1	**Titlul actului UE, inclusiv cele mai recente amendamente incluse** Comunicarea Comisiei Orientări privind transparența ierarhizării în temeiul Regulamentului (UE) 2019/1150 a Parlamentului European și a Consiliului 2020/C 424/01, CELEX: 52020XC1208(01)
2	**Titlul proiectului actului normativ național** - Regulamentul privind transparența ierarhizării în temeiul Legii nr. 53/2025 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online
3	**Gradul general de compatibilitate** Compatibil
4	**Autoritatea și persoana responsabilă** Consiliul Concurenței, Direcția abuz de poziție dominantă, Samoil Mariana
5	**Data întocmirii/actualizării:** 31.03.2026

Actul Uniunii Europene	**Proiectul actului normativ național**	**Gradul de compatibilitate**	**Observații**
6	**7**	**8**	**9**
1. INTRODUCERE **1.1. Scopul orientărilor** 1. Scopul prezentelor orientări este acela de a facilita respectarea de către furnizorii de servicii de intermediere online [(1)] și furnizorii de motoare de căutare online [(2)] a cerințelor prevăzute la articolul 5 din 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 [(3)] (denumit în continuare „regulamentul”), precum și de a sprijini asigurarea punerii în aplicare cerințelor respective. În	**Capitolul I** **DISPOZIȚII GENERALE** 4. Scopul prezentului Regulament este de a facilita respectarea de către furnizorii de servicii de intermediere online și furnizorii de motoare de căutare online a cerințelor prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, precum și de a sprijini asigurarea punerii în aplicare a cerințelor respective. Prezentul Regulament vizează, de asemenea, sprijinirea furnizorilor în aplicarea cerințelor respective și contribuie la optimizarea modului în care parametrii principali de ierarhizare sunt identificați și prezentați întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online (denumite în	**Compatibil**	

conformitate cu articolul 5 alineatul (7) și cu considerentul 28 din regulament, prezentele orientări vizează, de asemenea, să ajute furnizorii în vederea aplicării cerințelor și să contribuie la optimizarea modului în care parametrii principali de ierarhizare sunt identificați și prezentați întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online (denumite în continuare „întreprinderi utilizatoare”) și utilizatorilor profesionali de site-uri [(4)].	continuare „întreprinderi utilizatoare”) și utilizatorilor profesionali de site-uri.		
2. Articolul 5 alineatele (1) și (2) le impune, în esență, furnizorilor să indice parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia și argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri în raport cu alți parametri.	5. În temeiul art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de servicii de intermediere online și furnizorii de motoare de căutare online au obligația de a indica parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia și de a prezenta argumentele privind importanța relativă a respectivilor parametri în raport cu alți parametri.	**Compatibil**	
3. Articolul 2 punctul 8 definește „ierarhia” drept „vizibilitatea relativă acordată bunurilor sau serviciilor oferite prin servicii de intermediere online sau relevanța acordată rezultatelor căutărilor de către motoarele de căutare online, astfel cum este prezentată, organizată sau comunicată de către furnizorii de servicii de intermediere online sau de către furnizorii de motoare de căutare online, indiferent de mijloacele tehnologice folosite pentru această prezentare, organizare sau comunicare”.	6. În sensul prezentului Regulament, noțiunea de „ierarhie” se definește potrivit art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
4. În conformitate cu articolul 5 alineatul (5), fiecare furnizor trebuie să furnizeze o descriere care să le permită utilizatorilor	7. În conformitate cu art. 5 alin. (5) din Legea nr. 53/2025, furnizorii trebuie să furnizeze o descriere care să le permită	**Compatibil**	

să înțeleagă în mod adecvat dacă – și, în caz afirmativ, cum și în ce măsură – mecanismul de ierarhizare ține seama de: (a) caracteristicile bunurilor sau serviciilor oferite prin intermediul serviciului furnizorului; (b) relevanța acestor caracteristici pentru consumatorii care utilizează serviciul respectiv: și (c) numai în ceea ce privește furnizorii de motoare de căutare online, caracteristicile de concepție a site-ului utilizat de utilizatorii profesionali de site-uri.	utilizatorilor să înțeleagă în mod adecvat dacă, cum și în ce măsură mecanismul de ierarhizare ține seama de elementele prevăzute la art. 5 alin. (5) lit. a) – c) din Legea nr. 53/2025.		
5. Astfel cum se explică în considerentele 24 și 26, descrierea care trebuie oferită de furnizori are obiectivul de a spori previzibilitatea și de a ajuta utilizatorii să îmbunătățească prezentarea bunurilor și serviciilor lor sau o caracteristică a acestor bunuri și servicii.	8. Descrierea parametrilor principali de ierarhizare are ca obiectiv sporirea previzibilității și sprijinirea utilizatorilor să îmbunătățească prezentarea bunurilor și serviciilor lor sau o caracteristică a acestor bunuri și servicii.	**Compatibil**	
6. În același timp, regulamentul urmărește atingerea acestui obiectiv fără a le impune furnizorilor să divulge algoritmi sau vreo informație care, cu un grad rezonabil de certitudine, ar avea ca rezultat înșelarea consumatorilor sau prejudicierea consumatorilor prin manipularea rezultatelor căutării [articolul 5 alineatul (6)]. Prin urmare, furnizorilor nu li se cere să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor lor de ierarhizare, inclusiv a algoritmilor, iar capacitatea lor de a acționa împotriva manipulării cu rea-credință a ierarhizării nu ar trebui să fie afectată (considerentul 27).	9. Cerințele de transparență nu impun furnizorilor să divulge algoritmi sau vreo informație care, cu un grad rezonabil de certitudine, ar avea ca rezultat înșelarea consumatorilor sau prejudicierea consumatorilor prin manipularea rezultatelor căutării. Prin urmare, furnizorilor nu li se cere să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor lor de ierarhizare, inclusiv a algoritmilor, iar capacitatea lor de a acționa împotriva manipulării cu rea-credință a ierarhizării nu ar trebui să fie afectată.	**Compatibil**	
7. Având în vedere cerințele juridice	10. Având în vedere că art. 5 din Legea	**Compatibil**	

parțial divergente stabilite la articolul 5 pentru furnizorii de servicii de intermediere online, pe de o parte, și pentru furnizorii de motoare de căutare online, pe de altă parte și dată fiind natura diferită a serviciilor în cauză, conținutul descrierii necesare a parametrilor principali de ierarhizare pentru aceste două tipuri de servicii va fi în mod necesar diferit. În plus, astfel cum se menționează în considerentul 25, conținutul, inclusiv numărul și tipul parametrilor principali, poate de asemenea să varieze foarte mult între furnizorii de servicii de intermediere online.	nr. 53/2025 stabilește cerințe juridice parțial diferite pentru furnizorii de servicii de intermediere online, pe de o parte, și pentru furnizorii de motoare de căutare online, pe de altă parte, precum și ținând seama de natura distinctă a acestor servicii, conținutul descrierii necesare a parametrilor principali de ierarhizare pentru aceste două tipuri de servicii va fi în mod necesar diferit. Conținutul unei astfel de descrieri, inclusiv numărul și tipul parametrilor principali utilizați, poate varia foarte mult între furnizorii de servicii de intermediere online.		
8. Prezentele orientări nu ar trebui să fie aplicate mecanic, ci, mai degrabă, ținând seama în mod corespunzător de elementele și circumstanțele relevante în fiecare caz. Exemplele sunt prezentate în scopuri ilustrative pentru a facilita înțelegerea. În cazul în care descriu situații specifice, acestea nu ar trebui interpretate ca limitând domeniul de aplicare al obligației în cauză la situația specifică descrisă. În plus, exemplele oferite se pot referi la un anumit sector, dar conceptele pot fi transferabile și ar putea fi înțelese ca aplicându-se unor metode/situații similare utilizate în alte sectoare.	11. Prezentul Regulament se aplică cu luarea în considerare a elementelor și circumstanțelor relevante ale fiecărui caz. Exemplele sunt incluse exclusiv în scop ilustrativ, pentru a facilita înțelegerea modului de aplicare a cerințelor. În măsura în care acestea descriu situații specifice, nu trebuie interpretate ca limitând domeniul de aplicare al obligației respective la cazurile descrise. Conceptele pe care le ilustrează pot fi aplicate, prin analogie, unor metode sau situații similare din alte sectoare.	**Compatibil**	
9. Prezentele orientări nu sunt obligatorii din punct de vedere juridic. Acestea nu aduc atingere propriilor responsabilități ale furnizorilor de a asigura conformitatea cu cerințele de la articolul	12. Prezentul Regulament nu aduce atingere propriilor responsabilități ale furnizorilor de a asigura conformitatea cu cerințele prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025 și nici competențelor și	**Parțial compatibil**	Interpretarea cerințelor îi revine în ultimă instanță exclusiv Curții de Justiție a UE - **Nu este aplicabil**

