierea contractului (și în confirmarea contractului) în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (c) poate fi ușor accesat din interfața comerciantului. Niciun mijloc de comunicare suplimentar nu ar trebui prezentat și promovat într-un mod care să îngreuneze accesul consumatorilor și utilizarea de către aceștia a respectivului mediu de comunicare pus la dispoziție în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (c).

Aceste mijloace de comunicare sunt puse la dispoziție în scopul de a permite consumatorului să ia rapid legătura cu comerciantul și să comunice cu acesta în mod eficient. Aceasta implică faptul că ar trebui luate măsurile necesare pentru a se asigura, de exemplu, preluarea apelurilor telefonice în timpul orelor de program și un răspuns prompt la comunicările prin e-mail.

3.2.2.3. Locul de stabilire

Noțiunea de „stabilire” din această cerință de informare este aceeași cu cea utilizată, de exemplu, în Directiva 2006/123/CE privind serviciile, în care este definită (articolul 4) ca „exercitarea efectivă de către prestator a unei activități economice prevăzute la articolul 43 din tratat, pentru o perioadă nedeterminată și cu ajutorul unei infrastructuri stabile de unde activitatea de prestare de servicii este asigurată în mod efektiv”. În considerentul 37 se precizează că „[...] În cazul în care un prestator are mai multe locuri de stabilire, este important să se stabilească locul de stabilire de unde se prestează serviciul vizat [...]”.

Aceeași abordare poate fi utilizată pentru a stabili locul a cărui adresă geografică ar trebui să fie furnizată în temeiul prezentei directive. Deoarece sunt necesare informațiile cu privire la adresa „geografică”, acestea ar trebui să facă referire la un loc fizic:

— *De exemplu, nu este suficient să se furnizeze doar numărul căsuței poștale ca adresă a comerciantului.*

⁽⁸⁰⁾ Cauza C-649/17, Amazon EU, ECLI:EU:C:2019:576, punctul 41.

⁽⁸¹⁾ *Ibidem*, punctul 52.

3.2.2.4. Locul de desfășurare a activității

„Locul de desfășurare a activității” ar trebui să însemne locul în care se iau deciziile esențiale privind conducerea generală a comerciantului și în care sunt îndeplinite funcțiile administrației sale centrale. Această concluzie rezultă, de exemplu, din hotărârea Curții în cauza C-73/06 Planzer:

„Determinarea locului sediului activității economice a unei societăți presupune luarea în considerare a unui grup de factori, în fruntea cărora figurează sediul statutar, locul administrației centrale, locul întrunirii administratorilor societății și acela, de obicei identic, în care se decide politica generală a acestei societăți. Alte elemente, precum domiciliul principalilor administratori, locul întrunirii adunărilor generale, de păstrare a documentelor administrative și contabile și de derulare principală a activităților financiare, în special bancare, pot fi de asemenea luate în considerare.”⁽⁸²⁾.

3.2.3. Prețul

Articolul 5 alineatul (1)

(c) prețul total al bunurilor sau serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau taxele poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator;

Articolul 6 alineatul (1)

(e) prețul total al bunurilor și serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat dinainte în mod rezonabil dată fiind natura bunurilor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale sau de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate dinainte în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator; **în cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. În cazul în care aceste contracte sunt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu poate fi calculat dinainte, ar trebui indicat modul în care se calculează prețul;**

Părțile subliniate extrase din articolul 6 alineatul (1) litera (e) reprezintă cerințele suplimentare în ceea ce privește informațiile referitoare la preț, aplicabile numai contractelor la distanță/contractelor negociate în afara spațiilor comerciale, spre deosebire de cerințele prevăzute la articolul 5 alineatul (1) litera (c) pentru contractele negociate în spațiile comerciale. În special, în cazul contractelor la distanță/contractelor negociate în afara spațiilor comerciale, sunt necesare informații specifice pentru **contractele de abonament și contractele pe durată nedeterminată**.

Dacă produsul (sau unul dintre produsele) furnizat(e) în temeiul unui contract pe durată nedeterminată sau în temeiul unui abonament este taxat la un tarif fix, ar trebui furnizate informațiile cu privire la costul total pe perioada de facturare și cu privire la costurile lunare totale.

— De exemplu, abonamentele la servicii de internet sau servicii audiovizuale sunt de obicei taxate la un tarif fix pe lună/la două luni/trimestrial indiferent de utilizare. Prin urmare, costul lunar și, dacă perioada de facturare este diferită, costurile per perioada de facturare ar trebui furnizate consumatorului care dorește să încheie un contract de abonament online sau în afara spațiilor comerciale.

Dacă un contract acoperă sau include un produs pentru care costul total nu poate fi calculat în avans, comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la modul în care sunt calculate aceste costuri variabile:

— De exemplu, pentru serviciile de telefonie de voce ale căror costuri depind de utilizarea efectivă, comerciantul ar trebui să prezinte consumatorului o listă detaliată de prețuri pentru apeluri telefonice⁽⁸³⁾.

⁽⁸²⁾ C-73/06, Planzer, ECLI:EU:C:2007:397, punctul 61.

⁽⁸³⁾ Pentru serviciile de comunicații electronice, a se vedea, de asemenea, articolul 102 alineatul (1) și anexa VIII la Directiva (UE) 2018/1972 (Codul european al comunicațiilor electronice), precum și modelul fișei de sinteză a contractului și detaliile acestuia privind prețul serviciilor de comunicații electronice, astfel cum se prevede în Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2019/2243.

În temeiul articolului 6 alineatul (6), pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță, consumatorii nu trebuie să suporte niciun fel de costuri suplimentare sau costuri cu privire la care nu au fost informați de către comerciant. Această dispoziție reflectă obligația comerciantului de a informa consumatorul cu privire la prețul integral, inclusiv cu privire la toate taxele, accizele și costurile suplimentare aplicabile, în special TVA-ul la import, taxe vamale, vămuire etc. aplicabile achizițiilor de la comercianți din afara UE ⁽⁸⁴⁾.

În cazul în care conținutul sau serviciul digital include **achiziții opționale suplimentare și integrate**, consumatorul ar trebui informat în mod corespunzător, înainte de achiziționarea produsului digital, cu privire la posibilitatea oferirii unor astfel de opțiuni de cumpărare suplimentare. Această cerință s-ar putea aplica, de exemplu:

- aplicațiilor care includ achiziții pentru utilizarea aplicației, precum opțiunile suplimentare și nivelurile suplimentare ale unui joc video;
- abonamentelor la serviciile de furnizare a conținutului audio-vizual care includ conținut opțional cu plată pentru vizionare (filme) oferite în schimbul unei plăți suplimentare.

3.2.4. Livrarea și executarea contractului

Articolul 5 alineatul (1)

(d) acolo unde este cazul, modalitățile de plată, livrare și executare, data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor;

Articolul 6 alineatul (1)

(g) modalitățile de plată, livrare, executare, data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să presteze serviciile și, după caz, politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor;

Această cerință de informare este similară pentru contractele negociate în spațiile comerciale și contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță, cu excepția faptului că pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, toate informațiile relevante ar trebui furnizate numai „dacă este cazul”, în timp ce pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță** ar trebui să fie furnizate în toate cazurile, cu excepția informațiilor privind politica comerciantului de soluționare a reclamațiilor, care este necesară numai „dacă este cazul”.

Această cerință de informare este similară celei prevăzute la articolul 7 alineatul (4) litera (d) din DPCN. Cu toate acestea, în temeiul DPCN, informațiile privind condițiile de plată, livrare și executare trebuie furnizate în invitația de a cumpăra numai atunci când acestea sunt în dezavantajul consumatorului comparativ cu practicile de piață diligente.

Comerciantul ar îndeplini, de asemenea, cerințele prevăzute la articolul 5 alineatul (1) litera (d) sau la articolul 6 alineatul (1) litera (g) privind timpul de livrare sau executarea dacă acesta indică o **perioadă (ca de exemplu „10 zile” sau „două săptămâni”) de la încheierea contractului** (plasarea comenzii de către consumator). Comerciantul nu trebuie să indice neapărat o anumită zi calendaristică, deoarece este posibil ca acest lucru să nu fie întotdeauna fezabil din punct de vedere practic.

Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, obligația de informare cu privire la intervalul de timp în care comerciantul se angajează să livreze bunurile sau să execute serviciul nu ar fi aplicabilă dacă **livrarea sau executarea are loc imediat**.

Pentru **contractele de vânzare negociate în spațiile comerciale**, cerința de a indica timpul de livrare ar trebui interpretată în lumina articolului 18. În special, comerciantul nu ar trebui să informeze cu privire la timpul livrării bunurilor dacă intenționează să le livreze în **termenul standard de 30 de zile specificat la articolul 18**. Desigur, această dispoziție nu împiedică comerciantul să comunice consumatorului un termen de livrare diferit sau nu împiedică comerciantul și consumatorul să convină o dată diferită. Data convenită ar constitui apoi termenul „convenit” de livrare, menționat la articolul 18 (a se vedea, de asemenea, secțiunea 6 privind livrarea).

Articolul 7 din Regulamentul (UE) 2018/644 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽⁸⁵⁾ privind serviciile de **livrare transfrontalieră de colete** impune tuturor comercianților care încheie cu consumatori contracte de vânzare care includ trimiterea transfrontalieră de colete să pună la dispoziție, dacă este posibil și după caz, în etapa precontractuală, informații despre opțiunile de livrare transfrontalieră pentru contractul de vânzare specific și despre costurile care trebuie plătite de consumatori pentru livrarea transfrontalieră de colete, precum și, după caz, propriile lor politici în materie de tratare a reclamațiilor.

⁽⁸⁴⁾ Pentru informații cu privire la cumpărarea online de bunuri provenind dintr-o țară din afara Uniunii Europene, a se consulta: https://ec.europa.eu/taxation_customs/buying-goods-online-coming-non-european-union-country_en

⁽⁸⁵⁾ Regulamentul (UE) 2018/644 al Parlamentului European și al Consiliului din 18 aprilie 2018 privind serviciile de livrare transfrontalieră de colete (JO L 112, 2.5.2018, p. 19).

În ceea ce privește **conținutul și serviciile digitale online**, ar trebui remarcat faptul că, în temeiul articolului 5 alineatul (1) din Directiva privind conținutul digital, comerciantul trebuie să le furnizeze consumatorului **fără întârzieri nejustificate** după încheierea contractului, cu excepția cazului în care se convine altfel. Cu toate acestea, în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) și cu articolul 8 alineatul (8) din DDC în ceea ce privește contractele de prestări de servicii (digitale) (a se vedea secțiunea 5.6) și cu articolul 16 primul paragraf litera (m) din DDC în ceea ce privește contractele de furnizare de conținut digital online (a se vedea secțiunea 5.7), furnizorul ar trebui să obțină **cererea/consimțământul prealabil expres al consumatorului** pentru furnizarea unui serviciu digital sau a unui conținut digital online înainte de expirarea dreptului de retragere. În caz contrar, consumatorul ar putea să se retragă din contractele respective și ar avea dreptul să nu plătească (sau să solicite rambursarea) pentru serviciul digital sau conținutul digital online primit în conformitate cu articolul 14 alineatul (4) din DDC (a se vedea secțiunea 5.8).

În plus, articolul 5 alineatul (2) din Directiva privind conținutul digital clarifică faptul că comerciantul își îndeplinește obligația de furnizare atunci când:

- (a) conținutul digital sau orice mijloc adecvat pentru accesarea sau descărcarea conținutului digital devine disponibil sau accesibil pentru consumator sau pentru o instalație fizică sau virtuală aleasă de consumator în acest scop;
- (b) serviciul digital devine accesibil pentru consumator sau pentru o instalație fizică sau virtuală aleasă de consumator în acest scop.

3.2.5. Modalități de plată

Exemplele de **modalități de plată** care ar trebui să fie în mod special clar explicate consumatorului sunt:

- Plata prin intermediul facturii de telefonie a consumatorului;
- În cazul contractelor de abonament, precum jocurile video online, modalitatea prin care comerciantul utilizează informațiile cu privire la mijloacele de plată (precum datele cardului de credit) furnizate de consumator în momentul abonării inițiale și pentru facturarea achizițiilor ulterioare, fără a solicita consumatorului să reintroducă aceste informații.

Plățile fac obiectul Directivei (UE) 2015/2366 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁸⁶⁾ privind serviciile de plată (a se vedea, de asemenea, secțiunea 8 referitoare la articolul 19 privind comisioanele pentru utilizarea mijloacelor de plată). Articolul 64 alineatul (1) din directiva menționată prevede faptul că „statele membre se asigură că o operațiune de plată este considerată autorizată doar în cazul în care plătitorul și-a exprimat consimțământul referitor la executarea operațiunii de plată. O operațiune de plată poate fi autorizată de către plătitor fie înainte, fie după executarea acesteia, dacă plătitorul și prestatorul de servicii de plată au convenit astfel”.

În plus, consumatorii ar trebui informați în mod clar, deschis și evident, cu privire la **modalitățile de plată** pentru aceste achiziții suplimentare înainte de acceptarea produsului digital principal care le este oferit.

Setarea implicită pentru plăți nu ar trebui să permită efectuarea de achiziții suplimentare fără consimțământul expres al consumatorului (de exemplu, prin intermediul unei parole sau al altor mijloace adecvate). În ceea ce privește achizițiile pentru utilizarea unei aplicații, atunci când sistemul prevede intervale de timp pentru valabilitatea autentificării (de exemplu, un interval de 15 minute), comercianții nu ar trebui să aplice în mod automat setările standard, ci mai degrabă să solicite consimțământul expres al consumatorului în legătură cu durata aplicabilă a valabilității ⁽⁸⁷⁾.

3.2.6. Garanții și servicii postvânzare

Articolul 5 alineatul (1)

- (e) în plus față de o mențiune a existenței unei garanții legale de conformitate pentru bunuri, existența și condițiile privind serviciile postvânzare și garanțiile comerciale, după caz;

Articolul 6 alineatul (1)

- (l) o mențiune referitoare la existența unei garanții legale de conformitate pentru bunuri, conținutul digital și serviciile digitale;
- (m) acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și garanțiile comerciale;

⁽⁸⁶⁾ Directiva (UE) 2015/2366 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2015 privind serviciile de plată în cadrul pieței interne, de modificare a Directivelor 2002/65/CE, 2009/110/CE și 2013/36/UE și a Regulamentului (UE) nr. 1093/2010, și de abrogare a Directivei 2007/64/CE (JO L 337, 23.12.2015, p. 35).

⁽⁸⁷⁾ A se vedea IP/14/187 din 27.2.2014 și Poziția comună a autorităților naționale responsabile cu aplicarea drepturilor consumatorilor în ceea ce privește „achizițiile pentru utilizarea unei aplicații” pentru jocurile online, disponibile la adresa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/IP_14_187 și https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/common-position_of_national_authorities_within_cpc_2013_en_0.pdf.

Deși prezentate ușor diferit, contractele negociate în spațiile comerciale și contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță fac obiectul unor cerințe practic identice privind informațiile referitoare la **garanția legală și serviciile postvânzare**.

Normele de fond privind **garanția legală** sunt prevăzute la articolul 10 din Directiva privind vânzarea de bunuri (denumită în continuare „DVB”) și la articolul 11 din Directiva privind conținutul digital (denumită în continuare „DCD”). Aceste norme prevăd:

- În cazul **bunurilor**, răspunderea vânzătorului pentru neconformitatea (defectul) existentă la momentul livrării și care este constatată pe durata unei perioade de doi ani de la livrare (sau o perioadă de răspundere mai lungă aplicabilă în temeiul dreptului intern relevant);
- În cazul **conținutului digital sau serviciului digital**, răspunderea furnizorului pentru neconformitatea existentă la momentul furnizării și care este constatată pe durata unei perioade de doi ani de la furnizare (sau o perioadă de răspundere mai lungă aplicabilă în temeiul dreptului intern relevant), atunci când respectivul conținut sau serviciu digital este furnizat într-un singur act de furnizare sau în cursul perioadei contractuale de furnizare, în cazul unui conținut digital sau al unui serviciu digital care este furnizat în mod continuu.

Întrucât la articolul 6 alineatul (1) litera (l) din DDC se utilizează termenul „o mențiune referitoare la existența unei garanții legale”, nu este necesară, prin urmare, furnizarea unor informații detaliate cu privire la garanția legală. Cu toate acestea, pentru a respecta cerințele de informare, comerciantul trebuie cel puțin să informeze consumatorii cu privire la existența unei garanții legale și să indice durata acesteia.

În principiu, DVB și DCD armonizează pe deplin normele din domeniul lor de aplicare. Numai în anumite privințe, statele membre pot asigura o mai bună protecție a consumatorilor, în special perioade de răspundere mai lungi ⁽⁸⁸⁾.

Comercianții, în special comercianții transfrontalieri online, pot viza prin ofertele lor piețele din mai multe state membre fără a personaliza informațiile pentru fiecare piață vizată. Prin urmare, pentru a acoperi potențialele diferențe dintre cerințele juridice naționale, respectivii comercianți ar trebui să țină seama, de asemenea, de posibilele norme mai stricte care ar putea exista în diferite state membre pe care le vizează. Mai precis, aceștia ar trebui să se refere la faptul că **durata minimă a garanției legale este de doi ani și că legislația națională a țării de reședință a consumatorului poate prevedea drepturi mai solide pentru consumatori**.

În plus față de mențiunea existenței unei garanții legale, comerciantul care furnizează bunurile sau serviciile trebuie să pună la dispoziție, de asemenea, informații cu privire la **orice beneficiu postvânzare** care este oferit în mod voluntar de către furnizorul bunurilor sau al serviciilor sau de către alți comercianți implicați, cum ar fi producătorul bunurilor.

Informațiile privind existența și condițiile de **asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și/sau garanțiile comerciale** trebuie furnizate doar în cazul în care astfel de beneficii suplimentare sunt efectiv oferite.

Garanțiile comerciale sunt definite în sens larg la articolul 2 punctul 14 din directivă ca fiind orice angajament de a rambursa prețul plătit sau de a înlocui, a repara sau a întreține bunurile în orice mod în cazul în care acestea nu sunt conforme sau nu îndeplinesc alte cerințe. Nu există definiții pentru celelalte forme de beneficii. În practică, același tip de beneficiu ar putea fi oferit sub denumiri diverse de către comercianți diferiți.

DVB prevede obligativitatea juridică pentru garant în ceea ce privește garanția comercială, care poate fi furnizată de vânzător sau de o altă parte, cum ar fi producătorul. Cu toate acestea, drepturile consumatorilor în temeiul garanției comerciale sunt stabilite prin contract și, prin urmare, vor varia de la un comerciant la altul sau chiar pentru diferite bunuri oferite de același comerciant ⁽⁸⁹⁾. În cazul în care, în conformitate cu articolul 17 din DVB, producătorul oferă o „**garanție de durabilitate**” pentru anumite bunuri pentru o anumită perioadă, consumatorul are dreptul la reparare și înlocuire, astfel cum se prevede în DVB.

Informațiile cu privire la beneficiile postvânzare ar trebui să ofere explicații în special cu privire la locul în care va fi prestat serviciul în cauză și cu privire la persoana care suportă costul transportului (dacă este cazul). Informațiile incorecte sau înșelătoare cu privire la beneficiile postvânzare pot conduce la practici înșelătoare în temeiul DPCN. DPCN interzice faptul de „a prezenta drepturile de care consumatorii beneficiază prin lege ca și caracteristică distinctivă a ofertei comerciantului” [a se vedea articolul 6 alineatul (1) litera (g) și punctul 10 din anexa I] ⁽⁹⁰⁾.

⁽⁸⁸⁾ A se vedea, de exemplu, articolul 11 alineatul (2) al doilea paragraf din DCD.

⁽⁸⁹⁾ În conformitate cu articolul 17 alineatul (1) din Directiva privind vânzarea de bunuri, orice garanție comercială dă naștere unei obligații juridice pentru garant în condițiile stabilite în certificatul de garanție comercială și în anunțurile publicitare asociate disponibile în momentul încheierii contractului sau anterior.

⁽⁹⁰⁾ Măsura în care comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la garanția comercială oferită de o parte terță (producător) face obiectul cauzei pendente C-179/21, Victorinox.

3.2.7. Durata și rezilierea contractului

Articolul 5 alineatul (1) litera (f) și articolul 6 alineatul (1) litera (o)
durata contractului, după caz, sau, dacă contractul este încheiat pe durată nedeterminată sau urmează să fie prelungit în mod automat, condițiile de reziliere a contractului;
 Articolul 6 alineatul (1)
 (p) *acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului;*

Informațiile cu privire la condițiile de reziliere a unui contract pe durată nedeterminată sau a unui contract care este prelungit automat (necesare atât pentru contractele negociate în spațiile comerciale, cât și pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale/la distanță ar trebui să includă, în special, informații cu privire la:

- taxele aplicabile;
- procedurile de reziliere, în special, perioada de preaviz și mijloacele prin care ar trebui notificată rezilierea (de exemplu, adresă de e-mail sau poștală).

Pentru **contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale**, articolul 6 alineatul (1) litera (p) prevede, în plus, furnizarea de informații cu privire la durata minimă a obligațiilor consumatorului și anume, termenul minim în care se estimează efectuarea plății de către consumator conform termenilor și condițiilor oferite de comerciant:

- *De exemplu, un contract de telefonie mobilă de 24 de luni poate include o durată minimă de 6 luni care trebuie plătită în cazul rezilierii anticipate ⁽⁹¹⁾.*

Orice astfel de perioadă minimă în timpul căreia nu este permisă rezilierea contractului ar trebui tratată, de asemenea, ca una dintre **condițiile majore de reziliere a contractului** pe durată nedeterminată sau a unui contract prelungit automat în sensul articolului 5 alineatul (1) litera (f). Prin urmare, informațiile privind durata minimă ar trebui furnizate, de asemenea, pentru contractele pe durată nedeterminată și contractele prelungite automat, care sunt încheiate în spațiile comerciale și care fac obiectul articolului 5 alineatul (1) litera (f).

Directiva stabilește doar cerințe în materie de informare cu privire la rezilierea și prelungirea contractelor. Evaluarea caracterului echitabil al clauzelor contractuale corespunzătoare face obiectul Directivei 93/13/CEE privind clauzele contractuale abuzive ⁽⁹²⁾. Normele specifice privind durata, prelungirea și încetarea contractelor pot fi prevăzute în legislația sectorială relevantă a UE ⁽⁹³⁾.

3.2.8. Funcționalitate, compatibilitate și interoperabilitate

În conformitate cu modificările introduse prin Directiva (UE) 2019/2161, comercianții care oferă bunuri cu elemente digitale (dispozitive „inteligente”), conținut digital și servicii digitale trebuie să informeze consumatorul și cu privire la **funcționalitatea, compatibilitatea și interoperabilitatea acestora**. Cerințele corespunzătoare sunt stabilite în termene identice la articolul 6 alineatul (1) literele (r) și (s) pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță și la articolul 5 alineatul (1) literele (g) și (h) pentru contractele negociate în spațiile comerciale.

Articolul 5 alineatul (1) litera (g) și articolul 6 alineatul (1) litera (r)
dacă este cazul, funcționalitatea, inclusiv măsurile tehnice de protecție aplicabile, a bunurilor cu elemente digitale, a conținutului digital și a serviciilor digitale;
 Articolul 5 alineatul (1) litera (h) și articolul 6 alineatul (1) litera (s)
dacă este cazul, orice compatibilitate și interoperabilitate relevante ale bunurilor cu elemente digitale, ale conținutului digital și ale serviciilor digitale de care comerciantul are cunoștință sau se poate presupune în mod rezonabil că are cunoștință;

Noțiunile de „funcționalitate”, „compatibilitate” și „interoperabilitate” sunt definite la articolul 2 din Directiva privind conținutul digital (denumită în continuare „DCD”).

⁽⁹¹⁾ A se vedea articolul 105 alineatul (1) și articolul 107 din CECE.

⁽⁹²⁾ A se vedea, de asemenea, Comunicarea Comisiei „Orientări privind interpretarea și aplicarea Directivei 93/13/CEE a Consiliului privind clauzele abuzive în contractele încheiate cu consumatorii” (JO C 323, 27.9.2019, p. 4).

⁽⁹³⁾ De exemplu, la articolele 105 și 107 din Directiva (UE) 2018/1972 (Codul european al comunicațiilor electronice) în ceea ce privește serviciile de comunicații electronice.

„Bunurile cu elemente digitale” (și anume, dispozitivele „inteligente”) reprezintă o subcategorie a definiției actualizate a „bunurilor” din Directiva privind vânzarea de bunuri („DVB”), care se aplică și în contextul DDC. În considerentul 14 din DVB se precizează faptul că „bunurile cu elemente digitale” încorporează sau sunt interconectate cu conținutul digital sau cu serviciul digital în așa fel încât absența conținutului digital sau a serviciului digital respectiv să împiedice bunurile să își îndeplinească funcțiile. Conținutul digital încorporat în bunuri sau interconectat cu acestea poate consta în orice tip de date produse și furnizate în format digital, cum ar fi sistemele de operare, aplicațiile și orice alt software. Conținutul digital poate fi preinstalat în momentul încheierii contractului de vânzare sau, în cazul în care contractul respectiv prevede acest lucru, poate fi instalat ulterior. Serviciile digitale interconectate cu bunuri pot include servicii care permit crearea, prelucrarea sau stocarea de date în format digital sau accesul la acestea, cum ar fi software-ul ca serviciu oferit în mediul de cloud computing, furnizarea continuă de date privind traficul într-un sistem de navigație sau furnizarea continuă de planuri de formare adaptate nevoilor individuale în cazul ceasurilor inteligente.

Comerciantul ar trebui să evalueze necesitatea de a furniza informații cu privire la caracteristicile bunurilor cu elemente digitale, conținut digital sau serviciu digital în funcție de caracteristicile lor specifice. Următoarea listă orientativă și neexhaustivă de elemente, care acoperă și **aspecte legate de funcționalitate, compatibilitate și interoperabilitate**, poate fi utilizată ca listă de verificare atunci când se decide ce informații trebuie furnizate cu privire la un anumit bun cu elemente digitale, conținut digital sau serviciu digital (a se vedea, de asemenea, secțiunea 3.2.1 cu privire la informațiile referitoare la principalele caracteristici):

- (1) limba (limbile) interfeței bunurilor cu elemente digitale, conținut digital sau serviciu digital și, în cazul în care este (sunt) diferită(e), limba (limbile) oricăror instrucțiuni de utilizare pentru funcționarea acestora;
- (2) metoda de furnizare a conținutului digital sau a serviciului digital: de exemplu, flux continuu, online, descărcare unică, acces la descărcare pe o perioadă determinată;
- (3) pentru fișierele video sau audio: durata de redare a conținutului;
- (4) pentru fișierele descărcabile: tipul și dimensiunea fișierului;
- (5) dacă există sau nu un angajament din partea comerciantului sau a unei părți terțe de a întreține sau de a actualiza bunurile cu elemente digitale, conținutul digital sau serviciul digital;
- (6) condiții care nu sunt direct legate de interoperabilitate, cum ar fi:
 - (a) urmărirea și/sau personalizarea;
 - (b) necesitatea unei conexiuni la internet și a cerințelor sale tehnice (precum viteza minimă de descărcare și de încărcare);
 - (c) necesitatea pentru alți utilizatori de a avea un anumit software instalat (de exemplu, software de comunicare).
- (7) restricții de utilizare, cum ar fi:
 - (a) limitele cu privire la de câte ori sau durata de timp în care un conținut digital poate fi vizionat, citit sau utilizat;
 - (b) limitele privind reutilizarea conținutului în scopuri precum realizarea de copii private;
 - (c) restricții în funcție de locul în care se află dispozitivul consumatorului;
 - (d) orice funcționalitate care este condiționată de achiziții suplimentare, precum conținutul plătit, calitatea de membru al unui club sau componente hardware ori software suplimentare;
- (8) dispozitivele cu care conținutul sau serviciul digital poate fi utilizat și, după caz, sistemul de operare necesar și software-ul suplimentar, inclusiv numărul versiunii și componentele hardware, precum viteza procesorului și caracteristicile plăcii grafice;
- (9) orice particularitate legată de funcționalitățile „internetului obiectelor” ale bunurilor cu elemente digitale.

3.3. *Cerințe suplimentare pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță*

3.3.1. *Prețul personalizat*

Articolul 6 alineatul (1)

(ea) *dacă este cazul, faptul că prețul a fost personalizat pe baza unui proces decizional automatizat;*

Această cerință de informare introdusă prin Directiva (UE) 2019/2161 se aplică contractelor la distanță și contractelor negociate în afara spațiilor comerciale. În practică, aceasta va fi relevantă numai pentru contractele încheiate online care permit utilizarea procesului decizional automatizat și crearea de profiluri ale comportamentului consumatorilor pentru personalizarea prețului pentru anumiți consumatori sau categorii specifice de consumatori.

În cazul în care astfel de tehnici sunt utilizate pentru personalizarea prețului, consumatorii ar trebui să fie informați în mod clar și vizibil, astfel încât să poată lua în considerare potențialele riscuri în decizia lor de cumpărare.

Astfel cum se explică în considerentul 45 din Directiva (UE) 2019/2161, „această cerință de informare nu ar trebui să se aplice unor tehnici cum ar fi stabilirea «dinamică» sau «în timp real» a prețurilor, care implică modificarea lor într-un mod foarte flexibil și rapid, ca răspuns la cererile pieței, în cazul în care tehnicile respective nu implică personalizarea pe baza procesului decizional automatizat”.

Stabilirea dinamică a prețurilor se referă la modificarea prețurilor ca urmare a unor variabile care nu sunt legate de clienți, cum ar fi momentul zilei, oferta disponibilă, prețurile concurenților. Atunci când se utilizează stabilirea dinamică a prețurilor fără personalizarea prețurilor, diferiți consumatori sau diferite grupuri de consumatori ar trebui să vizualizeze același preț dacă achiziționează același produs în același timp, indiferent de profilul și caracteristicile lor individuale.

Nici diferențele de preț rezultate din variațiile impozitelor sau taxelor aplicabile (de exemplu, diferențele dintre statele membre în ceea ce privește cotele de TVA) nu reprezintă prețuri personalizate. În mod similar, nici reducerile de preț care sunt aplicate în general și nu vizează o anumită persoană sau un anumit grup selectat prin crearea automată de profiluri nu se încadrează în categoria prețurilor personalizate.

