



**Material tematic sesiune clasică/ online de coaching/ consiliere profesională/ orientare în carieră,
individuală/ personalizată și/ sau de grup**

„DreptCompAct- COMPetențe ACTuale pentru studenți la DREPT”, Cod proiect: 312957

Competențe transversale în domeniul juridic. Comunicarea (IX)

Competențe digitale, de siguranță pe internet și securitate cibernetică. (C)

În continuarea analizării competențelor digitale din perspectiva siguranței pe internet și a securității cibernetice este util să sistematizăm aspectele de reglementare a giganților digitali Digital Markets Act (Legea privind piețele digitale) și Digital Services Act (Legea privind serviciile digitale), rolul „gatekeepers” (intermediari esențiali între oamenii de afaceri și consumatori care utilizează tehnologia digitală; din perspectiva competențelor digitale.

Elon Musk spunea: *„Sunt din ce în ce mai înclinat să cred că ar trebui să existe o supraveghere de reglementare, poate la nivel național și internațional, doar pentru a ne asigura că nu facem ceva foarte prostesc. Adică, cu inteligența artificială, chemăm demonul.”*¹

În contextul transformărilor profunde aduse de digitalizare și de utilizarea pe scară largă a algoritmilor, transparența proceselor decizionale automate capătă o relevanță tot mai mare în cadrul dreptului, implicând nevoia de reglementare. Platformele digitale, în special cele care dețin o poziție dominantă pe piețe esențiale – cum ar fi comerțul electronic, publicitatea online sau serviciile de intermediere – utilizează sisteme algoritmice complexe pentru clasificarea produselor, stabilirea prețurilor, direcționarea ofertelor sau chiar filtrarea conținutului. Aceste sisteme influențează în mod direct comportamentul cetățenilor europeni, generând o relație profund dezechilibrată între utilizatorul final și operatorul economic. Astfel, comunicarea în acest sector este direct influențată prin folosirea acestor algoritmi care a obligat oficialii europeni să reglementeze aceste aspecte, după cum urmează, în continuarea acestui material.

¹ https://www.reddit.com/r/ArtificialIntelligence/comments/x6rqwg/10_popular_artificial_intelligence_quotes/?tl=ro



Funcționarea acestor algoritmi se bazează, de regulă, pe colectarea și procesarea unor volume masive de date, ceea ce conduce la crearea unor asimetrii informaționale consistente. Într-un astfel de context, consumatorul nu este doar slab informat, ci și incapabil să înțeleagă modul în care alegerile sale sunt modelate ori limitate de mecanisme care îi sunt, în esență, inaccesibile. Această lipsă de transparență devine problematică din perspectiva concurențială, întrucât afectează funcționarea corectă a pieței și reduce capacitatea consumatorului de a compara ofertele, de a acționa rațional și de a stimula concurența prin alegeri informate.

Problematica transparenței algoritmice, deși abordată în mod explicit în alte ramuri ale dreptului – în special în Regulamentul (UE) 2016/679 (GDPR), care consacră dreptul la o explicație privind deciziile automatizate – are implicații indirecte și în viața noastră a tuturor. Dacă algoritmi sunt concepuți într-un mod care distorsionează comportamentul cetățeanului ca și consumator sau dacă aceștia sunt utilizați pentru a crea avantaje nejustificate în favoarea unui operator economic, ne aflăm în fața unei posibile practici anticoncurențiale, care va afecta accesul fiecărui cetățean la bunuri și servicii. Astfel, lipsa transparenței poate deveni un indicator al unui potențial abuz de poziție dominantă, în sensul articolului 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene.

Un exemplu relevant îl reprezintă auto-preferențierea (self-preferencing), prin care o platformă algoritmică își promovează propriile produse sau servicii în detrimentul celor ale concurenților, fără ca acest lucru să fie evident pentru consumator. Această practică reduce vizibilitatea alternativelor și poate afecta alegerea consumatorului în mod artificial, fără ca acesta să fie conștient de influența algoritmică exercitată asupra procesului decizional. În astfel de situații, caracterul netransparent al algoritmilor devine nu doar o problemă de protecție a datelor sau de etică digitală, ci și una de drept al concurenței.

În paralel, cadrul normativ european a început să integreze cerințe explicite privind transparența în raport cu deciziile algoritmice. Directiva (UE) 2019/2161, cunoscută sub numele de Directiva Omnibus, impune operatorilor economici obligația de a informa consumatorii cu privire la parametrii principali care determină clasamentele online ale produselor, precum și în legătură cu personalizarea prețurilor. Aceste măsuri urmăresc tocmai reducerea opacității algoritmice și întărirea capacității de alegere a consumatorului, ceea ce are, în mod indirect, un efect benefic asupra funcționării concurenței pe piață. Iată doar un exemplu în privința importanței cunoașterii tehnologiilor AI în viața fiecăruia dintre noi!