5 și nici competențelor și responsabilităților autorităților și instanțelor competente ale statelor membre în ceea ce privește asigurarea respectării acestor cerințe în conformitate cu dispozițiile regulamentului și cu alte dispoziții ale legislației UE. Interpretarea cerințelor îi revine în ultimă instanță exclusiv Curții de Justiție a UE.	obligațiilor Consiliului Concurenței și instanțelor naționale în ceea ce privește asigurarea respectării acestor cerințe, în conformitate cu dispozițiile Legii nr. 53/2025.		
10. Comisia va continua să monitorizeze modul în care sunt aplicate cerințele de la articolul 5, astfel cum au fost clarificate prin prezentele orientări, și poate decide să revizuiască prezentele orientări, dacă este necesar, în lumina evoluțiilor viitoare și a cunoștințelor nou-apărute.	13. Consiliul Concurenței monitorizează modul de aplicare a cerințelor prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, astfel cum sunt clarificate prin prezentul Regulament, și poate dispune revizuirea acesteia, după caz, în funcție de evoluțiile legislative, tehnologice sau de practică, precum și în lumina evoluțiilor viitoare și a cunoștințelor nou-apărute.	**Compatibil**	
1.2. Transparența ierarhizării – context 11. Ierarhizarea este definită la articolul 2 punctul 8, citat mai sus, și poate fi considerată, în esență, o formă de proces decizional algoritmic și bazat pe date. Atunci când furnizorii prezintă, organizează sau comunică informații privind bunuri sau servicii pentru consumatori sau rezultate ale unei căutări, aceștia „ierarhizează” rezultatele pe baza anumitor parametri.	14. Ierarhizarea, astfel cum este definită la art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025, reprezintă o formă de proces decizional algoritmic și bazat pe date. În situațiile în care furnizorii prezintă, organizează sau comunică informații referitoare la bunuri sau servicii destinate consumatorilor sau rezultate ale unor căutări, aceștia ierarhizează rezultatele pe baza anumitor parametri.	**Compatibil**	
12. Astfel cum se explică în considerentele 24 și 26, ierarhizarea bunurilor și serviciilor de către furnizori are un impact important asupra alegerilor consumatorilor și, prin urmare, asupra succesului comercial al utilizatorilor care	15. Ierarhizarea bunurilor și serviciilor de către furnizori are un impact semnificativ asupra alegerilor consumatorilor și, în consecință, asupra performanței comerciale a utilizatorilor care oferă aceste bunuri și servicii consumatorilor.	**Compatibil**	

le oferă consumatorilor aceste bunuri și servicii. Pe măsură ce economia continuă să se mute online, ierarhizarea rezultatelor căutărilor efectuate pe motoarele de căutare și în cadrul serviciilor de intermediere online devine din ce în ce mai importantă pentru antreprenoriat, iar succesul comercial al întreprinderilor din UE va depinde din ce în ce mai mult de vizibilitatea acestora și de ușurința de a fi găsite online.	În contextul dezvoltării continue a economiei digitale, ierarhizarea rezultatelor căutărilor efectuate pe motoarele de căutare și în cadrul serviciilor de intermediere online devine un factor esențial pentru activitatea de antreprenoriat, iar succesul comercial al întreprinderilor depinde de nivelul de vizibilitate și de ușurința de a fi identificate în mediul online.		
13. Furnizorii își concep metodele de ierarhizare, inclusiv algoritmii lor proprietari, în diferite moduri. Aceste metode de ierarhizare sunt adaptate în mod frecvent și, în general, nu sunt divulgate. Din perspectiva consumatorilor, calitatea rezultatelor căutării poate diferenția serviciile și, prin urmare, funcționarea detaliată a metodelor de ierarhizare poate reprezenta avantajul competitiv sau secretul comercial al unui furnizor. Prin urmare, întreprinderile care fac comerț online nu cunosc întotdeauna motivele performanței lor în ceea ce privește ierarhizarea și nici dacă sau cum și-ar putea îmbunătăți performanțele, eventual cu ajutorul unei ierarhizări plătite, deși capacitatea lor de a ajunge la clienți depinde în mare măsură de aceste informații.	16. Furnizorii dezvoltă și utilizează metode de ierarhizare proprii, inclusiv algoritmi specifici, concepuți în mod diferit în funcție de caracteristicile serviciilor oferite. Aceste metode de ierarhizare sunt adaptate în mod frecvent și, în general, nu sunt divulgate. Din perspectiva consumatorilor, calitatea rezultatelor căutării poate diferenția serviciile și, prin urmare, funcționarea detaliată a metodelor de ierarhizare poate reprezenta avantajul competitiv sau secretul comercial al furnizorilor. Prin urmare, întreprinderile care fac comerț online nu cunosc întotdeauna motivele performanței lor în ceea ce privește ierarhizarea și nici dacă sau cum și-ar putea îmbunătăți performanțele, eventual cu ajutorul unei ierarhizări plătite, deși capacitatea lor de a ajunge la clienți depinde în mare măsură de aceste informații.	**Compatibil**	
14. Prin urmare, în timp ce regulamentul nu limitează alegerea parametrilor de ierarhizare pe care furnizorii pot alege să îi folosească, articolul 5 are obiectivul de	17. În acest context, în timp ce Legea nr. 53/2025 nu restrânge libertatea furnizorilor de a stabili parametrii de ierarhizare pe care îi utilizează, art. 5 din	**Compatibil**	

a îmbunătăți previzibilitatea pentru utilizatori.	prezenta lege are obiectivul de a îmbunătăți previzibilitatea pentru utilizatori.		
1.3. Obiective și considerații generale 15. Astfel cum se explică în considerentele 24 și 26, descrierea care trebuie oferită de furnizori în temeiul articolului 5 are obiectivul de a spori previzibilitatea și de a ajuta utilizatorii să îmbunătățească prezentarea bunurilor și serviciilor lor sau o caracteristică a acestor bunuri și servicii. Conform considerentului 24, previzibilitatea implică faptul ca furnizorii să stabilească ierarhia într-un mod nearbitrar.	18. Descrierea pe care furnizorii au obligația să o furnizeze în temeiul art. 5 din Legea nr. 53/2025 are ca obiectiv sporirea previzibilității și de a ajuta utilizatorii să îmbunătățească prezentarea bunurilor și serviciilor lor sau o caracteristică a acestor bunuri și servicii. Previzibilitatea presupune că furnizorii stabilesc ierarhizarea într-un mod nearbitrar.	**Compatibil**	
16. Din acest standard de previzibilitate pot fi deduse o serie de „considerații generale”, care pot ajuta furnizorii să aplice cerințele de la articolul 5 și pot facilita asigurarea respectării acestor cerințe:	19. Din acest standard de previzibilitate pot fi desprinse o serie de considerații generale, menite să ajute furnizorii în aplicarea cerințelor prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025 și să faciliteze asigurarea respectării acestor cerințe.	**Compatibil**	
1.3.1. Abordare orientată spre utilizator 17. Având în vedere obiectivul menționat anterior de a îmbunătăți previzibilitatea și de a proteja interesele legitime ale utilizatorilor, precum și cerința de a le permite utilizatorilor să obțină o înțelegere adecvată (considerentul 27), furnizorii ar trebui să ofere explicații semnificative cu privire la mecanismele lor de ierarhizare și în special cu privire la parametrii principali utilizați. Pentru ca explicațiile să le fie utile utilizatorilor, acestea ar trebui să țină seama de natura, capacitatea tehnică și nevoile	20. Având în vedere obiectivul de a spori previzibilitatea și de a proteja interesele legitime ale utilizatorilor, precum și cerința de a le permite acestora să dobândească o înțelegere adecvată, furnizorii au obligația de a furniza explicații semnificative cu privire la mecanismele lor de ierarhizare și în special cu privire la parametrii principali utilizați. Pentru ca explicațiile să le fie utile utilizatorilor, acestea trebuie să țină seama de natura, capacitatea tehnică și nevoile utilizatorilor cu un nivel mediu de competențe ai unui anumit serviciu, care pot varia în mod considerabil de la	**Compatibil**	

