

DEPARTAMENTUL DE STUDII PARLAMENTARE ȘI POLITICI UE
DIRECȚIA STUDII ȘI DOCUMENTARE LEGISLATIVĂ

ASPECTE LEGISLATIVE CU PRIVIRE LA SERVICIILE CALL-CENTER

SEPTEMBRIE 2018

Documentare și sinteză: Vlad Drăguș, consultant parlamentar

Lucrarea poate fi accesată direct pe Intranet la pagina Direcției studii și documentare legislativă

* Lucrările elaborate în cadrul Direcției studii și documentare legislativă au caracter documentar și nu reprezintă punctul de vedere al Camerei Deputaților

Cuprins

Introducere	3
Regulamente și Directive	4
Exemple de provizii suplimentare privind serviciile cu clienții prin telefonie	8
România.....	9
Austria.....	10
Belgia.....	10
Republica Cehă.....	11
Danemarca.....	12
Franța.....	13
Germania.....	14
Italia.....	14
Lituania.....	14
Concluzii.....	16

INTRODUCERE

Entitățile care se ocupă cu servicii cu clienții de tip call-center aplică sancțiuni angajaților potrivit regulamentelor interne. Orice plângere legată de o eventuală nemulțumire față de un operator sau modul în care acesta a rezolvat speța este îndreptată către structurile de management ale firmelor respective, acestea urmând să analizeze conținutul plângerii și să ia măsurile necesare pentru rezolvarea situației. Procedurile legate de prelucrarea apelurilor și rezolvarea spețelor sunt de asemenea supuse controlului intern al firmei prestatoare de servicii call-center. Dacă un client este nemulțumit de serviciile firmei în general, poate adresa o plângere Autorităților naționale și locale care se ocupă de protecția consumatorilor. Din cauza faptului că situațiile diferă de la caz la caz, în prezent nu există standarde impuse cu privire la duratele de rezolvare a unei situații.

În urma chestionării unor angajați ai unor companii de specialitate, din domeniul bancar, telecomunicații și asistență servicii, care au sucursale în mai multe state europene, am putut constata că procedurile de soluționare a apelurilor sunt foarte similare, reiterând că acestea se stabilesc la nivel de companie. Termenul exemplu oferit pentru rezolvarea acestor spețe este unul general care intră sub ideea de *termen rezonabil*. Această idee de termen rezonabil este una destul de versatilă care ia în considerare variabile precum: complexitatea problemei, actorii implicați sau procedurile interne ce trebuie urmate.

Serviciile de relații cu clienții, inclusiv cele ce intră sub modelul așa numitelor *call-centers*, intră sub incidența Codurilor civile și de procedură civilă dar și a legilor speciale privind protecția consumatorului. Tendința statelor a fost de a încuraja medierea sau alte procese extra-judiciare în aceste procese. Acest lucru este datorat frecvenței ridicate a acestor tipuri de litigii dar și a dificultății lor, totuși redusă. Un raport al Direcției pentru Știință, Tehnologie și Industrie al Organizației pentru Dezvoltare și Co-operare Economică, a arătat încă din anul 2007, că această tendință se manifestă din ce în ce mai mult, constatând că situațiile în care clienții au nemulțumiri sunt din ce în ce mai frecvente, iar riscul de a suprasolicita sistemul judiciar este unul semnificativ. Făcând referire la anumite măsuri luate în Statele Unite ale Americii la nivel Federal, studiul respectiv arată că

procedurile de mediere și în general cele extra-judiciare prezintă avantajul de a fi mult mai accesibile (chiar mai ieftine) și puțin intimidante pentru consumatori, în general. În studiu se mai arată că în unele țări, au fost instituite sau propuse anumite organisme pentru a aborda reclamațiile consumatorilor referitoare la telecomunicații, în mod direct. De exemplu, industria de telecomunicații australiană și cea britanică au birouri de ombudsman, special create pentru astfel de probleme. Calitatea de membru în Biroul australian este obligatoriu pentru toți agenții economici de telecomunicații și furnizorii de servicii echivalente.¹

Tratatul privind Uniunea Europeană prevede că legislația privind drepturile consumatorilor sunt adoptate de Consiliul Uniunii Europene cu majoritate calificată, începând cu data de intrare în vigoare a Tratatului, 1993². În Uniunea Europeană, legislația cu privire la protecția consumatorului este în proporție covârșitoare armonizată, atât în ceea ce privește fondul sau conținutul textelor legislative dar și a practicilor pe care autoritățile naționale din domeniu trebuie să le respecte. Acest lucru s-a realizat printr-o serie de directive și regulamente. Pentru o vedere de ansamblu însă, este necesar a porni de la regulamentul (CE) 2394/2017, care abrogă Regulamentul 2006/2004, primul făcut în acest domeniu.