Transpunerea acestei directive în dreptul național, prin modificările aduse Legii nr. 363/2007, oferă autorităților române instrumente sporite pentru a sancționa practicile comerciale înșelătoare sau omisiunile de



informare relevante, care astfel modifică decizia fiecărui cumpărător prin manipulare! Totuși, reglementarea rămâne, în prezent, fragmentară și insuficientă pentru a acoperi în mod cuprinzător complexitatea mecanismelor algoritmice utilizate de marile platforme. Din acest motiv și nevoia de modificare și actualizare a reglementărilor legale în materia influenței AI în viața noastră a tuturor cu atât mai mult cu cât și tehnologiile digitale evoluează într-un mod accelerat, mult mai rapid decât capacitatea omului de a evolua la nivel individual (din păcate). Dacă evoluția în zona IT este mult mai rapidă și în funcție de pasiunea profesionalismul perseverența și chiar genialitatea programatorului² care realizează programul îl replică mai apoi în rețele interconectate, evoluția intelectului uman al zilelor noastre ancorat mai mult în activitățile repetitive din Matrix-ul cotidian, comoditatea neimplicării în orice formă de pregătire ulterioară, indiferent de vârstă, face ca pe măsură ce timpul trece, omul să fie depășit de tehnologie.

Iată un argument în plus în alegerea acestui subiect dintr-o tematică vastă, interesantă și provocatoare, pentru consilierea viitorilor licențiați în drept, în condițiile în care și în profesiile juridice vor eista în viitorul nu foarte îndepărtat job-uri (ca să nu le menționăm pe toate) în care omul va fi înlocuit de robot, de tehnologia care este, dar și se autoperfecționează deja singură, în multe zone. Din perspectiva siguranței cibernetice a vieții omului în toate componentele ei, aceste aspect capătă un caracter esențial pentru însăși existența rasei umane!

Este de remarcat că recentele inițiative europene în domeniul digital, precum Regulamentul privind piețele digitale (Digital Markets Act) și propunerea de Regulament privind inteligența artificială (AI Act), vin să completeze acest peisaj normativ. DMA impune obligații de transparență pentru „gatekeepers” – platforme care controlează puncte de acces esențiale la piețele digitale –, în timp ce AI Act prevede cerințe privind auditabilitatea și explicabilitatea sistemelor de inteligență artificială cu risc ridicat. Aceste reglementări pot servi drept puncte de referință pentru interpretarea modernă a interdicțiilor de comportamente anticoncurențiale în mediul digital, zonă esențială pentru fiecare dintre noi care avem și calitatea de consumator!

² Să nu uităm că omul a elaborat primele programe și ulterior sunt deja situații în care mașina, (computerul) a preluat conducerea și a învățat, a fost învățată să se dezvolte, perfecționeze sub coordonarea programatorului și celorlalte profesii detaliate în materialul anterior, intitulat: **”Competențe transversale în domeniul juridic. Comunicarea (VIII), Competențe digitale, de siguranță pe internet și securitate cibernetică. (B)”**



Rolul Uniunii Europene în reglementarea gigantilor digitali (Digital Markets Act și Digital Services Act)

În ultimele două decenii, Uniunea Europeană s-a afirmat drept lider global în domeniul reglementării economiei digitale, dezvoltând un cadru legislativ complex menit să răspundă provocărilor generate de expansiunea gigantilor tehnologici.

Conștientă de impactul economic, social și politic al platformelor digitale, UE a trecut de la o abordare reactivă, bazată pe sancționarea abuzurilor de poziție dominantă, la o strategie preventivă, care stabilește reguli clare pentru actorii dominanți ai pieței.

Cele două reglementări fundamentale definesc această nouă etapă:

- **Regulamentul (UE) 2022/1925 – Digital Markets Act (DMA)**, privind piețele digitale echitabile și contestabile;
- **Regulamentul (UE) 2022/2065 – Digital Services Act (DSA)**, privind serviciile digitale și siguranța online.

Împreună, aceste instrumente constituie „pilonii gemeni ai dreptului digital european”, care vor modela concurența globală în următorul deceniu.

A. Contextul adoptării – nevoia de echilibru între inovație și concurență

Dominanța platformelor digitale – Google, Amazon, Meta, Apple, Microsoft, TikTok – a generat concentrarea puterii economice și informaționale într-un număr restrâns de actori.