utilizatorilor „medii” ai unui anumit serviciu, care pot varia în mod considerabil de la un tip de servicii la altul.	un tip de servicii la altul.		
18. În ceea ce privește furnizorii de servicii de intermediere online, în temeiul articolului 5 alineatul (1), informațiile necesare trebuie incluse în termenii și condițiile lor. Articolul 3 alineatul (1) litera (a) impune ca termenii și condițiile să fie redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.	21. În cazul furnizorilor de servicii de intermediere online, în temeiul art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025, informațiile relevante trebuie incluse în termenii și condițiile lor. Totodată, potrivit art. 3 alin. (1) lit. a) din Legea nr. 53/2025, termenii și condițiile trebuie redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.	**Compatibil**	
19. În ceea ce privește furnizorii de motoare de căutare online, articolul 5 alineatul (2) impune, de asemenea, ca informațiile privind parametrii principali să fie redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.	22. În cazul furnizorilor de motoare de căutare online, art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025 impune, de asemenea, ca informațiile privind parametrii principali să fie redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.	**Compatibil**	
1.3.2. Evaluare individuală și abordare neutră din punct de vedere tehnologic 20. Furnizorii ar trebui să determine în mod individual ce măsuri trebuie să ia pentru a se conforma cerințelor de la articolul 5. În cazul în care furnizează servicii multiple, aceștia ar trebui, în principiu, să facă acest lucru separat pentru fiecare serviciu care intră sub incidența regulamentului. La fel, utilizatorii, autoritățile competente și instanțele ar trebui să se bazeze pe o evaluare individuală, de la caz la caz, pentru a stabili dacă cerințele respective sunt sau nu respectate. Această abordare individuală este deosebit de importantă, având în vedere că unii furnizori oferă mai multe servicii (intermediere online	23. Furnizorii stabilesc, în mod individual, măsurile necesare pentru a asigura conformitatea cu cerințele prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025. În cazul în care un furnizor furnizează servicii multiple, obligația de conformare trebuie analizată și îndeplinită distinct pentru fiecare serviciu care intră în domeniul de aplicare al legii. În mod corespunzător, utilizatorii, autoritățile competente și instanțele trebuie să efectueze o evaluare individuală, de la caz la caz, pentru a stabili dacă cerințele respective sunt sau nu respectate. Această abordare individuală este deosebit de importantă, având în vedere că unii furnizori oferă mai multe servicii (intermediere online și/sau căutări online) în cadrul unei singure structuri	**Compatibil**	

și/sau căutări online) în cadrul unei singure structuri corporative sau chiar al unei interfețe unice pentru utilizatori, în timp ce descrierea necesară pentru ca utilizatorii să înțeleagă în mod adecvat mecanismele de ierarhizare utilizate poate varia în funcție de serviciul oferit.	corporative sau chiar al unei interfețe unice pentru utilizatori, în timp ce descrierea necesară pentru ca utilizatorii să înțeleagă în mod adecvat mecanismele de ierarhizare utilizate poate varia în funcție de serviciul oferit.		
21. În plus, articolul 2 punctul 8, care definește termenul „ierarhie”, indică faptul că este irelevant care sunt mijloacele tehnologice folosite de furnizori pentru a prezenta, a organiza sau a comunica informații privind bunurile sau serviciile oferite de utilizatori prin intermediul serviciilor în cauză. Prin urmare, evaluarea individuală ar trebui să se desfășoare într-un mod neutru din punct de vedere tehnologic, în sensul că tehnologia specifică utilizată în cadrul procesului de ierarhizare nu are importanță.	24. Potrivit art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025, care definește termenul „ierarhie”, este irelevant care sunt mijloacele tehnologice folosite de furnizori pentru a prezenta, a organiza sau a comunica informații privind bunurile sau serviciile oferite de utilizatori prin intermediul serviciilor în cauză. Prin urmare, evaluarea individuală trebuie realizată într-un mod neutru din punct de vedere tehnologic, în sensul că tehnologia specifică utilizată în cadrul procesului de ierarhizare nu are importanță.	**Compatibil**	
1.3.3. Nivelul adecvat de detaliere 22. Descrierile oferite de furnizori în conformitate cu articolul 5 ar trebui să ofere o valoare adăugată reală pentru utilizatorii în cauză. Articolul 5 alineatele (1) și (2) le impune furnizorilor să ofere informații nu numai cu privire la parametrii principali, ci și cu privire la argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali în raport cu alți parametri. În plus, în conformitate cu articolul 5 alineatul (5), utilizatorii ar trebui să poată „înțelege în mod adecvat” dacă și, în caz afirmativ, în ce mod și în ce măsură sunt	25. Descrierile furnizate de furnizori în conformitate cu art. 5 din Legea nr. 53/2025 trebuie să ofere o valoare adăugată reală utilizatorilor în cauză. Art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025 impune furnizorilor să ofere informații nu numai cu privire la parametrii principali, ci și cu privire la argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali în raport cu alți parametri. Totodată, în conformitate cu art. 5 alin. (5) din aceeași lege, utilizatorii trebuie să poată „înțelege în mod adecvat” dacă, în ce mod și în ce măsură sunt luați în considerare trei factori specifici. În	**Compatibil**	

luați în considerare trei factori specifici [5]. Aceasta înseamnă că descrierea care trebuie furnizată trebuie să nu constea doar într-o simplă enumerare a parametrilor principali, ci să furnizeze cel puțin un „al doilea strat” de informații explicative [6]. Furnizorii ar putea, de exemplu, să aibă în vedere descrierea „raționamentului” intern al companiei care a fost utilizat pentru a identifica „parametrii principali”, ca modalitate de a determina, de asemenea, „argumentele în favoarea importanței relative” a acestora.	consecință, descrierea nu trebuie să se limiteze la o simplă enumerare a parametrilor principali, ci să furnizeze cel puțin un „al doilea strat” de informații explicative. În acest context, furnizorii pot avea în vedere, de exemplu, prezentarea descrierii „raționamentului” intern al întreprinderii care a fost utilizat pentru a identifica „parametrii principali”, ca modalitate de a determina, de asemenea, „argumentele în favoarea importanței relative” a acestora.		
23. Considerentul 27 clarifică faptul că descrierea care trebuie furnizată poate fi generală, dar că aceasta ar trebui să le ofere utilizatorilor o înțelegere adecvată și, în plus, ar trebui să se bazeze cel puțin pe „date reale referitoare la relevanța parametrilor de ierarhizare utilizați”. Considerentul respectiv clarifică, de asemenea, faptul că, deși nu este necesar să se divulge funcționarea detaliată a mecanismelor de ierarhizare, inclusiv a algoritmilor, interesele comerciale ale furnizorilor nu pot justifica refuzul de a divulga, în conformitate cu articolul 5, parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia.	26. Descrierea poate avea un caracter general, însă trebuie să permită utilizatorilor dobândirea unei înțelegeri adecvate și să se bazeze cel puțin pe „date reale privind relevanța parametrilor de ierarhizare utilizați”. În același timp, deși furnizorii nu sunt obligați să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor de ierarhizare, inclusiv a algoritmilor, interesele comerciale ale furnizorilor nu pot justifica refuzul de a divulga parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia, în conformitate cu art. 5 din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
24. În temeiul articolului 5 alineatele (1) și (2), descrierea care trebuie oferită de către furnizori trebuie să se refere la toți parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia, respectiv care sunt cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei. Prin urmare, această obligație se aplică,	27. În temeiul art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025, descrierea furnizată trebuie să acopere toți parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia, respectiv care sunt cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei. Această obligație se aplică și factorilor	**Compatibil**	