Regulamente și Directive

Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului prevede norme și proceduri armonizate pentru a facilita cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate cu asigurarea respectării legislației transfrontaliere în materie de protecție a consumatorului. Articolul 21(a) din Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 prevede o evaluare a eficacității regulamentulului respectiv și a mecanismelor sale operaționale. În urma evaluării respective, Comisia a concluzionat că Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 nu este suficient pentru a aborda în mod eficace provocările în materie de

¹ Raport OECD, *ENHANCING COMPETITION IN TELECOMMUNICATIONS: PROTECTING AND EMPOWERING CONSUMERS*, 2007 (disponibil în engleză la:

[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=dsti/iccp/cisp\(2007\)1/financial](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=dsti/iccp/cisp(2007)1/financial))

² Articolul 7, *Tratatul privind Uniunea Europeană*

asigurare a respectării legislației constatate pe piața unică, inclusiv cele de pe piața unică digitală.

Comunicarea Comisiei din 6 mai 2015, intitulată „Strategia privind piața unică digitală pentru Europa”, a identificat între prioritățile strategiei menționate, necesitatea consolidării încrederii consumatorilor prin asigurarea respectării normelor în materie de protecție a consumatorului într-un mod mai rapid, mai flexibil și mai coerent. Comunicarea Comisiei din 28 octombrie 2015, intitulată „Ameliorarea strategiei privind piața unică: mai multe oportunități pentru cetățeni și pentru întreprinderi”, a reiterat faptul că asigurarea respectării legislației Uniunii privind protecția consumatorului ar trebui să fie consolidată și mai mult prin reformarea Regulamentului (CE) nr. 2006/2004.³

Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 a instituit în Uniune o rețea de autorități publice competente însărcinate cu asigurarea respectării legislației. Este necesară coordonarea efectivă între diferitele autorități competente care participă în cadrul rețelei respective, precum și coordonarea efectivă între alte autorități publice la nivelul statelor membre. Rolul de coordonare care revine biroului unic de legătură ar trebui să fie încredințat, în fiecare stat membru, unei autorități publice. Respectiva autoritate ar trebui să dispună de suficiente competențe și de resursele necesare pentru a-și asuma acest rol esențial. Fiecare stat membru este încurajat să desemneze una dintre autoritățile competente ca birou unic de legătură în temeiul regulamentului. Consumatorii ar trebui să fie, de asemenea, protejați împotriva încălcărilor sancționate prin regulament care au încetat deja, dar ale căror efecte negative pot continua. Autoritățile competente ar trebui să dispună de competențele minime necesare pentru a ancheta și a dispune încetarea acestor încălcări ori a le interzice în viitor, pentru a împiedica repetarea lor, cu scopul de a asigura un nivel ridicat de protecție a consumatorului.

Pentru a îndeplini obiectivul acestui regulament, punând în același timp accentul pe importanța disponibilității comercianților de a acționa în conformitate cu legislația Uniunii

³ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2017.345.01.0001.01.RO&toc=OJ:L:2017:345:TOC

care protejează interesele consumatorului și de a remedia consecințele încălcărilor sancționate prin regulament, săvârșite de către aceștia, autoritățile competente ar trebui să aibă posibilitatea de a conveni cu comercianții asupra unor angajamente care includ acțiuni și măsuri pe care comerciantul trebuie să le aplice în privința încălcărilor menționate, în special pentru a pune capăt acestora.

