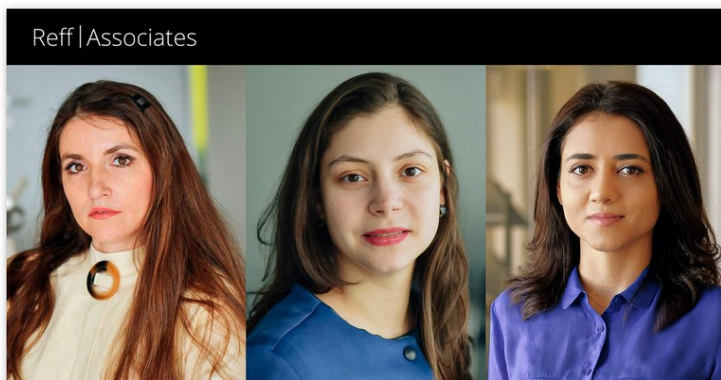


## Directiva Omnibus – protecție suplimentară pentru consumatori, sancțiuni sporite pentru comercianți



Anul 2022 a adus deja multe schimbări în legislația națională privind protecția consumatorilor, dar probabil una dintre cele mai așteptate este cea care vizează implementarea Directivei Omnibus, care vizează o mai bună respectare a normelor Uniunii Europene (UE) de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme. Directiva a fost transpusă în legislația românească prin intermediul Ordonanței de Urgență nr. 58/2022 pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul protecției consumatorilor, publicată în Monitorul Oficial pe data de 6 mai 2022, care va intra în vigoare pe data de 28 mai 2022. Urgența a fost justificată de faptul că termenul limită pentru transpunerea directivei a expirat pe data de 28 noiembrie 2021.

Directiva (UE) 2019/2161, cunoscută și sub numele de „**Directiva Omnibus**”, își propune să modernizeze cadrul legal aplicabil protecției consumatorilor astfel încât să fie adecvat pentru economia digitală.

### Ce este Directiva Omnibus?

Pentru a spori nivelul de protecție a consumatorilor și a le oferi acestora acces la informații corecte și complete cu privire la produsele cautate, autoritățile europene au demarat, în 2018, inițiativa „New deal for consumers”, care cuprindea o serie de directive aplicabile în materia protecției consumatorilor. Dintre acestea, Directiva Omnibus este cea mai importantă, întrucât aduce schimbări semnificative pentru aproape toți operatorii economici care oferă produse sau servicii consumatorilor, mai ales în domeniul online.

### Ce schimbări conține noua reglementare?

Modificările pe care le aduce actul normativ adoptat recent vizează trei zone principale: clauzele abuzive în contractele încheiate de consumatori (Legea nr. 193/2000), practicile comerciale incorecte (Legea nr. 363/2007) și drepturile consumatorilor în mediul online (OUG nr. 34/2014).

Noua reglementare introduce, în domeniul protecției consumatorilor, posibilitatea aplicării de sancțiuni calculate pe baza cifrei de afaceri. Astfel, potrivit noilor reglementări, dacă o anumită practică afectează consumatorii din mai multe state membre ale UE, **sancțiunile aplicabile vor fi cuprinse între 0,1% și 4% din cifra de afaceri** anuală a profesionistului în cauză, realizată în anul financiar anterior sancționării, pe teritoriul României. Procesul verbal prin care profesionistul a fost sancționat va putea fi atacat cu o plângere contravențională, conform Ordonanței Guvernului 2/2001. Spre deosebire de regimul comun al contravențiilor, noile reglementări introduc un termen de trei ani pentru constatarea și sancționarea faptelor.

De asemenea, OUG nr. 58/2022 introduce conceptul de **cazier comercial**. Acesta este fișa de evidență în care Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor consemnează faptele și sancțiunile aplicate operatorilor economici. Informațiile cuprinse în cazierul comercial vor fi avute în vedere de către autoritate în momentul stabilirii sancțiunilor aplicate pentru încălcarea prevederilor legale.

### **Modificările aduse legii privind clauzele abuzive**

Printre modificările importante aduse de ordonanța de transpunere a Directivei Omnibus legii privind clauzele abuzive se numără și cea referitoare la faptul că **acțiunea de constatare a existenței clauzelor abuzive devine imprescriptibilă**, prin derogare de la normele cuprinse în Codul civil ce guvernează prescripția. De asemenea, conform noii reglementări, **instanțele de judecată au obligația să examineze din oficiu caracterul abuziv al unei clauze contractuale și să nu o aplice** dacă se dovedește că este abuzivă, cu excepția situației în care consumatorul se opune și solicită aplicarea clauzei.

Tot în domeniul clauzelor abuzive, ordonanța stabilește că **instanța de executare poate examina, în cadrul contestației la executare, caracterul abuziv al unei clauze cuprinse în contractul încheiat între profesionist și consumator**. În această situație, contestația la executare este imprescriptibilă.

Pagul minim al amenzii contravenționale aplicabile în cazul încălcării interdicției de a stipula clauze abuzive în contractele cu consumatorii se majorează de la 200 de lei la 20.000 de lei, iar pragul maxim, de la 1.000 de lei la 100.000 de lei.

### **Noutăți în combaterea practicilor comerciale incorecte**

În cazul legii privind practicile comerciale incorecte, sunt introduse obligații de transparență sporită față de consumatori în legătură cu afișarea de recenzii, note, comentarii sau clasamente de orice fel din partea altor consumatori care au utilizat produsele sau serviciile comercializate.

De asemenea, ordonanța impune informarea consumatorului cu privire la parametrii care stau la baza afișării cu prioritate a unor produse sau servicii în istoricul de căutare, respectiv de ce anumite produse sau servicii sunt plasate cu prioritate în rezultatul căutării.

Pragul minim al amenzii contravenționale aplicabile în cazul constatării unor practici comerciale incorecte este majorat de la 2.000 de lei la 10.000 de lei.

### **Drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniști**

Noile prevederi adaptează obligațiile relevante pentru comercianți în cazul vânzării conținutului digital/serviciilor digitale și a bunurilor cu elemente digitale. În acest context, nu este considerată gratuită furnizarea conținutului digital sau a serviciului digital în schimbul datelor cu caracter personal, colectate de către profesionist de la consumator fără a fi necesare furnizarea conținutului digital/prestării serviciului digital, chiar dacă consumatorul nu trebuie să plătească o sumă de bani în schimb. Această prevedere a suscitat numeroase dezbateri înca de la momentul introducerii sale în proiectul Directivei Omnibus și rămâne de văzut cum se va aplica în practică și cum se va armoniza cu cadrul legislativ în materia protecției datelor.

Cuantumul amenzilor contravenționale este majorat până la 50.000 de lei.

### **Cum asigurăm conformarea?**

Conformarea cu noua reglementare va presupune, în primul rând, asigurarea unui nivel de transparență

corespunzator în relația cu consumatorii. Astfel, termenii și condițiile, precum și orice alte documente adresate consumatorilor, trebuie revizuite și adaptate, iar profesioniștii vor trebui să adopte proceduri interne privind maniera de afișare a produselor vândute online, dar și a recenziilor primite din partea consumatorilor.

Îmbinarea cerințelor de afaceri și de reglementare, precum și preocuparea de a asigura consumatorului o experiență cât mai plăcută și facilă, din dorința de a-i menține sau câștiga încrederea, trebuie să fie, de asemenea, luată în considerare de către comercianți. Așadar, pentru asigurarea unei implementări coerente a noilor prevederi, este necesară o hartă a tuturor proceselor aferente fluxurilor și canalelor de vânzare și o evaluare a acestora în scopul identificării potențialelor riscuri juridice.