de asemenea, factorilor cum ar fi modificările temporare, caracterul aleatoriu sau personalizarea, în măsura în care acești factori constituie parametri principali.	precum modificările temporare, caracterul aleatoriu sau personalizarea, în măsura în care acești factori constituie parametri principali.		
25. Cu toate acestea, un exces de informații poate însemna că, în realitate, utilizatorilor nu le sunt furnizate informații utile. În consecință, furnizorii ar trebui, pe de o parte, să identifice și să explice în mod adecvat parametrii principali de ierarhizare, iar pe de altă parte să nu copleșească utilizatorii cu descrieri prea lungi sau complicate sau cu descrieri ale altor parametri decât cei principali. Excluderea detaliilor excesive ar trebui, de asemenea, să contribuie la evitarea riscului de a permite înșelarea sau prejudicierea consumatorilor, astfel cum se menționează la articolul 5 alineatul (6).	28. Un exces de informații poate însemna că, în realitate, utilizatorilor nu le sunt furnizate informații utile. Furnizorii trebuie, pe de o parte, să identifice și să explice în mod adecvat parametrii principali de ierarhizare, iar pe de altă parte să evite supraîncărcarea utilizatorilor cu descrieri prea lungi sau complicate sau cu descrieri ale altor parametri decât cei principali. Excluderea detaliilor excesive trebuie să contribuie la evitarea riscului de a permite înșelarea sau prejudicierea consumatorilor, astfel cum se menționează la art. 5 alin. (6) din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
2. NATURA ȘI DOMENIUL DE APLICARE AL CERINȚELOR DE LA ARTICOLUL 5 **2.1. Servicii integrate** 26. Cerințele de la articolul 5 se aplică furnizorilor de servicii de intermediere online și de motoare de căutare online. În cazul în care furnizorii de motoare de căutare online sunt integrați (vertical sau orizontal), o parte din oferta lor poate consta în servicii de intermediere online. În mod similar, furnizorii „conglomerați” de servicii de intermediere online pot încorpora mai multe servicii de	**CAPITOLUL II** **DETERMINAREA ȘI APLICAREA CERINȚELOR PREVĂZUTE LA ARTICOLUL 5 DIN LEGEA 53/2025** **Secțiunea 1. Servicii integrate** **Subsecțiunea 1. Aplicarea obligațiilor de transparență în cazul serviciilor integrate sau interconectate** 29. Cerințele prevăzute la art. 5 din Legea 53/2025 se aplică furnizorilor de servicii de intermediere online și furnizorilor de motoare de căutare online.	**Compatibil**	

intermediere online în cadrul unei singure structuri corporative. Astfel cum se explică mai sus, în astfel de cazuri, obligațiile de la articolul 5 se vor aplica, în principiu, separat pentru fiecare motor de căutare online, precum și pentru fiecare serviciu de intermediere online oferit, deoarece altfel nu ar fi, în mod normal, posibil să se furnizeze explicații utile utilizatorilor în cauză. În această privință, ar putea apărea problemele descrise în continuare.	În cazul în care furnizorii de motoare de căutare online sunt integrați, fie pe verticală, fie pe orizontală, o parte a ofertei acestora poate consta în servicii de intermediere online. De asemenea, furnizorii „conglomerați" de servicii de intermediere online pot încorpora mai multe servicii de intermediere online în cadrul unei singure structuri corporative. În asemenea cazuri, obligațiile prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025 se aplică distinct pentru fiecare motor de căutare online, precum și pentru fiecare serviciu de intermediere online oferit, întrucât, în lipsa unei astfel de delimitări, nu ar putea fi furnizate explicații utile utilizatorilor vizați. În acest context, ar putea apărea situațiile prezentate în continuare.		
27. *Servicii oferite prin dispozitive diferite.* Dacă furnizorii oferă servicii prin intermediul unor dispozitive diferite, aceștia ar trebui să evalueze dacă sunt necesare explicații separate pentru fiecare dispozitiv. Dacă serviciul funcționează în același mod pe toate dispozitivele și aceiași parametri principali se aplică unui mecanism de ierarhizare unic, în conformitate cu articolul 5, nu pare, în general, necesar să se ofere o explicație separată. Cu toate acestea, în cazul în care serviciul funcționează în mod independent și diferit pe dispozitive diferite, astfel încât parametrii principali utilizați sunt diferiți, în principiu pare necesar să se ofere o explicație separată.	30. *Servicii oferite prin dispozitive diferite*. În cazul în care furnizorii oferă servicii prin intermediul unor dispozitive diferite, aceștia trebuie să analizeze dacă sunt necesare explicații separate pentru fiecare dispozitiv. Atunci când serviciul funcționează în același mod pe toate dispozitivele și aceiași parametri principali se aplică unui mecanism de ierarhizare unic, în conformitate cu art. 5 din Legea nr. 53/2025, nu trebuie să se ofere o explicație separată. În schimb, în cazul în care serviciul funcționează în mod independent și diferit pe dispozitive diferite, astfel încât parametrii principali utilizați sunt diferiți, furnizorii au obligația de a furniza explicații separate.	**Compatibil**	
28. *Servicii care funcționează la nivel transfrontalier prin intermediul unor*	31. *Servicii care funcționează la nivel transfrontalier prin intermediul unor*	**Compatibil**	

interfețe fără întreruperi pentru consumatori. Pot exista situații în care un furnizor exploatează un punct de vânzare încorporat într-un serviciu de piață (un tip de servicii de intermediere online), iar serviciile de intermediere online sau motoarele de căutare online funcționează pe teritorii diferite utilizând nume de domenii diferite sau chiar multiple. În cazul în care încorporează un astfel de punct de vânzare în serviciul lor de piață, furnizorii ar trebui să evalueze dacă acesta face parte din serviciul de piață respectiv sau constituie o activitate distinctă. Acest lucru este relevant pentru a stabili dacă și în ce mod funcționarea punctului de vânzare trebuie inclusă într-o descriere în temeiul articolului 5. În funcție de situație, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența punctelor de vânzare poate fi descrisă în diferite moduri. Același lucru este valabil și pentru utilizarea unor nume de domenii diferite sau multiple.	*interfețe fără întreruperi pentru consumatori*. Pot exista situații în care furnizorii exploatează un punct de vânzare încorporat într-un serviciu de piață, un tip de servicii de intermediere online, iar serviciile de intermediere online sau motoarele de căutare online funcționează pe teritorii diferite utilizând nume de domenii diferite sau chiar multiple. În cazul în care un furnizor integrează un astfel de punct de vânzare în serviciul lor de piață, furnizorii trebuie să evalueze dacă acesta face parte din serviciul de piață respectiv sau constituie o activitate distinctă. Această calificare este relevantă pentru a stabili dacă și în ce mod funcționarea punctului de vânzare trebuie inclusă într-o descriere în temeiul art. 5 din Legea nr. 53/2025. În funcție de circumstanțe, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența punctelor de vânzare poate fi descrisă în diferite moduri. Aceleași considerente sunt aplicabile și în cazul utilizării unor nume de domenii diferite sau multiple.		
29. *Sindicalizarea sau subsindicalizarea rezultatelor căutării.* Ar putea apărea, de asemenea, situații în care un furnizor de motoare de căutare online utilizează sindicalizarea sau subsindicalizarea rezultatelor căutării, inclusiv „externalizarea” activităților relevante către motoare de căutare online ale unor terți [(7)]. Chiar dacă rezultatele căutării provin de la furnizori terți de motoare de căutare online, furnizorii de motoare de	32. *Sindicalizarea sau subsindicalizarea rezultatelor căutării*. De asemenea, pot exista situații în care furnizorii de motoare de căutare online utilizează sindicalizarea sau subsindicalizarea rezultatelor căutării, inclusiv „externalizarea” activităților relevante către motoare de căutare online ale unor terți. Chiar și în aceste situații, furnizorii de motoare de căutare online în cauză nu sunt exonerați de obligația de a respecta	**Compatibil**	