Stabilirea de prețuri personalizate se referă la personalizare. Comercianții colectează date cu privire la consumatorii individuali utilizând procesul decizional automatizat pentru a evidenția comportamentul consumatorilor. Datele cu privire la istoricul căutărilor sau dispozitivul informatic sunt elemente care ar putea fi utilizate pentru a determina profilul consumatorului.

De exemplu, un comerciant online ar putea crește prețul atunci când constată o creștere a traficului pe site ca formă de stabilire dinamică a prețurilor. Cu toate acestea, „numărul de clicuri” al consumatorului pe o anumită pagină web poate fi, de asemenea, utilizat de algoritmi pentru a contura comportamentul consumatorului respectiv și pentru a personaliza prețul pentru acesta.

Cerința prevăzută în DDC se limitează la informațiile privind personalizarea. Aceasta este o cerință de informare suplimentară care ar trebui respectată în momentul în care se oferă un preț personalizat. Această cerință de informare „nu aduce atingere Regulamentului (UE) 2016/679, care prevede, printre altele, dreptul persoanei de a nu fi supusă în mod individual procesului decizional automatizat, inclusiv stabilirii de profiluri” [considerentul 45 din Directiva (UE) 2019/2161]. Stabilirea de prețuri personalizate poate intra sub incidența normelor specifice privind procesul decizional automatizat prevăzut la articolul 22 din RGPD⁽⁹⁴⁾. Alte cerințe prevăzute în RGPD, relevante în acest context, includ cerința privind temeiul juridic prevăzută la articolul 6, precum și obligațiile de informare prevăzute la articolele 12-14.

Furnizarea de informații cu privire la procesul decizional automatizat în cadrul politicii de confidențialitate a comerciantului nu va fi suficientă pentru respectarea cerințelor precontractuale în materie de informare cu privire la personalizarea prețurilor în temeiul DDC. Informațiile privind personalizarea prețurilor ar trebui furnizate înainte de fiecare tranzacție, nu doar ca parte a informațiilor generale privind prelucrarea datelor cu caracter personal de către comerciant.

3.3.2. *Costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță*

Articolul 6 alineatul (1)

(f) *costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, atunci când este calculat pe baza unui alt tarif decât tariful de bază;*

⁽⁹⁴⁾ Pentru orientări suplimentare, a se vedea Grupul de lucru „Articolul 29” pentru protecția datelor: Orientări privind procesul decizional individual automatizat și crearea de profiluri în sensul Regulamentului (UE) 2016/679.

Această cerință de informare s-ar aplica în special în cazul în care comerciantul promovează un număr din categoria serviciilor cu tarife majorate la care consumatorul trebuie să sune pentru a încheia contractul pentru bunurile sau serviciile oferite.

3.3.3. Avansuri și garanții financiare

Articolul 6 alineatul (1)

(g) acolo unde este cazul, existența și condițiile aferente avansurilor sau altor garanții financiare care trebuie plătite sau oferite de consumator la cererea comerciantului;

Avansurile și garanțiile financiare sunt tipice în contractele de închiriere care implică punerea unui obiect de valoare la dispoziția consumatorului, precum închirierea unui autovehicul. Astfel cum se explică în considerentul 33: „Comerciantul ar trebui să fie obligat să informeze în prealabil consumatorul cu privire la orice condiție care implică plățile de către consumator către comerciant a unui avans, inclusiv cu privire la orice condiție conform căreia o sumă este blocată pe cardul de credit sau de debit al consumatorului.”

— De exemplu, informațiile privind condițiile garanției ar trebui să explice, în special, dacă suma în cauză va fi blocată sau debitată din contul consumatorului și unde și în ce condiții va fi deblocată sau rambursată consumatorului.

3.3.4. Mecanismele extrajudiciare de depunere și soluționare a reclamațiilor

Articolul 6 alineatul (1)

(t) acolo unde este cazul, posibilitatea și modalitatea de a recurge la un mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor căruia i se supune comerciantul.

Cerința de informare de mai sus se referă la orice mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor la care este supus comerciantul, inclusiv la mecanismele care intră în domeniul de aplicare al Directivei 2013/11/UE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽⁹⁵⁾ privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum („Directiva privind SAL în materie de consum”).

Directiva privind SAL în materie de consum garantează accesul rezidenților UE la mecanisme extrajudiciare de soluționare a litigiilor cu comercianții stabiliți în UE. Aceasta prevede cerințe de calitate specifice pentru entitățile și procedurile de soluționare alternativă a litigiilor. Numai organismele de soluționare alternativă a litigiilor care au fost evaluate de statele membre pe baza acestor cerințe și care au fost comunicate Comisiei sunt recunoscute ca „entități SAL” în temeiul Directivei privind SAL în materie de consum.

Directiva privind SAL în materie de consum se aplică litigiilor interne și transfrontaliere privind obligațiile contractuale care decurg din contracte de vânzare sau din contracte de prestări de servicii, indiferent de produsul sau de serviciul achiziționat de consumator (sunt excluse numai litigiile privind sănătatea și învățământul superior ⁽⁹⁶⁾), indiferent dacă produsul sau serviciul a fost achiziționat online sau offline și dacă comerciantul este stabilit în statul membru al consumatorului sau în alt stat membru.

Prin urmare, în cazul în care mecanismul extrajudiciar cu privire la care comerciantul informează consumatorul în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (t) din DDC este o „entitate SAL”, astfel cum este definită la articolul 4 alineatul (1) litera (h) din Directiva privind SAL în materie de consum, comerciantul trebuie, de asemenea, să respecte cerințele prevăzute la articolul 13 din directiva menționată. Aceasta impune comercianților să furnizeze informații cu privire la entitatea/entitățile SAL de care sunt acoperiți atunci când comercianții respectivi se angajează sau sunt obligați să recurgă la soluționarea alternativă a litigiilor pentru a soluționa litigiile cu consumatorii. Informațiile respective includ adresa site-urilor internet ale entităților SAL relevante. În conformitate cu articolul 13 alineatul (2) din Directiva privind SAL în materie de consum, informațiile sunt furnizate în mod clar, inteligibil și ușor accesibil pe site-ul internet al comerciantului, în cazul în care acesta există, și, dacă este cazul, în termenii și condițiile generale ale contractelor de vânzare sau de prestare de servicii între comerciant și consumator.

⁽⁹⁵⁾ Directiva 2013/11/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 mai 2013 privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE (Directiva privind SAL în materie de consum) (JO L 165, 18.6.2013, p. 63).

⁽⁹⁶⁾ A se vedea articolul 2 alineatul (2) din Directiva privind SAL în materie de consum pentru excepțiile de la domeniul său de aplicare.

În această privință, Curtea a explicat că, având în vedere atât articolul 13 alineatul (2) din Directiva privind SAL în materie de consum, cât și articolul 6 alineatul (1) litera (t) din DDC, nu este suficient ca consumatorul să primească informațiile privind soluționarea alternativă a litigiilor abia în momentul încheierii contractului cu comerciantul, fie în cadrul condițiilor generale ale contractului, fie în cadrul unui document distinct de acestea. În schimb, consumatorul trebuie să primească aceste informații în timp util, anterior încheierii unui contract, iar nu abia în stadiul încheierii acestuia ⁽⁹⁷⁾.

În plus, articolul 14 alineatul (1) din Regulamentul (UE) nr. 524/2013 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽⁹⁸⁾ privind soluționarea online a litigiilor în materie de consum (Regulamentul privind SOL în materie de consum) impune comercianților stabiliți în Uniune care încheie contracte de vânzări sau de prestare de servicii online și piețelor online stabilite în Uniune să furnizeze pe paginile lor web un link electronic către platforma SOL ⁽⁹⁹⁾.

3.4. Cerințe suplimentare pentru piețele online

Directiva (UE) 2019/2161 modifică atât DDC, cât și DPCN introducând obligații de informare pentru „**piețele online**”. Piețele online sunt definite la articolul 2 alineatul (17) din DDC ⁽¹⁰⁰⁾.

Articolul 2

17. „piață online” înseamnă un serviciu care utilizează software, inclusiv un site de internet sau o parte a unui site de internet sau o aplicație gestionată de către comerciant sau în numele acestuia, care le permite consumatorilor să încheie contracte la distanță cu alți comercianți sau consumatori.

Directiva (UE) 2019/2161 a adăugat la DDC articolul 6a nou intitulat „Cerințe suplimentare de informare specifice pentru contractele încheiate pe piețele online”.

Articolul 6a începe cu o clauză generală care stabilește cerințe privind accesibilitatea informațiilor care trebuie furnizate de piața online – aceste cerințe formale corespund celor existente la articolul 6 alineatul (1) și la articolul 8 alineatul (1) pentru toate contractele la distanță:

Articolul 6a

- (1) Înainte ca un contract la distanță sau orice ofertă similară de pe o piață online să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, furnizorul de piață online furnizează consumatorului, fără a aduce atingere Directivei 2005/29/CE, următoarele informații, într-un mod clar și ușor de înțeles și adecvat mijloacelor de comunicare la distanță:

Obligațiile specifice de informare sunt prevăzute la articolul 6a alineatul (1). Litera (a) prevede transparența parametrilor de stabilire a ierarhiei, în timp ce obligațiile prevăzute la literele (b), (c) și (d) impun informații privind statutul celeilalte părți contractante, aplicabilitatea drepturilor consumatorilor și persoana responsabilă de executarea contractului.

3.4.1. Criteriile de stabilire a ierarhiei

Articolul 6a alineatul (1)

- (a) informații generale, puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online, care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate ofertele, privind principalii parametri de stabilire a ierarhiei ofertelor prezentate consumatorului ca urmare a căutării efectuate, astfel cum se prevede la articolul 2 alineatul (1) litera (m) din Directiva 2005/29/CE și importanța relativă a acestor parametri, prin raportare la alți parametri;

⁽⁹⁷⁾ Cauza C-380/19 Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, ECLI:EU:C:2020:498, punctele 34–35.

⁽⁹⁸⁾ Regulamentul (UE) nr. 524/2013 al Parlamentului European și al Consiliului din 21 mai 2013 privind soluționarea online a litigiilor în materie de consum și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE (Regulamentul privind SOL în materie de consum) (JO L 165, 18.6.2013, p. 1).

⁽⁹⁹⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EN>

⁽¹⁰⁰⁾ Propunerea Comisiei de regulament al Parlamentului European și al Consiliului din 15 decembrie 2020 privind piețe contestabile și echitabile în sectorul digital (Actul legislativ privind piețele digitale), COM(2020) 842 final, 2020/0374 (COD), prevede obligații suplimentare pentru anumite piețe care sunt operate de așa-numiți gatekeeperi.

Directiva (UE) 2019/2161 a adăugat o obligație de informare similară și la DPCN, sub forma alineatului (4a) nou de la articolul 7 privind omisiunile înșelătoare. De asemenea, a introdus punctul 11a la anexa I, „lista neagră” din DPCN, care interzice publicitatea nedivulgată și promovarea plătită în rezultatele căutării.

Obligația prevăzută în DDC se aplică piețelor online care permit încheierea directă de contracte cu părți terțe (atât contractele dintre comercianți și consumatori, cât și contractele dintre consumatori și consumatori). În schimb, aceasta nu se aplică instrumentelor de comparare a prețurilor și motoarelor de căutare online, atunci când acestea nu acționează ca piețe online – acești intermediari intră sub incidența exclusiv a cerințelor prevăzute în DPCN.

„Ierarhia” este definită la articolul 2 litera (m) din DPCN drept „vizibilitatea relativă conferită produselor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către comerciant, indiferent de mijloacele tehnologice utilizate pentru o astfel de prezentare, organizare sau comunicare”. Aceeași definiție se aplică și în contextul DDC.

Considerentul 19 din Directiva (UE) 2019/2161 completează definiția cu următoarele precizări: „...rezultând inclusiv din utilizarea secvențierii algoritmice, a unor mecanisme de evaluare sau notare, a efectelor vizuale distinctive sau a altor instrumente de scoatere în evidență ori a unor combinații ale acestora”.

Obligația de informare cu privire la parametrii de stabilire a ierarhiei este impusă atunci când piața oferă, în urma unei căutări efectuate de consumator, rezultate ale căutării referitoare la produse oferite de diferiți comercianți sau consumatori găzduiți pe piață. În schimb, **aceasta nu se aplică organizării implicite a interfeței online care este afișată consumatorului și care nu este rezultatul unei căutări specifice în interfața online respectivă.**

În ceea ce privește conținutul informațiilor, piața trebuie să furnizeze informații „generale” cu privire la principalii parametri de stabilire a ierarhiei produselor și cu privire la „importanța relativă” a acestor parametri în raport cu alți parametri.

În conformitate cu considerentul 22 din Directiva (UE) 2019/2161 „parametrii de stabilire a ierarhiei înseamnă orice criterii generale sau procese sau orice semnale specifice încorporate în algoritmi ori în orice alte mecanisme de ajustare sau retrogradare utilizate în legătură cu ierarhia rezultatelor.”

Informațiile privind ierarhia nu aduc atingere Directivei (UE) 2016/943 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹⁰¹⁾ privind secretele comerciale. Astfel cum s-a explicat în obligația paralelă de transparență referitoare la ierarhizare pentru toate platformele online și motoarele de căutare online prevăzută la articolul 5 din Regulamentul (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽¹⁰²⁾ („Regulamentul P2B”), aceasta înseamnă că luarea în considerare a intereselor comerciale ale furnizorilor relevanți nu ar trebui să conducă niciodată la refuzul de a dezvălui principalii parametri de stabilire a ierarhiei. În același timp, nici Directiva (UE) 2016/943, nici Regulamentul P2B nu impun dezvăluirea modului detaliat de funcționare a mecanismelor de stabilire a ierarhiei ale furnizorilor relevanți, inclusiv a algoritmilor acestora ⁽¹⁰³⁾. Aceeași abordare se aplică și în cazul cerinței de informare în temeiul DDC.

Descrierea parametrilor implicați de stabilire a ierarhiei poate să rămână la un nivel general și nu trebuie să fie prezentată într-un mod personalizat pentru fiecare căutare în parte ⁽¹⁰⁴⁾. În plus față de cerințele generale privind accesibilitatea, informațiile privind parametrii de stabilire a ierarhiei trebuie să fie puse la dispoziție într-o secțiune specifică a interfeței online care este direct și ușor accesibilă de pe pagina unde sunt prezentate ofertele ⁽¹⁰⁵⁾.

Obligația de informare se aplică și în cazul în care un comerciant permite căutări pe o interfață online prin **comenzi vocale** (prin intermediul unor „**asistenți vocali**”), mai degrabă decât prin tastare. De asemenea, în acest caz, informațiile trebuie să fie puse la dispoziție pentru consultare pe site-ul/aplicația comerciantului într-o „secțiune specifică a interfeței online”.

Normele privind transparența ierarhizării față de consumatori (prevăzute în DDC și în DPCN) definesc „ierarhizarea” în termeni material similari cu Regulamentul P2B. Regulamentul P2B impune platformelor să informeze întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online prin intermediul informațiilor incluse în termenii și condițiile pentru relațiile între întreprinderi ale respectivelor platforme sau să pună la dispoziție informații în etapa precontractuală.

⁽¹⁰¹⁾ Directiva (UE) 2016/943 a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2016 privind protecția know-how-ului și a informațiilor de afaceri nedivulgate (secrete comerciale) împotriva dobândirii, utilizării și divulgării ilegale (JO L 157, 15.6.2016, p. 1).

⁽¹⁰²⁾ 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 (JO L 186, 11.7.2019, p. 57).

⁽¹⁰³⁾ A se vedea considerentul 23 din Directiva (UE) 2019/2161 și considerentul 27 din Regulamentul P2B.

⁽¹⁰⁴⁾ A se vedea considerentul 23 din Directiva (UE) 2019/2161.

⁽¹⁰⁵⁾ A se vedea articolul 7 alineatul (4a) din DPCN.

Deși cerințele de informare respective sunt similare, „publicul” lor este diferit. Din acest motiv, DDC (și DPCN) impun doar furnizarea de informații „generale” cu privire la principalii parametri de stabilire a ierarhiei și la importanța lor relativă. Această diferență față de Regulamentul P2B reflectă necesitățile de informare ale **consumatorilor care au nevoie de informații concise ușor de înțeles**. Din același motiv, nici normele prevăzute în DDC (și în DPCN) nu impun o explicare a „motivelor” importanței relative a principalilor parametri de stabilire a ierarhiei prevăzuți în Regulamentul P2B.

Practic, furnizorii de servicii de intermediere online vor putea utiliza informațiile mai detaliate pe care le furnizează întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online în temeiul Regulamentului P2B ca bază pentru elaborarea unei explicații orientate către consumator a parametrilor de stabilire a ierarhiei. Comisia a emis orientări privind transparența ierarhizării în temeiul Regulamentului P2B ⁽¹⁰⁶⁾. Aceste orientări abordează o serie de aspecte care sunt, de asemenea, indirect relevante pentru aplicarea normelor prevăzute în DDC și DPCN privind transparența ierarhizării, cum ar fi conceptul de „parametri principali”, „vizibilitate relativă” și „remunerația directă și indirectă”.

3.4.2. Statutul celeilalte părți contractante

Articolul 6a alineatul (1)

(b) *dacă partea terță care oferă bunurile, serviciile sau conținutul digital este sau nu un comerciant, pe baza declarației respectivei părți terțe față de furnizorul de piață online;*

O cerință similară privind statutul furnizorului terț este prevăzută la noua literă (f) adăugată la articolul 7 alineatul (4) din DPCN care se referă la invitația de a cumpăra.

Scopul acestei cerințe de informare specifice piețelor online este de a se asigura că consumatorii știu întotdeauna de la cine cumpără un bun sau un serviciu pe piața online – un comerciant sau un alt consumator. O presupunere eronată potrivit căreia furnizorul terț este un comerciant poate cauza probleme consumatorului în ceea ce privește achiziția online (de exemplu, neconformitatea bunurilor) și în cazul în care se dovedește că normele de protecție a consumatorilor, cum ar fi dreptul de retragere în termen de 14 zile sau garanția legală, nu se aplică, de fapt, contractului.

Ambele dispoziții din DDC și din DPCN specifică faptul că informațiile privind statutul furnizorului terț ar trebui să se bazeze pe o declarație din partea furnizorului respectiv pe care piața online o transmite apoi consumatorului. Prin urmare, piața online se poate baza în principal pe declarația furnizată de furnizorul terț. Această abordare este în concordanță cu interdicția de a impune intermediarilor online obligații generale de supraveghere în temeiul Directivei privind comerțul electronic ⁽¹⁰⁷⁾, în măsura în care dispozițiile relevante ale Directivei privind comerțul electronic se aplică pieței online. În același timp, aceasta nu aduce atingere obligațiilor pieței în ceea ce privește conținutul ilegal, cum ar fi faptul că acționează pe baza unui anunț prin care platforma este informată cu privire la ofertele frauduloase specifice ale comercianților ⁽¹⁰⁸⁾.

Ar trebui subliniat faptul că articolul 6a alineatul (1) litera (b) stabilește o cerință de informare pentru a promova claritatea pentru consumatorii care fac cumpărături pe piețele online. Declarația pe proprie răspundere este un bun indicator al statutului juridic al furnizorului, dar nu înlocuiește definiția „comerciantului” care se aplică în continuare conform criteriilor specificate. În acest sens, ar trebui să se facă trimitere la punctul 22 din anexa I la DPCN, „lista neagră”, care interzice comercianților să pretindă că nu sunt comercianți. Această interdicție se aplică oricărei declarații incorecte sau inexacte a statutului de necomerciant în temeiul acestei norme noi privind informarea.

3.4.3. Informații privind inaplicabilitatea legislației UE în materie de protecție a consumatorilor

Articolul 6a alineatul (1) litera (c) urmărește să stimuleze comercianții să își declare în mod corect statutul. Acesta impune furnizorului pieței online să avertizeze consumatorii că nu beneficiază de drepturile consumatorilor în cazul în care furnizorul terț și-a declarat statutul de necomerciant.

⁽¹⁰⁶⁾ Comunicarea Comisiei – Orientări privind transparența ierarhizării în temeiul Regulamentului (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului (JO C 424, 8.12.2020, p. 1).

⁽¹⁰⁷⁾ Aceeași normă este prevăzută în propunerea Comisiei referitoare la Actul legislativ privind serviciile digitale, a se vedea: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_ro.

⁽¹⁰⁸⁾ A se vedea articolul 14 alineatul (2) din Directiva privind comerțul electronic.

Articolul 6a alineatul (1)

(c) *dacă partea terță care oferă bunurile, serviciile sau conținutul digital nu este un comerciant, faptul că drepturile consumatorilor care decurg din dreptul Uniunii în materie de protecție a consumatorilor nu se aplică contractului încheiat;*

Informațiile privind faptul că drepturile consumatorilor din UE nu se aplică contractului trebuie să însoțească, într-un mod concis și cât mai vizibil posibil, informațiile conform cărora furnizorul terț și-a declarat statutul de necomerciant. Scopul principal al acestei notificări este de a avertiza consumatorii că nu se pot baza pe protecția juridică la care s-ar aștepta în mod normal, cum ar fi dreptul de retragere sau garanția legală, astfel încât aceștia să încheie contractul cunoscând pe deplin aceste limitări.

3.4.4. Repartizarea responsabilităților pentru contract

Articolul 6a alineatul (1)

(d) *dacă este cazul, modul în care obligațiile legate de contract sunt partajate de partea terță care oferă bunurile, serviciile sau conținutul digital și furnizorul de piață online, fără ca această informare să aducă atingere responsabilității furnizorului de piață online sau a terțului comerciant în legătură cu contractul în temeiul altor norme de drept al Uniunii sau de drept intern.*

Consumatorii care utilizează o piață online încheie contracte fie cu furnizorul pieței, fie cu furnizorul terț pentru furnizarea anumitor produse oferite pe piață. În plus, consumatorul are, de asemenea, un contract (cadru) încheiat cu furnizorul pieței online, iar acesta din urmă are contracte încheiate cu furnizorii de pe piață. Aceste contracte reglementează condițiile de utilizare a serviciului de pe piață pentru utilizatori, inclusiv serviciile pe care piața le oferă consumatorului în legătură cu contractele lor încheiate cu furnizorii pentru anumite produse.

Articolul 6a alineatul (1) litera (d) urmărește să asigure claritatea pentru consumatori în ceea ce privește „modul în care obligațiile legate de contract sunt partajate de” furnizorul terț și furnizorul pieței atunci când încheie contracte cu furnizori terți de pe piață. Acesta impune obligativitatea ca piața să informeze consumatorul cu privire la orice posibilă responsabilitate pe care piața și-a asumat-o față de consumator în ceea ce privește astfel de contracte.

Aceste informații cu privire la partajarea responsabilităților între furnizorul pieței online și furnizorul terț trebuie puse la dispoziție „dacă este cazul”. Mai precis, această cerință se aplică numai în cazul în care există responsabilități partajate față de consumatori între piața online și furnizorul terț. De exemplu, piața online și-ar putea asuma responsabilitatea pentru livrarea bunurilor, în timp ce furnizorului terț îi revine responsabilitatea pentru conformitatea bunurilor.

DDC nu reglementează modul în care responsabilitățile urmează să fie partajate între părți. Pieței online și comerciantului terț le revine sarcina de a conveni asupra responsabilităților care le revin în ceea ce privește contractele încheiate pe piață, sub rezerva dreptului intern aplicabil, iar piața trebuie să informeze consumatorii în consecință.

Considerentul 27 din Directiva (UE) 2019/2161 oferă o ilustrare a modului în care piața online ar putea pune în aplicare această nouă obligație de informare: „furnizorul de piață online ar putea menționa că un comerciant terț este singurul responsabil pentru asigurarea drepturilor consumatorilor sau și-ar putea descrie propriile responsabilități specifice în cazul în care respectivul furnizor își asumă responsabilitatea pentru anumite aspecte ale contractului, de exemplu livrarea bunurilor sau exercitarea dreptului de retragere.” În considerentul 27 se menționează, de asemenea, faptul că informațiile ar trebui furnizate într-un mod clar și ușor de înțeles, și nu numai în clauzele și condițiile standard sau în documente contractuale similare.

3.4.5. Posibilitatea de a impune cerințe suplimentare de informare

Articolul 6a alineatul (2) permite statelor membre să impună cerințe suplimentare de informare pentru piețele online, ținând seama de normele prevăzute în Directiva 2000/31/CE privind comerțul electronic.

Articolul 6a

(2) *Fără a aduce atingere Directivei 2000/31/CE, prezentul articol nu împiedică statele membre să impună cerințe suplimentare de informare în sarcina furnizorilor de piețe online. Astfel de dispoziții trebuie să fie proporționale, nediscriminatorii și justificate de motive privind protecția consumatorului.*

În consecință, această opțiune de reglementare este similară cu opțiunea mai generală prevăzută la articolul 6 alineatul (8), care permite statelor membre să impună cerințe suplimentare de informare (astfel cum se menționează în secțiunea 3.1.5 de mai sus).

4. Condiții speciale pentru contractele la distanță

4.1. Definiția unui contract la distanță

Articolul 2 definește contractele la distanță după cum urmează: „(7) «contract la distanță» înseamnă orice contract încheiat între comerciant și consumator în cadrul unui sistem de vânzări sau de prestare de servicii la distanță organizat, fără prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, cu utilizarea exclusivă a unui sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță, până la și inclusiv în momentul în care este încheiat contractul”.

Considerentul 20 include explicații suplimentare privind acest concept, inclusiv exemple de mijloace de comunicare la distanță: „Definiția contractului la distanță ar trebui să se aplice în toate cazurile în care se încheie un contract între comerciant și consumator în cadrul unor sisteme de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizate cu utilizarea exclusivă a unui sau a mai multor mijloace de comunicare la distanță (**cum ar fi comanda prin poștă, Internet, telefon sau fax**), până la și incluzând momentul încheierii contractului. Definiția respectivă ar trebui să includă, de asemenea, situațiile în care consumatorul doar vizitează spațiile comerciale cu scopul de a se informa cu privire la bunuri sau servicii, ulterior negociază și încheie contractul la distanță. Prin contrast, un contract negociat în spațiile comerciale ale comerciantului și în final încheiat prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță nu ar trebui considerat un contract la distanță. Nici un contract inițiat prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță, dar încheiat în final în spațiile comerciale ale comerciantului, nu ar trebui considerat un contract la distanță. În mod similar, conceptul de contract la distanță nu ar trebui să includă rezervele efectuate de consumator printr-un mijloc de comunicare la distanță pentru a solicita furnizarea unui serviciu de către un profesionist, cum este cazul unui consumator care telefonează pentru a solicita o programare la coafor. [...]”.

Pentru încheierea unui contract la distanță părțile pot utiliza, de asemenea, **o combinație de mai multe mijloace de comunicare la distanță** (de exemplu, site internet, aplicație pentru dispozitive mobile sau telefon). Faptul că părțile se întâlnesc după încheierea contractului la distanță, de obicei în momentul livrării sau plății, nu ar trebui să schimbe clasificarea unui contract drept contract la distanță. În cazul în care consumatorul a vizitat spațiile comerciale doar pentru a colecta informații cu privire la bunuri sau servicii, contractul pe care acesta îl negociază și îl încheie ulterior cu comerciantul la distanță ar trebui considerat un contract la distanță. Deși simpla stabilire a unei întâlniri cu comerciantul nu este considerată un contract la distanță, o rezervare obligatorie făcută, de exemplu, prin telefon, a bunurilor de recuperat sau a serviciilor de primit într-o anumită perioadă constituie cel mai probabil un contract la distanță în sensul directivei.

Directiva se aplică numai contractelor la distanță încheiate în temeiul **unui sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat**. De exemplu, dacă un comerciant încheie numai în mod excepțional un contract cu un consumator prin e-mail sau telefon, după ce a fost contactat de către consumator, un astfel de contract nu ar trebui considerat un contract la distanță în temeiul directivei. Cu toate acestea, nu este necesar ca comerciantul să realizeze o organizare complexă, cum ar fi interfața online, pentru vânzările la distanță. De asemenea, mecanisme mai simple, cum ar fi promovarea utilizării poștei electronice sau a telefonului pentru încheierea de contracte cu consumatorii, ar declanșa aplicarea cerințelor prevăzute în DDC.

Comerciantul poate utiliza o piață online pentru încheierea contractelor care fac obiectul directivei. Conform explicațiilor de la considerentul 20: „[...] Noțiunea de sistem de vânzări sau de prestări de servicii la distanță organizat ar trebui să includă acele sisteme oferite de terți, alții decât comerciantul, dar care sunt utilizate de comerciant, cum ar fi platformele online. Aceasta nu ar trebui să includă însă cazurile în care site-urile Internet oferă doar informații despre comerciant, bunurile și/sau serviciile acestuia și datele de contact.”

Aplicarea DDC nu depinde de tehnologia utilizată de comerciant. Este irelevant dacă un consumator încheie un contract la distanță „normal” pe internet sau utilizează tehnologia de execuție „blockchain” ⁽¹⁰⁹⁾.

4.2. **Informații precontractuale**

4.2.1. *Informațiile care trebuie prezentate direct înainte de plasarea comenzii*

Articolul 8

(2) Dacă un contract la distanță care urmează să fie încheiat prin mijloace electronice obligă consumatorul să plătească, comerciantul aduce la cunoștința consumatorului de o manieră clară și foarte vizibilă, imediat înainte ca acesta să facă comanda, informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) literele (a), (e), (o) și (p).

Articolul 8 alineatul (2) se referă la informațiile care trebuie furnizate consumatorilor în mod direct înainte de încheierea contractelor prin mijloace electronice și care implică plata unui preț.

Directiva nu definește „mijloacele electronice”, însă, având în vedere explicația de la considerentul 39, acest termen ar trebui interpretat ca făcând referire la **contractele încheiate prin intermediul site-urilor internet și al altor interfețe online**: „Este important ca, în cazul contractelor la distanță încheiate prin intermediul unor site-uri Internet, consumatorul să poată citi și înțelege integral elementele principale ale contractului, înainte de a face comanda. În acest scop, ar trebui prevăzut în prezenta directivă ca respectivele elemente să fie afișate în imediata apropiere a confirmării solicitate pentru efectuarea comenzii.[...]”. În plus, având în vedere definiția „mijloacelor electronice” din Directiva (UE) 2015/1535 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹¹⁰⁾, articolul 8 alineatul (2) se poate aplica, de asemenea, altor tehnologii, precum conținutul digital furnizat prin intermediul receptoarelor digitale de televiziune.