Pentru domeniul serviciilor cu clienții este important și regulamentul UE Nr. 524/2013 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). În afară de asistența prin telefon, centrele respective își dezvoltă din ce în ce mai mult serviciile online, astfel încât acest domeniu a manifestat o nevoie clară de reglementare. Regulamentul vizează crearea unei platforme (SOL) la nivelul Uniunii. Platforma SOL ar trebui să ia forma unui site de internet interactiv, care să ofere un punct de intrare unic pentru consumatorii și comercianții care doresc o soluționare pe cale extrajudiciară a litigiilor rezultate din tranzacții online. Platforma SOL ar trebui să furnizeze informații generale privind soluționarea extrajudiciară a litigiilor contractuale care apar între consumatori și comercianți în urma contractelor de vânzări sau de prestare de servicii online. Platforma SOL ar trebui să le permită consumatorilor și comercianților să depună reclamații prin completarea unui formular electronic de reclamație disponibil în toate limbile oficiale ale instituțiilor Uniunii și să anexeze documente relevante. Platforma ar trebui să transmită reclamațiile unei entități SOL competente pentru instrumentarea litigiului în cauză. Platforma SOL ar trebui să ofere, în mod gratuit, un instrument electronic de gestionare a cazului care să le permită entităților comerciale să desfășoare, prin intermediul platformei SOL, procedura de soluționare a litigiului cu părțile implicate. Entitățile respective nu ar trebui să fie obligate să utilizeze instrumentul de gestionare a cazului.

Cea mai recentă Directivă din domeniu, și probabil cea mai importantă pe care majoritatea statelor Europene au transpus-o, cu succes, este 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. Potrivit textului

Directivei: *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 unuia 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. 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.⁴ Directiva stabilește o serie de măsuri ce trebuie adoptate în statele membre destinate corectei informări. La Articolul 6 (cerințe de informare) se prevede: (1) *Înainte ca un contract la distanță sau negociat în afara spațiilor comerciale sau orice ofertă similară să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, comerciantul trebuie să îi furnizeze consumatorului următoarele informații în mod clar și inteligibil:**

- (c) adresa geografică la care este stabilit comerciantul și numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia, în cazul în care sunt disponibile, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu comerciantul și să comunice cu acesta în mod eficient și, dacă este cazul, adresa geografică și identitatea comerciantului în contul 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;*
- (m) acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și garanțiile comerciale;*
- (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.⁵*

⁴ Art. 20 al Directivei 2011/83 UE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor. Disponibilă la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TEXT/?uri=CELEX:32011L0083>

⁵ Ibidem art. 6

Exemple de provizii suplimentare privind serviciile cu clienții prin telefonie

În România, pentru a pune la dispoziția consumatorilor pârghiile necesare bunei lor informări și posibilitatea sesizării autorităților competente în domeniu, Ordinul 72/2010 prevede la articolul (1): *Pentru corecta informare a consumatorilor și pentru a le da acestora posibilitatea să afle informații referitoare la modul în care pot face sesizări sau reclamații cu privire la produsele și/sau serviciile care le sunt puse la dispoziție, operatorii economici au obligația să afișeze numărul de telefon denumit TELEFONUL CONSUMATORULUI: 0800 080 999. În completare, articolul (2) prevede: Toți operatorii economici care administrează site-uri de vânzări, preluare comenzi on-line și/sau publicitate la produse și/sau servicii, la serviciile turistice, de comercializare de pachete de servicii turistice sau bilete de avion, inclusiv e-commerce (comerț electronic), sunt obligați să prezinte pe prima pagina a site-ului (home page) un link vizibil către adresa oficială de web a Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (www.anpc.gov.ro), denumit PROTECTIA CONSUMATORILOR A.N.P.C.⁶*

Legislația românească a trebuit să țină pasul și cu evoluția serviciilor cu clienții, astfel încât s-a intervenit cu Legea 365/2002 privind comerțul electronic. Articolul 11 al legii prevede:

(1) Furnizorii de servicii sunt supuși dispozițiilor legale referitoare la răspunderea civilă, penală și contravențională, în măsura în care prin prezenta lege nu se dispune altfel.

(2) Furnizorii de servicii răspund pentru informația furnizată de ei înșiși sau pe seama lor.

În articolul 16 al Legii se precizează că: (3) Furnizorii de servicii sunt obligați să întrerupă, temporar sau permanent, transmiterea într-o rețea de comunicații sau stocarea informației furnizate de un destinatar al serviciului respectiv, în special prin eliminarea informației sau blocarea accesului la aceasta, accesul la o rețea de comunicații sau prestarea oricărui alt serviciu al societății informaționale, dacă aceste măsuri au fost dispuse

⁶http://www.dreptonline.ro/legislatie/ordin_72_2010_masuri_informare_consumatori_autoritatea_nationala_protectia_consumatorilor.php (accesat la 10.09.2018)

de o autoritate publică, din oficiu sau la primirea unei plângeri ori sesizări din partea oricărei persoane.