căutare online în cauză nu ar trebui să fie scutiți de respectarea obligației prevăzute la articolul 5, în măsura în care activitatea relevantă intră în domeniul de aplicare al dispoziției respective.	cerințele prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, în măsura în care activitatea relevantă intră în domeniul de aplicare al dispoziției respective.		
30. *Integrarea ofertelor întreprinderilor utilizatoare în cadrul serviciilor de intermediere online ale unor terți.* O altă situație care ar putea apărea este aceea în care un furnizor de servicii de intermediere online integrează ofertele întreprinderilor utilizatoare în cadrul serviciilor de intermediere online ale unor terți, de exemplu „motoare de metacăutare” care integrează linkuri către ofertele întreprinderilor utilizatoare privind „agenții de turism online”. Atunci când acest lucru este aplicabil, furnizorii ar trebui să evalueze dacă și în ce mod existența acestor oferte trebuie inclusă într-o descriere în temeiul articolului 5. În funcție de situație, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența ofertelor poate fi descrisă în diferite moduri.	33. *Integrarea ofertelor întreprinderilor utilizatoare în cadrul serviciilor de intermediere online ale unor terți*. O altă situație relevantă este aceea în care furnizorii de servicii de intermediere online integrează ofertele întreprinderilor utilizatoare în cadrul serviciilor de intermediere online ale unor terți, cum ar fi, de exemplu „motoare de metacăutare” care integrează linkuri către ofertele întreprinderilor utilizatoare privind „agenții de turism online”. În astfel de cazuri, furnizorii trebuie să evalueze dacă și în ce mod existența acestor oferte trebuie inclusă într-o descriere în temeiul art. 5 din Legea nr. 53/2025. În funcție de situație, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența ofertelor poate fi descrisă în diferite moduri.	**Compatibil**	
31. *Utilizarea „butoanelor de cumpărare” pe platformele de comunicare socială.* În serviciile platformelor sociale online pot fi integrate butoane de cumpărare utilizate de profesioniști. În acest caz, furnizorii ar trebui să evalueze dacă butoanele de cumpărare fac parte din servicii de intermediere online mai largi sau dintr-o activitate distinctă care poate constitui un serviciu de intermediere online în sine. Acest lucru este relevant pentru a stabili	34. *Utilizarea „butoanelor de cumpărare” pe platformele de comunicare socială.* În serviciile platformelor sociale online pot fi integrate butoane de cumpărare utilizate de profesioniști. În aceste situații, furnizorii trebuie să stabilească dacă butoanele de cumpărare fac parte din servicii de intermediere online mai largi sau dintr-o activitate distinctă care poate constitui un serviciu de intermediere online în sine. Această evaluare este	**Compatibil**	

dacă și în ce mod funcționarea butoanelor de cumpărare trebuie inclusă într-o descriere în temeiul articolului 5. În funcție de situație, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența butoanelor de cumpărare poate fi descrisă în diferite moduri.	relevantă pentru a stabili dacă și în ce mod funcționarea butoanelor de cumpărare trebuie inclusă într-o descriere în temeiul art. 5 din Legea nr. 53/2025. În funcție de circumstanțe, pot fi necesare una sau mai multe astfel de descrieri, iar prezența butoanelor de cumpărare poate fi descrisă în diferite moduri.		
2.1.1. Ierarhizare plătită 32. În ceea ce privește remunerarea directă sau indirectă, care poate fi unul dintre parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia („ierarhizare plătită”), articolul 5 alineatul (3) prevede obligația explicită de a oferi o descriere a eventualelor posibilități de ierarhizare plătită și a efectelor unei astfel de remunerații asupra poziției în ierarhie, în cazul în care astfel de posibilități se află printre parametrii principali de ierarhizare.	**Subsecțiunea 2. Ierarhizare plătită** 35. În ceea ce privește remunerarea directă sau indirectă, care poate constitui unul dintre parametrii principali pe baza cărora se stabilește ierarhia („ierarhizare plătită”), art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025 prevede obligația explicită de a descrie eventuale posibilități de ierarhizare plătită, precum și efectele unei astfel de remunerații asupra poziției în ierarhie, în măsura în care aceste elemente fac parte din parametrii principali de ierarhizare.	**Compatibil**	
33. În conformitate cu articolul 2 punctul 8, ierarhia se referă la „vizibilitatea relativă acordată bunurilor sau serviciilor oferite prin servicii de intermediere online” [(8)]. În unele cazuri, bannerele sau mesajele publicitare pot influența în mod activ „vizibilitatea relativă” a bunurilor sau serviciilor oferite de utilizatori. În aceste cazuri, dacă celelalte cerințe de la articolul 2 punctul 8 sunt, de asemenea, îndeplinite și, în plus, acest parametru are o relevanță care îl califică drept parametru „principal”, se aplică articolul 5 alineatul (3). În alte cazuri, articolul 5	36. Potrivit art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025, noțiunea de ierarhie vizează vizibilitatea relativă acordată bunurilor sau serviciilor oferite prin servicii de intermediere online. În anumite situații, bannerele sau mesajele publicitare pot influența în mod activ „vizibilitatea relativă” a bunurilor sau serviciilor oferite de utilizatori. În aceste cazuri, dacă celelalte cerințe de la art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025 sunt, de asemenea, îndeplinite și, în plus, acest parametru are o relevanță care îl califică drept parametru „principal”, se aplică art. 5	**Compatibil**	

alineatul (3) nu se aplică acestui tip de publicitate. Faptul că aceleași instrumente de publicitate online sau schimburi publicitare online care sunt excluse din domeniul de aplicare al regulamentului [(9)] pot fi utilizate pentru a facilita publicitatea „pe platforme” și „în afara platformelor” nu ar trebui, în general, să fie considerat un factor decisiv în această privință. *Exemplu ilustrativ* Un furnizor de aplicații mobile plătește unul și același furnizor de servicii de publicitate online (rețele, instrumente de difuzare și schimburi publicitare) pentru a îmbunătăți vizibilitatea relativă a aplicației sale în cadrul unui magazin de aplicații mobile prin intermediul „ierarhizării plătite” și pentru a promova în același timp aplicația respectivă printr-un banner publicat pe o serie de site-uri ale unor terți care fac parte din rețeaua de publicitate online a aceluiași furnizor de servicii de publicitate. Simplul fapt că aceeași tehnologie de publicitate utilizată pentru difuzarea bannerului publicitar pe site-urile terților poate fi utilizată pentru a promova aplicația direct în cadrul serviciilor de intermediere online sau al motorului de căutare online în cauză nu exclude din domeniul de aplicare al articolului 5 „publicitatea” acestei aplicații realizată în cadrul acestor din urmă servicii. Promovarea aplicației în cadrul propriilor servicii de intermediere	alin. (3) din Legea nr. 53/2025. În alte cazuri, art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025 nu se aplică acestui tip de publicitate. Faptul că aceleași instrumente de publicitate online sau schimburi publicitare online care sunt excluse din domeniul de aplicare al Legii nr. 53/2025 pot fi utilizate pentru a facilita publicitatea „pe platforme” și „în afara platformelor”, nu constituie, în sine, un factor decisiv în această privință. 37. Spre exemplu, un furnizor de aplicații mobile plătește unul și același furnizor de servicii de publicitate online (rețele, instrumente de difuzare și schimburi publicitare) pentru a îmbunătăți vizibilitatea relativă a aplicației sale în cadrul unui magazin de aplicații mobile prin intermediul „ierarhizării plătite” și pentru a promova în același timp aplicația respectivă printr-un banner publicat pe o serie de site-uri ale unor terți care fac parte din rețeaua de publicitate online a aceluiași furnizor de servicii de publicitate. Simplul fapt că aceeași tehnologie de publicitate utilizată pentru difuzarea bannerului publicitar pe site-urile terților poate fi utilizată pentru a promova aplicația direct în cadrul serviciilor de intermediere online sau al motorului de căutare online în cauză nu exclude din domeniul de aplicare al art. 5 din nr. Legea 53/2025 „publicitatea” acestei aplicații realizată în cadrul acestor din urmă servicii. Promovarea aplicației în cadrul propriilor servicii de		