Articolul 8 alineatul (2) din DDC ar trebui interpretat în contextul normelor naționale de transpunere a dispozițiilor Directivei 2000/31/CE privind comerțul electronic în materie de încheiere a contractelor, care se aplică în cazul în care contractul intră sub incidența definiției „serviciu al societății informaționale” și anume, orice serviciu furnizat în mod normal în schimbul remunerării, la distanță, prin mijloace electronice și la cererea individuală a unui beneficiar al serviciilor.

Articolul 8 alineatul (9) din DDC confirmă în mod expres că nu aduce atingere dispozițiilor de la articolele 9 și 11 din Directiva 2000/31/CE, conform cărora comerciantul are obligația **de a permite consumatorului să verifice comanda electronică înainte de a o plasa**.

Prin urmare, articolul 8 alineatul (2) din DDC s-ar aplica în practică în momentul în care consumatorul este rugat să verifice comanda în conformitate cu Directiva privind comerțul electronic, și anume să verifice conținutul coșului de cumpărături înainte de a apăsa butonul „cumpără” ⁽¹¹¹⁾.

⁽¹⁰⁹⁾ Acest principiu este valabil și pentru tranzacțiile în cazul cărora sunt utilizate așa-numitele „contracte inteligente”. Noțiunea de „contract inteligent” descrie un program pentru calculator sau un protocol de tranzacție destinat să execute, să controleze sau să documenteze în mod automat evenimente și acțiuni relevante din punct de vedere juridic. Nu s-a ajuns încă la un consens în ceea ce privește definiția „contractelor inteligente”. Conform „Report on the legal and regulatory framework of blockchains and smart contracts” (Raportul privind cadrul juridic și de reglementare al tehnologiilor blockchain și al contractelor inteligente), întocmit de ConsenSys AG în numele Observatorului și forumului Uniunii Europene privind tehnologia blockchain, termenul înseamnă, în general, codul informatic stocat pe un blockchain și care poate fi accesat de una sau mai multe părți (https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/reports/report_legal_v1.0.pdf). Aceste programe sunt adesea autoexecutate și utilizează proprietăți blockchain, cum ar fi inviolabilitatea, prelucrarea descentralizată etc. Prin urmare, întrucât un „contract inteligent” funcționează conform clauzelor unui contract specific pe care îl execută, noțiunea de „contract inteligent” nu ar trebui utilizată ca sinonim pentru contractul în sine.

⁽¹¹⁰⁾ Directiva (UE) 2015/1535 a Parlamentului European și a Consiliului din 9 septembrie 2015 referitoare la procedura de furnizare de informații în domeniul reglementărilor tehnice și al normelor privind serviciile societății informaționale (JO L 241, 17.9.2015, p. 1). Articolul 1 litera (b) punctul (ii): „**prin mijloace electronice**» înseamnă că serviciul este transmis inițial și primit la destinație prin intermediul echipamentului electronic pentru prelucrarea (inclusiv arhivarea digitală) și stocarea datelor, și este transmis integral, transferat și recepționat prin cablu, radio, mijloace optice sau alte mijloace electromagnetice.”

⁽¹¹¹⁾ Unii comercianți prezintă alte produse care „le-ar putea plăcea” consumatorilor în etapa finală a procesului de plasare a comenzii, ceea ce poate crea dificultăți consumatorilor în ceea ce privește revizuirea comenzii și verificarea exactității informațiilor aferente. În cazul în care prezentarea ar putea crea confuzie în rândul consumatorilor și ar putea împiedica o înțelegere corectă a principalelor elemente ale contractului înainte de plasarea comenzii, o astfel de practică ar putea fi calificată drept înșelătoare în temeiul articolului 6 sau al articolului 7 din DPCN.

Noțiunea „imediat înainte” de la articolul 8 alineatul (2) ar trebui să acopere, mai întâi, **aspectul temporal** și ar trebui interpretată ca însemnând „chiar înainte”. Mai mult, noțiunile „manieră clară” din articolul 8 alineatul (2) și „imediată apropiere” din considerentul 39 sugerează cerințe mai stricte privind **prezentarea informațiilor** în comparație cu cerințele generale prevăzute la articolul 6 alineatul (1) și la articolul 8 alineatul (1). Informațiile ar trebui prezentate astfel încât consumatorul să le poată vedea și citi efectiv înainte de plasarea comenzii fără să fie obligat să navigheze în afara paginii utilizată pentru plasarea comenzii.

Cerințele specifice precontractuale în materie de informare menționate la articolul 8 alineatul (2) sunt următoarele:

- (1) principalele caracteristici [articolul 6 alineatul (1) litera (a)];
- (2) prețul total [articolul 6 alineatul (1) litera (e)];
- (3) durata contractului și condițiile de reziliere a acestuia [articolul 6 alineatul (1) litera (o)];
- (4) acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a contractului [articolul 6 alineatul (1) litera (p)].

4.2.2. Butonul de confirmare a comenzilor

Articolul 8

(2) [...]

Comerciantul se asigură că consumatorul confirmă explicit, atunci când face comanda, că această comandă implică o obligație de a plăti. Dacă pentru a face comanda este necesar să se activeze un buton sau o funcție similară, butonul sau funcția similară sunt etichetate de o manieră lizibilă doar cu mențiunea «comandă ce implică o obligație de plată» sau o formulare neambiguă corespunzătoare, care să indice că a face comanda implică obligația de a plăti comerciantului. Dacă comerciantul încalcă prezentul paragraf, consumatorul nu are nicio obligație în temeiul contractului sau al comenzii.

Al doilea paragraf de la articolul 8 alineatul (2) impune ca butonul folosit pentru plasarea comenzii pe site să fie clar etichetat. Indicația (eticheta) respectivă trebuie să figureze chiar pe buton sau în imediata vecinătate a acestuia. Această etichetă poate fi concepută în diferite moduri atât timp cât oferă un mesaj clar cu privire la obligația de plată ⁽¹¹²⁾:

- *De exemplu, noțiuni precum „cumpără acum”, „plătește acum” sau „confirmă cumpărarea” ar transmite mesajul impus prin această dispoziție;*
- *În schimb, este mai puțin probabil ca formulări precum „înregistrează-te”, „confirmă” sau „comandă acum”, precum și frazele lungi inutile care pot ascunde efectiv mesajul cu privire la obligația de plată, să îndeplinească această cerință;*

Această cerință se aplică, de asemenea, în cazul în care comerciantul a elaborat prezentarea informațiilor precontractuale consumatorului în conformitate cu articolul 8 alineatul (4).

4.2.3. Informațiile privind restricțiile în ceea ce privește livrarea și mijloacele de plată

Articolul 8

(3) *Site-urile comerciale indică clar și lizibil, cel mai târziu la începutul procesului de formulare a comenzii, dacă se aplică vreo restricție în ceea ce privește livrarea și care sunt mijloacele de plată acceptate.*

În temeiul articolului 8 alineatul (3), site-urile de tranzacționare trebuie să informeze consumatorii cu privire la restricțiile în ceea ce privește livrarea, inclusiv cele geografice, oferind informații ușor de înțeles, într-un mod clar vizibil. De exemplu, aceste informații nu ar trebui să fie menționate doar în termenii și condițiile generale ale comerciantului sau doar pe pagini web separate care nu sunt etichetate în mod clar și care, în consecință, este posibil să nu poată fi accesate de consumatori în timpul sesiunii lor de cumpărături.

Informațiile privind „restricțiile în ceea ce privește livrarea” prevăzute la articolul 8 alineatul (3) trebuie să corespundă informațiilor privind modalitățile de livrare furnizate în conformitate cu articolul 6 litera (g) din DDC.

⁽¹¹²⁾ Eventuale orientări suplimentare privind interpretarea noțiunii de „formulare neambiguă corespunzătoare” sunt așteptate în cauza pendinte C-249/21 Fuhrmann-2, care abordează problema dacă o astfel de formulare trebuie să fie evaluată luând în considerare toate circumstanțele unui proces de comandă sau de rezervare, în special modul în care este structurat procesul de comandă, sau doar limbajul utilizat pentru etichetarea butonului/funcției similare.

Restricțiile în ceea ce privește livrarea și plata fac obiectul Regulamentului (UE) 2018/302 al Parlamentului European și al Consiliului privind geoblocarea ⁽¹¹³⁾. În special, modificarea automată a informațiilor privind restricțiile în ceea ce privește livrarea pe baza geolocalizării utilizatorului ar putea implica o încălcare a articolului 4 din Regulamentul privind geoblocarea, în special în cazul în care împiedică accesul la bunuri într-o zonă deservită în mod normal de comerciant.

— *De exemplu, un comerciant care oferă servicii de livrare într-un anumit stat membru conform condițiilor generale aplicabile pe site-ul său internațional „.com” nu trebuie să excludă automat această opțiune de livrare atunci când identifică un consumator care se conectează din statul membru respectiv și pentru care este disponibil, de asemenea, un site internet național dedicat.*

În ceea ce privește mijloacele de plată, articolul 5 din Regulamentul privind geoblocarea interzice comercianților să își limiteze acceptarea din motive legate de cetățenia sau naționalitatea, sau de domiciliul ori sediul clientului în Uniune, cum ar fi locul emiterii cardului bancar.

4.2.4. Contractele încheiate prin mijloace de comunicare la distanță cu spațiu sau timp limitat

Articolul 8 alineatul (4) abordează mijloacele de comunicare la distanță care permit un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informațiilor:

Articolul 8

(4) *În cazul în care contractul este încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță ce permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației, comerciantul furnizează în cadrul mijlocului de comunicare respectiv sau prin intermediul acestuia, înaintea încheierii contractului, cel puțin informațiile precontractuale referitoare la principalele caracteristici ale bunului sau serviciului, identitatea comerciantului, prețul total, dreptul la retragere, durata contractului și, în cazul contractelor pe durată nedeterminată, modalitățile de încetare a contractului, astfel cum se menționează la articolul 6 alineatul (1) literele (a), (b), (e), (h) și, respectiv, (o), cu excepția formularului tipizat de retragere prevăzut în anexa I partea B, menționat la litera (h). Celelalte informații menționate la articolul 6 alineatul (1), inclusiv modelul de formular de retragere, sunt furnizate consumatorului de comerciant într-un mod adecvat, în conformitate cu alineatul (1) din prezentul articol.*

Prin urmare, articolul 8 alineatul (4) include aceleași cerințe de informare ca și articolul 8 alineatul (2), la care se adaugă informațiile cu privire la:

- (1) identitatea comerciantului, astfel cum se menționează la articolul 6 alineatul (1) litera (b);
- (2) dreptul de retragere, astfel cum se menționează la articolul 6 alineatul (1) litera (h), și anume informații cu privire la condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv.

Articolul 8 alineatul (4) nu include cerința de la articolul 6 alineatul (1) litera (p) de furnizare a informațiilor privind „durata minimă de valabilitate a obligațiilor care revin consumatorului conform contractului”. Cu toate acestea, conform explicațiilor de mai sus din secțiunea 3.2.7, orice astfel de perioadă minimă este, de asemenea, una dintre condițiile majore de reziliere a unui contract pe durată nedeterminată sau a unui contract prelungit automat în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (o). Prin urmare, în practică, acest element de informare ar trebui să fie acoperit, de asemenea, de articolul 8 alineatul (4).

Articolul 8 alineatul (4) se aplică contractelor încheiate prin intermediul unor tehnologii precum **telefonul**, prin intermediul **asistenților pentru cumpărături care funcționează prin voce**, prin **SMS** sau prin alte mijloace de comunicare la distanță care impun limite tehnice pentru cantitatea de informații care pot fi prezentate consumatorului ⁽¹¹⁴⁾. În astfel de situații, directiva permite comerciantului să furnizeze consumatorului o gamă mai limitată de informații înainte de încheierea contractului la distanță, în timp ce celelalte informații prevăzute la articolul 6 alineatul (1) trebuie furnizate printr-o altă sursă într-un limbaj simplu și inteligibil. (a se vedea, de asemenea, considerentul 36, care se referă la „asigurarea unui număr de telefon netaxat sau a unei legături hipertext către o pagină Internet”).

Directiva (UE) 2019/2161 a modificat articolul 8 alineatul (4) din DDC, excluzând din obligațiile de informare obligația de a furniza modelul de formular de retragere prevăzut în anexa I partea B. Prin urmare, este suficientă comunicarea respectivului model de formular într-un limbaj clar și inteligibil printr-o altă sursă ⁽¹¹⁵⁾. După încheierea contractului, ar trebui incluse informații complete în confirmarea contractului furnizat pe un suport durabil, conform articolului 8 alineatul (7).

⁽¹¹³⁾ 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 (JO L 60I, 2.3.2018, p. 1).

⁽¹¹⁴⁾ A se vedea, de asemenea, considerentul 41 din Directiva (UE) 2019/2161.

⁽¹¹⁵⁾ Cauza C-430/17, Walbusch Walter Busch, ECLI:EU:C:2019:47, punctul 46.

Curtea a examinat aplicarea articolului 8 alineatul (4) în cauza C-430/17Walbusch Walter Busch, care vizează vânzările la distanță prin comandă poștală (cărți poștale de comandă distribuite prin intermediul ziarelor și revistelor).

Curtea a statuat că „pentru a aprecia dacă, într-un caz concret, mijlocul de comunicare permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației, în sensul articolului 8 alineatul (4)”, trebuie **să se țină cont de toate caracteristicile tehnice ale comunicării comerciale a comerciantului**. În această privință, trebuie să se verifice dacă **toate informațiile vizate la articolul 6 alineatul (1) din DDC ar putea fi în mod obiectiv prezentate** în cadrul comunicării respective, ținând seama de spațiul și de timpul ocupate de comunicarea informației și de dimensiunea minimă a caracterelor tipărite care ar fi adecvată pentru consumatorul mediu care este destinatarul acestei comunicări.

În schimb, „**alegerile făcute de comerciantul în cauză** în legătură cu organizarea și cu utilizarea spațiului și a timpului de care beneficiază în temeiul mijlocului de comunicare pe care a decis să îl utilizeze nu sunt relevante pentru efectuarea acestei [aprecieri]” ⁽¹¹⁶⁾.

În termeni practici, „mijloacele de comunicare la distanță ce permit un spațiu sau un timp limitat” menționate la articolul 8 alineatul (4) sunt **cele care nu permit furnizarea de informații pe mai multe niveluri** (de exemplu, prin intermediul rubricilor extensibilelor sau al hiperlinkurilor, direcționând consumatorii către o prezentare mai detaliată a informațiilor relevante) – a se vedea în acest sens secțiunea 3.1.1 privind furnizarea de informații consumatorilor într-un mod clar și ușor de înțeles.

Telefoanele inteligente nu se califică la categoria „mijloace de comunicare la distanță ce permit un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informațiilor”, deoarece informațiile suplimentare pot fi furnizate întotdeauna și utilizatorilor unor astfel de ecrane prin intermediul unor arbori sau al unor pagini suplimentare cu conținut extensibil. În cazul în care comerciantul a adaptat conținutul și prezentarea interfeței online pentru astfel de dispozitive, acesta poate utiliza articolul 8 alineatul (4) și jurisprudența aferentă ca orientări pentru selectarea informațiilor care ar trebui furnizate într-o manieră foarte vizibilă. În aceste cazuri, comerciantul se poate concentra asupra informațiilor prevăzute la articolul 8 alineatul (4), după caz, într-un format extensibil ⁽¹¹⁷⁾, și poate furniza restul informațiilor obligatorii prin intermediul unor pagini suplimentare.

4.3. **Contracte încheiate prin telefon**

Articolul 8

(5) *Fără a aduce atingere alineatului (4), în cazul în care comerciantul îi telefonează consumatorului în vederea încheierii unui contract la distanță, comerciantul își declină identitatea la începutul conversației cu consumatorul și, dacă este cazul, declină identitatea persoanei în numele căreia telefonează și specifică scopul comercial al apelului.*

Articolul 8 alineatul (5) conține o normă specială pentru contractele încheiate prin telefon care impune ca identitatea comerciantului și scopul comercial al apelului să fie prezentate în mod clar la începutul conversației. Întrucât această normă „nu aduce atingere alineatului (4)”, **comercianții pot limita informațiile furnizate în timpul unui apel telefonic în conformitate cu articolul 8 alineatul (4)**.

Articolul 8

(6) *În cazul în care urmează să se încheie un contract la distanță prin intermediul telefonului, statele membre pot dispune că comerciantul trebuie să confirme oferta consumatorului, al cărui angajament începe doar după ce a semnat oferta sau după ce și-a trimis consimțământul scris. Statele membre pot dispune și că aceste confirmări trebuie făcute pe un suport durabil.*

Articolul 8 alineatul (6) conține altă opțiune de reglementare aflată la dispoziția statelor membre. Anumite state membre au utilizat această opțiune de reglementare într-un mod mai limitat și anume, au aplicat cerințele suplimentare respective numai contractelor încheiate printr-un apel telefonic **inițiat** de comerciant.

⁽¹¹⁶⁾ Ibidem, punctul 39.

⁽¹¹⁷⁾ Comercianții ar putea utiliza abordarea bazată pe „tabele de conținut” utilizând rubrici extensibile. În partea superioară, consumatorii ar putea găsi principalele subiecte, fiecare dintre acestea putând fi extins făcând clic pe respectivul subiect, astfel încât consumatorii să fie direcționați către o prezentare mai detaliată a informațiilor relevante. În acest fel, consumatorii dispun de toate informațiile necesare într-un singur loc, păstrând în același timp controlul asupra a ceea ce trebuie revizuit și a momentului.

„Suport durabil” în această dispoziție face trimitere la hârtie și alte suporturi durabile explicate la considerentul 23: „Suporturile durabile ar trebui să îi permită consumatorului să stocheze informațiile atât timp cât este necesar în scopul protejării intereselor proprii care decurg din relația sa cu comerciantul. Printre suporturile durabile ar trebui să se numere, în special, hârtia, stickurile de memorie USB, CD-ROM-urile, DVD-urile, cardurile de memorie sau discurile dure ale computerelor, precum și e-mailurile.” Prin urmare, statele membre pot solicita ca atât confirmarea ofertei din partea comerciantului, cât și consimțământul consumatorului să fie pe un suport durabil, care nu este neapărat hârtie și care poate fi, de exemplu, un schimb de e-mailuri.

4.4. Confirmarea contractului

Articolul 8

(7) Comerciantul transmite consumatorului confirmarea încheierii contractului, pe un suport durabil, într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță și cel târziu la momentul livrării bunurilor sau înainte de începerea prestării serviciului solicitat. Respectiva confirmare include:

- (a) toate informațiile menționate la articolul 6 alineatul (1), cu excepția cazului în care comerciantul a transmis deja informațiile respective consumatorului, pe un suport durabil, înaintea încheierii contractului la distanță; și
- (b) acolo unde este cazul, confirmarea acordului prealabil expres al consumatorului și confirmarea în conformitate cu articolul 16 litera (m).

Comerciantul ar trebui să transmită consumatorului o confirmare a contractului, inclusiv toate informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1), exceptând cazul în care aceasta a fost deja furnizată pe un suport durabil, precum un catalog de comandă poștală, SMS sau e-mail înainte de încheierea contractului.

Definiția unui „suport durabil” a fost examinată de Curte în cauza C-49/11 Content Services privind Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, care impune, de asemenea, prin articolul 5 alineatul (1), confirmarea unui contract la distanță pe un suport durabil. Conform hotărârii Curții, o simplă furnizare de informații pe un site internet nu constituie un suport durabil: „Articolul 5 alineatul (1) din Directiva 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 1997 privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță trebuie interpretat în sensul că o **practică comercială care constă în a nu face accesibile informațiile prevăzute de această dispoziție decât printr-un hiperlink pe site-ul internet al întreprinderii în discuție nu îndeplinește cerințele dispoziției menționate**, deoarece aceste informații nu sunt nici «furnizate» de această întreprindere, nici «primite» de consumator, în sensul aceleiași dispoziții, și că **un site internet cum este cel în cauză în acțiunea principală nu poate fi considerat «suport durabil», în sensul articolului 5 alineatul (1) sus-menționat.**”⁽¹¹⁸⁾.

În același timp, Curtea nu a exclus posibilitatea ca anumite site-uri internet să se califice drept suporturi durabile dacă îndeplinesc cerințele: „Or, nu reiese din dosar că site-ul internet al vânzătorului la care face trimitere linkul indicat consumatorului îi permite acestuia din urmă să stocheze informațiile care îi sunt adresate personal astfel încât să le poată accesa și să le reproducă ca atare pe parcursul unei perioade corespunzătoare în afara oricărei posibilități de modificare unilaterală a conținutului lor de către vânzător.”⁽¹¹⁹⁾.

Noțiunea de „suport durabil” a fost analizată, de asemenea, în cauza C-375/15 BAWAG, în raport cu Directiva 2007/64/CE a Parlamentului European și a Consiliului⁽¹²⁰⁾ privind serviciile de plată care conține o definiție similară a „suportului durabil”. Curtea a statuat că anumite site-uri internet pot fi clasificate drept „suporturi durabile”, sub rezerva îndeplinirii unor condiții specifice:

- site-ul internet permite consumatorului să stocheze informațiile care i-au fost adresate personal astfel încât acesta să le poată accesa și reproduce identic, pe o perioadă corespunzătoare, **fără a fi posibilă nicio modificare unilaterală a conținutului acestora de către prestatorul de servicii sau de către un alt comerciant; și**
- în cazul în care consumatorul este obligat să consulte site-ul internet în cauză pentru a lua cunoștință de informațiile respective, **transmiterea acestor informații este însoțită de un comportament activ al furnizorului destinat să aducă la cunoștința consumatorului** respectiv existența și disponibilitatea acestor informații pe site-ul internet menționat⁽¹²¹⁾.

⁽¹¹⁸⁾ Cauza C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, punctul 51.

⁽¹¹⁹⁾ *Ibidem*, punctul 46.

⁽¹²⁰⁾ Directiva 2007/64/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 13 noiembrie 2007 privind serviciile de plată în cadrul pieței interne, de modificare a Directivelor 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE și 2006/48/CE și de abrogare a Directivei 97/5/CE (JO L 319, 5.12.2007, p. 1).

⁽¹²¹⁾ Cauza C-375/15, BAWAG, ECLI:EU:C:2017:38, punctele 43-45.

Prin urmare, un cont privat online al unui consumator pe site-ul comerciantului unde comerciantul încarcă informațiile adresate consumatorului și pe care nu le poate îndepărta sau modifica unilateral, ar putea fi considerat un suport durabil în sensul directivei. Dacă un astfel de cont este singura modalitate a comerciantului de a transmite confirmarea contractului, ar trebui asigurată **accesibilitatea permanentă a consumatorului** la acesta pe o perioadă corespunzătoare și după rezilierea contractului consumatorului încheiat cu comerciantul.

În ceea ce privește „comportamentul activ” pentru a aduce la cunoștință noua comunicare, CJUE a confirmat, în cauza BAWAG, că trimiterea unui mesaj către căsuța poștală personală a consumatorului poate fi suficientă, cu condiția ca: (i) căsuța poștală respectivă este utilizată în mod obișnuit de consumator pentru comunicarea cu alte persoane și (ii) cu privire la a cărei utilizare părțile au convenit în contractul de prestări de servicii corespunzător încheiat între comerciant și consumator. Cu toate acestea, adresa astfel aleasă nu poate fi căsuța poștală atribuită consumatorului pe site-ul internet administrat de comerciant ⁽¹²²⁾.

Comerciantul ar trebui să facă în continuare obiectul obligației prevăzute la articolul 8 alineatul (7) de a transmite confirmarea contractului pe un suport durabil, chiar dacă informațiile precontractuale au fost furnizate consumatorului în conformitate cu articolul 8 alineatul (4). Această obligație poate fi considerată îndeplinită în mod corespunzător, printre altele, atunci când, cu acordul consumatorului, comerciantul trimite o confirmare a contractului prin poștă electronică.

În ceea ce privește **calendarul confirmării**, articolul 8 alineatul (7) prevede ca aceasta să fie trimisă „într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță”. În plus, confirmarea trebuie să fie transmisă cel târziu în momentul livrării bunurilor sau înainte de începerea prestării serviciului.

Pentru **servicii**, nu există nicio cerință de a transmite confirmarea înainte de finalul perioadei de retragere (dacă executarea contractului începe după încheierea acestei perioade). Cu toate acestea, cerința de transmitere a confirmării „într-un termen rezonabil” implică faptul că aceasta trebuie trimisă suficient de devreme pentru a permite consumatorului să își exercite dreptul de retragere. Va trebui să se decidă de la caz la caz dacă o confirmare întârziată ar trebui considerată ca nerezonabilă în sensul articolului 8 alineatul (7).

Nu există niciun termen absolut explicit pentru confirmarea contractelor de **prestări de servicii de utilități publice și a contractelor de furnizare de conținut digital online**. Prin analogie, normele privind contractele de prestări de servicii ar trebui să se aplice acestor contracte, și anume, confirmarea ar trebui transmisă cel târziu înainte de începerea executării contractului. Această analogie pare a fi consolidată de normele comune prevăzute de directivă cu privire la calculul perioadei de exercitare a dreptului de retragere pentru aceste contracte în conformitate cu articolul 9 alineatul (2) literele (a) și (c).

Contractele de furnizare de **conținut digital online** sunt, de obicei, executate imediat, și anume, înainte de expirarea perioadei de exercitare a dreptului de retragere și mijlocul cel mai comun de confirmare este prin poștă electronică. În acest context o întrebare relevantă ar fi dacă comercianții în cauză trebuie să se asigure că într-adevăr consumatorul primește confirmarea prin poștă electronică înainte de începerea descărcării sau transmiterii în flux continuu a conținutului digital sau dacă este suficient ca, înainte de începerea executării contractului, comerciantul să trimită un astfel de mesaj prin poștă electronică.

Trebuie menționat că articolul 8 alineatul (7) nu face referire la „primirea” confirmării de către consumator; în schimb acesta impune comerciantului să o „transmită”. Semnificația noțiunilor „să transmită” și „să primească” în contextul Directivei 97/7/CE privind vânzările la distanță a fost luat în considerare de CJUE în cauza C-49/11 Content Services. Conform articolului 5 alineatul (1) din Directiva privind vânzările la distanță, consumatorul trebuie **să primească** în scris sau pe un alt suport durabil disponibil și la care are acces, confirmarea informațiilor în timp util pe parcursul executării contractului, cu excepția cazului în care aceste informații au fost deja **furnizate** consumatorului înainte de încheierea contractului, în scris sau pe un alt suport durabil.

Curtea a menționat în hotărârea sa că termenii „furnizate” și „să primească” sunt diferiți de termenul „să beneficieze” care este utilizat în alte dispoziții ale directivei și pe care Curtea l-a considerat o formulare „neutră”: „Trebuie subliniat în această privință și că, în timp ce legiuitorul Uniunii a optat la articolul 4 alineatul (1) din Directiva 97/7/CE, în marea majoritate a versiunilor lingvistice, **pentru o formulare neutră, conform căreia consumatorul trebuie «să beneficieze» de informațiile relevante**, în schimb, a ales un termen mai constrângător pentru comercianți la articolul 5 alineatul (1) din această directivă, potrivit căruia consumatorul trebuie «să primească» confirmarea informațiilor menționate. [...]” ⁽¹²³⁾.

⁽¹²²⁾ Ibidem, punctele 51 și 53.

⁽¹²³⁾ Cauza C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, punctul 35.

Ar trebui să se recunoască, de asemenea, faptul că comerciantul nu controlează procesul de transmitere a mesajului de confirmare prin poștă electronică. În acest sens, cerințele prevăzute la articolul 8 alineatul (7) sunt îndeplinite dacă mesajul de confirmare este trimis prin poștă electronică **imediat înainte** de furnizarea conținutului digital, și anume, înainte de începerea descărcării sau a transmiterii în flux continuu.

5. Dreptul de retragere

5.1. Calcularea perioadei dreptului de retragere

5.1.1. Introducere

Articolul 9

(1) *Cu excepția cazurilor prevăzute la articolul 16, consumatorul beneficiază de o perioadă de 14 zile pentru a se retrage dintr-un contract la distanță sau dintr-un contract negociat în afara spațiului comercial, fără a fi nevoit să justifice decizia de retragere și fără a suporta alte costuri decât cele prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la articolul 14.*

(1a) *Statele membre pot adopta norme conform cărora termenul de retragere de 14 zile menționat la alineatul (1) se extinde la 30 de zile pentru contractele încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor [...];*

Articolul 9 acordă consumatorului un termen de **14 zile pentru a se retrage** dintr-un contract negociat în afara spațiilor comerciale sau la distanță fără a preciza un motiv anume. Pentru contractele încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor, statele membre pot prelungi perioada de retragere de la 14 la 30 de zile. Aplicarea opțiunilor normative în cazul vizitelor nesolicitate sau al deplasărilor este abordată în secțiunea 5.9.

În considerentul 41 se precizează că „[...] toate termenele incluse în prezenta directivă ar trebui interpretate drept termene exprimate **în zile calendaristice**. Dacă un termen exprimat în zile se calculează din momentul în care intervine un eveniment sau se realizează un act, ziua în cursul căreia a avut loc acest eveniment sau se realizează acest act nu ar trebui luată în seamă la calculul termenului.”

Prin urmare, „14 zile”/„30 de zile” în această dispoziție ar trebui să însemne 14 sau, respectiv, 30 de zile calendaristice, începând din ziua următoare celei în care are loc evenimentul relevant (și anume, încheierea contractului sau livrarea bunurilor):

— *de exemplu, în cazul în care bunurile sunt livrate sau contractul de prestări de servicii este încheiat la 1 martie, ultima zi de exercitare a dreptului de retragere ar trebui să fie 15 martie sau, în cazurile prevăzute la alineatul (1a), 31 martie.*

În considerentul 41 se precizează faptul că Regulamentul (CEE, Euratom) nr. 1182/71 al Consiliului ⁽¹²⁴⁾ se aplică directivei. Conform regulamentului menționat anterior [articolul 3 alineatul (3)]: „Termenele includ zilele de sărbători legale, duminicile și sămbetele, cu excepția cazului în care acestea sunt excluse în mod expres sau dacă termenele sunt exprimate în zile lucrătoare.”