(4) *Plângerea prevăzută la alin. (3) poate fi făcută de către orice persoană care se consideră prejudiciată prin conținutul informației în cauză. Plângerea sau sesizarea se întocmește în formă scrisă, cu arătarea motivelor pe care se întemeiază, și va fi în mod obligatoriu datată și semnată. Plângerea nu poate fi înaintată dacă o cerere în justiție, având același obiect și aceleași părți, a fost anterior introdusă.*

(5) *Decizia autorității trebuie motivată și se comunică părților interesate în termen de 30 de zile de la data primirii plângerii sau a sesizării ori, dacă autoritatea a acționat din oficiu, în termen de 15 zile de la data la care a fost emisă.*

(6) *Împotriva unei decizii luate potrivit prevederilor alin. (3) persoana interesată poate formula contestație în termen de 15 zile de la comunicare, sub sancțiunea decăderii, la instanța de contencios administrativ competentă. Cererea se judecă de urgență, cu citarea părților. Sentința este definitivă.⁷*

AUSTRIA

În Austria, potrivit Legii privind protecția consumatorului, litigiile din domeniu, sunt sub imperiul prevederilor Codului Civil și de Procedură Civilă al Austriei. De asemenea, în Legea cadru privind protecția consumatorului, legat de costurile de servicii de telefonie legate de Relațiile Comerciale dintre debitor și creditor, se prevede: *În cazul în care antreprenorul a înființat o conexiune telefonică pentru a permite partenerilor contractuali să îi contacteze prin telefon în legătură cu contractele încheiate cu consumatorii, acesta nu poate să perceapă nicio compensație unui consumator care se folosește de această opțiune. Dreptul furnizorilor de servicii de telecomunicații de a percepe taxe pentru serviciile de comunicații reale rămâne neschimbat.⁸*

⁷<http://www.legi-internet.ro/legislatie-itc/comert-electronic/legea-comertului-electronic/legea-3652002-privind-comertul-electronic.html> (accesat la 10.09.2018)

⁸ <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002462> (accesat la 10.09.2018)

BELGIA

Pentru Regatul Belgiei, reglementările privind protecția consumatorului se găsesc unitar în Legea privind practicile de Piață și Drepturile Consumatorilor republicată în 2010. Prevederi deosebite legate de relațiile cu clienții desfășurate prin intermediul serviciilor de telefonie se pot găsi într-o serie de articole ale Legii. Articolul 41 al Legii spune că:

Întreprinderilor li se interzice facturarea apelurilor telefonice pentru care consumatorul trebuie să plătească conținutul mesajului, în plus față de costul apelului, în cazul în care aceste apeluri se referă la îndeplinirea unui contract deja încheiat. În articolul 45 al Legii se găsesc următoarele. La momentul ofertei unui contract la distanță, se furnizează consumatorului fără ambiguități, într-o manieră clară și inteligibilă, în orice mod adecvat mijloacelor de comunicare la distanță, în special cu următoarele informații: 1. identitatea întreprinderii și adresa geografică a acesteia; 2. principalele caracteristici ale bunurilor sau serviciilor; 3. prețul bunurilor sau al serviciilor; 4. după caz, costurile de livrare; 5. modalitățile de plată, livrare, executarea contractului; 6. existența sau absența unui drept de retragere; 7. termenii și condițiile pentru returnarea sau rambursarea mărfurilor, inclusiv orice costuri aferente la aceasta; 8. costul utilizării mijloacelor de comunicare la distanță, unde se calculează altfel decât la Rata de baza; 9. perioada pentru care oferta sau prețul rămâne valabilă; 10. dacă este cazul, durata minimă a contractului în cazul contractelor de furnizare a produselor sau serviciilor care urmează a fi efectuate permanent sau recurent. În plus, în cazul comunicațiilor telefonice, identitatea întreprinderii și a întreprinderii scopul comercial al apelului trebuie să fie clar la începutul oricărei conversații cu consumatorul.⁹

CEHIA

Secțiunea a 3-a din Legea Republicii Cehe privind protecția consumatorilor, conține dispoziții legate de anumite practici ale comercianților care folosesc servicii de telefonie în

⁹ <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=91&languageID=EN>
(accesat la 10.09.2018)

interacțiunile comerciale cu clienții, și prevede în general faptul că pentru astfel de servicii este interzisă taxarea suplimentară a clientului de către vânzător, lucru conform cu textul Directivei 83. Secțiunea 13 prevede că: vânzătorii trebuie să informeze în mod corespunzător consumatorii cu privire la întinderea, condițiile și modul de executare a drepturilor lor, în cazul unei performanțe defectuoasă sau nemulțumire generală față de serviciile oferite (denumită în continuare "revendicarea în garanție"), împreună cu informații prin care pot fi formulate pretenții de garanție.