Aceste companii controlează ecosisteme digitale complete: infrastructuri, rețele sociale, publicitate, comerț electronic, aplicații și servicii cloud.

Deși activitatea lor a adus beneficii incontestabile în termeni de inovație și conectivitate, ea a produs și efecte negative asupra concurenței, din perspectiva accesului fiecăruia dintre noi la aceste bunuri și servicii:

- efecte de rețea și dependență economică;
- auto-favorizare a propriilor servicii;
- blocarea inovatorilor de tip start-up;
- colectarea și utilizarea disproporționată a datelor;
- excluderea concurenței prin fuziuni strategice.

În acest context, Uniunea Europeană a recunoscut că dreptul clasic al concurenței (art. 101–102 TFUE) nu mai este suficient pentru a gestiona dinamica piețelor digitale, fiind necesar un cadru normativ proactiv.



B. Digital Markets Act (DMA) – reglementarea piețelor digitale- Legea privind piețele digitale

a) Obiective și principii generale

DMA are ca scop crearea unor piețe digitale corecte și contestabile, prin stabilirea de obligații ex-ante (în avans) pentru platformele digitale care acționează ca „*gatekeepers*” – adică intermediari esențiali între afaceri și consumatori.

Un *gatekeeper* este o companie cu o cifră de afaceri anuală în UE de cel puțin 7,5 miliarde euro sau o capitalizare bursieră de minimum 75 miliarde euro; cu peste 45 de milioane de utilizatori finali activi lunar în UE și 10.000 de întreprinderi comerciale utilizatoare; și care oferă un serviciu de bază de platformă (motoare de căutare, rețele sociale, marketplace-uri, sisteme de operare, servicii de publicitate, browsere, asistenți virtuali);

b) Obligațiile impuse gatekeeperilor

Printre principalele reguli impuse de DMA se numără:

- interzicerea auto-favorizării (self-preferencing) în rezultatele căutării sau în clasamentele interne;
- obligația de a permite interoperabilitatea și portabilitatea datelor între platforme;
- interdicția de a impune condiții contractuale inechitabile partenerilor de afaceri;
- transparență în publicitatea online și în utilizarea datelor personale;
- interzicerea combinării datelor între diferite servicii fără consimțământ explicit.

c) Mecanisme de control și sancțiuni

Comisia Europeană are competența exclusivă de a aplica DMA, de a desemna gatekeeperii și de a investiga încălcările. Din perspectiva cetățeanului beneficiar al acestor servicii în condiții de siguranță cibernetică, regimul sancționator are o importanță esențială.

Sancțiunile pot ajunge la:

- până la 10% din cifra de afaceri globală pentru prima încălcare;
- până la 20% în caz de recidivă;
- posibilitatea de a impune măsuri structurale, inclusiv divizarea parțială a companiilor.

DMA marchează trecerea de la o politică antitrust reactivă la o politică de reglementare preventivă, menită să restabilească echilibrul concurențial înainte de apariția abuzurilor, care ne afectează în mod direct pe fiecare dintre noi, indiferent de statutul de angajat sau nu, în funcție de vârsta, pregătirea și calificarea profesională a fiecăruia dintre noi!



C. Digital Services Act (DSA) - Legea privind serviciile digitale – siguranța și responsabilitatea online

Dacă DMA vizează dimensiunea economică a platformelor, DSA reglementează conținutul digital și responsabilitatea socială a intermediarilor online și introduce reguli pentru serviciile online utilizate de cetățenii europeni în viața lor de zi cu zi. Aceste servicii includ piețe online, rețele de socializare, magazine de aplicații și platforme online de călătorie și cazare.

a) Scop și domeniu de aplicare

DSA stabilește obligații de transparență și diligență pentru toate platformele online, în special pentru „Very Large Online Platforms” (VLOP) și „Very Large Online Search Engines” (VLOSE) – adică cele cu peste 45 de milioane de utilizatori în UE.

b) Obligații principale

- monitorizarea activă a conținutului ilegal și dezinformării;
- transparență privind algoritmi de recomandare;
- raportare periodică privind moderarea conținutului;
- mecanisme de retragere rapidă a conținutului ilegal;
- acces la date pentru autorități și cercetători independenți;
- interzicerea publicității direcționate către minori și a reclamelor bazate pe profilare sensibilă (religie, orientare, sănătate).

c) Rolul Comisiei Europene și al statelor membre în aplicarea reglementărilor specific:

Comisia coordonează aplicarea DSA la nivel european, iar fiecare stat desemnează un **Digital Services Coordinator**.