Altfel zilele de sărbători legale, duminicile și săbetele sunt **incluse** în cele 14 zile/30 de zile.

Cu toate acestea, dacă perioada de retragere **se încheie** în una dintre aceste zile, aceasta ar trebui prelungită până la următoarea zi lucrătoare, având în vedere faptul că la articolul 3 alineatul (4) din Regulamentul (CEE, Euratom) nr. 1182/71 se stipulează că: „Dacă ultima zi a unui termen exprimat altfel decât în ore este o zi de sărbătoare legală, o duminică sau o sămbătă, **termenul se încheie la expirarea ultimei ore a următoarei zile lucrătoare.**”

Listele zilelor desemnate ca zile de sărbători legale de statele membre în sensul Regulamentului (CE) nr. 1182/71 sunt publicate în Jurnalul Oficial ⁽¹²⁵⁾.

— *De exemplu, dacă perioada de 14 zile pentru exercitarea dreptului de retragere pentru un contract încheiat cu un consumator român se încheie la 25 decembrie 2021, aceasta ar trebui prelungită până la 27 decembrie, deoarece zilele de 25 și 26 decembrie sunt desemnate zile de sărbători legale în România în 2021.*

Deși comercianții ar trebui să accepte dreptul consumatorului de a se retrage din contract în timpul perioadei de retragere prelungite, aceștia nu au nicio obligație expresă de a informa consumatorul că este posibilă o prelungire (a se vedea, de asemenea, „Modelul de instrucțiuni privind retragerea” anexat la directivă).

⁽¹²⁴⁾ Regulamentul (CEE, Euratom) nr. 1182/71 al Consiliului din 3 iunie 1971 privind stabilirea regulilor care se aplică termenelor, datelor și expirării termenelor (JO L 124, 8.6.1971, p. 1).

⁽¹²⁵⁾ De exemplu, lista pentru 2021 este disponibilă la adresa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3AC2020%2F451%2F02&qid=1617356863154>.

5.1.2. Data de începere a perioadei de retragere

Articolul 9

(2) Fără a aduce atingere articolului 10, termenul de retragere menționat la alineatul (1) din prezentul articol expiră după 14 zile sau, în cazurile în care statele membre au adoptat norme în conformitate cu alineatul (1a) din prezentul articol, după 30 de zile, de la:

- (a) în cazul contractelor de prestări servicii, ziua care urmează datei de încheiere a contractului;
- (b) în cazul contractelor de vânzare, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a bunurilor sau:

 - (i) în cazul în care consumatorul comandă printr-o singură comandă bunuri multiple care vor fi livrate separat, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a ultimului bun;
 - (ii) în cazul livrării unui bun care constă din mai multe loturi sau piese, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a ultimului bun sau piesă;
 - (iii) în cazul contractelor pentru livrarea periodică de bunuri pe o perioadă de timp determinată, ziua în care consumatorul sau o parte terță alta decât transportatorul și care este indicată de consumator intră în posesia fizică a primului bun;

- (c) în cazul contractelor pentru furnizarea de apă, gaz sau electricitate, atunci când acestea nu prevăd vânzarea într-un volum limitat sau cantitate stabilită, de încălzire centralizată sau de conținuturi digitale care nu sunt livrate pe un suport material, data încheierii contractului.

Data de la care este calculată perioada de 14 zile/30 de zile pentru exercitarea dreptului de retragere depinde de tipul de contract: contract de vânzare, contract de prestări de servicii, contract de furnizare de conținut digital online sau contract de prestări de servicii de utilități publice. Directiva prevede două date de pornire:

- **data încheierii contractului** – pentru contractele de prestări de servicii, contractele de prestări de servicii de utilități publice și contractele de furnizare de conținut digital online;
- **ziua intrării fizice în posesia bunurilor (livrare)** – pentru contractele de vânzare, dar care fac obiectul mai multor norme speciale pentru: (1) bunuri multiple comandate printr-o singură comandă și livrate separat; (2) bunuri care constau din mai multe loturi sau piese și livrate separat; și (3) contractele pentru livrarea periodică de bunuri pe o perioadă determinată.

Pentru bunurile livrate, perioada de retragere începe în ziua următoare celei în care consumatorul sau o altă persoană indicată de acesta, alta decât un transportator, intră în posesia fizică a bunurilor [articolul 9 alineatul (2) litera (b)]. Această dispoziție diferă de articolul 20 care prevede ca riscul să fie transferat consumatorului imediat ce bunurile sunt livrate transportatorului, dacă transportatorul a fost însărcinat de către consumator să transporte bunurile, iar această opțiune nu a fost oferită de către comerciant.

În cazul mai multor livrări, perioada de retragere începe din ziua următoare livrării **ultimului bun comandat printr-o singură comandă, dar livrat separat** [articolul 9 alineatul (2) litera (b) punctul (i)]. Această normă este justificată de interesul legitim al consumatorului de a primi toate părțile unei singure comenzi înainte de a decide dacă se retrage din contract, de exemplu, pentru:

- un bun principal și accesorii, precum o cameră de luat vederi și obiectivul acesteia sau
- articole de îmbrăcăminte, precum un sacou și o pereche de pantaloni, care au fost comandate împreună și destinate a fi purtate împreună.

În astfel de cazuri, ar trebui să se aplice o singură perioadă de retragere din ziua următoare livrării ultimului produs.

Conform considerentului 40: „[...] consumatorul ar trebui să aibă posibilitatea de a-și exercita dreptul de retragere **înainte de dobândirea posesiei fizice asupra bunurilor**”. În plus, nimic nu împiedică consumatorul să refuze să intre în posesia bunurilor în acest caz:

- De exemplu, după comandarea unui articol de la comerciantul X, consumatorul găsește o ofertă mai bună pentru același articol de la comerciantul Y; prin urmare, consumatorul notifică comerciantul X cu privire la exercitarea dreptului de retragere și nu ridică articolul de la oficiul poștal.

5.2. Informarea cu privire la dreptul de retragere

Articolul 6 alineatul (1) prevede obligația ca comercianții să furnizeze anumite informații cu privire la dreptul de retragere din contractele negociate în afara spațiilor comerciale și din contractele la distanță.

Articolul 6 alineatul (1)

- (h) în cazul în care există un drept de retragere, condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv, în conformitate cu articolul 11 alineatul (1), precum și formularul tipizat de retragere, prezentat în anexa I partea B;
- (i) acolo unde este cazul, faptul că consumatorul va trebui să suporte costul aferent returnării bunurilor în caz de retragere și, pentru contractele la distanță, dacă bunurile, prin însăși natura lor, nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă, costul aferent returnării bunurilor;
- (j) în cazul în care consumatorul își exercită dreptul de retragere după formularea unei cereri în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) sau cu articolul 8 alineatul (8), informația potrivit căreia consumatorul este ținut să achite comerciantului costuri rezonabile, în conformitate cu articolul 14 alineatul (3);
- (k) în cazul în care dreptul de retragere nu este prevăzut în conformitate cu articolul 16, informația conform căreia consumatorul nu va beneficia de un drept de retragere sau, după caz, circumstanțele în care consumatorul își pierde dreptul de retragere:[...]

În temeiul articolului 6 alineatul (1), informațiile trebuie să fie clare și inteligibile. În temeiul articolului 6 alineatul (4), pentru furnizarea informațiilor menționate la literele (h), (i) și (j), comerciantul poate utiliza formularul tipizat de informare cu privire la retragere prevăzut la **punctul A din anexa I** la directivă. Dacă informațiile sunt completate în mod corect și furnizate consumatorului, comerciantul a îndeplinit aceste cerințe de informare.

Cu toate acestea, **formularul tipizat de informare cu privire la retragere** prevăzut la punctul A din anexa I **nu este obligatoriu**, iar comerciantul își poate adapta formularea, de exemplu, utilizând termenul „eu/meu” în locul termenului „noi/nostru”, în cazul în care comerciantul este un antreprenor individual, sau afișându-și identitate și datele de contact în antetul formularului și făcând trimitere la aceste date în text.

În schimb, dacă se aplică dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h), comerciantul ar trebui să furnizeze întotdeauna consumatorului **modelul de formular de retragere** prevăzut la punctul B din anexa I, chiar atunci când comerciantul îi oferă, **de asemenea**, consumatorului opțiunea de a completa și de a transmite un **formular pe site-ul său internet** cu privire la dreptul de retragere, în conformitate cu articolul 11 alineatul (3). Se aplică norme diferite în ceea ce privește furnizarea modelului de formular de retragere atunci când contractele sunt încheiate prin mijloace de comunicare la distanță cu spațiu sau timp limitat, în conformitate cu articolul 8 alineatul (4) – a se vedea secțiunea 4.2.4.

Formularul suplimentar de retragere pentru care comerciantul poate opta să îl pună la dispoziție pe site-ul său internet în conformitate cu articolul 11 alineatul (3) poate fi **diferit de modelul de formular de retragere** prevăzut în partea B din anexa I la DDC. Dar, în cazul în care comerciantul dorește să utilizeze un astfel de formular online pentru a colecta mai multe informații de la consumator, precum motivele retragerii, alte întrebări de acest tip ar trebui prezentate separat și ar trebui să fie posibilă transmiterea formularului fără a răspunde la acestea.

La furnizarea informațiilor privind termenele în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h) pentru retragerea din contractele de vânzare în temeiul articolului 9 (cu excepția contractelor de livrare periodică de bunuri), dacă modul exact de livrare (unic sau multiplu) nu este cunoscut în prealabil, comerciantul poate informa consumatorul că perioada de retragere va expira după 14 zile/30 de zile din ziua următoare celei în care consumatorul sau o parte terță indicată de consumator, alta decât transportatorul, intră în **posesia fizică a ultimului bun sau lot al comenzii**.

În cazul în care se aplică una dintre **exceptările de la dreptul de retragere** prevăzute la articolul 16, consumatorul ar trebui informat cu privire la respectiva exceptare, în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k).

În cazul în care **se aplică una dintre excepțiile necondiționate**, ar trebui furnizate numai informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k) și nu informațiile privind dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) literele (h) și (i):

— De exemplu, pentru bunuri precum flori, care fac obiectul exceptării prevăzute la articolul 16 litera (d), numai informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k) sunt relevante, și anume comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la faptul că nu există niciun drept de retragere din contract deoarece respectivele bunurile se pot deteriora sau pot expira rapid.

În schimb, pentru **exceptările care se aplică numai în anumite circumstanțe**, informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (k) ar trebui furnizate **în plus** față de informațiile necesare în temeiul articolului 6 alineatul (1) literele (h) și (j):

- De exemplu, atunci când oferă lentile de contact sau o periură de dinți al cărei ambalaj constituie un „sigiliu” în sensul articolului 16 primul paragraf litera (e), comerciantul ar trebui să informeze consumatorul cu privire la condițiile, termenele etc. pentru retragere conform articolului 6 alineatul (1) litera (h). Comerciantul ar trebui să informeze, de asemenea, consumatorul cu privire la faptul că, din motive de igienă și de protecție a sănătății, consumatorul își pierde dreptul de retragere dacă ambalajul bunurilor a fost deschis.

Articolul 6 alineatul (1) litera (i) impune comerciantului să specifice **costul returnării bunurilor** care nu pot fi returnate în mod obișnuit prin poștă:

- De exemplu, această dispoziție se aplică articolelor voluminoase, precum mobilă și echipamente de mari dimensiuni (frigidere, mașini de spălat etc.), care sunt de obicei livrate de la ușă la ușă mai degrabă decât predate pentru livrare la un oficiu poștal.

În considerentul 36 se precizează faptul că această cerință de informare este îndeplinită, de exemplu, în cazul în care comerciantul specifică un transportator (de exemplu, transportatorul desemnat pentru livrarea bunului) și un preț pentru returnarea bunurilor.

În considerentul 36 se specifică, de asemenea, că „în cazul în care comerciantul nu poate calcula anticipat în mod rezonabil costul returnării bunurilor, de exemplu din cauză că nu oferă el însuși un aranjament pentru returnarea bunurilor, comerciantul ar trebui să menționeze că un astfel de cost urmează a fi plătit și că acesta ar putea fi ridicat, **dând totodată o estimare rezonabilă a costului maxim, care s-ar putea baza pe costul de livrare către consumator**”.

În cazul în care comerciantul oferă mai multe modalități de livrare, costul returnării poate fi estimat pe baza costului metodei specifice de livrare alese de consumator:

- De exemplu, dacă livrarea se face la adresa consumatorului, atunci și costul returnării se poate baza pe costul recuperării bunurilor la respectiva adresă.

Obligația de a specifica costul de returnare sau de a oferi o estimare nu ar trebui să îi impună comerciantului să furnizeze aceste informații pentru diferite scenarii posibile de returnare (precum returnarea unor piese de mobilier asamblate care au fost livrate neasamblate, ambalate într-un pachet).

5.3. **Exercitarea dreptului de retragere**

Conform articolului 11 din directivă, consumatorul se poate retrage din contract fie utilizând formularul tipizat de retragere, fie prin depunerea unei alte declarații neechivoce. Considerentul 44 relevant se referă la „returnarea bunurilor însoțită de o declarație clar formulată”: „[...] Cu toate acestea, consumatorul ar trebui să aibă în continuare libertatea de a se retrage folosind **propriile formulări**, cu condiția ca declarația sa către comerciant, care conține decizia sa de a se retrage din contract, să fie lipsită de echivoc. O scrisoare, un apel telefonic sau returnarea bunurilor însoțită de o declarație clar formulată ar putea satisface această cerință, dar sarcina probei privind retragerea în termenul fixat prin directivă ar trebui să îi revină consumatorului. Din acest motiv, este în interesul acestuia din urmă să utilizeze un suport durabil atunci când comunică comerciantului retragerea sa.”

Prin urmare, nu ar trebui să fie posibilă retragerea din contract doar prin simpla returnare a bunurilor fără nicio declarație explicită în acest sens. Refuzarea livrării sau neridicarea bunurilor de la oficiul poștal nu vor fi considerate modalități valabile de exprimare a dorinței de retragere. În acest fel, directiva garantează faptul că, în cazul în care, din motive tehnice, pachetul nu a fost livrat consumatorului, comerciantul nu va considera în mod eronat că returnarea pachetului înseamnă retragere.

Pe de altă parte, declarația folosită de consumator pentru retragerea din contract nu trebuie să facă neapărat trimitere la „dreptul de retragere” în termeni juridici:

- De exemplu, și o declarație de „reziliere” sau „retractare” a contractului sau în care sunt folosite cuvinte similare ar trebui considerată ca fiind suficient de „neechivocă” în măsura în care consumatorul și contractul în cauză sunt identificabili.

Întrucât consumatorului îi revine sarcina probei privind exercitarea dreptului de retragere, în considerentul 44 din DDC sunt evidențiate beneficiile utilizării unui suport durabil în cazul unui litigiu. În plus, dovada trimiterii notificării ar asigura în mod clar o măsură de siguranță suplimentară pentru consumator în susținerea cauzei sale:

- De exemplu, consumatorul ar putea să păstreze o copie a e-mailului trimis sau al recipsei pentru scrisoarea recomandată.

5.4. Consecințele retragerii asupra datelor

Articolul 13 din DDC prevede obligațiile care îi revin comerciantului în cazul retragerii. Directiva (UE) 2019/2161 a modificat articolul respectiv prin introducerea unor dispoziții privind consecințele dreptului de retragere în ceea ce privește prelucrarea datelor.

Articolul 13

(4) În ceea ce privește datele cu caracter personal ale consumatorului, comerciantul respectă obligațiile aplicabile prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679.

(5) Comerciantul se abține de la utilizarea oricărui conținut, altul decât datele cu caracter personal, care a fost furnizat sau creat de consumator la utilizarea conținutului digital sau a serviciului digital furnizat de comerciant, cu excepția cazului în care acest conținut:

(a) nu are nicio utilitate în afara contextului conținutului digital sau al serviciului digital furnizat de comerciant;

(b) are legătură doar cu activitatea consumatorului atunci când folosește conținutul digital sau serviciul digital furnizat de comerciant;

(c) a fost agregat cu alte date de către comerciant și nu poate fi dezagregat sau poate fi dezagregat doar cu eforturi disproporționate; sau

(d) a fost generat în comun de către consumator și alte persoane, iar alți consumatori pot continua să utilizeze conținutul.

(6) Cu excepția cazurilor menționate la alineatul (5) litera (a), (b) sau (c), comerciantul pune la dispoziția consumatorului, la cererea acestuia, orice conținut, altul decât datele cu caracter personal, care a fost furnizat sau creat de consumator la utilizarea conținutului digital sau a serviciului digital furnizat de comerciant.

(7) Consumatorul are dreptul de a recupera respectivul conținut digital fără costuri, fără impedimente din partea comerciantului, într-un termen rezonabil și într-un format utilizat în mod curent și care poate fi citit automat. [...]

Aceste dispoziții sunt identice cu cele de la articolul 16 alineatele (2)-(4) din Directiva privind conținutul digital (denumită în continuare „DCD”). Ambele abordează consecințele rezilierii contractului – DDC abordează rezilierea contractului în temeiul dreptului de retragere, în timp ce DCD abordează rezilierea contractului din cauza neconformității.

Regulamentul general privind protecția datelor (RGPD) reglementează **consecințele rezilierii contractului asupra datelor cu caracter personal**. Noile dispoziții ale articolului 13 din DCD (și ale articolului 16 din DCD) se referă la datele pe care consumatorul le-a încărcat sau generat prin utilizarea serviciului digital și **care nu sunt date cu caracter personal**.

În special, în conformitate cu articolul 13 alineatul (6) din DDC, ca răspuns la cererea consumatorului, comerciantul are obligația de a furniza datele într-un format care poate fi citit automat și care este utilizat în mod obișnuit în cazul rezilierii contractului ca urmare a exercitării dreptului de retragere.

În cazul în care consumatorii își exercită dreptul de retragere în temeiul DDC (sau calea de atac în cazul rezilierii contractului în temeiul DCD), **aprecierea dacă retragerea din contract constituie, de asemenea, retragerea temeiului juridic pentru prelucrarea datelor cu caracter personal se realizează în temeiul RGPD**. În multe situații, este foarte probabil ca declarația consumatorului de a-și exercita dreptul de retragere și de a rezilia contractul să poată fi interpretată **ca incluzând o retragere a temeiului juridic**, inclusiv retragerea consimțământului pentru alte prelucrări de date cu caracter personal care nu au fost necesare pentru executarea contractului în sensul RGPD. În această situație, comerciantul/operatorul trebuie să aprecieze dacă există în continuare un temei juridic valabil pentru o astfel de prelucrare a respectivelor date cu caracter personal, cum ar fi, de exemplu, respectarea unei obligații legale. În absența unui temei juridic valabil, prelucrarea ar trebui să înceteze.

În plus, Directiva (UE) 2019/2161 a adăugat la DDC norme specifice privind **drepturile comerciantului și obligațiile consumatorului în caz de retragere**. Aceste dispoziții ale articolului 13 alineatul (8) și ale articolului 14 alineatul (2a) sunt identice cu dispozițiile articolului 16 alineatul (5) și ale articolului 17 alineatul (1) din DCD.

Articolul 13

(8) În cazul retragerii din contract, comerciantul poate împiedica orice utilizare ulterioară a conținutului digital sau a serviciului digital de către consumator, în special prin blocarea accesului consumatorului la conținutul digital sau la serviciul digital sau prin dezactivarea contului de utilizator al consumatorului, fără a aduce atingere alineatului (6).

Articolul 14

(2a) În cazul retragerii din contract, consumatorul se abține de la utilizarea conținutului digital sau a serviciului digital și de la punerea acestuia la dispoziția terților.

5.5. Dreptul de retragere cu privire la bunuri

5.5.1. Bunuri multiple sau defecte

Un consumator ar putea să dorească **să se retragă parțial** dintr-un contract privind bunuri multiple dacă dorește să anuleze achiziția unuia sau a câtorva dintre respectivele bunuri.

Deși directiva nu prevede în mod expres acest drept, nu împiedică comerciantul și consumatorul să convină asupra **retragerii parțiale** din contract prin returnarea unui singur bun sau a câtorva bunuri vândute în cadrul unei singure comenzi. În astfel de situații, dacă bunurile furnizate în temeiul aceluiași contract includ articole promoționale, comerciantul nu ar trebui să fie obligat să accepte returnarea doar a articolelor vândute la preț întreg.

Situația ar fi diferită în cazul în care consumatorul nu a fost de acord să primească un cadou pe care comerciantul l-ar fi furnizat oricum. Un astfel de cadou poate fi asimilat unei livrări nesolicitate de bunuri și, prin urmare, intră sub incidența normelor privind vânzarea nesolicitată. Articolul 27 din DDC și punctul 29 din anexa I la Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale interzic practica prin care „comerciantul solicită **plata pe loc sau plata ulterioară** pentru produsele pe care le furnizează dar pe care consumatorul nu le-a solicitat sau solicită **rambursarea sau păstrarea lor** [...]”.

În situația în care consumatorului i-a fost furnizat un bun defect, care nu este în conformitate cu contractul conform dispozițiilor Directivei privind vânzarea de bunuri, consumatorul ar trebui să aibă opțiunea, în decursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere, fie să invoce măsurile reparatorii prevăzute în directiva menționată, fie să se retragă din contract.

5.5.2. Returnarea bunurilor

Articolul 14

(1) Cu excepția cazului în care comerciantul s-a oferit să recupereze el însuși bunurile, consumatorul returnează bunurile sau le înmânează comerciantului sau unei persoane autorizate de comerciant să recepționeze bunurile, fără întârziere nejustificată și în decurs de cel mult 14 zile de la data la care acesta a comunicat comerciantului decizia sa de retragere din contract în conformitate cu articolul 11. Termenul este respectat dacă bunurile sunt trimise înapoi de consumator înainte de expirarea perioadei de 14 zile.

Consumatorul suportă doar costurile directe legate de returnarea bunurilor, cu excepția cazului în care comerciantul acceptă să suporte acele costuri sau în care comerciantul nu a informat consumatorul că aceste costuri trebuie suportate de consumator.

În cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale, în cazul cărora bunurile au fost livrate la domiciliul consumatorului la momentul încheierii contractului, comerciantul preia bunurile pe cheltuiala sa dacă bunurile, prin natura lor, nu pot fi returnate în mod normal prin poștă.

Articolul 14 alineatul (1) impune consumatorului să returneze bunurile comerciantului prin trimiterea acestora înapoi în termen de 14 zile din ziua următoare datei la care consumatorul a notificat comerciantului retragerea din contract. Cu toate acestea, întrucât consumatorul este responsabil pentru manipularea bunurilor și pentru diminuarea valorii acestora pe durata perioadei de exercitare a dreptului de retragere (a se vedea, de asemenea, secțiunea 5.5.4), ar trebui să fie în interesul consumatorului să le returneze cât mai repede posibil, mai degrabă decât să aștepte expirarea termenului.

Există o excepție pentru **contractele negociate în afara spațiilor comerciale**. Dacă bunurile au fost livrate la domiciliul consumatorului în momentul încheierii contractului, **comerciantul trebuie să recupereze** pe propria cheltuială respectivele bunuri, care „nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă”.

Prin urmare, această cerință este o excepție de la norma generală prevăzută la articolul 6 alineatul (1) litera (i) care impune comercianților să **informeze consumatorul** cu privire la costul returnării bunurilor care „nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă” (a se vedea secțiunea 5.2).

Costul direct al returnării bunurilor este plătit de consumator, cu excepția cazului în care comerciantul nu a informat consumatorul cu privire la această cerință în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (i) sau a acceptat să suporte costul. Aceste două informații sunt incluse, de asemenea, în modelul de instrucțiuni privind retragerea de la punctul A din anexa I, pe care comercianții îl pot utiliza pentru a-și îndeplini obligația de informare a consumatorului. Noțiunea de „cost direct” ar trebui să excludă orice cost administrativ, de manipulare sau „de reprovizionare” suportat de comerciant în legătură cu returnarea bunurilor.

O ofertă din partea comerciantului de a „**recupera el însuși bunurile**” ar trebui să genereze obligații pentru consumator numai atunci când comerciantul s-a oferit, de asemenea, să **suporte costul**. În caz contrar și în cazul în care consumatorul găsește o modalitate de returnare mai eficientă din punctul de vedere al costurilor și de încredere oferită de un furnizor de servicii recunoscut, consumatorul nu ar trebui să fie obligat în temeiul directivei să accepte oferta comerciantului de a recupera bunurile.

5.5.3. Rambursarea sumelor primite drept plată din partea consumatorului

Articolul 13

(1) Comerciantul rambursează toate sumele pe care le-a primit drept plată din partea consumatorului, inclusiv, după caz, costurile livrării, fără întârziere nejustificată și, în orice caz, nu mai târziu de 14 zile de la data la care este informat de decizia de retragere din contract a consumatorului în conformitate cu articolul 11.

Comerciantul rambursează sumele menționate la primul paragraf folosind aceleași modalități de plată ca și cele folosite de consumator pentru tranzacția inițială, cu excepția cazului în care consumatorul a fost de acord cu o altă modalitate de plată și cu condiția ca consumatorul să nu trebuiască să plătească comisioane în urma rambursării.

(2) Fără a aduce atingere alineatului (1), comerciantul nu este obligat să ramburseze costurile suplimentare în cazul în care consumatorul a ales în mod explicit un alt tip de livrare decât livrarea standard oferită de comerciant.

(3) Cu excepția cazului în care comerciantul s-a oferit să recupereze el însuși bunurile, în cazul contractelor de vânzare, comerciantul poate amâna rambursarea până la data recepționării bunurilor care au făcut obiectul vânzării sau până la momentul primirii unei dovezi din partea consumatorului conform căreia acesta a trimis bunurile către comerciant, luându-se în considerare data cea mai apropiată.

Articolul 13 alineatul (1) impune comerciantului să efectueze rambursarea fără întârziere nejustificată și în termen de **cel mult 14 zile** de la data la care consumatorul informează comerciantul cu privire la decizia de retragere din contract.

Pentru contractele de vânzare, în temeiul articolului 13 alineatul (3), comerciantul poate **amâna rambursarea dincolo de acest termen numai** „până la data recepționării bunurilor care au făcut obiectul vânzării sau până la momentul primirii unei dovezi din partea consumatorului conform căreia acesta a trimis bunurile către comerciant.”

Dacă bunurile sau dovada sunt primite după expirarea perioadei de 14 zile, comerciantul ar trebui să ramburseze suma consumatorului fără întârziere nejustificată. Ceea ce constituie „întârziere nejustificată” trebuie evaluat de la caz la caz; cu toate acestea, în circumstanțe normale, prelucrarea rambursării nu ar trebui să dureze mai mult de câteva zile.

Noțiunea de „**dovadă a returnării bunurilor**” este importantă pentru punerea în aplicare a articolului 13 alineatul (3). În principiu această „dovadă” ar trebui înțeleasă ca declarația scrisă din partea unui furnizor de servicii de transport sau de servicii poștale recunoscut care să menționeze expeditorul și destinatarul.

În principiu, această dovadă nu ar trebui să implice neapărat garanții din partea terților că bunurile în cauză au fost inspectate și verificate. Astfel de servicii suplimentare sunt susceptibile de a fi costisitoare și ar putea descuraja consumatorul să își exercite dreptul de retragere, fapt care este exclus în mod expres de directivă (a se vedea considerentul 47: „[...] Obligațiile consumatorului în cazul retragerii nu ar trebui să descurajeze consumatorul să exercite dreptul său de retragere”).

Deși articolul 14 alineatul (2) dă dreptul comerciantului să tragă la răspundere consumatorul pentru orice diminuare a valorii bunurilor cauzată de manipularea necorespunzătoare a acestora în perioada de exercitate a dreptului de retragere, în temeiul articolului 13 alineatul (3) comerciantul trebuie să ramburseze consumatorului suma după primirea dovezii conform căreia bunurile au fost trimise.

În cazul în care consumatorul acceptă oferta comerciantului de recuperare a bunurilor sau în cazul în care comerciantul s-a oferit să le recupereze pe propria cheltuială, comerciantul nu ar trebui să poată invoca dreptul de amânare a rambursării, conform articolului 13 alineatul (3). Aceasta ar trebui să constituie un stimulente suplimentar pentru comerciant în vederea efectuării demersurilor de returnare a bunurilor cât mai repede posibil.

Articolul 13 alineatul (1) solicită în mod expres comerciantului să utilizeze **aceeași modalitate plată** pentru rambursare ca cea utilizată de consumator pentru tranzacția inițială. În special, comerciantul ar trebui să ramburseze întreaga sumă plătită de consumator în moneda plății:

- *De exemplu, în situația în care consumatorul a făcut plata transferând 50 EUR în contul bancar al comerciantului, comerciantul ar trebui să ramburseze suma consumatorului prin transferul aceleiași sume, acoperind, de asemenea, orice taxă percepută pentru respectivul transfer de către banca consumatorului.*
- *Cu toate acestea, comerciantul nu ar trebui să acopere niciun fel de comisioane bancare plătite de consumator pentru plata inițială.*
- *În cazul în care contul bancar al consumatorului este într-o anumită monedă, dar plata și rambursarea se fac într-o monedă diferită, comerciantul nu ar trebui să fie responsabil pentru nicio pierdere care rezultă din schimbul valutar realizat de banca consumatorului la rambursare.*

Articolul 13 alineatul (1) permite, de asemenea, comerciantului și consumatorului să convină în mod expres **o metodă diferită**, precum rambursarea prin cec bancar în loc de transfer sau într-o altă monedă decât cea a plății, în contextul în care consumatorul nu suportă niciun fel de taxe ca urmare a utilizării unei alte metode:

- *De exemplu, în cazul în care comerciantul obține acordul consumatorului de a accepta o rambursare prin cec bancar în loc de transfer bancar, comerciantul ar trebui să suporte orice cost suplimentar pentru consumator, de exemplu, costurile bancare sau ale schimbului valutar care rezultă din utilizarea de către comerciant a unei modalități de plată diferite.*

În ceea ce privește utilizarea **cupoanelor**, în considerentul 46 se precizează că: „Rambursarea nu ar trebui făcută prin bonuri valorice cu excepția situației în care consumatorul a folosit bonuri valorice pentru tranzacția inițială sau le-a acceptat în mod expres”.