Secțiunea 15 (1) În cazul în care natura unui produs și forma de vânzare permite acest lucru, vânzătorul verifică sau afișează produsul către cumpărător la cerere. (2) Vânzătorul este obligat să emită o confirmare scrisă la cererea consumatorului, cu privire la obligațiile ce decurg dintr-o prestație defectuoasă în măsura prevăzută de lege. În cazul în care serviciul nu este furnizat imediat, vânzătorul este obligat să emită consumatorului o confirmare scrisă a ordinului acceptat. Această confirmare trebuie să includă desemnarea obiectului serviciului, domeniul său de aplicare, calitatea, prețul serviciului și termenul de executare a acestuia.

Secțiunea 16 (1) La cererea consumatorului, vânzătorul eliberează o chitanță care confirmă cumpărarea unui produs sau prestarea unui serviciu, indicând data vânzării produsului sau prestarea serviciului, tipul produsului sau serviciului și prețul pentru care a fost vândut un astfel de produs sau a fost furnizat un serviciu, împreună cu detalii care să identifice vânzătorul, adică numele și prenumele sau denumirea comercială, cu excepția cazului în care legea prevede altfel.¹⁰

DANEMARCA

În Partea 8 a legii Daneze privind protecția consumatorului care reglementează Comunicațiile telefonice se pot găsi unele reglementări generale, de asemenea conforme cu Directiva 83. În cazul în care comerciantul operează o linie telefonică în scopul contactării acestuia de către consumatori prin telefon, în legătură cu contractele încheiate,

¹⁰ Legea 634/1992 din Republica Cehă privind Protecția Consumatorului, amendată și republicată. Disponibilă la: <https://www.mpo.cz/en/consumer-protection/legal-regulations-applicable-to-consumer-protection/act-no--634-1992-coll---consumer-protection-act--as-amended--225813/> (accesat în 11.09.2018)

consumatorul, atunci când contactează comerciantul, nu este obligat să plătească mai mult decât rata de bază. Partea 3-a a Legii: În cazul în care un contract este încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță care permite doar un spațiu sau un timp limitat de afișare a informațiilor, comerciantul trebuie să furnizeze cel puțin informații privind identitatea comerciantului și informațiile specificate în Lege, înainte de încheierea contractului. Celelalte informații trebuie furnizate consumatorului într-o manieră adecvată, în conformitate cu prevederile Legii. În cazul în care comerciantul efectuează un apel telefonic către consumator în vederea încheierii unui contract la distanță pentru bunuri sau servicii nefinanciare, pe lângă informațiile prevăzute la alin. (2), comerciantul trebuie, la începutul conversației, să dezvăluie identitatea și, după caz, identitatea persoanei în numele căreia face apelul și scopul comercial al apelului. În cazul în care un contract la distanță se încheie pe cale electronică, iar contractul obligă consumatorul să plătească, acesta trebuie indicat într-o manieră clară și precisă în punctul de plasare a ordinului. În plus, comerciantul trebuie să conștientizeze consumatorul într-o manieră clară și proeminentă și direct înaintea introducerii ordinului de către consumator a informațiilor. Partea a 11-a conține dispoziții privind caracterul obligatoriu al Legii și sancțiuni: *Nu se poate deroga de la prevederile prezentului Act în detrimentul consumatorului. 34 - (1) Nerespectarea de către comerciant a prevederilor legii se sancționează cu pedeapsa amenzii. (3) Companiile etc. (persoane juridice) pot face obiectul răspunderii penale în conformitate cu prevederile părții 5 din Codul penal danez (Straffeloven).*¹¹