online sau al propriilor motoare de căutare online ale furnizorului relevant ar putea, în principiu, să constituie „ierarhizare plătită”.	intermediere online sau al propriilor motoare de căutare online ale furnizorului relevant ar putea, în principiu, să constituie „ierarhizare plătită”.		
34. Având în vedere că articolul 5 alineatul (3) se aplică tuturor furnizorilor în cauză, același lucru este valabil și în ceea ce privește furnizorii de motoare de căutare online, context în care „ierarhizarea plătită” poate acoperi posibilitățile de publicitate care implică vizibilitatea contra cost a site-urilor sau a aplicațiilor digitale ale utilizatorilor profesionali de site-uri pe motorul de căutare în cauză.	38. Având în vedere că art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025 se aplică tuturor furnizorilor în cauză, această obligație este incidentă și în cazul furnizorilor de motoare de căutare online, context în care „ierarhizarea plătită” poate acoperi posibilitățile de publicitate care implică vizibilitatea contra cost a site-urilor sau a aplicațiilor digitale ale utilizatorilor profesionali de site-uri pe motorul de căutare în cauză.	**Compatibil**	
2.1.2. Descrierea ierarhiei **2.1.2.1. Abordare generală** 35. Din articolul 2 punctul 8 rezultă că noțiunea „vizibilitate relativă” se referă la modul în care bunurile și serviciile sunt oferite prin intermediul serviciilor de intermediere online într-o varietate de circumstanțe [(10)]. Acest lucru este confirmat de considerentul 24, conform căruia „[i]erarhia se referă la vizibilitatea relativă a ofertelor întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online sau la relevanța acordată rezultatelor căutărilor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către furnizorii de servicii de intermediere online [...], rezultând din utilizarea secvențierii algoritmice («algorithmic sequencing»), a unor	**Subsecțiunea 3. Descrierea ierarhiei. Abordare generală** 39. Potrivit art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025, noțiunea de „vizibilitate relativă” vizează modalitatea în care bunurile și serviciile sunt prezentate prin intermediul serviciilor de intermediere online într-o varietate de circumstanțe. În acest sens, ierarhia se referă la vizibilitatea relativă a ofertelor întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online sau la relevanța acordată rezultatelor căutărilor, astfel cum sunt acestea prezentate, organizate sau comunicate de către furnizorii de servicii de intermediere online sau de către furnizorii de motoare de căutare online, rezultând din utilizarea secvențierii algoritmice („algorithmic sequencing”), a unor mecanisme de	**Compatibil**	

mecanisme de evaluare sau notare, a efectelor vizuale distinctive sau a altor instrumente de scoatere în evidență ori a unor combinări ale acestora”.	evaluare sau notare, a efectelor vizuale distinctive sau a altor instrumente de scoatere în evidență ori a unor combinări ale acestora.		
36. Astfel, secvențierea algoritmică a rezultatelor ca răspuns la o interogare de căutare este doar un exemplu al modului în care bunurile sau serviciile pot fi prezentate, organizate sau comunicate în cadrul unui mecanism de ierarhizare care intră sub incidența articolului 5. În această privință, bunurile și serviciile pot fi prezentate, organizate sau comunicate consumatorilor în numeroase moduri. Acestea includ ordonarea „implicită” a bunurilor și serviciilor pe care consumatorii le pot consulta fără a recurge la interogări de căutare, utilizând fără întreruperi diferite servicii de intermediere online prin intermediul butoanelor de cumpărare (a se vedea mai sus), al expunerii vizuale (inclusiv în cazul serviciilor de intermediere online sub formă de hărți sau anuare), al efectelor vizuale distinctive, al generării de leaduri, al intervențiilor editoriale etc.	40. Secvențierea algoritmică a rezultatelor ca răspuns la o interogare de căutare reprezintă doar una dintre modalitățile prin care bunurile sau serviciile pot fi prezentate, organizate sau comunicate în cadrul unui mecanism de ierarhizare care intră sub incidența art. 5 din Legea nr. 53/2025. În această privință, bunurile și serviciile pot fi prezentate, organizate sau comunicate consumatorilor în numeroase moduri. Acestea includ ordonarea „implicită” a bunurilor și serviciilor pe care consumatorii le pot consulta fără a recurge la interogări de căutare, utilizând fără întreruperi diferite servicii de intermediere online prin intermediul butoanelor de cumpărare (a se vedea mai sus), al expunerii vizuale (inclusiv în cazul serviciilor de intermediere online sub formă de hărți sau anuare), al efectelor vizuale distinctive, al generării de contacte comerciale (potențial clienți), al intervențiilor editoriale etc.	**Compatibil**	
37. În funcție de ceea ce văd consumatorii atunci când caută bunuri și servicii utilizând un anumit serviciu care intră sub incidența regulamentului, informațiile prezentate, organizate sau comunicate pot fi informații de bază sau complexe. De exemplu, la nivelul cel mai de bază, acestea pot avea forma unei liste de bunuri, fără alte caracteristici. Pentru	41. În funcție de ceea ce văd consumatorii atunci când caută bunuri și servicii utilizând un anumit serviciu care intră sub incidența Legii nr. 53/2025, informațiile prezentate, organizate sau comunicate pot fi informații de bază sau complexe. De exemplu, la nivelul cel mai de bază, acestea pot avea forma unei liste de bunuri, fără alte caracteristici. Pentru	**Compatibil**	

alte servicii, forma poate fi mai diversificată, iar consumatorii pot vizualiza o serie de bunuri sau servicii prezentate și grupate în diferite moduri, atunci când consultă o anumită pagină a serviciului sau când aplică „filtre” diferite. De exemplu, furnizorii de servicii de intermediere online pot combina listele ordonate ale rezultatelor căutării cu rezultatele ierarhizărilor plătite și cu caracteristici editoriale precum recomandările, într-o interfață unică, fără întreruperi. De asemenea, aceștia pot diferenția listele ordonate prin utilizarea, de exemplu, a unor diferite marcaje, adnotări sau rubrici, în poziții diferite de pe pagină (și anume indiferent de „poziția” în listă a produselor sau a serviciilor în cauză).	alte servicii, forma poate fi mai diversificată, iar consumatorii pot vizualiza o serie de bunuri sau servicii prezentate și grupate în diferite moduri, atunci când consultă o anumită pagină a serviciului sau când aplică „filtre” diferite. De exemplu, furnizorii de servicii de intermediere online pot combina listele ordonate ale rezultatelor căutării cu rezultatele ierarhizărilor plătite și cu caracteristici editoriale precum recomandările, într-o interfață unică, fără întreruperi. Totodată, aceștia pot diferenția listele ordonate prin utilizarea, unor marcaje diferite, adnotări sau rubrici, în poziții diferite de pe pagină, indiferent de „poziția” în listă a produselor sau a serviciilor în cauză.		
38. Având în vedere gradele diferite de complexitate a ierarhizării și sfera potențial largă a noțiunii neutre din punct de vedere tehnologic de „vizibilitate relativă”, furnizorii ar trebui să ia în considerare toate caracteristicile relevante ale ierarhizării atunci când stabilesc care sunt „parametrii principali” pentru serviciul lor specific.	42. Având în vedere gradele diferite de complexitate a ierarhizării, precum și caracterul larg al noțiunii, neutre din punct de vedere tehnologic, de „vizibilitate relativă”, furnizorii trebuie să analizeze în mod cuprinzător toate caracteristicile relevante ale ierarhizării atunci când stabilesc care sunt „parametrii principali” pentru serviciul lor specific.	**Compatibil**	
3. CARE SUNT PARAMETRII PRINCIPALI ȘI CUM POT FI SELECTAȚI? **3.1. Exemple de parametri de ierarhizare** 39. Odată ce furnizorii au evaluat de la	**CAPITOLUL III** **PARAMETRII PRINCIPALI ȘI MODALITATEA DE SELECTARE A ACESTORA** **Secțiunea 1. Exemple de parametri de ierarhizare. Selectarea parametrilor**	**Compatibil**	