În România, această funcție este exercitată de Autoritatea pentru Digitalizarea României (ADR), în colaborare cu Consiliul Concurenței și Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC).

D. Impactul combinat al DMA și DSA asupra pieței unice digitale

Implementarea acestor două regulamente produce un efect transformator asupra mediului digital european:

- creează condiții egale de concurență între marii operatori și IMM-uri;
- încurajează inovația și diversitatea serviciilor;
- întărește protecția consumatorilor și a datelor personale;
- consolidează suveranitatea digitală a Uniunii Europene;



- stabilește un standard global de reglementare care influențează legislațiile din SUA, Marea Britanie, Canada și Asia.

De asemenea, DMA și DSA funcționează complementar: primul protejează concurența, iar al doilea siguranța și etica digitală, împreună formând cadrul juridic al unei economii digitale echitabile și responsabile.

E. Provocări și perspective de aplicare

Deși ambițioase, aceste reglementări ridică provocări practice:

- complexitatea verificării respectării obligațiilor tehnice (ex. interoperabilitatea între platforme);
- riscul de fragmentare legislativă în implementarea națională;
- echilibrul delicat între reglementare și libertatea inovației;
- necesitatea de resurse administrative și expertiză tehnologică sporite pentru autoritățile de aplicare.

În același timp, DMA și DSA marchează o schimbare de paradigmă juridică: Uniunea Europeană devine nu doar un actor economic, ci și un regulator global al spațiului digital, oferind un model de guvernare bazat pe echitate, transparență și responsabilitate.

DSA și Legea privind piețele digitale (DMA) se completează reciproc. DMA include reguli pentru platformele online care controlează accesul. Sistemele de control al accesului funcționează ca blocaje între întreprinderi și consumatori în privința serviciilor digitale, afectând concurența și funcționarea pieței interne a UE. Unele dintre aceste servicii sunt, de asemenea, acoperite de DSA, dar din motive diferite și cu tipuri diferite de prevederi.³

Prin adoptarea Digital Markets Act și Digital Services Act, Uniunea Europeană își consolidează rolul de pionier al dreptului digital global.

Aceste instrumente legislative oferă un cadru coerent pentru limitarea puterii economice excesive a platformelor, protejarea concurenței loiale și apărarea drepturilor utilizatorilor.

Într-o lume în care economia digitală transcende granițele, modelul european devine un reper de echilibru între libertatea pieței, protecția consumatorilor și suveranitatea tehnologică, reafirmând rolul Uniunii ca promotor al unei concurențe etice și sustenabile.

Concluzii: În concluzie, transparența algoritmică se profilează ca un element esențial în consolidarea protecției cetățenilor europeni ca și consumatori de tehnologii digitale în viața cotidiană și a echilibrului

³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act>



concurențial în economia digitală, în ansamblul ei. Deși în dreptul european al concurenței⁴, încă nu se consacră în mod explicit o obligație de transparență a algoritmilor, lipsa acesteia poate agrava caracterul anticoncurențial al unor practici comerciale, în special atunci când este vorba de excluderea concurenților sau manipularea comportamentului consumatorilor. În acest context, o abordare juridică integrată, care să îmbine principiile dreptului concurenței cu cele ale protecției datelor și ale eticii algoritmice, și chiar a disciplinei aflate din 2023 în curs de conturare și definitivare în privința necesității, obiectivelor, principiilor, subiecților, conținutului, și rolului teoretic și practic, ca viitoare disciplină de drept, devine nu doar oportună, ci și necesară.⁵

Un exemplu extrem de relevant pentru înțelegerea modului în care algoritmii pot influența concurența și drepturile consumatorului este reprezentat de cazul *Amazon Marketplace*, analizat de Comisia Europeană și finalizat prin acceptarea unor angajamente obligatorii din partea companiei în anul 2022. Această cauză aduce în prim-plan problema platformelor digitale care acționează în același timp ca intermediari și concurenți direcți ai comercianților care folosesc infrastructura oferită de acestea.