FRANȚA

Directiva 83/2011 s-a aplicat și în Franța cu succes. În cadrul noului Cod al Consumatorilor, amendat în conformitate cu textul directivei, companiile care participă la telemarketing trebuie să furnizeze informații specifice la începutul unei convorbiri telefonice și după ce au apelat telefonic, dacă orice contract rezultat este valabil. Consumatorul va fi legat de ofertă doar după ce a semnat și a acceptat o astfel de ofertă în scris sau după ce și-a dat consimțământul prin mijloace electronice. Companiile nu pot utiliza numere

¹¹ <https://www.consumereurope.dk/menu/laws/danish-laws/the-danish-consumer-contracts-act/>

ascunse. Companiile nu pot apela pe consumatorii care se află pe o listă de persoane care au optat pentru refuzarea acestor apeluri, cu excepția cazului în care există deja o relație contractuală. Legea privind protecția consumatorilor creează un nou drept pentru ca, consumatorii să fie informați cu privire la capacitatea lor de a urma o procedură de mediere sau orice sistem alternativ de soluționare a litigiilor în cazul unui litigiu. Consumatorul trebuie să primească în scris sau pe un alt suport durabil pe care îl are la dispoziție și cel târziu la livrare: Informații privind termenii și condițiile aplicabile exercitării dreptului de retragere; Adresa sediului furnizorului la care consumatorul poate face plângeri; Informații privind serviciile post-vânzare și garanțiile comerciale; Condițiile aplicabile în cazul anulării contractului dacă acesta este deschis sau are un termen sau mai mult de un an. Aceste informații, a căror natură comercială trebuie indicată fără echivoc, trebuie comunicate consumatorului în mod clar și inteligibil prin orice mijloace compatibile cu sistemul de comunicații la distanță utilizat. Dacă se folosește comunicarea telefonică sau orice altă tehnică similară, profesionistul trebuie să-și indice în mod explicit identitatea și caracterul comercial al apelului la începutul conversației¹²

GERMANIA

Începând cu data de 13 iunie 2014, noile norme privind protecția consumatorilor - prevăzute în Directiva UE 2011/83 / UE – au fost în aplicare în Codul civil german (BGB) și în Legea introductivă a Codului civil. Aceste noi reguli exercită în principal așa-numitele tranzacții la distanță. Acest termen se referă în special la cumpărături on-line, dar și la telemarketing, vânzări de cataloage și alte tipuri de întreprinderi, în care se încheie contracte între consumator și întreprinzător numai prin utilizarea mijloacelor de comunicare la distanță. Germania are o rată totală de transpunere a Directivei 83.

¹² Codul Consumatorului al Republicii Franceze

ITALIA

Decretul legislativ nr. 21 din 21 februarie 2014 ("Decretul") de punere în aplicare a Directivei 2011/83 / UE din 25 octombrie 2011 ("directiva") și intrat în vigoare la 13 iunie 2014 constituie ultima etapă a procesului legislativ italian în vederea consolidării protecției consumatorilor.

În afară de normele conținute în directivă, prin Decret s-au consolidat pozițiile unor autorități în domeniu. Cel mai important, decretul consolidează în continuare puterea ICA (Autoritatea Națională Centrală în Protecția Consumatorilor); noul regulament a conferit ICA o competență exclusivă în vederea aplicării acestor noi norme. Prin urmare, ICA poate interveni din oficiu sau la cererea oricărei părți care are un interes legitim de a verifica dacă noile norme sunt încălcate. Acestea pot impune apoi amenzi mari, exercitând astfel o putere similară celei deja folosite pentru a exercita practici comerciale neloiale în cadrul CPI. Aceasta este o inovație majoră în măsura în care, în cadrul fostului regim, puterea de a impune sancțiuni administrative a fost posibilă cu camerele de comerț individuale.¹³

LITUANIA

În Legea Lituaniană privind protecția consumatorului, toate măsurile prevăzute în Directivele și Regulamentele Europene au fost aplicate în legislația națională. Pentru eventuale litigii legate de prestatorii de servicii de relații cu clienții, sunt precizate fără echivoc mijloacele de acțiune.