5.5.4. Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor

Articolul 14

(2) Consumatorul este responsabil doar în ceea ce privește diminuarea valorii bunurilor care rezultă din manipularea bunurilor, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării bunurilor. Indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii bunurilor în cazul în care comerciantul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).[...]

(5) Cu excepția celor prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la prezentul articol, exercitarea dreptului de retragere nu atrage răspunderea consumatorului.

Conform explicațiilor din considerentul 47, consumatorii se pot retrage din contract indiferent de modul în care bunurile au fost manipulate în timpul perioadei de retragere: „Unii consumatori își exercită dreptul de retragere după ce au utilizat bunurile într-o măsură care depășește limita necesară stabilirii naturii, caracteristicilor și modului de funcționare a bunurilor. **În acest caz, consumatorul nu ar trebui să își piardă dreptul de retragere, ci să răspundă pentru eventuala diminuare a valorii bunurilor.** [...]”.

Totuși, în aceste cazuri, conform articolului 14 alineatul (2), consumatorul este responsabil „doar în ceea ce privește **diminuarea valorii** bunurilor care rezultă din manipularea bunurilor, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării bunurilor”. Considerentul 47 explică în continuare această obligație: „[...] Pentru a stabili natura, caracteristicile și modul de funcționare a bunurilor, **consumatorul ar trebui să le mânuiască și să le inspecteze în același mod în care i s-ar permite să o facă într-un magazin.** De exemplu, consumatorul ar trebui doar să probeze un articol de îmbrăcăminte, nu să îl poarte. Prin urmare, în timpul perioadei de retragere, consumatorul ar trebui să mânuiască și să inspecteze bunurile cu grija necesară.”

Diminuarea valorii bunurilor poate consta, în special, în costurile de curățare și reparare și, dacă bunurile nu mai pot fi vândute ca noi, pierderea, justificată în mod obiectiv, de venit pentru comerciant în cazul în care utilizează bunul returnat ca bun de ocazie.

Dacă testarea de către consumator a bunurilor a depășit ceea ce este necesar pentru a stabili natura lor, în eventualitatea unui litigiu, vor trebui evaluate de la caz la caz caracteristicile și funcționarea bunurilor. Comparația cu ceea ce consumatorul poate face în mod normal într-un magazin fizic servește drept punct bun de referință, de exemplu:

- *Înainte de achiziționarea unui echipament audio/video și de înregistrare, consumatorul ar trebui să poată, în mod normal, să testeze calitatea imaginii sau a sunetului;*

- Probarea unui articol de îmbrăcăminte într-un magazin nu ar trebui să implice îndepărtarea etichetelor producătorului;
- Consumatorul nu ar trebui să poată, în mod normal, să testeze în mod practic aparatele electrocasnice, precum electrocasnicele de bucătărie, a căror utilizare reală ar lăsa în mod inevitabil urme;
- Consumatorul nu ar trebui să poată, în mod normal, să configureze software-ul pe un computer; aşadar costurile rezonabile pentru orice resetare a unui astfel de echipament ar constitui, de asemenea, o diminuare a valorii.
- Consumatorul ar putea testa parfumuri și produse cosmetice similare, care pot fi testate în mod normal în magazine, prin intermediul unui eșantion de testare gratuit pe care comerciantul l-ar putea furniza împreună cu produsul. În acest mod, consumatorii nu ar fi nevoiți să deschidă ambalajul produsului pentru a-și exercita dreptul de a stabili natura și caracteristicile produsului respectiv (anumite produse cosmetice pot fi sigilate din motive de protecție a sănătății sau de igienă – a se vedea secțiunea 5.11.4).

Trebuie să se aibă în vedere că „stabilirea funcționării” bunurilor în acest context diferă de verificarea în scopul stabilirii că acestea nu prezintă defecte din niciun punct de vedere. În cazul în care bunurile se dovedesc a fi defecte la o utilizare ulterioară, consumatorul este protejat prin Directiva (UE) 2019/771 privind vânzarea de bunuri.

În principiu, consumatorul ar trebui să aibă posibilitatea de a **deschide ambalajul** pentru a avea acces la conținutul acestuia dacă bunuri similare sunt în mod obișnuit expuse neambalate în magazine. Prin urmare, deteriorarea ambalajului prin simpla sa deschidere nu reprezintă un motiv de solicitare a unor despăgubiri. **Cu toate acestea, foliile de protecție aplicate pe articol ar trebui îndepărtate numai dacă este strict necesară testarea acestuia.**

Returnarea bunurilor fără ambalajul original ⁽¹²⁶⁾ (de exemplu, cutia care conține un dispozitiv electronic) sau cu degradarea anormală a ambalajului ar putea fi considerată o degradare a bunurilor.

În cauza C-681/17 *slewo*, CJUE a statuat că **saltelele** acoperite cu folie de protecție nu intră sub incidența exceptării de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 litera (e) privind bunurile sigilate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de către consumator. Curtea a apreciat că saltelele pot fi asimilate articolelor de îmbrăcăminte pentru care dreptul de a le proba este autorizat în mod expres. Prin urmare, saltelele a căror folie de protecție a fost îndepărtată și eventual utilizată de către consumator au fost considerate adecvate pentru a fi comercializate din nou și utilizate de un nou cumpărător, **în măsura în care comerciantul este în măsură să facă saltele (sau articolele de îmbrăcăminte) corespunzătoare pentru o nouă utilizare de către un terț**, prin intermediul unui tratament precum o curățare sau o dezinfecție, fără a aduce atingere imperativelor de protecție a sănătății sau de igienă ⁽¹²⁷⁾.

În același timp, Curtea a făcut referire în mod specific la existența unei piețe a saltelelor de ocazie ⁽¹²⁸⁾. Și mai important, Curtea a făcut referire, de asemenea, la **răspunderea consumatorului pentru orice diminuare a valorii bunurilor** care rezultă din manipulări ale acestora, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, a caracteristicilor și a bunei funcționări ale acestora în conformitate cu articolul 14 alineatul (2).

Având în vedere aceste constatări, o astfel de răspundere poate apărea în cazul în care, **din motive de protecție a sănătății sau de igienă, este necesară curățarea saltelei (sau a articolelor de îmbrăcăminte și a altor bunuri comparabile)** pentru a o vinde din nou unui nou cumpărător. Această răspundere poate apărea și în cazul în care **astfel de bunuri curățate nu pot fi vândute ca bunuri noi, ci doar ca bunuri de ocazie** la un preț (semnificativ) mai mic. În acest sens, comerciantul nu trebuie să inducă în eroare noul cumpărător al bunurilor curățate în ceea ce privește specificația lor (noi sau „utilizate”), deoarece aceasta reprezintă o parte importantă a caracteristicilor produselor, inclusiv în contextul DPCN.

În legătură cu dreptul de retragere în temeiul Directivei 97/7/CE privind vânzările la distanță, înlocuită, Curtea a statuat, în cauza C-489/07 *Pia Messner* ⁽¹²⁹⁾ că o reglementare națională **care impune consumatorului sarcina probei** în sensul că nu a utilizat acest bun în decursul termenului de retractare într-un mod care depășește ceea ce era necesar pentru a-i permite să exercite în mod util dreptul de retractare ar aduce atingere eficacității și efectivității dreptului de retractare.

În conformitate cu articolul 14 alineatul (5), nu atrage răspunderea consumatorului ca urmare a exercitării dreptului de retragere, cu excepția cazurilor prevăzute în directivă. În acest sens, hotărârea pronunțată în cauza *Messner* a confirmat, de asemenea, faptul că vânzătorul nu poate să solicite consumatorului despăgubiri pentru utilizarea bunului în perioada intermediară înainte de a-l returna comerciantului ⁽¹³⁰⁾.

⁽¹²⁶⁾ Este vorba despre ambalajele unor produse, care fac parte din prezentarea comercială a respectivelor produse. Consumatorilor ar trebui să li se permită să înlocuiască orice ambalaj obișnuit utilizat numai pentru protecția bunurilor aflate în tranzit.

⁽¹²⁷⁾ Cauza C-681/17, *slewo*, ECLI:EU:C:2019:255, punctele 43-46.

⁽¹²⁸⁾ Ibidem, punctul 42.

⁽¹²⁹⁾ Cauza C-489/07, *Messner*, ECLI:EU:C:2009:502, punctul 27.

⁽¹³⁰⁾ Ibidem, punctele 22-24.

DDC nu reglementează **asigurarea punerii în aplicare a răspunderii consumatorului** pentru diminuarea valorii bunurilor. În special, aceasta nu specifică dacă respectiva răspundere implică doar posibilitatea comerciantului de a introduce proceduri judiciare împotriva consumatorului sau posibilitatea comerciantului de a percepe în mod unilateral daune consumatorului sau de a reduce suma oricărei rambursări datorate consumatorului pentru a compensa pretinsa diminuare a valorii bunurilor.

Aceste aspecte se supun, prin urmare, dreptului general al contractelor și celui procedural din statele membre, conform articolului 3 alineatul (5). De exemplu, statele membre pot permite comercianților să reducă suma rambursată pentru bunurile returnate pentru a acoperi diminuarea valorii lor ca urmare a manipulării necorespunzătoare în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere.

În temeiul articolului 14 alineatul (2), „indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii bunurilor în cazul în care comerciantul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).”

O altă consecință a netransmiterii acestor informații în temeiul articolului 10 din directivă este că **perioada de retragere se extinde până la 12 luni**. Aceasta înseamnă că, un consumator se poate retrage din contract după o perioadă considerabilă, în care acesta a utilizat efectiv bunurile fără a fi responsabil pentru uzura rezultată (a se vedea, de asemenea, secțiunea 5.3 privind consecințele neinformării consumatorilor cu privire la dreptul de retragere).

Articolul 6 alineatul (1) litera (h) nu conține nicio cerință specifică de informare a consumatorului cu privire la răspunderea pentru diminuarea valorii bunurilor în momentul exercitării dreptului de returnare. Cu toate acestea, informațiile referitoare la diminuarea valorii bunurilor sunt incluse în modelul de instrucțiuni privind retragerea prevăzut în anexa I partea A. Furnizarea acestor informații ar putea fi utilă atât pentru consumatori, cât și pentru comercianți, chiar și în cazul în care comercianții nu respectă aceste modele de instrucțiuni.

5.5.5. Riscul returnării bunurilor comerciantului

Directiva nu reglementează persoana care suportă riscul de **pierdere sau deteriorare accidentală în timpul returnării bunurilor** atunci când consumatorul se retrage din contract. Prin urmare, acest aspect face, de asemenea, obiectul dreptului intern, care poate, de exemplu, să prevadă că răspunderea pentru riscul din timpul returnării bunurilor îi revine consumatorului, acesta fiindu-i transferat în momentul livrării în conformitate cu articolul 20.

În principiu, la returnarea bunurilor, consumatorul ar trebui să ia măsuri rezonabile de precauție, de exemplu, prin alegerea unui furnizor de servicii poștale sau de transport recunoscut, pentru a se asigura că bunurile ajung la comerciant și nu sunt deteriorate în timpul transportului.

În cazul în care consumatorul **nu a intrat niciodată în posesia fizică a bunurilor**, de exemplu, prin refuzarea livrării, fie fără nicio declarație explicită, fie cu o declarație adresată comerciantului cu privire la retragerea din contract, comerciantul ar continua să suporte riscul de pierdere sau deteriorare deoarece transferul riscului către consumator nu ar avea loc conform articolului 20.

5.6. Dreptul de retragere din contractele de prestări de servicii și de prestări de servicii de utilități publice

5.6.1. Consimțământul consumatorului privind executarea imediată

Articolul 7 alineatul (3) și articolul 8 alineatul (8) din DDC stabilesc cerințe formale aplicabile atunci când consumatorii doresc să înceapă executarea contractelor negociate în afara spațiilor comerciale și a contractelor de prestări de servicii la distanță sau a contractelor de prestări de servicii de utilități publice înainte de expirarea perioadei de retragere. Cele două dispoziții sunt prezentate în termeni identici, cu excepția faptului că articolul 7 alineatul (3) impune comerciantului să obțină cererea consumatorului de executare imediată pe un suport durabil:

Articolul 7 alineatul (3) și articolul 8 alineatul (8)

În cazul în care consumatorul dorește ca prestarea unor servicii sau furnizarea de apă, gaz sau electricitate, atunci când acestea nu sunt puse în vânzare într-un volum limitat sau cantitate prestabilă, sau de încălzire centralizată să înceapă în timpul perioadei de retragere prevăzute la articolul 9 alineatul (2), iar contractul dă naștere unei obligații de plată pentru consumator, comerciantul solicită consumatorului să formuleze o [astfel] (*) **de cerere expresă** [pe un suport durabil] (*) și să confirme că a luat cunoștință de faptul că, odată ce contractul a fost executat integral de către comerciant, consumatorul nu mai are dreptul de retragere.

(*) a se indica elemente suplimentare la articolul 7 alineatul (3)

Prin urmare, aceste dispoziții se aplică în situația în care consumatorul dorește ca serviciul sau serviciile de utilități publice să înceapă în perioada de retragere. Cu toate acestea, aceste norme nu ar trebui să îl împiedice pe comerciant să propună în mod activ consumatorului să formuleze o astfel de cerere. În același timp, comerciantul nu este obligat nici să ofere această opțiune, nici să accepte cererea consumatorului.

Articolul 14 alineatul (3) permite consumatorului să se retragă din furnizarea serviciilor sau a serviciilor de utilități publice **chiar și după formularea unei cereri exprese în acest sens**. Considerentul 50 confirmă, de asemenea, această opțiune: „consumatorul ar trebui să beneficieze de dreptul său de retragere chiar și în cazul în care a solicitat prestarea serviciilor înainte de terminarea perioadei de retragere.”

Cu toate acestea, în ceea ce privește **contractele de prestări de servicii**, în temeiul articolului 16 primul paragraf litera (a), consumatorul își pierde dreptul de retragere atunci când serviciile au fost prestate integral, sub rezerva îndeplinirii anumitor condiții:

Articolul 16

Statele membre nu asigură dreptul de retragere prevăzut la articolele 9-15 în ceea ce privește contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale pentru:

- (a) *contractele de servicii, după prestarea integrală a serviciilor și, în cazul în care contractul dă naștere unei obligații de plată pentru consumator, dacă executarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere după executarea integrală a contractului de către comerciant;*

Articolul 7 alineatul (3) și articolul 8 alineatul (8) din DDC au fost modificate prin Directiva (UE) 2019/2161. Modificarea a asigurat alinierea cu articolul 16 primul paragraf litera (a). Și anume, articolul 7 alineatul (3) și articolul 8 alineatul (8) conțin în prezent aceleași două cerințe ca articolul 16 primul paragraf litera (a): (1) cererea consumatorului de executare imediată și (2) confirmarea de către consumator că a luat cunoștință de faptul că nu va mai dispune de dreptul de retragere, după executarea integrală a contractului de către comerciant.

Modificările au clarificat, de asemenea, faptul că aceste cerințe se aplică numai serviciilor cu plată. Această modificare a fost necesară în contextul extinderii domeniului de aplicare al DDC la domeniul serviciilor digitale în temeiul articolului 3 alineatul (1a) ⁽¹³¹⁾.

Nerespectarea de către comerciant a cerinței de a obține o executare imediată din partea consumatorului conduce la consecințele prevăzute la articolul 14 alineatul (4) litera (a), și anume, dreptul consumatorului de a nu suporta costul serviciului sau al serviciilor de utilități publice – a se vedea secțiunea următoare 5.8.

„Acordul expres” al consumatorului prevăzut la articolul 16 primul paragraf litera (a) ar trebui interpretat ca fiind „cererea expresă” prevăzută la articolul 7 alineatul (3) și la articolul 8 alineatul (8).

Prin analogie cu normele privind plățile suplimentare de la articolul 22, termenii „cerere expresă” și „acord expres” în acest context ar trebui interpretați ca implicând **o acțiune pozitivă din partea consumatorului**, precum bifarea unei căsuțe pe site-ul internet. Utilizarea unei căsuțe bifate în prealabil sau a unei clauze în condițiile și termenile generale în acest sens nu ar îndeplini aceste cerințe ⁽¹³²⁾.

Acordul expres și confirmarea luării la cunoștință din partea consumatorului **pot fi obținute înainte, în timpul sau după încheierea contractului**, atât timp cât se efectuează înainte de începerea executării. Cererea și confirmarea luării la cunoștință din partea consumatorului pot fi exprimate simultan. Cerințele prevăzute la articolul 7 alineatul (3), la articolul 8 alineatul (8) și la articolul 16 litera (a) ar putea fi îndeplinite, de exemplu, prin următoarea formulă:

— [...] Solicit prin prezenta [executarea imediată sau executarea la/de la o anumită dată în perioada de retragere] a contractului de prestări de servicii și confirm că am luat cunoștință de faptul că îmi voi pierde dreptul de retragere din contract după executarea integrală a contractului de prestări de servicii.

În cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale care fac obiectul articolului 7 alineatul (3), cerința privind „suportul durabil” ar fi îndeplinită în cazul în care cererea și confirmarea luării la cunoștință din partea consumatorului sunt înregistrate pe un instrument care să permită părților să stocheze informațiile într-un mod accesibil pentru referințe ulterioare și care să permită reproducerea, fără modificări (pentru mai multe informații, a se vedea secțiunea 4.4). În general, este suficientă bifarea unei căsuțe de către consumator în documentul de comandă dacă cererea și confirmarea luării la cunoștință sunt reproduse în mod corespunzător în exemplarul transmis consumatorului.

⁽¹³¹⁾ A se vedea considerentul 42 din Directiva (UE) 2019/2161 referitor la necesitatea alinierii.

⁽¹³²⁾ De exemplu, în cauza C-673/17 Planet49, ECLI:EU:C:2019:801, punctul 65, referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal, Curtea a statuat că cerințele privind consimțământul nu ar fi îndeplinite în cazul în care căsuța corespunzătoare a fost bifată în prealabil de către operator.

5.6.2. Obligația consumatorului de a plăti despăgubiri

Articolul 14

(3) Atunci când consumatorul își exercită dreptul de retragere după transmiterea cererii în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) sau cu articolul 8 alineatul (8), consumatorul plătește comerciantului o sumă proporțională cu ceea ce s-a furnizat până la momentul în care consumatorul a informat comerciantul cu privire la exercitarea dreptului de retragere, în raport cu acoperirea totală a contractului. Suma proporțională care trebuie plătită comerciantului de către consumator este calculată pe baza prețului total convenit în contract. Dacă prețul total este excesiv, suma proporțională este calculată pe baza valorii de piață a ceea ce s-a furnizat.”

În cazul în care consumatorul se retrage din contract în timpul perioadei de exercitare a dreptului de retragere, după ce a solicitat executarea sa imediată, articolul 14 alineatul (3) impune consumatorului să plătească comerciantului o **sumă proporțională** cu ceea ce s-a furnizat pe baza prețului total convenit:

— De exemplu, un consumator care se retrage dintr-un contract de servicii de telefonie mobilă după ce a utilizat serviciile respective timp de 10 zile ar trebui să plătească comerciantului o treime din abonamentul lunar ⁽¹³³⁾ plus prețul oricăror servicii suplimentare primite în timpul perioadei respective.

În cazul în care prestarea serviciilor implică costuri unice pentru comerciant pentru a le pune la dispoziția consumatorului, comerciantul le poate include în calculul despăgubirilor:

— De exemplu, comerciantul poate include costul lucrărilor de instalare la reședința consumatorului care sunt realizate ca parte a unui contract de prestări de servicii de comunicații electronice terestre înainte de retragerea consumatorului din contract.

Cu toate acestea, despăgubirile ar trebui să se bazeze pe **valoarea de piață** a ceea ce s-a furnizat dacă prețul total este excesiv. Explicații utile privind modul de stabilire a valorii de piață sunt prezentate în considerentul 50, conform căruia: „[...] Calculul procentual al sumei ar trebui să se bazeze pe prețul convenit în contract, cu excepția situației în care consumatorul demonstrează că prețul total este, el însuși, disproporționat, în care caz suma de achitat se calculează pe baza valorii de piață a serviciului prestat. Valoarea de piață ar trebui să se stabilească prin comparație cu prețul unui serviciu echivalent, prestat de alți comercianți, din momentul încheierii contractului. [...]”

Considerentul 14 face trimitere la aplicarea normelor statelor membre „privind prețurile excesive sau de speculă” care pot fi relevante pentru aplicarea articolului 14 alineatul (3).

În cauza C-641/19 PE Digital, CJUE a clarificat faptul că, atunci când se aplică articolul 14 alineatul (3) pentru a stabili suma proporțională care trebuie plătită comerciantului de către consumator, atunci când acest consumator a solicitat în mod expres ca furnizarea prestațiilor să înceapă în cursul perioadei de retragere, trebuie, în principiu, să se țină seama de prețul convenit în contractul respectiv pentru întreaga durată a acestuia și **să se calculeze pro rata temporis suma datorată**.

Numai în cazul în care contractul prevede în mod expres că: (i) una sau mai multe prestații sunt **furnizate în întregime de la începutul** executării contractului (ii) la un preț care trebuie **plătit separat**, trebuie să se țină seama de integralitatea prețului prevăzut pentru o astfel de prestație la calcularea sumei datorate comerciantului în temeiul articolului 14 alineatul (3) ⁽¹³⁴⁾.

Curtea a clarificat, de asemenea, în hotărârea pronunțată în cauza PE Digital că, **pentru a aprecia dacă compensația solicitată de comerciant este excesivă criteriul aplicat este bazat pe piață**. În temeiul articolului 14 alineatul (3) din DDC, interpretat în lumina considerentului 50 din aceeași directivă, pentru această analiză trebuie să se țină seama de prețul serviciului oferit de comerciant altor consumatori în aceleași condiții, precum și de prețul unui serviciu echivalent prestat de alți comercianți din momentul încheierii contractului ⁽¹³⁵⁾.

⁽¹³³⁾ A se vedea articolul 3 alineatul (2) litera (d) din Regulamentul (CEE, Euratom) nr. 1182/71, care stipulează că „dacă un termen include fracțiuni de lună, la calcularea acestor fracțiuni se consideră că o lună este formată din **treizeci de zile**.”

⁽¹³⁴⁾ Cauza C-641/19 PE Digital, ECLI:EU:C:2020:808, punctele 29 și 32.

⁽¹³⁵⁾ Ibidem, punctul 37.

În cazul în care serviciile **sunt prestate în temeiul unui contract de vânzare**, considerentul 50 stipulează următoarele: „[...] În cazul contractelor având drept obiect atât bunuri, cât și servicii, normele prevăzute de prezenta directivă cu privire la returnarea bunurilor ar trebui să se aplice la aspectele legate de bunuri, iar **regimul de compensare pentru servicii ar trebui să se aplice aspectelor legate de servicii**”.

Regimul de compensare pentru serviciile prestate în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere este prevăzut la articolul 14 alineatul (3) și la articolul 14 alineatul (4) litera (a) – a se vedea, de asemenea, secțiunea 5.8.2. Așadar, dacă serviciul este furnizat în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere din contractul de vânzare (de exemplu, serviciul de instalare este furnizat imediat după livrarea bunurilor), comerciantul ar trebui să obțină și **cererea expresă a consumatorului pentru prestarea serviciului** în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere, dacă dorește să fie despăgubit pentru serviciul respectiv în eventualitatea în care consumatorul se retrage din contractul de vânzare:

— *De exemplu, un contract de vânzare la distanță sau negociat în afara spațiului comercial poate prevedea livrarea și instalarea unui aparat de uz casnic. În cazul în care consumatorul solicită în mod expres comerciantului să instaleze aparatul imediat după livrare, dar decide ulterior să se retragă din contract în perioada de exercitare a dreptului de retragere (14 zile de la livrare), comerciantul ar avea dreptul la despăgubiri pentru costurile de instalare (în plus față de orice compensație pentru diminuarea valorii aparatului, dacă este cazul).*

Obligația comerciantului de a solicita consumatorului să confirme că a luat cunoștință de faptul că nu va mai dispune de dreptul de retragere, după executarea integrală a contractului de către comerciant, adăugată la articolul 7 alineatul (3) și la articolul 8 alineatul (8) prin Directiva (UE) 2019/2161, **nu este relevantă în cazul serviciilor furnizate în temeiul unor contracte de vânzare**. Această obligație vizează doar contractele de prestări de servicii, întrucât doar aceste contracte fac obiectul excepției de la dreptul de retragere prevăzut la articolul 16 primul paragraf litera (a).

5.7. Dreptul de retragere din contractele de furnizare de conținut digital online

Dreptul de retragere din contractele de prestări de servicii digitale este abordat în secțiunea 5.6 anterioară referitoare la contractele de prestări de servicii în general.

Restricțiile specifice privind dreptul de retragere din **contractele de furnizare de conținut digital online** sunt prevăzute la articolul 16 primul paragraf litera (m).

Directiva (UE) 2019/2161 a modificat această dispoziție prin adăugarea unei a treia condiții pe care comerciantul trebuie să o îndeplinească pentru astfel încât consumatorii să își piardă dreptul de retragere din contract. Această dispoziție este în conformitate cu condițiile prevăzute la articolul 14 alineatul (4) litera (b), care se referă la consecințele nerespectării cerințelor de informare/de formă.

Articolul 16

Statele membre nu asigură dreptul de retragere prevăzut la articolele 9-15 în ceea ce privește contractele la distanță și contractele negociate în afara spațiilor comerciale pentru:

[...] contractele de furnizare de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă executarea a început și, în cazul în care contractul dă naștere unei obligații de plată pentru consumator, dacă:

- (i) consumatorul și-a dat acordul prealabil expres pentru începerea executării în cursul perioadei de retragere;
- (ii) consumatorul a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere în consecință; și
- (iii) comerciantul a furnizat confirmarea în conformitate cu articolul 7 alineatul (2) sau cu articolul 8 alineatul (7).

Articolul 16 primul paragraf litera (m) urmărește un obiectiv similar cu cel al normei prevăzute la articolul 16 primul paragraf litera (i), care exclude suporturile de date materiale sigilate (CD-uri, DVD-uri etc.) de la dreptul de retragere în cazul în care consumatorul le desigilează. Aceasta înseamnă că în ambele cazuri, spre deosebire de retragerea dintr-un contract de prestări de servicii (a se vedea secțiunea 5.6), **consumatorul nu are dreptul de a „testa” conținutul digital** în cursul perioadei de exercitare a dreptului de retragere.

În consecință, consumatorul își pierde dreptul de retragere de îndată ce executarea contractului a început cu acordul său și după confirmarea luării la cunoștință a pierderii acestui drept în cazul în care comerciantul a furnizat confirmarea contractului. Astfel cum se prevede la articolul 7 alineatul (2) privind contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la articolul 8 alineatul (7) privind contractele la distanță, respectiva confirmare trebuie să includă, de asemenea, confirmarea acordului prealabil expres și a luării la cunoștință din partea consumatorului (a se vedea, de asemenea, secțiunea 4.4 privind confirmarea contractului).

Executarea începe cu descărcarea sau streamingul unui fișier video sau audio. Dacă un comerciant furnizează un link web pentru a lansa streamingul sau descărcarea, consumatorul își va pierde dreptul de retragere doar după activarea respectivului link.

Acordul expres și confirmarea luării la cunoștință din partea consumatorului pot fi obținute înainte, în timpul sau după încheierea contractului, atât timp cât se efectuează înainte de începerea executării. Articolul 7 alineatul (2) și articolul 8 alineatul (7) din DDC impun în mod expres ca în confirmarea contractului să fie inclusă confirmarea acordului prealabil expres și a luării la cunoștință din partea consumatorului, în conformitate cu articolul 16 primul paragraf litera (m). Prin urmare, în cazul în care consumatorul își dă acordul pentru executarea imediată și transmite confirmarea luării la cunoștință după ce comerciantul a trimis deja confirmarea contractului, comerciantul trebuie să îi furnizeze consumatorului o confirmare suplimentară separată a respectivului acord și a respectivei confirmări a luării la cunoștință înainte de începerea executării.

Acordul „expres” și confirmarea luării la cunoștință, în sensul articolului 16 litera (m), ar trebui interpretate prin analogie cu normele privind consimțământul „expres” prevăzute de articolul 22 privind plățile suplimentare pentru servicii suplimentare. Aceasta înseamnă că consumatorul trebuie să întreprindă **acțiuni pozitive**, precum bifarea unei căsuțe pe site-ul internet al comerciantului. Exprimarea acordului și confirmarea luării la cunoștință prin intermediul unei căsuțe bifate în prealabil sau acceptarea termenelor și condițiilor generale nu ar îndeplini cerințele de la articolul 16 primul paragraf litera (m).

Acordul expres și confirmarea luării la cunoștință din partea consumatorului pot fi exprimate într-o singură declarație, furnizând, de asemenea, informații cu privire la exceptarea de la dreptul de retragere, astfel cum se prevede la articolul 6 alineatul (1) litera (k), de exemplu:

— [...] Sunt de acord prin prezenta cu executarea imediată a contractului și confirm că mi s-a adus la cunoștință că îmi voi pierde dreptul de retragere din contract imediat după începerea descărcării sau a streamingului conținutului digital.

Comerciantul trebuie să respecte obligațiile de informare cu privire la dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h). Numai în cazul contractelor de furnizare de conținut digital online care sunt **executate imediat**, în cazul în care consumatorul își dă acordul și confirmă luarea la cunoștință a **începerii executării** contractului, comerciantul nu trebuie să furnizeze informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (h), inclusiv formularul tipizat de retragere prevăzut în anexa I partea B.

5.8. Consecințele neinformării cu privire la dreptul de retragere

În temeiul articolului 6 alineatul (1), comerciantul trebuie să furnizeze consumatorului informațiile precontractuale într-un mod clar și inteligibil. În special, în cazul în care există un drept de retragere, articolul 6 alineatul (1) litera (h) impune comerciantului să informeze consumatorul cu privire la condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv, precum și formularul tipizat de retragere, prezentat în anexa I partea B ⁽¹³⁶⁾. Nerespectarea acestor obligații atrage după sine consecințele prevăzute la articolul 10 alineatul (1) care prevede o **prelungire a perioadei de retragere** pentru toate contractele. În cazul în care comerciantul nu furnizează aceste informații, perioada de retragere se prelungește cu 12 luni.