Amazon, prin intermediul serviciului său Marketplace, permite comercianților independenți să își comercializeze produsele în cadrul unei platforme digitale extrem de populare și vizibile. Însă, pe lângă acest rol de intermediar, compania deține și propriile linii de produse, care sunt comercializate în mod direct pe aceeași platformă, intrând astfel în concurență cu vânzătorii terți. Problema a apărut în momentul în care Comisia Europeană a constatat că Amazon ar fi utilizat, în mod sistematic și netransparent, datele comerciale nepublice ale acestor vânzători – precum informații despre volumele de vânzări, prețuri sau preferințele consumatorilor – pentru a-și optimiza propriile oferte și pentru a-și poziționa avantajele competitive în mod artificial. (iată din nou aspecte practice privind siguranța cibernetică în online)

Această practică a fost investigată în lumina art. 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene (TFUE), care interzice abuzul de poziție dominantă. În analiza sa, Comisia a considerat că Amazon deține o astfel de poziție pe piețele serviciilor de intermediere online în mai multe state membre ale Uniunii. Faptul că operatorul de platformă folosea datele comercianților pentru a le anticipa strategiile și a concura cu ei pe baza

⁴ Se conturează deja ca o disciplină distinctă, dreptul digital, fiind noua paradigmă socio-juridică, cerută de practică, din nevoia de a proteja omul de eventuale derapaje (care, fie vorba între noi) deja se întâmplă în mediul online, - a se vedea și <https://www.juridice.ro/500753/dreptul-digital-spre-o-noua-paradigma-socio-juridica.html>

⁵ <https://www.juridice.ro/500753/dreptul-digital-spre-o-noua-paradigma-socio-juridica.html>



unor informații inaccesibile concurenței reprezenta un avantaj nejustificat, contrar principiilor concurenței loiale.

Un alt element important al anchetei l-a constituit algoritmul Buy Box, un instrument automatizat utilizat de platformă pentru a selecta „oferta recomandată” care este afișată proeminent pe pagina unui produs. Această ofertă este, în mod evident, cea aleasă de majoritatea consumatorilor, având o influență covârșitoare asupra deciziei de cumpărare. Comisia a observat că modul de funcționare a acestui algoritm era complet opac, iar criteriile după care o anumită ofertă ajungea în Buy Box nu erau cunoscute nici de vânzători, nici de utilizatori. În mod sistematic, ofertele proprii ale Amazon erau cele care apăreau în Buy Box, chiar și atunci când erau echivalente sau mai puțin avantajoase decât cele ale comercianților independenți.

Prin urmare, Comisia a apreciat că această asimetrie informațională, coroborată cu utilizarea opacă a unui sistem algoritmic de promovare, conduce la o distorsionare a pieței și a libertății de alegere a consumatorului. În loc ca selecția produsului promovat să se bazeze exclusiv pe factori obiectivi – cum ar fi prețul cel mai mic, timpul de livrare sau evaluările consumatorilor – sistemul favoriza în mod sistematic operatorul platformei, în detrimentul comercianților parteneri. Acest comportament a fost interpretat ca fiind de natură anticoncurențială și, deși nu a fost finalizat printr-o decizie de sancționare, Amazon a propus o serie de angajamente menite să remedieze această situație.

În decembrie 2022, Comisia Europeană a acceptat angajamentele Amazon, care au devenit obligatorii pentru o perioadă de șapte ani. Acestea includeau, printre altele, interzicerea utilizării datelor nepublice ale comercianților în scopuri concurențiale, introducerea unor criterii obiective și transparente pentru algoritmul Buy Box, precum și garantarea tratamentului egal între ofertele Amazon și cele ale vânzătorilor terți, în condiții comparabile de preț și calitate.

Semnificația acestei cauze este deosebită nu doar pentru jurisprudența în materia dreptului concurenței, ci și pentru înțelegerea modului în care lipsa transparenței algoritmice poate produce efecte anticoncurențiale indirecte. Chiar dacă algoritmiile nu sunt reglementați direct de normele clasice ale dreptului concurenței, modul în care aceștia sunt concepuți, aplicați și păstrați în afara controlului public sau concurențial, poate conduce la comportamente de excludere a competitorilor și de manipulare a alegerilor consumatorilor.

Mai mult decât atât, acest caz evidențiază nevoia unei abordări juridice interdisciplinare, în care reglementările privind concurența, protecția datelor și transparența deciziilor automatizate trebuie să interacționeze pentru a



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



Programul Educație și Ocupare 2021-2027
Cod apel: PEO/71/PEO_P7/OP4/ESO4.5/PEO_A49

Numele proiectului: DreptCompAct - COMPetențe ACTuale pentru studenți la DREPT
Cod proiect: 312957

asigura un echilibru real între interesele comerciale ale platformelor și drepturile utilizatorilor și ale partenerilor economici.

În concluzie, cauza Amazon Marketplace demonstrează că opacitatea algoritmică nu este doar o problemă tehnologică sau etică, ci poate constitui o veritabilă amenințare la adresa echilibrului concurențial al piețelor digitale. Prin această analiză, se consolidează ideea că transparența și echitatea în funcționarea algoritmilor trebuie să devină criterii esențiale în evaluarea practicilor comerciale ale platformelor dominante.