caz la caz care sunt parametrii de ierarhizare, conform definiției de la articolul 2 punctul 8, aceștia vor trebui să identifice parametrii principali, astfel cum se prevede la articolul 5 alineatele (1) și (2). În anexa A sunt prezentate exemple de tipuri de parametri de ierarhizare.	**principali** 43. După evaluarea, de la caz la caz, a parametrilor de ierarhizare în conformitate cu definiția prevăzută la art. 2 pct. 6 din Legea nr. 53/2025, furnizorii identifică parametrii principali, în conformitate cu art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025. În anexa nr. 1 a prezentei Instrucțiuni sunt prezentate exemple de tipuri de parametri de ierarhizare.		
3.2. Selectarea parametrilor principali 40. Pentru unele servicii poate exista un număr mare de parametri de ierarhizare. Pentru altele, numărul poate fi mai redus. În special în cazul în care există un număr mare de parametri, furnizorul va trebui să-i selecteze pe cei mai relevanți (a se vedea considerentul 24). Mai precis, în temeiul articolului 5 alineatul (1), în ceea ce privește serviciile de intermediere online, furnizorii în cauză trebuie să stabilească „principalii parametri pe baza cărora se stabilește ierarhia”, precum și „argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali”. În temeiul articolului 5 alineatul (2), în ceea ce privește motoarele de căutare online, furnizorii în cauză trebuie să stabilească „principalii parametri care, individual sau colectiv, sunt cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei”, precum și „importanța relativă a acelor parametri principali”.	44. Pentru unele servicii poate exista un număr mare de parametri de ierarhizare, în timp ce pentru altele numărul acestora poate fi mai redus. În cazul în care există un număr mare de parametri, furnizorii trebuie să selecteze pe cei mai relevanți. În conformitate cu art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să stabilească „principalii parametri pe baza cărora se stabilește ierarhia”, precum și „argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali”. În mod similar, potrivit art. 5 alin. (2) din aceeași lege, furnizorii de motoare de căutare online trebuie să stabilească „principalii parametri care, individual sau colectiv, sunt cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei”, precum și „importanța relativă a acelor parametri principali”.	**Compatibil**	
41. Pentru a determina parametrii „pe	45. Pentru a determina parametrii „pe	**Compatibil**	

baza cărora se stabilește ierarhia” [articolul 5 alineatul (1)] sau care sunt „cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei” [articolul 5 alineatul (2)] și care trebuie considerați „principali”, furnizorii ar putea examina elementele care au determinat concepția inițială a algoritmului. De exemplu, poate fi vorba de dorința de a se asigura că consumatorii găsesc bunuri sau servicii locale, ieftine, de înaltă calitate etc. Această abordare reflectă unul dintre obiectivele de la articolul 5, care este explicat în considerentul 24: „să ajute întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online să își îmbunătățească prezentarea bunurilor și a serviciilor sau a anumitor caracteristici inerente ale acestor bunuri sau servicii”. Ca bună practică, acest proces intern de reflecție la nivelul companiei ar putea fi combinat cu examinarea a ceea ce furnizorul consideră drept principalul tip de rezultat pentru serviciul său. În mod similar, furnizorul ar putea examina care sunt elementele care ar asigura gradul cel mai ridicat de satisfacție a consumatorilor serviciilor. Aceste elementele se pot referi la măsurile luate de furnizor cu privire la serviciul său pentru a satisface interesele consumatorilor, de exemplu analizând motivele pentru care a ales filtrele oferite consumatorilor pentru a sorta rezultatele în cadrul serviciilor sale sau alte tehnici similare.	baza cărora se stabilește ierarhia” sau care sunt „cei mai semnificativi în stabilirea ierarhiei” și care trebuie considerați „principali”, furnizorii trebuie să analizeze elementele care au determinat concepția inițială a algoritmului. Aceste elementele pot include obiective precum asigurarea faptului că utilizatorii găsesc bunuri sau servicii locale, ieftine, de înaltă calitate etc. Această abordare reflectă unul dintre obiectivele prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, și anume sprijinirea întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online să își îmbunătățească prezentarea bunurilor și a serviciilor sau a anumitor caracteristici inerente ale acestor bunuri sau servicii. Acest proces intern de analiză la nivelul întreprinderii poate fi combinat cu examinarea a ceea ce furnizorul consideră drept principalul tip de rezultat pentru serviciul său. În mod similar, furnizorul va examina care sunt elementele care ar asigura gradul cel mai ridicat de satisfacție a consumatorilor serviciilor. Aceste elemente se pot referi la măsurile luate de furnizor cu privire la serviciul său pentru a satisface interesele consumatorilor, de exemplu analizând motivele pentru care a ales filtrele oferite consumatorilor pentru a sorta rezultatele în cadrul serviciilor sale sau alte tehnici similare.		
42. În cazul în care un furnizor identifică un număr mare de parametri de	46. În situația unui număr mare de parametri de ierarhizare, furnizorii pot să	**Compatibil**	

ierarhizare, acesta ar putea avea în vedere să îi împartă în mai multe categorii generale și apoi să analizeze care sunt subcategoriile sau elementele specifice din cadrul acestora. În cazul în care există numeroase categorii diferite de parametri, furnizorii ar putea avea în vedere posibilitatea unui demers invers, pentru a-i exclude pe cei care au doar un rol marginal în stabilirea ierarhiei. Astfel ar rămâne doar parametrii principali, care ar trebui apoi clasificați și subclasificați, după caz. În acest mod, furnizorul ar putea să determine și să explice care este „importanța relativă" a „parametrilor principali" identificați.	îi grupeze în categorii generale și să analizeze subcategoriile sau elementele specifice ale acestora. În cazul în care există numeroase categorii diferite de parametri, furnizorii pot avea în vedere posibilitatea unui demers invers, pentru a-i exclude pe cei care au doar un rol marginal în stabilirea ierarhiei. În acest mod rămân doar parametrii principali, care trebui apoi clasificați și subclasificați, după caz. Furnizorii trebuie să determine și să explice care este „importanța relativă" a „parametrilor principali" identificați.		
43. O bună practică pentru a ajuta utilizatorii să înțeleagă modul în care funcționează ierarhizarea este examinarea elementelor mai neprevăzute pe baza cărora se stabilește ierarhia. Acestea ar putea fi factori pe care un utilizator i-ar putea considera nerelevanți, deoarece nu au legătură cu calitatea produsului sau a serviciului oferit prin intermediul serviciului în cauză.	47. O bună practică în scopul clarificării modului de funcționare a ierarhizării pentru utilizatori constă în examinarea elementelor neprevăzute pe baza cărora se stabilește ierarhia. Acestea pot include factori pe care un utilizator i-ar putea considera nerelevanți, deoarece nu au legătură cu calitatea produsului sau a serviciului oferit prin intermediul serviciului în cauză.	**Compatibil**	
44. O bună practică este aceea de a facilita înțelegerea de către utilizatori prin includerea unei descrieri de nivel înalt a procesului intern de la nivelul companiei desfășurat de furnizorul în cauză pentru a stabili parametrii „principali". Acest lucru ar putea, de asemenea, să îi ajute pe furnizori să îndeplinească cerința prevăzută la articolul 5 alineatul (5) de a le permite utilizatorilor „să înțeleagă în mod adecvat" anumiți factori specifici	48. Furnizorii facilitează înțelegerea utilizatorilor prin furnizarea unei descrieri de nivel înalt a procesului intern al întreprinderii desfășurat de furnizorul în cauză pentru a stabili parametrii „principali". Această abordare sprijină furnizorii la respectarea cerinței prevăzute la art. 5 alin. (5) din Legea nr. 53/2025, potrivit căreia furnizorii trebuie să permită utilizatorilor să înțeleagă în mod adecvat anumiți factori specifici	**Compatibil**	