Articolul 10

(1) În cazul în care comerciantul nu a transmis consumatorului informațiile privind dreptul de retragere conform articolului 6 alineatul (1) litera (h), perioada de retragere expiră la 12 luni de la sfârșitul perioadei inițiale de retragere, astfel cum este stabilită în conformitate cu articolul 9 alineatul (2).

Articolul 10 alineatul (2) abordează situația în care comerciantul furnizează informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (h) cu o întârziere de **12 luni** de la sfârșitul perioadei inițiale de retragere calculate în temeiul articolului 9 alineatul (2). În acest caz, perioada de retragere **expiră la 14 zile de la data la care consumatorul primește informațiile respective**.

Articolul 10

(2) În cazul în care comerciantul a transmis consumatorului informațiile prevăzute la alineatul (1) din prezentul articol în termen de 12 luni de la data menționată la articolul 9 alineatul (2), perioada de retragere expiră după 14 zile de la data la care consumatorul primește informațiile respective sau, în cazurile în care statele membre au adoptat norme în conformitate cu articolul 9 alineatul (1a), după 30 de zile de la data respectivă.

⁽¹³⁶⁾ Sub rezerva normelor specifice prevăzute la articolul 8 alineatul (4) – a se vedea secțiunea 5.2.3.

5.8.1. Consecințe privind bunurile

În plus față de prelungirea menționată mai sus a perioadei de retragere, **în cazul bunurilor**, articolul 14 alineatul (2) prevede că consumatorii **nu sunt răspunzători pentru diminuarea valorii bunurilor** în cazul în care comerciantul nu i-a informat cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).

Articolul 14

(2) Consumatorul este responsabil doar în ceea ce privește diminuarea valorii bunurilor care rezultă din manipularea bunurilor, altele decât cele necesare pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării bunurilor. Indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii bunurilor în cazul în care comerciantul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h).

În ceea ce privește bunurile personalizate sau cele perisabile (a se vedea secțiunile 5.11.2 și 5.11.3) care sunt exceptate necondiționat **de la dreptul de retragere în temeiul articolului 16 primul paragraf literele (c) și (d)**, DDC nu stabilește consecințele nerespectării de către comerciant a obligației de informare cu privire la absența dreptului de retragere în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (k). Cu toate acestea, neinformarea consumatorului cu privire la absența dreptului de retragere într-o astfel de situație ar putea constitui o practică comercială neloială (omisiune înșelătoare) interzisă prin Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale, în cazul în care determină consumatorul să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o altfel.

5.8.2. Consecințe privind serviciile și utilitățile publice

Pentru servicii (inclusiv serviciile digitale) și utilități publice, articolul 14 alineatul (4) litera (a) prevede că consumatorul nu suportă niciun cost, și anume consumatorul are dreptul fie la rambursarea sumei plătite, fie de a nu plăti, **în cazul în care comerciantul nu a furnizat informațiile necesare cu privire la dreptul de retragere în temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (h) sau (j) sau în cazul în care consumatorul nu a solicitat în mod expres ca serviciul să înceapă în cursul perioadei de retragere, în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) sau cu articolul 8 alineatul (8).**

Articolul 14

(4) Consumatorul nu suportă costurile pentru:

- (a) prestarea serviciilor sau furnizarea de apă, gaze sau energie electrică, atunci când acestea nu sunt puse în vânzare într-un volum limitat sau cantitate prestabilită, sau încălzirea centralizată furnizată, în totalitate sau parțial, în cursul perioadei de retragere, dacă:
 - (i) comerciantul nu a furnizat informații în conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (h) sau (i); sau
 - (ii) consumatorul nu a cerut expres ca prestarea să înceapă în timpul perioadei de retragere în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) și cu articolul 8 alineatul (8); [...].

În consecință, în aceste cazuri, consumatorul se poate retrage din contractul de prestări de servicii sau din contractul de prestări de servicii de utilități publice a cărui **executare a început și este încă în desfășurare** în cursul perioadei prelungite de **12 luni** de la sfârșitul perioadei inițiale de retragere calculate în temeiul articolului 9 alineatul (2) și nu va **suporta niciun cost** pentru serviciile furnizate.

În cazul în care **comerciantul informează consumatorul cu privire la dreptul de retragere în termen de 12 luni** de la sfârșitul perioadei inițiale de retragere calculate în temeiul articolului 9 alineatul (2), consumatorul se poate retrage în termen de 14 zile de la data la care a primit informațiile, **fără a suporta niciun cost pentru serviciile furnizate până în momentul în care a fost informat cu privire la dreptul de retragere.**

Consumatorul nu va suporta niciun cost pentru ceea ce a fost furnizat și în cazul în care prestarea de servicii sau de servicii de utilități publice **a fost finalizată (executată integral)** înainte de exercitarea dreptului de retragere, inclusiv în cursul perioadei prelungite în temeiul articolului 10, cu excepția cazului în care comerciantul a respectat cerințele de formă prevăzute la articolul 7 alineatul (3) sau la articolul 8 alineatul (8), ceea ce duce la pierderea de către consumator a dreptului de retragere în conformitate cu articolul 16 primul paragraf litera (a) (a se vedea secțiunea 5.6.1 pentru mai multe informații).

5.8.3. Consecințe privind conținutul digital online

În ceea ce privește contractele de furnizare de conținut digital online, dacă nu este îndeplinită oricare dintre cele trei condiții prevăzute la articolul 16 primul paragraf litera (m) (a se vedea secțiunea 5.7), iar consumatorul își exercită dreptul de retragere, se aplică articolul 14 alineatul (4) litera (b) și are dreptul ori să nu plătească pentru conținutul primit, ori să îi fie rambursate sumele plătite:

Articolul 14

(4) Consumatorul nu suportă costurile pentru:

[...]

(b) furnizarea, în totalitate sau parțial, de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă:

- (i) consumatorul nu și-a dat acordul prealabil expres cu privire la începerea prestării înainte de sfârșitul perioadei de 14 zile menționate la articolul 9;
- (ii) consumatorul nu a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își pierde dreptul de retragere în momentul în care își dă consimțământul; sau
- (iii) comerciantul nu a furnizat confirmarea în conformitate cu articolul 7 alineatul (2) sau cu articolul 8 alineatul (7).

5.9. Rezilierea contractului după exercitarea dreptului de retragere

Articolul 12

Exercitarea dreptului de retragere pune capăt obligațiilor părților contractuale:

- (a) de a executa contractul la distanță sau contractul negociat în afara spațiului comercial; sau
- (b) de a încheia un contract la distanță sau negociat în afara spațiului comercial, în cazul în care consumatorul a efectuat o comandă.

Articolul 12 prevede că exercitarea dreptului de retragere pune capăt obligațiilor părților de a executa contractul, în special obligației consumatorului de a plăti sau de a încheia contractul, atunci când consumatorul a efectuat o comandă.

Cu toate acestea, în temeiul articolului 3 alineatul (2), această normă nu afectează alte norme ale UE specifice sectorului privind rezilierea contractelor.

— De exemplu, Directiva (UE) 2019/944 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹³⁷⁾ privind piața internă de energie electrică și Directiva 2009/73/CE privind piața internă în sectorul gazelor naturale ⁽¹³⁸⁾ prevăd că, atunci când un consumator dorește să schimbe furnizorul, cu respectarea condițiilor contractuale, operatorul/operatorii în cauză trebuie să realizeze schimbarea în termen de trei săptămâni.

Așadar, în cazul în care consumatorul decide să se retragă dintr-un contract de furnizare de energie electrică sau de gaze și să se transfere la un nou furnizor, furnizorul anterior și consumatorul pot avea în continuare obligații în temeiul contractului pe o perioadă de până la trei săptămâni, prin derogare de la normele prevăzute la articolul 14 alineatul (3) privind despăgubirile pentru ceea ce s-a furnizat până la retragere.

⁽¹³⁷⁾ Directiva (UE) 2019/944 a Parlamentului European și a Consiliului din 5 iunie 2019 privind normele comune pentru piața internă de energie electrică și de modificare a Directivei 2012/27/UE (JO L 158, 14.6.2019, p. 125), articolul 12 alineatul (1): „Schimbarea furnizorului sau a participantului la piață implicat în agregare se realizează în cel mai scurt timp posibil. Statele membre se asigură că un client care dorește să schimbe furnizorii sau participanții la piață implicați în agregare, cu respectarea condițiilor contractuale, are dreptul la o astfel de schimbare în termen de cel mult trei săptămâni de la data solicitării. [...]”

⁽¹³⁸⁾ Articolul 3 alineatul (6) din Directiva 2009/73/CE: „Statele membre garantează că:

- (a) în situația în care un client dorește să schimbe furnizorul, cu respectarea condițiilor contractuale, modificarea este realizată de către operatorul/operatorii în cauză în termen de trei săptămâni; și
- (b) clienții au dreptul de a primi toate datele relevante privind consumul.”

5.10. **Contracte auxiliare**

Articolul 15

(1) Fără a aduce atingere articolului 15 din Directiva 2008/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 aprilie 2008 privind contractele de credit pentru consumatori, în cazul în care consumatorul exercită dreptul său de retragere din cadrul unui contract la distanță sau al unui contract negociat în afara spațiului comercial în conformitate cu articolele 9-14 din prezenta directivă, orice contract auxiliar este reziliat în mod automat, fără costuri pentru consumator, cu excepția cazurilor prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la articolul 14 din prezenta directivă.

(2) Statele membre stabilesc norme detaliate privind rezilierea unor astfel de contracte.

Articolul 2 alineatul (15) definește contractul auxiliar ca: „un contract prin care consumatorul obține bunurile sau serviciile care fac obiectul unui contract la distanță sau al unui contract negociat în afara spațiului comercial, iar aceste bunuri sau servicii sunt livrate, respectiv prestate de comerciant sau de o parte terță pe baza unui acord între partea terță respectivă și comerciant”, de exemplu:

- un contract de livrare, întreținere sau instalare;
- un contract de asigurare sau de credit pentru finanțarea unei achiziții;
- garanție comercială suplimentară.

Deși, în general, este exclus din domeniul de aplicare al directivei în temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (d), orice contract auxiliar de asigurare sau de credit se va rezilia în conformitate cu articolul 15.

Relația dintre contractele conexe separate ar trebui evaluată pentru a stabili care este contractul principal și care este cel auxiliar:

- De exemplu, în cazul în care, prin contracte separate cu același comerciant, un consumator achiziționează servicii de telefonie mobilă și un telefon mobil inteligent care este plătit în rate, facturate lunar împreună cu prețul principal al abonamentului, contractul de prestări de servicii ar trebui considerat contractul principal. Aceasta nu ar trebui să împiedice consumatorul de la retragerea separată numai din contractul de vânzare auxiliar, păstrând în același timp contractul de prestări de servicii.

În cazul în care contractul auxiliar intră sub incidența directivei (de exemplu, un contract de livrare sau de instalare), consumatorul ar trebui să despăgubească comerciantul pentru costul a ceea ce s-a furnizat în conformitate cu articolul 13 alineatul (2) și cu articolul 14.

Pe de altă parte, în cazul în care contractul auxiliar este, în general, în afara domeniului de aplicare al directivei (precum un contract de asigurare sau de credit), consecințele rezilierii vor face obiectul normelor sectoriale specifice sau al normelor generale de drept al contractelor din statele membre.

Normele detaliate privind rezilierea contractelor auxiliare vor fi stabilite de statele membre. Acestea pot include, de exemplu, obligația comerciantului de a informa alt comerciant relevant atunci când acesta este informat de un consumator cu privire la decizia sa de a se retrage din contractul principal.

5.11. **Excepții de la dreptul de retragere**

La articolul 16 primul paragraf sunt enumerate 13 contracte/situații în care consumatorul nu are drept de retragere sau își pierde acest drept în anumite condiții.

În plus, Directiva (UE) 2019/2161 a introdus două opțiuni normative pentru statele membre în cazul contractelor încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant și în cazul reparațiilor solicitate în mod expres de consumator.

Următoarele situații sau contracte merită o atenție deosebită în acest caz. Excepțiile privind contractele de prestări de servicii executate integral și contractele de furnizare de conținut digital online sunt abordate separat în secțiunile 5.6 și, respectiv, 5.7.

5.11.1. *Bunuri sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară*

Articolul 16

(b) furnizarea de bunuri sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară pe care comerciantul nu le poate controla și care pot avea loc pe parcursul perioadei de retragere;

Considerentul 43 din Directiva (UE) 2019/2161 a clarificat faptul că contractele de livrare individuală de energie din afara rețelei ar trebui exceptate de la dreptul de retragere prevăzut la articolul 16 primul paragraf litera (b), deoarece „prețul acesteia depinde de fluctuațiile de pe piețele de materii prime sau de energie, care nu pot fi controlate de comerciant și care pot apărea în perioada de retragere”.

5.11.2. Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar

Articolul 16

(c) furnizarea de bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar;

„Bunurile confecționate după specificațiile prezentate de consumator” sunt definite în articolul 2 din DDC ca „bunuri care nu sunt prefabricate, produse pe baza opțiunilor individuale sau a deciziei clientului”. Considerentul 49 din DDC face trimitere la „perdelele confecționate la cerere” ca exemplu de bunuri realizate în conformitate cu cerințele consumatorului sau clar personalizate.

Deoarece această normă este o excepție de la norma mai generală a DDC care dă consumatorilor dreptul de retragere din contractele la distanță/negociate în afara spațiilor comerciale, ar trebui interpretată în sens restrâns.

Prin urmare, această excepție ar trebui să acopere, de exemplu:

- bunuri, pentru care consumatorul a furnizat specificații, precum măsurători pentru mobilier sau dimensiunea unui material;
- bunuri pentru care consumatorul a solicitat anumite caracteristici personalizate, precum o anumită proiectare pentru un autovehicul care este fabricat la comandă sau o componentă specifică pentru un computer, care trebuie să fie achiziționată individual pentru acea comandă și care nu face parte din oferta generală a comerciantului pentru public;
- etichete cu adresa și datele de contact ale consumatorului.

Specificarea/personalizarea în acest context ar trebui să însemne că bunurile sunt, în principiu, unice și produse conform dorințelor și cerințelor individuale specificate de consumator și convenite cu comerciantul.

În schimb, în cazul în care consumatorul compune bunurile prin simpla alegere a opțiunilor standard (prestabilite) oferite de comerciant, nu ar trebui să fie posibil să se vorbească nici despre „specificație”, nici despre „personalizare” în sensul restrâns al acestei dispoziții. Prin urmare, excepția nu s-ar aplica în cazul următoarelor exemple:

- alegerea mobilierului cu o anumită culoare sau textură, prin selectarea din catalogul producătorului;
- un automobil cu echipament suplimentar, selectat din catalogul producătorului;
- un set de articole de mobilier pe baza unor elemente standard.

În plus, excepția nu se aplică **contractelor de servicii care conduc la rezultate tangibile**. În cauza C-208/19 NK (Proiect pentru o casă individuală), Curtea a statuat că nu se poate considera că un contract încheiat între un arhitect și un consumator, conform căruia primul este obligat să elaboreze planurile de construire a unei clădiri noi, intră sub incidența articolului 16 litera (c) din DDC. Cu toate că planurile ar putea fi furnizate în formă materială (pe suport de hârtie sau sub formă de conținut digital), obiectul contractului este o prestație intelectuală – proiectare arhitecturală, iar furnizarea ulterioară are doar o funcție auxiliară ⁽¹³⁹⁾.

Acest raționament al CJUE subliniază importanța procesului creativ pentru obținerea rezultatului tangibil ca factor decisiv pentru clasificarea contractului. Un raționament similar ar putea fi aplicat altor servicii intelectuale (de exemplu, furnizarea de servicii de contabilitate sau de consultanță juridică sau fotografierea unor evenimente de familie) ale căror rezultate ar putea fi prezentate în formă tangibilă.

În schimb, în cazul în care se aplică excepția, restricția privind retragerea din contracte pentru furnizarea de bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar este absolută și **nu depinde de faptul dacă comerciantul a început sau nu să lucreze la comandă**. Acest lucru a fost confirmat în cauza C-529/19 Möbel Kraft, în cadrul căreia Curtea a observat că aceasta reprezintă singura interpretare a articolului 16 litera (c) din DDC care ar putea asigura securitatea juridică, care este unul dintre obiectivele directivei, astfel cum se menționează în considerentele 7 și 40 din aceasta ⁽¹⁴⁰⁾. Existența dreptului de retragere al consumatorului ar fi pusă în discuție dacă ar

⁽¹³⁹⁾ Cauza C-208/19, NK (Proiect de casă individuală), ECLI:EU:C:2020:382, punctele 58 și 59.

⁽¹⁴⁰⁾ Cauza C-529/19, Möbel Kraft, ECLI:EU:C:2020:846, punctele 27–29.

depinde de stadiul de avansare a executării contractului de către comerciant, stare de avansare cu privire la care consumatorul nu este, în general, informat și cu privire la care, cu atât mai puțin, nu dispune de nicio influență. În plus, o astfel de interpretare nu ar fi compatibilă cu obligația comerciantului de a furniza informații precontractuale clare.

5.11.3. Bunuri susceptibile a se deteriora sau a se perima rapid

Articolul 16

(d) furnizarea de bunuri care sunt susceptibile a se deteriora sau a se perima rapid;

„Susceptibil de a se deteriora sau de a se perima rapid” reprezintă o caracteristică obiectivă a bunului în cauză. Printre exemplele evidente de bunuri susceptibile de a se deteriora sau de a se perima rapid, menționate la litera (d), se numără:

- alimente și băuturi cu termene de valabilitate scurte, inclusiv cele care trebuie refrigerate;
- livrări de preparate la pachet efectuate de restaurante;
- flori proaspete.

Cu toate acestea, în cazul **contractelor de abonament pentru livrări periodice de preparate la pachet efectuate de restaurante**, deși nu există niciun drept de retragere din livrarea efectivă, consumatorul poate totuși anula abonamentul în temeiul normelor privind dreptul de retragere pentru „livrarea periodică de bunuri” în conformitate cu articolul 9 alineatul (2) litera (b) punctul (iii), și anume în termen de 14 zile de la primirea primei livrări.

Prin natura lor, **plantele** au o durată de viață limitată pe parcursul căreia caracteristicile lor sunt conservate. În principiu, cerința unei intervenții active din partea unei persoane (de exemplu, societate de livrare, consumator) pentru conservarea caracteristicilor acestora face ca astfel de plante să fie diferite în mod obiectiv de alte bunuri (materiale textile, echipamente electronice etc.). Aceste alte bunuri nu sunt „susceptibile de a se deteriora sau de a se perima rapid” dacă sunt depozitate în condiții adecvate, iar consumatorul trebuie doar să nu le expună unor condiții anormale înainte de a le returna, pentru a evita răspunderea prevăzută la articolul 14 alineatul (2).

Prin urmare, este necesară o evaluare de la caz la caz, ținând seama de atenția necesară pentru ca plantele să își păstreze caracteristicile pe o perioadă mai lungă, inclusiv în cazul returnării acestora de către consumator. Prin urmare, dreptul de retragere ar trebui să se aplice numai în cazul în care plantele respective nu sunt „susceptibile de a se deteriora sau de a se perima rapid”.

5.11.4. Bunuri sigilate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă

Articolul 16

(e) furnizarea de bunuri sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de consumator;

Pentru ca un articol să poată beneficia de exceptarea prevăzută la litera (e) cu privire la dreptul de retragere, ar trebui să existe motive reale de igienă și de protecție a sănătății pentru utilizarea unui sigiliu, care poate consta în folie sau ambalaj de protecție. Această exceptare s-ar putea aplica, de exemplu, următoarelor bunuri dacă acestea sunt desigilate de consumator după livrare:

- produse cosmetice precum rujurile;
- periute de dinți, mașini de ras și articole similare de igienă personală.

Curtea a statuat în cauza C-681/17 *slewo* că această excepție nu se aplică în cazul saltelelor. Curtea a precizat, în special, că natura unui bun este cea care poate justifica sigilarea ambalajului său din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și că, prin urmare, desigilarea unui astfel de ambalaj privează bunul pe care îl conține de garanția în materie de protecție a sănătății sau de igienă ⁽¹⁴¹⁾.

⁽¹⁴¹⁾ Cauza C-681/17, *slewo*, ECLI:EU:C:2019:255, punctul 37.

Prin urmare, exceptarea de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 primul paragraf litera (e) se aplică numai dacă, odată ce ambalajul său a fost desigilat, bunul pe care îl conține **nu mai poate fi niciodată comercializat, din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă**, dat fiind că însăși natura acestui bun face imposibilă sau excesiv de dificilă luarea de către comerciant a unor măsuri care să permită repunerea sa în vânzare fără însă a aduce atingere unuia sau altuia dintre aceste imperative ⁽¹⁴²⁾.

5.11.5. Bunuri inseparabil amestecate cu alte elemente

Articolul 16

(f) *furnizarea de bunuri care sunt, după livrare, potrivit naturii acestora, inseparabil amestecate cu alte elemente;*

Considerentul 49 din DDC face trimitere la furnizarea de „combustibil” ca un exemplu de bunuri amestecate inseparabil cu alte elemente.

5.11.6. Contractele cu o dată sau o perioadă de executare specifică

Articolul 16

(l) *prestarea de servicii de cazare, pentru alt scop decât cel rezidențial, transport de mărfuri, închiriere de mașini, catering sau în legătură cu agrementul, în cazul în care contractul prevede o dată sau o perioadă de executare specifică;*

Pentru ca această exceptare să se aplice, contractul ar trebui să stipuleze „o dată sau o perioadă de executare specifică”. Din nou, întrucât aceasta constituie o exceptare, ar trebui interpretată în mod restrâns ⁽¹⁴³⁾. Prin urmare, aceasta ar trebui să se aplice ținând cont de motivele menționate în considerentul 49: „[...] Acordarea unui drept de retragere consumatorului ar putea de asemenea să fie inadecvată în cazul anumitor servicii în situația în care **încheierea contractului implică rezervarea unor capacități** pe care, în cazul exercitării dreptului de retragere, comerciantul poate să nu fie în măsură să le exploateze. De exemplu, o astfel de situație ar fi atunci când se fac rezervări la hotel sau pentru cabane de vacanță ori evenimente culturale sau sportive.” Prin urmare, limitarea dreptului de retragere în temeiul articolului 16 primul paragraf litera (l) nu ar trebui să se aplice contractelor pentru activități de agrement care nu au o limitare a capacității.

Considerentul 49 oferă următoarele exemple în care s-ar aplica exceptarea prevăzută la articolul 16 primul paragraf litera (l):

- rezervări la hotel sau pentru cabane de vacanță;
- evenimente culturale sau sportive, precum și spectacole de teatru la o dată specifică;
- servicii de catering la o zi de naștere sau nuntă la o dată specifică.

În mod similar, expresia „transport de bunuri” ar trebui interpretată în sens larg. În cauza C-336/03 easyCar referitoare la Directiva 97/7/CE privind vânzările la distanță, CJUE a statuat că noțiunea de „transport” include și punerea la dispoziție a mijloacelor de transport pentru consumatori ⁽¹⁴⁴⁾. Conform acestei interpretări, închirierea de camioane pentru transportul de bunuri la o dată specifică ar putea intra în domeniul de aplicare al exceptării prevăzute la articolul 16 litera (l) pentru „transportul de bunuri”.

În cele din urmă, deși articolul 16 primul paragraf litera (l) se referă la contractele de transport de bunuri, acesta nu s-ar aplica serviciilor de depozitare, chiar dacă acestea sunt furnizate la date specifice.

⁽¹⁴²⁾ Ibidem, punctul 40. A se vedea, de asemenea, secțiunea 6.5.4 cu detalii privind cauza C-681/17.

⁽¹⁴³⁾ Se așteaptă orientări suplimentare privind dreptul de retragere în ceea ce privește activitățile recreative din cauza pendinte C-96/21, CTS Eventim, care are ca obiect situația în care un comerciant nu furnizează în mod direct consumatorului serviciul legat de activitățile de agrement, ci doar revinde consumatorului un drept de acces la un astfel de serviciu.

⁽¹⁴⁴⁾ A se vedea cauza C-336/03, easyCar, ECLI:EU:C:2005:150, în special, punctele 26 și 31.

5.11.7. *Lucrări de reparație solicitate de consumator*

Articolul 16

(h) *contractele în cazul cărora consumatorul a solicitat în mod specific comerciantului să se deplaseze la domiciliul său pentru a efectua lucrări urgente de reparație sau de întreținere. Dacă, cu ocazia unei astfel de vizite, comerciantul prestează alte servicii în afara celor solicitate în mod expres de consumator sau furnizează alte bunuri decât piesele de schimb indispensabile pentru executarea lucrărilor de întreținere sau de reparație, dreptul de retragere se aplică respectivelor servicii sau bunuri suplimentare;*

Excepția de la dreptul de retragere prevăzută la articolul 16 primul paragraf litera (h) din DDC vizează lucrările urgente de reparație și de întreținere.

Pentru toate celelalte lucrări de reparație care nu sunt „urgente”, consumatorii beneficiază de dreptul de retragere, iar comercianții trebuie să îi informeze, printre altele, cu privire la acest drept. În cazul în care comercianții nu au furnizat consumatorilor informațiile privind dreptul de retragere sau nu le-au comunicat un termen, se aplică articolul 10 și articolul 14 alineatul (4) litera (a). Consumatorii își pot exercita dreptul de retragere în termen de 14 zile de la încheierea contractului. Cu toate acestea, în conformitate cu articolul 16 primul paragraf litera (a), consumatorul își pierde dreptul de retragere atunci când serviciul (de reparație) este executat integral. Pentru ca această limitare să se aplice, comerciantul trebuie să obțină: (1) acordul prealabil expres al consumatorului și (2) confirmarea din partea consumatorului că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul de retragere după prestarea completă a serviciilor. Aceste două condiții pentru începerea prestării serviciului înainte de expirarea perioadei de retragere sunt prevăzute la articolul 7 alineatul (3) pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la articolul 8 alineatul (8) pentru contractele la distanță.

Articolul 16

În cazul contractelor de servicii care dau naștere unei obligații de plată pentru consumator, atunci când consumatorul a solicitat în mod expres o vizită din partea comerciantului în scopul efectuării de reparații, statele membre pot să prevadă pierderea de către consumator a dreptului de retragere după ce serviciul a fost executat integral dacă executarea a început cu consimțământul prealabil expres al consumatorului.

Această opțiune de reglementare de la articolul 16 al treilea paragraf, introdusă prin Directiva (UE) 2019/2161⁽¹⁴⁵⁾, oferă statelor membre posibilitatea de a acorda derogări de la condițiile de pierdere a dreptului de retragere în temeiul articolului 16 primul paragraf litera (a) prin stipularea faptului că, pentru lucrările de reparație reglementate de articolul 16 al treilea paragraf, este suficient ca comerciantul să obțină consimțământul prealabil expres al consumatorului pentru începerea executării. În consecință, în acest caz, comerciantul nu este obligat să obțină, de asemenea, din partea consumatorului confirmarea că a luat cunoștință de pierderea dreptului de retragere în temeiul articolului 7 alineatul (3) sau al articolului 8 alineatul (8).

5.12. **Opțiuni normative în cazul vizitelor nesolicitate sau al deplasărilor**

5.12.1. *Introducere*

Directiva (UE) 2019/2161 a modificat atât DPCN, cât și DDC, permițând statelor membre să adopte dispoziții care să protejeze interesele legitime ale consumatorilor în ceea ce privește practicile comerciale sau de vânzare agresive sau înșelătoare în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor, cu condiția ca astfel de dispoziții să fie proporționale, nediscriminatorii și justificate de motive privind protecția consumatorului. Justificarea dispozițiilor este explicată în considerentele 54-57 din Directiva (UE) 2019/2161, în care se subliniază principiul subsidiarității și obiectivul de a facilita asigurarea respectării legislației.

DPCN conține o dispoziție generală care permite statelor membre să adopte dispoziții naționale proporționale, nediscriminatorii și justificate pentru a proteja consumatorii împotriva practicilor comerciale agresive sau înșelătoare în contextul vizitelor nesolicitate și/sau al deplasărilor efectuate de un comerciant (pentru detalii suplimentare, a se vedea secțiunea 1.1 din Orientările privind DPCN).

⁽¹⁴⁵⁾ A se vedea considerentul 42 din Directiva (UE) 2019/2161.

Pe lângă dispoziția generală din DPCN, DDC modificată permite statelor membre să adopte dispoziții naționale care să prevadă norme mai favorabile privind dreptul de retragere. În acest scop, în contextul articolului 9 alineatul (1a), al articolului 10 alineatul (2), al articolului 14 alineatul (4) și al articolului 16 din DDC, statele membre pot prevedea o perioadă mai lungă de exercitare a dreptului de retragere, de 30 de zile (în loc de 14 zile) sau pot acorda derogări de la mai multe excepții existente de la dreptul de retragere în cazul vizitelor nesolicitate sau al deplasărilor.

Articolul 29 alineatul (1) din DDC prevede obligația statelor membre de a notifica Comisiei, până la 28 noiembrie 2021, măsurile naționale de derogare de la dreptul de retragere și orice modificare ulterioară, și anume prin intermediul unei notificări specifice care să explice dispozițiile naționale exacte în cauză și nu doar ca parte a notificării generale a măsurilor de transpunere.

5.12.2. Extinderea perioadei de exercitare a dreptului de retragere

Articolul 9 alineatul (1a) prevede posibilitatea ca statele membre să extindă perioada de retragere de la 14 zile la 30 de zile pentru contractele încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor.

Articolul 9

(1a) *Statele membre pot adopta norme conform cărora termenul de retragere de 14 zile menționat la alineatul (1) se extinde la 30 de zile pentru contractele încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor, în scopul protejării intereselor legitime ale consumatorilor în ceea ce privește practicile comerciale sau de vânzare agresive sau înșelătoare. Astfel de norme trebuie să fie proporționale, nediscriminatorii și justificate de motive privind protecția consumatorului.*

Articolul 6 alineatul (4), articolul 9 alineatul (2), articolul 10 alineatul (2) și articolul 14 alineatul (4) care se referă la dreptul de retragere au fost, de asemenea, modificate prin Directiva (UE) 2019/2161 pentru a reflecta posibila extindere a acestei perioade la 30 de zile.