Articolul 41 prevede baza de a începe procedura de examinare a unei posibile încălcări a drepturilor consumatorilor:

Se începe procedura de examinare a încălcării drepturilor consumatorilor (în continuare - încălcarea drepturilor consumatorilor) prevăzută la articolul 40 alineatul (1) din prezenta lege:

¹³https://www.evershedssutherland.com/global/en/what/articles/index.page?ArticleID=en/Competition_EU_and_Regulatory/The_new_Italian_Framework_on_Consumer_Protection (accesat la 12.09.2018)

1) după primirea unei plângeri din partea instituției sau organismului consumator, a țării sau a municipiului sau a unei asociații de consumatori (în continuare - solicitanți);

2) la inițiativa Autorității de Stat pentru Protecția Drepturilor Consumatorilor, după luarea unei decizii motivate, în cazul în care determină suficiente date privind posibila încălcare a drepturilor consumatorilor.

Articolul 42. Depunerea și examinarea apelului de inițiere a unei anchete privind posibila încălcare a drepturilor consumatorilor:

(1) O cale de atac cu privire la o eventuală încălcare a drepturilor consumatorilor (denumită în continuare "recursul") este înaintată autorității de stat pentru protecția drepturilor consumatorilor în scris.

(2) În recurs se precizează:

1) numele, prenumele, adresa (dacă solicitantul este persoană fizică) sau numele, codul, sediul social (dacă solicitantul este persoană juridică) și datele de contact;

2) circumstanțele de fapt referitoare la posibila încălcare a drepturilor consumatorilor, cunoscute de reclamantă. Documentele care susțin aceste circumstanțe și care sunt disponibile pentru solicitant se anexează la recurs.

Se refuză inițierea procedurii de investigare a eventualei încălcări a drepturilor consumatorului pe baza recursului depus, în cazul în care:

1) încălcarea indicată în recurs nu intră în competența Autorității de Stat pentru Protecția Drepturilor Consumatorului;

2) datele factice indicate în recurs au fost deja verificate și o decizie relevantă a fost făcută de către Autoritatea de Stat pentru Protecția Drepturilor Consumatorilor;

3) nu există date factice care să permită să se presupună în mod rezonabil că drepturile consumatorilor au fost încălcate sau dacă solicitantul nu prezintă documente justificative în termenele stabilite și fără motive justificate;

4) au trecut mai mult de trei ani din momentul posibilei încălcări a prezentei legi până la depunerea apelului la Autoritatea de Stat pentru Protecția Drepturilor Consumatorului. (4) În termen de 30 de zile calendaristice de la data primirii contestației, cerințele specificate în prezentul articol, Autoritatea de Stat pentru Protecția Drepturilor

Consumatorului notifică solicitantului motivele refuzului de a iniția procedura de investigare a încălcării drepturilor consumatorului.¹⁴

CONCLUZII

Prestatorii de servicii call-center se află sub incidența legilor cadru privind protecția consumatorilor, neexistând o lege special care să reglementeze în plus această activitate. În ceea ce privește eventualele litigii care ar putea apărea legat de activitatea de servicii cu clienții telefonice, acestea intră sub incidența legilor civile și de procedură civilă. Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, este cea mai importantă din domeniu, aceasta având ca obiectiv armonizarea legislației din domeniul protecției consumatorilor la nivelul Uniunii Europene. Majoritatea țărilor au transpus cu succes prevederile Directivei, iar completările aduse în Legile lor naționale sunt de ordine a suprareglementa domeniul serviciilor prin telefonie și online aflate într-o continuă schimbare, acesta fiind un domeniu foarte versatil.

Timpul util în care problema unui client ar trebui rezolvată nu apare reglementat nici în textul Directivei, nici în alte texte legislative din statele membre. Acesta rămâne un concept abstract lăsat la aprecierea structurilor interne ale societăților prestatoare de servicii și al structurilor lor de conducere. Clienții sunt însă îndreptățiți să depună plângeri direct la aceste societăți, iar în caz că nu sunt mulțumiți de rezolvările oferite de acestea se pot îndrepta către Autoritățile abilitate în domeniul drepturilor consumatorilor. Aprecierea unei variabile de tipul, timpul rezonabil de rezolvare, va rămâne în final la aceste autorități dar poate ajunge chiar în fața instanțelor civile. Tendința la nivel European este însă, abordarea căilor extrajudiciare, precum medierea sau chiar rezolvarea la nivelul autorităților de protecția consumatorilor.

¹⁴<https://eseimas.lrs.lt/portal/legalActPrint/lt?jfwid=181l7lifma&documentId=e86e8310231911e6acbed8d454428fb7&category=TAD> (accesat la 12.09.2018)