Articolul 6 alineatul (4)

(4) *Informațiile menționate la alineatul (1) literele (h), (i) și (j) din prezentul articol pot fi furnizate utilizând modelul de instrucțiuni privind retragerea, prevăzut în anexa I partea A. Comerciantul respectă cerințele de informare stabilite la alineatul (1) literele (h), (i) și (j) din prezentul articol dacă a furnizat consumatorului aceste instrucțiuni, corect completate. **Trimiterile la perioada de retragere de 14 zile din modelul de instrucțiuni privind retragerea, prevăzut în anexa I partea A, se înlocuiesc cu trimiteri la o perioadă de retragere de 30 de zile, în cazurile în care statele membre au adoptat norme în conformitate cu articolul 9 alineatul (1a).***

Articolul 9 alineatul (2)

(2) *Fără a aduce atingere articolului 10, termenul de retragere menționat la alineatul (1) din prezentul articol expiră după 14 zile sau, **în cazurile în care statele membre au adoptat norme în conformitate cu alineatul (1a) din prezentul articol, după 30 de zile, de la:***

Articolul 10 alineatul (2)

(2) *În cazul în care comerciantul a transmis consumatorului informațiile prevăzute la alineatul (1) din prezentul articol în termen de 12 luni de la data menționată la articolul 9 alineatul (2), perioada de retragere expiră după 14 zile sau, **în cazurile în care statele membre au adoptat norme în conformitate cu articolul 9 alineatul (1a), după 30 de zile de la data respectivă.***

Articolul 14 alineatul (4)

(4) *Consumatorul nu suportă costurile pentru:*

(b) *furnizarea, în totalitate sau parțial, de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă:*

(i) *the consumer has not given prior express consent to the beginning of the performance consumatorul nu și-a dat acordul prealabil expres cu privire la începerea prestării înainte de sfârșitul perioadei de 14 zile sau de 30 de zile menționate la articolul 9.*

5.1.2.3. Derogări de la exceptările de la dreptul de retragere

Articolul 16

Statele membre pot acorda derogări de la exceptările de la dreptul de retragere stabilite la primul paragraf literele (a), (b), (c) și (e) pentru contractele încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau a vinde produse consumatorilor, în scopul protejării intereselor legitime ale consumatorilor în ceea ce privește practicile comerciale sau de vânzare agresive sau înșelătoare. Astfel de dispoziții trebuie să fie proporționale, nediscriminatorii și justificate de motive privind protecția consumatorului.

În cazul contractelor încheiate în contextul vizitelor nesolicitate efectuate de un comerciant la domiciliul unui consumator sau al deplasărilor organizate de un comerciant cu scopul sau efectul de a promova sau de a vinde produse consumatorilor, statele membre pot acorda derogări de la următoarele exceptări de la dreptul de retragere:

- contractele de prestări servicii, după prestarea completă a serviciilor [articolul 16 primul paragraf litera (a)];
- furnizarea de bunuri sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară pe care comerciantul nu le poate controla și care pot avea loc pe parcursul perioadei de retragere [articolul 16 primul paragraf litera (b)];
- furnizarea de bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar [articolul 16 primul paragraf litera (c)];
- furnizarea de bunuri sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de consumator [articolul 16 primul paragraf litera (e)];

Derogarea **nu înseamnă neapărat neaplicarea completă a exceptării** de la dreptul de retragere. Aceasta poate consta, de asemenea, într-o modificare a exceptării existente pentru a o face mai favorabilă consumatorului, asigurându-se în același timp faptul că aceasta este proporțională (și în ceea ce privește interesele legitime ale comercianților), nediscriminatorie și justificată de motive privind protecția consumatorului.

6. Livrare

Articolul 18

(1) Cu excepția cazului în care părțile au convenit altfel cu privire la momentul livrării, comerciantul livrează bunurile transferând posesia fizică sau controlul asupra bunurilor către consumator, fără întârziere nejustificată și în orice caz în decurs de cel mult 30 de zile de la încheierea contractului.

(2) În cazul în care comerciantul nu și-a îndeplinit obligația de a livra bunurile în momentul convenit cu consumatorul sau în termenul stabilit la alineatul (1), consumatorul îi solicită să efectueze livrarea într-un termen suplimentar, corespunzător circumstanțelor. În cazul în care comerciantul nu livrează bunurile în termenul suplimentar respectiv, consumatorul are dreptul de a rezilia contractul.

Primul paragraf nu se aplică contractelor de vânzare în cazul în care comerciantul a refuzat să livreze bunurile sau în cazul în care livrarea în termenul convenit este esențială având în vedere toate circumstanțele existente la încheierea contractului sau în cazul în care consumatorul informează comerciantul, înainte de încheierea contractului, că livrarea înainte de sau la o dată precizată este esențială. În aceste cazuri, dacă comerciantul nu livrează bunurile în momentul convenit cu consumatorul sau în termenul stabilit la alineatul (1), consumatorul are dreptul de a rezilia contractul imediat.

(3) La rezilierea contractului, comerciantul rambursează fără întârzieri nejustificate toate sumele plătite în temeiul contractului.

(4) În plus față de rezilierea contractului în conformitate cu alineatul (2), consumatorul poate recurge la alte căi de atac prevăzute de legislația națională.

Articolul 18 se aplică numai contractelor de vânzare, astfel cum se specifică în mod expres la articolul 17 alineatul (1). Dispozițiile de la articolul 18 privind timpul de livrare sunt corelate cu cerința de la articolul 5 alineatul (1) litera (d) și de la articolul 6 alineatul (1) litera (g) pentru a indica timpul de livrare a bunurilor.

În temeiul articolului 6 alineatul (1) litera (g) privind **contractele negociate în afara spațiilor comerciale și la distanță**, comerciantul trebuie să informeze consumatorul cu privire la „data până la care comerciantul se angajează să livreze bunurile”. Pentru **contractele negociate în spațiile comerciale**, în temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (d), aceste informații trebuie furnizate „acolo unde este cazul”.

Prin urmare, în **contractele negociate în spațiile comerciale**, aceste informații nu trebuie furnizate dacă bunurile sunt livrate imediat sau dacă serviciile sunt prestate imediat. Pentru contractele de vânzare negociate în spațiile comerciale, de asemenea, aceste informații nu trebuie furnizate în cazul în care vânzătorul planifică să livreze bunurile în termenul de 30 de zile specificat la articolul 18 alineatul (1) (a se vedea, de asemenea, secțiunea 3 privind cerințele precontractuale în materie de informare).

Este important de menționat că directiva nu conține norme specifice privind contractele de prestări de servicii în cazul în care comerciantul nu indică data prestării serviciilor. Consecințele unei astfel de omisiuni pot fi reglementate în dreptul intern.

În temeiul articolului 18 alineatul (2), în cazul în care comerciantul nu livrează în acest termen sau în termenul menționat de consumator, consumatorul trebuie să convină împreună cu comerciantul asupra extinderii perioadei de livrare. În cazul în care comerciantul nu a efectuat livrarea nici înainte de expirarea perioadei extinse, consumatorul are dreptul să rezilieze contractul.

Cu toate acestea, dacă perioada de livrare menționată sau perioada standard de 30 de zile este esențială (de exemplu, pentru livrarea unei rochii de mireasă – a se vedea considerentul 52) și comerciantul nu livrează bunurile la timp, consumatorul ar trebui să aibă dreptul la rezilierea contractului imediat după expirarea termenului convenit inițial.

Dreptul intern poate reglementa modalitatea prin care consumatorul ar trebui să notifice comerciantului rezilierea contractului (a se vedea considerentul 52).

În temeiul articolului 18 alineatul (4), dreptul intern poate oferi consumatorului alte căi de atac, exemple în acest sens fiind oferite în considerentul 53: „În plus față de dreptul consumatorului de a solicita încetarea contractului în cazul în care comerciantul nu și-a îndeplinit obligațiile de livrare a bunurilor în conformitate cu prezenta directivă, consumatorul poate, în conformitate cu dreptul intern aplicabil, să utilizeze alte remedii, **cum ar fi să acorde comerciantului un termen suplimentar de livrare, să impună executarea contractului, să rețină plata și să solicite daune-interese.**”

În temeiul articolului 18 alineatul (3), în cazul în care contractul este reziliat, comerciantul trebuie să ramburseze, fără întârzieri nejustificate, toate sumele plătite. Directiva nu prevede o limită de timp pentru rambursare. În cazul unui litigiu între consumator și comerciant cu privire la momentul rambursării, organismele și instanțele naționale competente vor trebui să efectueze o evaluare de la caz la caz. În principiu, câteva zile lucrătoare ar fi de ajuns pentru comerciant pentru a procesa rambursarea.

7. Transferarea riscului

Articolul 20

În cazul contractelor în care comerciantul livrează bunurile către consumator, riscul de pierdere sau de deteriorare a bunurilor este transferat consumatorului în momentul în care acesta sau o parte terță desemnată de acesta, alta decât transportatorul, intră în posesia fizică a bunurilor. Cu toate acestea, riscul este transferat consumatorului în momentul livrării bunurilor către transportator, dacă transportatorul a fost însărcinat de către consumator să transporte bunurile, iar această opțiune nu a fost oferită de către comerciant, fără a aduce atingere drepturilor consumatorului față de transportator.

În temeiul articolului 20, riscul se transferă, de asemenea, consumatorului în momentul livrării bunurilor către transportator, dacă transportatorul este însărcinat de către consumator, iar această opțiune nu este oferită de către comerciant.

Livrarea periodică de bunuri comandate prin comerțul electronic, comandă prin poștă etc. se efectuează de cele mai multe ori fără verificarea imediată de către consumator a bunurilor livrate. În temeiul directivei, riscul este transferat consumatorului în momentul în care acesta intră în posesia fizică a bunurilor, indiferent dacă acestea au fost verificate pentru constatarea defectelor. Cu toate acestea, există o cerință privind livrarea fără defecte în temeiul Directivei (UE) 2019/771 privind vânzarea de bunuri. Articolul 11 din directiva menționată stabilește normele privind sarcina probei în ceea ce privește orice neconformitate.

8. Comisioane pentru folosirea unor mijloace de plată

Articolul 19

Statele membre interzic comercianților să perceapă de la consumatori comisioane aferente utilizării unui anumit mijloc de plată care depășesc costul suportat de comerciant pentru utilizarea unor astfel de modalități de plată.

8.1. Introducere

Articolul 19 se aplică în cazul folosirii unor „mijloace de plată”. Întrucât aceste noțiuni nu sunt definite în niciun fel, articolul 19 ar trebui să se aplice oricăror mijloace de plată, inclusiv plăților în numerar.

Ar trebui remarcat faptul că „serviciile de plată” ca atare se încadrează în categoria „serviciilor financiare” care sunt excluse din domeniul de aplicare al DDC în conformitate cu articolul 3 alineatul (3) litera (d) din aceasta. Prin urmare, prestatorii de servicii de plată nu fac obiectul cerințelor directivei. Obligația prevăzută la articolul 19 nu îi vizează pe prestatorii de servicii de plată, ci vizează alți comercianți care încheie contracte cu consumatori care intră sub incidența DDC. Respectiva dispoziție interzice comercianților să perceapă de la consumatori comisioane aferente utilizării unui anumit mijloc de plată care depășesc costul suportat în mod normal de comerciant pentru utilizarea unor astfel de modalități de plată.

Domeniul de aplicare al articolului 19 fost redus în mod semnificativ prin Directiva privind serviciile de plată, revizuită (denumită în continuare „DSP2”), aplicabilă de la 13 ianuarie 2018. Articolul 62 alineatul (4) din DSP2 interzice în mod specific suprataxarea pentru:

- instrumente de plată pentru care comisioanele interbancare⁽¹⁴⁶⁾ sunt reglementate în temeiul Regulamentului (UE) 2015/751 al Parlamentului European și al Consiliului⁽¹⁴⁷⁾ privind comisioanele interbancare pentru tranzacțiile de plată cu cardul (RCI); această interdicție se referă la plățile efectuate cu carduri de debit și de credit de consum utilizate în peste 95 % din tranzacțiile de pe piața UE a cardurilor;
- serviciile de plată cărora li se aplică Regulamentul (UE) 260/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind SEPA⁽¹⁴⁸⁾, și anume operațiunile de transfer de credit și de debitare directă în euro;

Prin urmare, articolul 19 din DDC rămâne relevant numai pentru cardurile „neplafonate”, și anume pentru cardurile comerciale, cum ar fi cardurile utilizate de societățile comerciale și cardurile emise de așa-numitele sisteme tripartite, fiind emise chiar de respectivele sisteme, care s-ar califica în același timp la categoria băncilor, precum și pentru plățile în numerar.

Cu toate acestea, ar trebui remarcat faptul că articolul 62 alineatul (5) din DSP2 oferă statelor membre posibilitatea de a interzice sau de a limita suprataxarea pentru instrumentele de plată specifice care nu sunt acoperite de RCI, cum ar fi cardurile comerciale și cardurile emise de sistemele tripartite, menționate anterior.

8.2. Definiția „comisioanelor”

Articolul 19 ar trebui să se aplice tuturor tipurilor de comisioane care sunt legate de un mijloc de plată, indiferent de modul în care sunt prezentate consumatorilor.

- *De exemplu, comisioanele menționate drept **comisioane de administrare, rezervare sau procesare**, ar trebui să intre sub incidența articolului 19 dacă pot fi evitate prin utilizarea unui mijloc de plată specific.*

Reducerile acordate consumatorilor pentru utilizarea unui anumit mijloc de plată, de cele mai multe ori, debit direct, nu ar trebui considerate în mod automat „comisioane” percepute pentru utilizarea celorlalte mijloace de plată disponibile în sensul articolului 19. Aceasta pentru că „reducerea” se poate baza pe interesul legitim al comerciantului de a încuraja utilizarea anumitor mijloace de plată care sunt mai eficiente în raport cu structura sa comercială⁽¹⁴⁹⁾.

⁽¹⁴⁶⁾ Comisioanele de interschimb multilaterale (MIF) sunt comisioane care trebuie plătite, convenite multilateral între prestatorii de servicii de plată (PSP) ai plătitorului/consumatorului și ai beneficiarului/comerciantului.

⁽¹⁴⁷⁾ Regulamentul (UE) 2015/751 al Parlamentului European și al Consiliului din 29 aprilie 2015 privind comisioanele interbancare pentru tranzacțiile de plată cu cardul (JO L 123, 19.5.2015, p. 1).

⁽¹⁴⁸⁾ Regulamentul (UE) nr. 260/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 martie 2012 de stabilire a cerințelor tehnice și comerciale aplicabile operațiunilor de transfer de credit și de debitare directă în euro și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 924/2009 (JO L 94, 30.3.2012, p. 22).

⁽¹⁴⁹⁾ În special, debitarea directă permite comerciantului să estimeze fluxul de numerar. Prin urmare, reducerea pentru utilizarea debitării directe poate să fie acordată nu atât pentru utilizarea unui anumit mijloc de plată, cât pentru a încuraja consumatorul să plătească periodic la o dată specificată.

Cu toate acestea, nu se poate exclude faptul că suprataxarea, în sensul articolului 19, ar putea fi realizată prin acordarea de reduceri identice sau diferite pentru diverse mijloace de plată și lăsând, de exemplu, numai 1 sau 2 modalități de plată în afara schemei de reducere. Fiecare schemă de reducere ar trebui analizată din punct de vedere al compatibilității cu articolul 19 de la caz la caz.

Articolul 19 reglementează „comisioanele” percepute pentru utilizarea unui anumit mijloc de plată. Acesta nu ar trebui să împiedice comerțanții de a percepe prețuri diferite pentru același bun sau serviciu atunci când acesta este vândut prin intermediul diferitelor canale de vânzare.

— *De exemplu, un preț mai mare ar putea fi perceput pentru un bilet la concert eliberat direct la sala de spectacol și un preț mai mic perceput în alte spații de vânzare.*

8.3. Definiția „costului” suportat de comerciant

8.3.1. Comisionul de servicii perceput comerciantului și alte costuri directe

Directiva nu definește și nici nu dă detalii despre noțiunea de „cost suportat de comerciant” menționată la articolul 19.

Pentru majoritatea comercianților, **comisionul de servicii perceput comerciantului** este cea mai mare componentă individuală a costului de acceptare a plăților cu cardul. Comisionul de servicii perceput comerciantului include, în general:

1. comisionul interbancar plătit de banca comerciantului (banca acceptantă) emitentului cardului ⁽¹⁵⁰⁾;
2. comisioanele plătite de banca comerciantului în cadrul schemei (Visa sau MasterCard); și
3. marja reținută de banca comerciantului pentru a acoperi costurile și profitul.

Pentru tranzacțiile cu cardul de credit, comisionul de servicii perceput comerciantului este stabilit, de obicei, la un procentaj din valoarea tranzacției, în timp ce pentru tranzacțiile cu un card de debit este mai frecventă o rată forfetară, deși aceasta nu este universală. Comisionul de servicii perceput comerciantului variază considerabil în funcție de cifra de afaceri, de sectorul comercial și de alte caracteristici ale comerciantului.

În plus, **pot exista comisioane de tranzacție sau generale, plătite de comerciant băncii acceptante sau unui intermediar al serviciului de plată.**

Intermediarii serviciilor de plată îi ajută pe anumiți comercianți cu amănuntul să accepte plățile sigure și pot percepe comisioane pentru furnizarea funcționalităților de plată, a serviciilor de depistare și gestionare a fraudelor și/sau serviciilor furnizate de obicei de băncile acceptante ⁽¹⁵¹⁾.

8.3.2. Costuri generale de funcționare a unei întreprinderi

Comerțanții suportă, de obicei, alte costuri comerciale, care pot fi indirect legate de acceptarea sau procesarea plăților pe baza mijloacelor utilizate. Acestea sunt, în principal, cheltuieli administrative, comisioane de instalare și de punere în funcțiune a echipamentelor și costuri care decurg din gestionarea cazurilor de fraudă și a riscurilor.

8.3.3. Costuri eligibile care justifică un comision pentru utilizarea unui mijloc de plată

Numai **comisioanele care sunt direct percepute comerciantului** pentru utilizarea unui mijloc de plată ar trebui considerate „costuri” aferente respectivului mijloc de plată în sensul articolului 19.

Costurile comerciantului care pot fi în mod legitim luate în considerare pentru a justifica comisioanele percepute consumatorilor sunt **comisionul de servicii perceput comerciantului și comisioanele de tranzacție sau generale plătite intermediarilor pentru anumite servicii sau toate serviciile comerciantului furnizate, de obicei, de băncile acceptante.** În aceste cazuri, intermediarul tratează, de obicei, cu banca acceptantă și acționează ca punct de contact pentru comerțanții cu amănuntul, percepând un adaos pentru comisioanele băncii acceptante aferente serviciilor relevante.

⁽¹⁵⁰⁾ Regulamentul (UE) 2015/751 al Parlamentului European și al Consiliului din 29 aprilie 2015 privind comisioanele interbancare pentru tranzacțiile de plată cu cardul (JO L 123, 19.5.2015, p. 1) plafonează comisioanele la 0,2 % din valoarea tranzacției pentru cardurile de debit de consum și la 0,3 % pentru cardurile de credit de consum. Acesta determină în mod clar o parte din costul suportat de comerciant.

⁽¹⁵¹⁾ Intermediarii serviciilor de plată îi ajută pe anumiți comercianți cu amănuntul să accepte plățile online sigure sau în alte situații în care titularul cardului nu este prezent, precum centrele de intermediere telefonică sau vânzarea prin corespondență. Intermediarii pot percepe comisioane pentru: (i) furnizarea echipamentelor și serviciilor necesare pentru a accepta plățile online și alte plăți la distanță, precum funcționalitatea de plată pentru site-urile internet ale comercianților cu amănuntul; și/sau (ii) furnizarea de servicii de identificare și de gestionare a cazurilor de fraudă (în care se specializează anumiți intermediari); și/sau furnizarea câtorva sau tuturor serviciilor comercianților furnizate, de obicei, de băncile acceptante, până la procesarea integrală a tranzacțiilor. În aceste cazuri, de obicei, intermediarul tratează cu banca acceptantă și acționează ca punct de contact pentru comerțanții cu amănuntul, percepând un adaos pentru comisioanele relevante ale băncii acceptante.

Comerciantul este cel care decide dacă să subcontracteze, de exemplu, furnizarea următoarelor articole/servicii:

- achiziționarea și întreținerea echipamentelor de la punctul de vânzare precum dispozitivele cu cip și PIN;
- monitorizarea fraudelor și menținerea conformității cu Standardele de securitate a datelor din sectorul plății cu cardul (PCI DSS) pentru a preveni fraudele, conform cerințelor tuturor rețelelor importante de carduri;
- dezvoltarea și administrarea infrastructurii pentru gestionarea plăților cu cardul, precum funcționalitatea de plată pentru site-uri de internet sau centre de intermediere telefonică; și
- formarea personalului.

Costurile aferente echipamentelor de plată, serviciilor de identificare și de gestionare a cazurilor de fraudă (sau unor servicii similare) ar trebui considerate, în schimb, costuri generale de funcționare a unei întreprinderi, indiferent dacă sunt suportate de comerciant în mod direct sau sunt externalizate. Dacă sunt externalizate, acestea sunt, în general, taxate separat de principalele „comisioane generale” sau de comisionul de servicii perceput comerciantului.

Procesarea plăților și manipularea numerarului implică **costuri cu personalul** care sunt dificil de cuantificat deoarece sunt adesea incluse în cheltuielile administrative totale. Costurile care decurg din **gestionarea cazurilor de fraudă și a riscurilor** variază în mod semnificativ de la un sector la altul și de la un comerciant la altul, dar, în general, se consideră că acestea sunt în scădere ca urmare a introducerii noilor tehnologii de plată electronice. Întrucât aceste costuri sunt inerente activității comerciale respective (chiar și atunci când sunt suportate pentru a asigura conformitatea cu reglementările), ele ar trebui, de asemenea, să fie excluse din noțiunea de „cost legat de utilizarea unui anumit mijloc de plată” în temeiul articolului 19 și ar trebui, în schimb, să fie considerate ca făcând parte din costul general de funcționare a unei întreprinderi.

Acest argument este în special valabil numai pentru întreprinderile care vând bunuri sau furnizează servicii online și care acceptă numai mijloace de plată electronice. Pentru astfel de întreprinderi, costurile cu personalul suportate pentru procesarea plăților electronice și costurile care decurg din gestionarea cazurilor de fraudă sau a riscurilor sunt elemente fundamentale ale însuși modelului lor comercial.

Mai mult, dintr-un punct de vedere mai practic, includerea în noțiunea de „cost” a tuturor elementelor posibile care pot fi asociate chiar indirect cu un mijloc de plată, **ar îngreuna asigurarea punerii în aplicare a articolului 19, limitând astfel orice efect practic („effet utile”) al acestui articol.** Acest lucru este valabil având în vedere că, de exemplu, foarte puține informații sunt disponibile în mod public cu privire la cheltuielile administrative și că costul exact al echipamentelor și/sau instalării poate fi calculat numai prin împărțirea sumei la un număr necunoscut de tranzacții. Prin urmare, comercianții ar trebui să recupereze astfel de costuri mai degrabă prin prețul bunurilor sau al serviciilor lor decât prin perceperea de la consumatori a unor comisioane suplimentare pentru utilizarea unui mijloc de plată.

8.4. Plăți în numerar în monede străine

Plata în numerar într-o monedă străină este, de asemenea, un „mijloc de plată” în sensul articolului 19. Prin urmare, un comerciant nu ar trebui să utilizeze schimbul valutar ca o metodă de a impune de fapt consumatorului suprataxe pentru mijloacele de plată, care nu sunt justificate de costurile reale suportate pentru oferirea unei opțiuni de plată în monedă străină (în special, costurile suportate de comerciant pentru schimbul valutar al numerarului primit).

- De exemplu, în cazul în care un comerciant care administrează un restaurant într-o zonă îndepărtată acceptă, cu titlu excepțional, o plată în numerar efectuată de un turist într-o monedă străină, cursul de schimb aplicat putând fi ușor mai mare decât cel aplicat efectiv, pentru a acoperi costul extraordinar aferent deplasării comerciantului la cea mai apropiată bancă și orice comision aplicat de bancă pentru schimb;
- Cu toate acestea, aplicarea unui curs de schimb excesiv în scenariul de mai sus ar încălca articolul 19, deoarece veniturile obținute dintr-o astfel de tranzacție ar depăși în mod substanțial costurile extraordinare;
- În schimb, în cazul în care acceptarea numerarului într-o monedă străină ca mijloc de plată este o practică comercială standard pentru comerciant, numai comisioanele de schimb valutar aplicabile vor fi considerate, cel mai probabil, costuri eligibile. Aceasta va fi, de exemplu, situația unui restaurant situat într-o zonă de stațiune care deservește în mod frecvent turiștii care plătesc în numerar în monede străine.

9. Comunicarea prin telefon

Articolul 21

Statele membre se asigură că, în cazul în care un comerciant operează o linie telefonică în vederea contactării sale prin telefon cu privire la contractul încheiat, consumatorul nu este obligat să plătească, la contactarea comerciantului, mai mult decât tariful de bază.

Primul paragraf nu aduce atingere dreptului furnizorilor de servicii de telecomunicații de a taxa aceste apeluri.

Obiectivul acestei dispoziții este protejarea consumatorilor împotriva taxelor suplimentare dacă aceștia trebuie să contacteze telefonic comerciantul cu care au încheiat un contract, de exemplu, dacă vor să facă o reclamație. Pentru astfel de apeluri telefonice, consumatorul nu trebuie să plătească mai mult decât „tariful de bază”. Directiva (UE) 2019/2161 a modificat articolul 3 alineatul (3) litera (k) din DDC, extinzând domeniul de aplicare al articolul 21 pentru a include și serviciile de transport de pasageri.

Deși DDC nu prevede o definiție explicită a tarifului de bază, raționamentul său este să solicite comercianților să se asigure că, pentru apelurile telefonice care fac obiectul articolului 21, consumatorii nu plătesc mai mult decât **costul pur** al serviciului de comunicații electronice. Acesta a fost confirmat de Curte în cauza C-568/15 observând că „tariful de bază” corespunde costului standard al unei comunicări obișnuite la care consumatorul se poate aștepta și care nu necesită ca comerciantul să îl informeze pe acesta din urmă în legătură cu acest cost ⁽¹⁵²⁾. Cu alte cuvinte, tarifele pentru apeluri nu trebuie să depășească costul unui apel către un **număr de telefon fix sau mobil standard (geografic)**.

Numerele negeografice pe care furnizorii de servicii de comunicații electronice le includ în mod normal în ofertele lor de „pachete” de minute la un preț lunar fix și numerele taxate doar la tarifele pentru apelurile către numerele geografice ar constitui, de asemenea, exemple de numere taxate la tariful de bază.

În schimb, este posibil ca seriile de numere care fac în mod normal obiectul unui **regim tarifar special** să nu respecte cerința privind „tariful de bază”. În general, așa-numitele **numere din categoria serviciilor cu tarife majorate (STM)** permit utilizatorilor lor (comercianți) să finanțeze sau să contribuie la costurile centrelor de intermediere telefonică sau să obțină venituri suplimentare din aceste apeluri telefonice prin partajarea veniturilor cu operatorii de telecomunicații. În practică, este foarte puțin probabil ca apelurile către numerele de telefon STM să fie facturate la „tariful de bază”. În același timp, Curtea a precizat, de asemenea, în cauza C-568/15 că, atât timp cât norma privind „tariful de bază” este respectată, nu contează dacă comerciantul realizează sau nu realizează beneficii prin intermediul unor astfel de apeluri ⁽¹⁵³⁾.

Deși articolul 21 limitează costul apelurilor telefonice, prețul efectiv al apelării comerciantului în scopurile menționate la articolul 21 va continua să varieze pentru diferiți consumatori, în funcție de furnizorul de servicii de comunicații electronice ales pentru apel.

Noțiunea de „tarif de bază” în sensul DDC nu ar trebui să fie înțeleasă ca obligativitate a comercianților de a utiliza așa-zisele numere de telefon „gratuite” care sunt în general gratuite pentru apelant. Și nici nu ar trebui interpretată ca obligativitate a comerciantului de a alege un anumit furnizor de telecomunicații sau de a trece de la serviciile de telefonie mobilă la cele de telefonie fixă sau invers.

Articolul 21 nu ar trebui să afecteze diferențele existente dintre tarifele apelurilor interne, internaționale și de roaming mobil percepute de furnizorii de servicii de comunicații electronice. Astfel, un consumator care apelează un vânzător dintr-un stat membru diferit poate plăti mai mult pentru acel apel decât clienții interni ai respectivului comerciant.

Hotărârea Curții în cauza C-332/17 Starman ⁽¹⁵⁴⁾ a abordat situația în care comerciantul pune la dispoziția consumatorilor săi, în scopurile menționate la articolul 21, atât un număr supus tarifului de bază, cât și un număr cu apelare rapidă supus unui tarif mai ridicat decât tariful de bază atunci când apelează de pe telefoane mobile. Curtea a statuat că, tot într-o astfel de situație, articolul 21 se opune ca un comerciant să perceapă unui consumator un tarif mai ridicat decât tariful de bază. Această interdicție este valabilă indiferent dacă comerciantul a informat consumatorul în mod inteligibil și ușor accesibil cu privire la existența unui număr de telefon alternativ supus tarifului de bază, iar consumatorul a ales totuși în mod voluntar să utilizeze un alt număr în sensul articolului 21:

⁽¹⁵²⁾ Cauza C-586/15, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main*, ECLI:EU:C:2017:154, punctul 22.

⁽¹⁵³⁾ *Ibidem*, punctele 31 și 32.

⁽¹⁵⁴⁾ Cauza C-332/17, *Starman*, ECLI:EU:C:2018:721.

„[...] articolul 21 primul paragraf din Directiva 2011/83/UE trebuie interpretat în sensul că se opune ca, în cazul în care un comerciant a pus la dispoziția ansamblului clientelei sale unul sau mai multe numere cu apelare rapidă supuse unui tarif mai ridicat decât tariful de bază, consumatorii care au încheiat deja un contract cu acest comerciant să plătească mai mult decât tariful de bază atunci când contactează acest consumator prin telefon în legătură cu acest contract.”⁽¹⁵⁵⁾.

Prin urmare, chiar dacă consumatorul a utilizat (din greșeală) numărul de telefon alternativ mai scump decât cel supus „tarifului de bază”, acesta are în continuare dreptul de a plăti doar „tariful de bază” pentru apelul în cauză. Pentru a asigura exercitarea dreptului prevăzut la articolul 21 într-un astfel de caz, consumatorul trebuie să aibă acces, în temeiul dreptului național al statului membru în cauză, la căi de atac adecvate, și anume la posibilitatea de a solicita despăgubiri pentru prețul plătit care depășește tariful de bază.

Hotărârea Curții nu interzice, în sine, comercianților să utilizeze diferite tipuri de numere în alte scopuri decât cele prevăzute la articolul 21, de exemplu, pentru a face rezervări. Totuși, în acest caz, comercianții ar trebui să acorde o atenție deosebită asigurării faptului că consumatorii utilizează numărul corect, și anume numărul supus tarifului de bază atunci când apelează în scopurile prevăzute la articolul 21.

10. Plăți suplimentare

Articolul 22

Înainte ca consumatorul să încheie un contract sau să accepte o ofertă, comerciantul solicită consimțământul explicit din partea consumatorului cu privire la orice plată suplimentară pe lângă cea asupra căreia s-au înțeles anterior prin care se remunerează obligația contractuală principală a comerciantului. În cazul în care comerciantul nu a obținut consimțământul expres al consumatorului, însă l-a dedus utilizând opțiuni incluse în mod automat pe care consumatorul trebuie să le respingă pentru a evita plata suplimentară, consumatorul poate pretinde rambursarea acestor plăți.

În temeiul articolului 3 alineatul (3) litera (k), interdicția prevăzută la articolul 22 privind utilizarea căsuțelor bifate în prealabil pentru furnizarea și taxarea bunurilor/serviciilor suplimentare se aplică, de asemenea, serviciilor de transport de pasageri. În plus, interdicția se aplică indiferent dacă serviciul suplimentar în sine face în general obiectul directivei. Căsuțele bifate în prealabil, interzise prin articolul 22 ar putea viza, de exemplu:

- o opțiune de livrare expresă sau un contract de întreținere la cumpărarea echipamentelor IT;
- un contract de asigurări la cumpărarea unui bilet de avion.

11. Asigurarea punerii în aplicare a directivei

11.1. Asigurarea punerii în aplicare a directivei la nivel public și la nivel privat

În conformitate cu articolul 23, statele membre trebuie să se asigure că **există mijloace adecvate și eficiente** pentru a garanta respectarea dispozițiilor directivei.

Articolul 23

- (1) Statele membre se asigură că există mijloace adecvate și eficiente pentru a garanta respectarea prezentei directive.
- (2) Mijloacele menționate la alineatul (1) cuprind dispoziții care permit unuia sau mai multora dintre următoarele organisme, astfel cum este stabilit de legislația națională, să introducă o acțiune în fața unei instanțe judecătorești sau a organelor administrative competente, în temeiul legislației naționale, pentru a se asigura aplicarea dispozițiilor de drept intern de transpunere a prezentei directive:
 - (a) organismele publice sau reprezentanții acestora;
 - (b) organizațiile de protecție a consumatorilor care au un interes legitim în protejarea consumatorilor;
 - (c) organizații profesionale care au un interes legitim să acționeze.

⁽¹⁵⁵⁾ Ibidem, punctul 33.

Mai multe dispoziții ale DDC prevăd măsuri reparatorii directe în cazul în care comerciantul nu își respectă obligațiile. Mai precis, articolul 6 alineatul (6), articolul 10, articolul 18 alineatul (2) și articolul 22 din DDC prevăd măsuri reparatorii specifice pentru consumatori, în timp ce articolul 21 interzice comerciantului să solicite consumatorului să plătească mai mult decât „tariful de bază” pentru interogările telefonice postcontractuale, iar articolul 27 scutește consumatorul de obligația de plată în cazul vânzării nesolicitate. Astfel cum se specifică în considerentul 14 din DDC, aceasta nu aduce atingere dreptului intern în domeniul dreptului contractelor în ceea ce privește aspectele care privesc dreptul contractelor care nu sunt reglementate de prezenta directivă, inclusiv dreptului intern în ceea ce privește remediile juridice contractuale. În consecință, statele membre pot prevedea în dreptul național remedii juridice contractuale suplimentare.

Consumatorii pot recurge la astfel de remedii juridice prin acțiuni individuale. În plus, Directiva (UE) 2020/1828 a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹⁵⁶⁾ privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor a introdus în toate statele membre posibilitatea de a pune în aplicare și DDC prin **acțiuni în reprezentare**. Astfel de acțiuni ar putea fi introduse de entități calificate, care solicită măsuri de încetare și măsuri reparatorii în numele consumatorilor afectați ⁽¹⁵⁷⁾.

11.2. **Aplicarea în cazul comercianților din țări terțe**

Aplicarea DDC în cazul comercianților din afara UE face obiectul Regulamentului (CE) nr. 864/2007 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽¹⁵⁸⁾ privind legea aplicabilă obligațiilor necontractuale (Roma II) și al Regulamentului (CE) nr. 593/2008 privind legea aplicabilă obligațiilor contractuale (Roma I). Atât Regulamentul Roma I, cât și Regulamentul Roma II se aplică în cazul litigiilor în materie civilă sau comercială. DDC prevede atât obligații necontractuale (în special cerințe precontractuale în materie de informare, interzicerea căsuțelor „bifate în prealabil” etc.), cât și obligații contractuale (în special, dreptul de retragere, normele privind livrarea bunurilor și confirmarea contractului).

În ceea ce privește obligațiile necontractuale, în special cerințele precontractuale în materie de informare în temeiul DDC, legea aplicabilă, astfel cum este stabilită în temeiul Regulamentului Roma II, ar fi legea care s-ar fi aplicat contractului dacă acesta ar fi fost încheiat ⁽¹⁵⁹⁾. Prin urmare, același set de criterii este utilizat pentru a stabili legea aplicabilă obligațiilor necontractuale, ca și în cazul obligațiilor contractuale în materie civilă și comercială, în temeiul Regulamentului Roma I. **Aceasta înseamnă că legea aplicabilă atât obligațiilor contractuale, cât și celor necontractuale ar fi identică**, cu excepția cazului în care părțile la contract convin altfel. Cu toate acestea, acordurile privind alegerea legii aplicabile fac obiectul unor limitări, prevăzute în Regulamentele Roma I și Roma II.

În conformitate cu articolul 6 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul Roma I, în cazul în care un consumator încheie un contract cu un comerciant dintr-o altă țară care, prin orice mijloc, își direcționează activitățile comerciale către țara de reședință a consumatorului, legea țării în care consumatorul își are reședința obișnuită reglementează în general contractul. Noțiunea de „direcționare” a activităților comerciale sau profesionale către țara consumatorului este explicată mai detaliat în secțiunea 3.1.8 din prezentele orientări.

În temeiul articolului 6 alineatul (2) din Regulamentul Roma I, în cazul în care părțile contractante aleg o altă lege aplicabilă, respectiva alegere nu poate priva consumatorul de protecția acordată acestuia prin dispozițiile legale ale țării în care consumatorul își are reședința obișnuită, de la care părțile nu pot deroga în contractul lor.

Drepturile și obligațiile prevăzute în DDC constituie astfel de „dispoziții obligatorii”, deoarece articolul 25 prevede că consumatorii nu pot renunța la drepturile care le sunt conferite prin măsurile naționale de transpunere a prezentei directive. În consecință, ori de câte ori un comerciant dintr-o țară terță vizează consumatori dintr-unul sau mai multe state membre ale UE, comerciantul respectiv trebuie să respecte cerințele prevăzute în DDC, în special, cerințele precontractuale în materie de informare și dreptul de retragere dintr-un contract.

⁽¹⁵⁶⁾ Directiva (UE) 2020/1828 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2020 privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor și de abrogare a Directivei 2009/22/CE (JO L 409, 4.12.2020, p. 1).

⁽¹⁵⁷⁾ A se vedea articolul 4 din Directiva (UE) 2020/1828.

⁽¹⁵⁸⁾ Regulamentul (CE) nr. 864/2007 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 iulie 2007 privind legea aplicabilă obligațiilor necontractuale (Roma II) (JO L 199, 31.7.2007, p. 40).

⁽¹⁵⁹⁾ Articolul 12 alineatul (1) din Regulamentul Roma II.

11.3. Sancțiuni

Articolul 24 din DDC se referă la sancțiunile aplicabile în cazul încălcării normelor naționale de transpunere a directivei. Alineatul (1) impune statelor membre să stabilească norme privind sancțiunile aplicabile în cazul încălcării dispozițiilor de drept intern adoptate în temeiul DDC. Acesta lasă la latitudinea statelor membre să decidă cu privire la tipul sancțiunilor disponibile și să stabilească procedurile de impunere a sancțiunilor, atât timp cât acestea sunt efective, proporționale și cu efect de descurajare.

Normele privind sancțiunile sunt diferite de normele menționate anterior privind remediile juridice contractuale pentru consumatorii individuali afectați, dar și complementare acestora.

Directiva (UE) 2019/2161 a adăugat la articolul 24 cerințe suplimentare. În primul rând, aceasta oferă o listă neexhaustivă și orientativă a criteriilor de aplicare a sancțiunilor [alineatul (2)]. În al doilea rând, aceasta stabilește norme mai specifice [alineatele (3) și (4)] privind amenziile pentru încălcările transfrontaliere majore care fac obiectul unor acțiuni coordonate de asigurare a respectării legislației în temeiul Regulamentului (UE) 2017/2394 al Parlamentului European și al Consiliului ⁽¹⁶⁰⁾ privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului („Regulamentul CPC”).

Considerentul 15 din Directiva (UE) 2019/2161 încurajează statele membre „să aibă în vedere consolidarea protecției interesului general al consumatorilor, precum și a altor interese publice protejate” atunci când alocă veniturile provenite din amenzi.

Alineatul (5) impune statelor membre să notifice Comisiei normele naționale privind sancțiunile și orice modificare ulterioară a acestora, și anume prin intermediul unei notificări specifice prin care să explice dispozițiile exacte de drept intern în cauză, și nu doar ca parte a notificării generale a măsurilor de transpunere.

11.3.1. Criterii pentru aplicarea de sancțiuni

Articolul 24 alineatul (2) stabilește o listă de șase criterii neexhaustive și orientative pe care autoritățile și instanțele competente ale statelor membre ar trebui să le ia în considerare pentru aplicarea de sancțiuni. Acestea se aplică încălcărilor „dacă este cazul”, atât la nivel național, cât și în situații transfrontaliere.

Articolul 24

(2) Statele membre se asigură că următoarele criterii neexhaustive și orientative sunt luate în considerare pentru aplicarea de sancțiuni, dacă este cazul:

- (a) natura, gravitatea, amploarea și durata încălcării;
- (b) orice acțiune întreprinsă de comerciant pentru a atenua sau a repara prejudiciul suferit de consumatori;
- (c) orice încălcare anterioară săvârșită de comerciant;
- (d) beneficiile financiare dobândite sau pierderile evitate de comerciant datorită încălcării, dacă sunt disponibile datele relevante;
- (e) sancțiunile aplicate comerciantului pentru aceeași încălcare în alte state membre în cazurile transfrontaliere în care informațiile cu privire la astfel de sancțiuni sunt disponibile prin mecanismul instituit prin Regulamentul (UE) 2017/2394 al Parlamentului European și al Consiliului;
- (f) orice alt factor agravant sau atenuant aplicabil circumstanțelor cazului.

Considerentul 7 din Directiva (UE) 2019/2161 explică unele dintre criterii. Considerentul 8 clarifică faptul că acestea „ar putea să nu fie relevante pentru a stabili sancțiunile în cazul fiecărei încălcări, în special în cazul încălcărilor care nu sunt grave”. În plus, „[s]tatele membre ar trebui să țină cont și de alte principii generale de drept aplicabile în cazul aplicării de sancțiuni, cum ar fi principiul *non bis in idem*.”

Caracterul intenționat al încălcării este relevant pentru aplicarea criteriilor prevăzute la literale (a) și (f). Cu toate acestea, intenția **nu** este o condiție necesară pentru aplicarea de sancțiuni în caz de încălcare.

Criteriul prevăzut la litera (c) acoperă încălcările anterioare identice sau diferite ale comerciantului în ceea ce privește DDC.

⁽¹⁶⁰⁾ Regulamentul (UE) 2017/2394 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 decembrie 2017 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure respectarea legislației în materie de protecție a consumatorului și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 (JO L 345, 27.12.2017, p. 1).

Criteriul prevăzut la litera (e) se referă la cazurile în care aceeași încălcare a avut loc în mai multe state membre. Acesta se aplică numai în cazul în care informațiile cu privire la sancțiunile aplicate de alte state membre pentru aceeași încălcare sunt disponibile prin intermediul mecanismului de cooperare instituit în temeiul Regulamentului CPC.

În funcție de circumstanțele cazului, sancțiunea aplicată sau sancțiunile aplicate aceluiași comerciant într-un alt stat membru sau în alte state membre pentru aceeași încălcare ar putea indica o amploare și o gravitate mai mari în temeiul literei (a) și/sau ar putea fi considerate drept „încălcări anterioare” în temeiul literei (c). Prin urmare, sancțiunile aplicate pentru aceeași încălcare în alte state membre ar putea constitui un factor agravant. Aplicarea de sancțiuni în alte state membre pentru aceeași încălcare ar putea fi, de asemenea, luată în considerare în coroborare cu alți factori „agravanți” vizați de celelalte criterii menționate la litera (f) care se referă, în general, la „orice alt” factor agravant sau atenuant. Cu toate acestea, o sancțiune aplicată de un alt stat membru aceluiași comerciant pentru aceeași încălcare poate fi, de asemenea, relevantă pentru aplicarea principiului *non bis in idem* în conformitate cu dreptul intern și cu articolul 10 alineatul (2) din Regulamentul CPC ⁽¹⁶¹⁾.

11.3.2. Sancțiuni în contextul acțiunilor coordonate de asigurare a respectării legislației prevăzute în Regulamentul CPC

Articolul 24 alineatele (3) și (4) prevede norme suplimentare, mai prescriptive [în comparație cu norma generală de la alineatul (1)] privind sancțiunile care trebuie să fie prevăzute de dreptul intern pentru **încălcrile care fac obiectul unor acțiuni coordonate în temeiul Regulamentului CPC**.

Articolul 21 din Regulamentul CPC impune autorităților competente ale statelor membre care au atribuții în cadrul acțiunii coordonate **să adopte măsuri de asigurare a respectării legislației, inclusiv aplicarea de sancțiuni, într-un mod eficace, eficient și coordonat, împotriva comerciantului răspunzător de încălcarea pe scară largă sau de încălcarea pe scară largă cu o dimensiune specifică Uniunii**. „Încălcrile pe scară largă” și „încălcrile pe scară largă cu o dimensiune specifică Uniunii” sunt încălcrile transfrontaliere definite la articolul 3 punctele 3 și 4 din Regulamentul CPC ⁽¹⁶²⁾.

Pentru această categorie de încălcrări, articolul 24 alineatul (3) impune statelor membre să prevadă **posibilitatea aplicării de amenzi, iar cuantumul maxim al unor astfel de amenzi trebuie să fie de cel puțin 4 % din cifra de afaceri anuală a comerciantului**. În consecință, statele membre pot stabili pragul amenzii maxime și la o valoare mai mare de 4 % din cifra de afaceri anuală a comerciantului. De asemenea, acestea pot alege să aplice amenda pe baza unei cifre de afaceri de referință mai mari, cum ar fi cifra de afaceri mondială a comerciantului. În mod similar, acestea pot extinde sancțiunile disponibile în cazul acțiunilor coordonate prevăzute în Regulamentul CPC la alte tipuri de încălcrări, cum ar fi cele interne.

În cazul în care nu sunt disponibile informații privind cifra de afaceri anuală a comerciantului, de exemplu, în cazul societăților recent înființate, articolul 24 alineatul (4) impune statelor membre să prevadă posibilitatea de a aplica o **amandă maximă de cel puțin 2 milioane EUR**. Din nou, statele membre pot stabili un prag al amenzii maxime care să depășească, de asemenea, 2 milioane EUR.

Această armonizare a normelor naționale privind amenzile urmărește să asigure faptul că măsurile de asigurare a respectării legislației sunt posibile și coerente în toate statele membre care participă la o acțiune coordonată de asigurare a respectării legislației în temeiul Regulamentului CPC.

⁽¹⁶¹⁾ Articolul 10 punctul 2 din Regulamentul CPC: „Punerea în aplicare și exercitarea competențelor prevăzute la articolul 9 în aplicarea prezentului regulament trebuie să fie proporțională și în conformitate cu prezentul regulament, cu dreptul Uniunii și cu dreptul intern, inclusiv cu garanțiile procedurale aplicabile și cu principiile Cartei privind drepturile fundamentale a Uniunii Europene. Măsurile de anchetă și de asigurare a respectării legislației, adoptate în aplicarea prezentului regulament, trebuie să fie adecvate cu natura și cu prejudiciul general efectiv sau potențial ale încălcrării legislației Uniunii care protejează interesele consumatorilor”.

⁽¹⁶²⁾ Articolul 3 punctul 3 din Regulamentul CPC: „încălcări pe scară largă” înseamnă: (a) orice acțiune sau omisiune care contravine legislației Uniunii care protejează interesele consumatorilor și care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor care își au reședința în cel puțin două state membre diferite de statul: (i) în care își are originea sau a avut loc acțiunea sau omisiunea în cauză; (ii) pe teritoriul căruia este stabilit comerciantul responsabil de acțiunea sau omisiunea în cauză; sau (iii) în care se găsesc mijloacele de probă sau activele comerciantului care au legătură cu acțiunea sau cu omisiunea respectivă; sau (b) orice acțiuni ori omisiuni care contravin legislației Uniunii care protejează interesele consumatorilor și care au adus, aduc sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor și care au caracteristici comune, cum ar fi aceeași practică ilegală, încălcarea aceluiași interes și care survin în același timp, fiind comise de același comerciant, în cel puțin trei state membre”.

Articolul 3 punctul 4 din Regulamentul CPC: „încălcări pe scară largă cu o dimensiune specifică Uniunii” înseamnă o încălcări pe scară largă care a adus, aduce sau ar putea aduce prejudicii intereselor colective ale consumatorilor în cel puțin două treimi din statele membre ce reprezintă cumulativ cel puțin două treimi din populația Uniunii”.

Aplicarea de amenzi în conformitate cu articolul 24 alineatele (3) și (4) face obiectul criteriilor comune prevăzute la articolul 24 alineatul (2), printre care figurează în special „natura, gravitatea și durata încălcării sau efectele în timp ale acesteia”. **Amenda efectivă aplicată de autoritatea sau instanța competentă într-un caz specific poate fi mai mică** decât cuantumul maxime descrise mai sus, în funcție de natura, gravitatea și alte caracteristici relevante ale încălcării.

Sub rezerva obligațiilor de coordonare în temeiul Regulamentului CPC, autoritatea sau instanța competentă poate decide să aplice amenzi periodice (cum ar fi amenzile zilnice) până când comerciantul pune capăt încălcării. De asemenea, aceasta ar putea decide să aplice amenda în mod condiționat în cazul în care comerciantul nu pune capăt încălcării în termenul prevăzut, în pofida somației în acest sens.

Cifra de afaceri relevantă care trebuie luată în considerare pentru calcularea amenzii este cifra de afaceri realizată în statul membru care aplică amenda. Cu toate acestea, articolul 24 alineatul (3) permite, de asemenea, stabilirea amenzii pe baza cifrei de afaceri realizate de comerciant **în toate statele membre vizate de acțiunea coordonată**, în cazul în care coordonarea în temeiul Regulamentului CPC are drept rezultat aplicarea amenzii de către un singur stat membru în numele statelor membre participante.

În considerentul 10 din Directiva (UE) 2019/2161 se precizează că, „[i]n anumite cazuri, comerciantul poate fi și un grup de întreprinderi”. În consecință, în cazul în care **comerciantul răspunzător de încălcare este un grup de întreprinderi**, la calcularea amenzii se va lua în considerare cifra sa de afaceri combinată la nivel de grup realizată în statele membre relevante.

Directiva nu definește anul de referință pentru definirea cifrei de afaceri anuale. Prin urmare, pentru stabilirea amenzii, autoritățile naționale pot utiliza, de exemplu, **cele mai recente date disponibile privind cifra de afaceri anuală** la momentul deciziei privind sancțiunea (și anume, exercițiul financiar precedent).

ANEXĂ

**Jurisprudența Curții menționată în prezenta comunicare
(cauzele sunt enumerate în ordinea anilor în care s-a pronunțat hotărârea)**

Numărul și denumirea cauzei	Obiect(e)	Secțiunea (secțiunile) din comunicare
1999		
Cauza C-423/97 – Travel-Vac	Directiva 85/577/CEE – Domeniul de aplicare – Contracte privind folosința pe durată limitată a bunurilor imobile – Dreptul de renunțare	2.1. Contractele încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului
2005		
Cauza C-20/03 – Burmanjer	Vânzare itinerantă – Încheierea contractelor de abonamente la periodice – Autorizare prealabilă	1.4. Contractele cu obiect mixt
2009		
Cauza C-489/07 – Messner	Directiva 97/7/CE – Protecția consumatorilor – Contracte la distanță – Exercițarea dreptului de retractare de către consumator – Despăgubire pentru utilizare care trebuie plătită vânzătorului	5.5.4. Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor
2012		
Cauza C-49/11 – Content Services	Directiva 97/7/CE – Protecția consumatorilor – Contracte la distanță – Informarea consumatorului – Informații furnizate sau primite – Suport durabil – Noțiune – Hiperlink pe site-ul internet al furnizorului – Dreptul de retractare	4.4. Confirmarea contractului
2016		
Cauza C-149/15 – Wathelet	Directiva 1999/44/CE – Vânzare de bunuri de consum și garanțiile conexe – Domeniu de aplicare – Noțiunea „vânzător” – Intermediar – Împrejurări excepționale	3.2.2. Identitatea și datele de contact ale comerciantului
2017		
Cauza C-375/15 – BAWAG	Directiva 2007/64/CE – Servicii de plată în cadrul pieței interne – Contracte-cadru – Informații prelabile generale – Obligația de a furniza aceste informații pe un suport de hârtie sau pe un alt suport durabil – Informații transmise prin intermediul unei căsuțe poștale electronice integrate într-un site internet de servicii bancare online	4.4. Confirmarea contractului
Cauza C-586/15 – Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main	Directiva 2011/83/UE – Articolul 21 – Comunicare prin telefon – Operarea unei linii telefonice de către un comerciant pentru a permite consumatorului să îl contacteze cu privire la un contract încheiat – Interdicția aplicării unui tarif superior tarifului de bază – Noțiunea „tarif de bază”	9. Comunicarea prin telefon
2018		
Cauza C-105/17 – Kamenova	Directiva 2005/29/CE – Articolul 2 literele (b) și (d) – Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 2 – Noțiunile „comerciant” și „practici comerciale”	1.1. Definițiile noțiunilor de „comerciant” și „consumator” 3.4.2. Statutul părții contractante

Cauza C-332/17 – Starman	Directiva 2011/83/UE – Articolul 21 – Contracte încheiate cu consumatorii – Comunicații telefonice – Practica unui furnizor de servicii de telecomunicații care constă în a propune clienților săi care au încheiat deja un contract un număr de asistență cu apelare rapidă supus unui tarif mai ridicat decât tariful de bază	9. Comunicarea prin telefon
Cauza C-485/17 – Verbraucherzentrale Berlin	Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 9 – Noțiunea „spațiu comercial” – Criterii – Contract de vânzare încheiat la standul deținut de un comerciant cu ocazia unui târg comercial	2.1. Contracte încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului

2019

Cauza C-430/17 – Walbusch Walter Busch	Directiva 2011/83/UE – Contracte la distanță – Articolul 6 alineatul (1) litera (h) – Obligația de informare cu privire la dreptul de retragere – Articolul 8 alineatul (4) – Contract încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță ce permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației – Noțiunea „constrângeri de spațiu sau de timp pentru prezentarea de informații” – Pliant inclus într-o publicație periodică – Carte poștală de comandă ce conține un hyperlink pentru a accesa informații cu privire la dreptul de retragere	4.2.2. Cerințe privind butonul de confirmare a comenzii 5.2. Informarea cu privire la dreptul de retragere
Cauza C-649/17 – Amazon EU	Directiva 2011/83/UE – Articolul 6 alineatul (1) litera (c) – Cerințe de informare pentru contractele la distanță și pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale – Obligația comerciantului de a indica numărul său de telefon și numărul său de fax „în cazul în care sunt disponibile”	3.1.2. Claritatea informațiilor și legătura cu DPCN 3.2.2. Identitatea și datele de contact ale comerciantului 5.2. Informarea cu privire la dreptul de retragere
Cauza C-681/17 – slewo	Directiva 2011/83/UE – Articolul 6 alineatul (1) litera (k) și articolul 16 litera (e) – Contract încheiat la distanță – Dreptul de retragere – Excepții – Noțiunea de „bunuri sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de consumator” – Saltea a cărei protecție a fost îndepărtată de consumator după livrare	5.4.4. Răspunderea consumatorului pentru manipularea necorespunzătoare a bunurilor
Cauza C-465/19 – B & L Elektrogeräte	Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 8 litera (c) și punctul 9 – Contract negociat în afara spațiului comercial – Noțiunea de „spațiu comercial” – Contract încheiat la standul din cadrul unui târg comercial imediat după ce consumatorul care se află într-un spațiu comun al târgului a fost abordat de comerciant	2.2. Contracte încheiate după abordarea consumatorului în afara spațiului comercial
Cauza C-673/17 – Planet49	Directiva 95/46/CE – Directiva 2002/58/CE – Regulamentul (UE) 2016/679 – Prelucrarea datelor cu caracter personal și protejarea confidențialității în sectorul comunicațiilor electronice – Cookie-uri – Noțiunea de consimțământ al persoanei vizate – Declarație a consimțământului prin intermediul unei căsuțe bifate în prealabil	5.6.1. Consimțământul consumatorului privind executarea imediată

2020		
C-583/18 – DB Vertrieb GmbH	Directiva 2011/83/UE – Domeniu de aplicare – Contract de prestări de servicii – Articolul 2 punctul 6 – Contract de prestare a unor servicii de transport de pasageri – Articolul 3 alineatul (3) litera (k) – Carduri care conferă dreptul de a beneficia de reduceri de preț la încheierea ulterioară de contracte de transport de pasageri – Vânzare online a unor astfel de carduri fără informarea consumatorului cu privire la dreptul de retragere	1.7.5. Transport de persoane
Cauza C-208/19 – NK (Proiect de casă individuală)	Directiva 2011/83/UE – Domeniu de aplicare – Articolul 3 alineatul (3) litera (f) – Noțiunea de „contracte având ca obiect construirea unor clădiri noi” – Articolul 16 litera (c) – Noțiunea de „bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar” – Contract între un arhitect și un consumator având ca obiect elaborarea unui plan pentru o casă unifamilială nouă	1.7.1. Contracte de închiriere și contracte de construcții 5.1.1.2. Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar
Cauza C-266/19 – EIS	Directiva 2011/83/UE – Articolul 6 alineatul (1) literele (c) și (h) și articolul 6 alineatul (4) – Anexa I partea A – Dreptul de retragere – Informații care trebuie furnizate de comerciant cu privire la condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului de retragere – Obligația comerciantului de a indica numărul său de telefon „în cazul în care este disponibil” – Conținut	5.2. Informarea cu privire la dreptul de retragere
Cauza C-329/19 – Condominio di Milano, via Meda	Directiva 93/13/CEE – Clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatorii – Articolul 1 alineatul (1) – Articolul 2 litera (b) – Noțiunea de „consumator” – Coproprietatea unui imobil	1.1. Definițiile noțiunilor de „comerciant” și „consumator”
Cauza C-380/19 – Deutsche Apotheke	Directiva 2011/83/UE – Soluționarea alternativă a litigiilor – Articolul 13 alineatele (1) și (2) – Informații obligatorii – Accesibilitatea informațiilor	3.3.4. Mecanisme extrajudiciare de depunere și soluționare a reclamațiilor
Cauza C-529/19 – Möbel Kraft	Directiva 2011/83/UE – Articolul 16 litera (c) – Dreptul de retragere – Excepții – Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar – Bunuri a căror producere a fost începută de comerciant	5.1.1.2. Bunuri confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar
Cauza C-641/19 – PE Digital	Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 11, articolul 14 alineatul (3) și articolul 16 litera (m) – Contract la distanță – Furnizarea de conținut digital și de servicii digitale – Dreptul de retragere – Obligațiile consumatorului în cazul retragerii – Stabilirea sumei care trebuie plătită de consumator pentru prestațiile furnizate înainte de exercitarea dreptului de retragere – Excepție de la dreptul de retragere în cazul furnizării de conținut digital	1.5. Distincția dintre serviciile digitale și conținutul digital online 5.6.2. Obligația consumatorului de a plăti despăgubiri
2021		
Cauza C-922/19 – Stichting Waternet	Directiva 97/7/CE – Articolul 9 – Directiva 2011/83/UE – Articolul 27 – Directiva 2005/29/CE – Articolul 5 alineatul (5) – Anexa I punctul 29 – Practici comerciale neloiale – Noțiunea de „vânzare nesolicitată” – Distribuție a apei potabile	1.2. Noțiunea de „contract”

Cauza C-536/20 – Tiketa	Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 2 – Noțiunea de comerciant – Articolul 8 alineatul (1) – Cerințe de informare	3.1.2. Claritatea informațiilor și legătura cu DPCN 3.2.2. Identitatea și datele de contact ale comerciantului
Cauza C-96/21 – CTS Eventim	Directiva 2011/83/UE – Articolul 16 alineatul (1) – Dreptul de retragere în cazul unui eveniment cultural – Intermediar online	5.11.6. Contractele cu o dată sau o perioadă de executare specifică
C-179/21 – Victorinox	Directiva 2011/83/UE – Articolul 6 alineatul (1) litera (m) – Informarea cu privire la garanția comercială	3.2.6. Garanții și servicii postvânzare
C-249/21 – Fuhrmann-2	Directiva 2011/83/UE - Articolul 8 alineatul (2) al doilea paragraf – „Eticheta” butonului de confirmare a comenzii sau a funcției similare	4.2.1. Informații care trebuie prezentate direct înainte de plasarea comenzii