referitori la ierarhizare (a se vedea secțiunea 6.2 de mai jos).	referitori la ierarhizare (a se vedea Capitolul VI, Secțiunea 3 de mai jos).		
45. În mod similar, atunci când stabilesc care sunt parametrii principali, furnizorii ar putea examina care sunt informațiile cele mai utile pentru utilizatorii în cauză. Pentru întreprinderile utilizatoare, transparența ierarhizării contribuie la îmbunătățirea previzibilității și la îmbunătățirea prezentării bunurilor și serviciilor lor sau a anumitor caracteristici inerente ale acestor bunuri sau servicii. Pentru utilizatorii profesionali de site-uri, transparența ierarhizării este necesară pentru a înțelege în mod adecvat dacă și, în caz afirmativ, în ce mod și în ce măsură sunt luate în considerare anumite caracteristici de concepție a site-ului utilizat, cum ar fi optimizarea pentru afișarea pe dispozitive pentru telecomunicații mobile.	49. În determinarea parametrilor principali, furnizorii trebuie să identifice informațiile cele mai utile pentru utilizatorii în cauză. Pentru întreprinderile utilizatoare, transparența ierarhizării contribuie la creștere previzibilității și la îmbunătățirea modului în care sunt prezentate bunurile și serviciile lor sau a anumitor caracteristici inerente ale acestor bunuri sau servicii. Pentru utilizatorii profesionali de site-uri, transparența ierarhizării este necesară pentru a înțelege în mod adecvat dacă și, în caz afirmativ, în ce mod și în ce măsură sunt luate în considerare anumite caracteristici de concepție a site-ului utilizat, cum ar fi optimizarea pentru afișarea pe dispozitive pentru telecomunicații mobile.	**Compatibil**	
46. Este important de precizat că „importanța relativă” nu implică divulgarea ponderii exacte a parametrilor principali sau divulgarea algoritmilor utilizați de furnizori [a se vedea articolul 5 alineatul (6) și considerentul 27]. Cu toate acestea, furnizorii ar trebui să redea într-o anumită măsură, în cadrul unei descrieri mai statice, caracterul în mod inerent dinamic al ierarhizării (de obicei bazat pe algoritmi). Modificările temporare care sunt previzibile și regulate, precum vânzările promoționale sau influența condițiilor meteorologice, ar putea, în principiu, să fie descrise în mod	50. Conceptul de „importanța relativă” nu implică divulgarea ponderii exacte a parametrilor principali sau divulgarea algoritmilor utilizați de furnizori. Totuși, furnizorii trebuie să reflecte, în cadrul unei descrieri mai statice, caracterul în mod inerent dinamic al ierarhizării (de obicei bazat pe algoritmi). Modificările temporare care sunt previzibile și regulate, precum vânzările promoționale sau influența condițiilor meteorologice, pot fi descrise în mod general, fără a fi necesar să se adapteze descrierea ierarhizării de fiecare dată când intervine modificarea temporară. Modificările	**Compatibil**	

general, fără a fi necesar să se adapteze descrierea ierarhizării de fiecare dată când intervine modificarea temporară. Modificările majore ale mecanismului de ierarhizare care determină modificarea „parametrilor principali”, inclusiv modificările „evolutive” care intervin în timp ca urmare a unui anumit nivel de învățare profundă, ar face necesară adaptarea descrierii oferite [(11)].	majore ale mecanismului de ierarhizare care determină modificarea parametrilor principali, inclusiv modificările evolutive care intervin în timp ca urmare a unui anumit nivel de învățare profundă, ar face necesară adaptarea descrierii oferite.		
47. La un nivel mai general, parametrii principali identificați ar trebui să reflecte în mod real elementele pe baza cărora se stabilește ierarhia în cadrul mecanismului în cauză. Elementele descrise ca fiind parametrii principali ar trebui să fie cele mai importante în stabilirea ierarhiei. Prin urmare, este irelevant dacă parametrii sunt sau nu factori care pot fi influențați de utilizatori. În mod similar, furnizorii nu pot menționa doar faptul că ierarhia este determinată de algoritmi care utilizează inteligența artificială. Pentru a înțelege mai bine relația dintre învățarea automată și obligația de a divulga parametrii principali, a se vedea secțiunea 3.3.12 de mai jos.	51. Parametrii principali identificați trebuie să reflecte în mod real elementele pe baza cărora se stabilește ierarhia în cadrul mecanismului în cauză. Elementele descrise ca parametrii principali trebuie să fie cele mai importante în stabilirea ierarhiei. Prin urmare, este irelevant dacă parametrii sunt sau nu factori care pot fi influențați de utilizatori. În mod similar, furnizorii nu pot menționa doar faptul că ierarhia este determinată de algoritmi care utilizează inteligența artificială. Pentru a înțelege mai bine relația dintre învățarea automată și obligația de a divulga parametrii principali, a se vedea Secțiunea 2, Subsecțiunea 12 de mai jos.	**Compatibil**	
3.3. Considerații specifice pentru identificarea parametrilor principali 48. Atunci când efectuează evaluarea necesară pentru a identifica principalii parametri de ierarhizare, în conformitate cu principiile generale prezentate mai sus, furnizorii și alte părți ar putea avea în vedere în mod specific considerațiile de mai jos.	**Secțiunea 2. Considerații specifice pentru identificarea parametrilor principali.**	**Neaplicabil**	Punctul 48 nu necesită a fi transpus, întrucât are un caracter pur introductiv, limitându-se la a anunța considerațiile ce urmează a fi detaliate în punctele subsecvente, fără a conține norme sau orientări autonome cu valoare aplicativă.

3.3.1. Personalizarea 49. Ierarhizarea personalizată a ofertelor este o trăsătură utilizată pe scară largă. Deși, ipotetic, rezultatele ierarhizării pot varia pentru fiecare consumator în parte, parametrii utilizați pentru personalizarea rezultatelor (care pot fi multipli) se aplică în mod normal în același mod tuturor ofertelor de bunuri sau servicii furnizate de utilizatori în cadrul serviciilor în cauză. Cu alte cuvinte, parametrii care personalizează rezultatele sunt stabiliți în mod obiectiv în prealabil, chiar dacă aplicarea acestora are ca rezultat vizualizarea unei ierarhii diferite de către un consumator în raport cu alt consumator care utilizează aceleași servicii de intermediere online sau același motor de căutare online.	**Subsecțiunea 1. Personalizarea** 52. Ierarhizarea personalizată a ofertelor este utilizată pe scară largă. Deși, rezultatele ierarhizării pot varia pentru fiecare consumator în parte, parametrii utilizați pentru personalizarea rezultatelor, chiar dacă pot fi multipli, se aplică în același mod tuturor ofertelor de bunuri sau servicii furnizate de utilizatori în cadrul serviciilor în cauză. Aceasta înseamnă că parametrii care determină personalizarea rezultatelor sunt stabiliți obiectiv în prealabil, chiar dacă aplicarea acestora are ca rezultat vizualizarea unei ierarhii diferite de către un consumator în raport cu alt consumator care utilizează aceleași servicii de intermediere online sau același motor de căutare online.	**Compatibil**	
50. Astfel cum se explică în considerentul 24, previzibilitatea implică faptul ca furnizorii să stabilească ierarhia într-un mod nearbitrar. În cazul în care aceasta constituie un parametru principal, o explicație privind modul de utilizare a personalizării, caracteristicile sale esențiale, precum și impactul său asupra ierarhiei, inclusiv volatilitatea (gradul diferențelor de ierarhizare pentru consumatori diferiți) [(12)], ar putea contribui la îmbunătățirea previzibilității și la evitarea riscului ca ierarhia să fie stabilită în mod arbitrar. Prin urmare, ar putea fi necesar ca furnizorii să examineze modul și măsura în care personalizarea afectează ierarhizarea în	53. Previzibilitatea presupune stabilirea ierarhiei într-un mod nearbitrar. În cazul în care aceasta constituie un parametru principal, furnizorii trebuie să ofere explicații privind modul de utilizare a personalizării, caracteristicile esențiale ale acesteia și impactul său asupra ierarhiei, inclusiv volatilitatea (gradul diferențelor de ierarhizare pentru consumatori diferiți). Aceasta poate contribui la creșterea previzibilității și la evitarea riscului ca ierarhia să fie stabilită în mod arbitrar. Furnizorii trebuie, prin urmare, să analizeze modul și măsura în care personalizarea afectează ierarhizarea în cazul serviciilor lor specifice de intermediere online sau al motoarelor lor	**Compatibil**	

cazul serviciilor lor specifice de intermediere online sau al motoarelor lor specifice de căutare online.	specifice de căutare online.		
51. Pentru aceasta, furnizorii ar putea fi nevoiți să analizeze lista potențial foarte lungă a factorilor utilizați pentru această personalizare, cum ar fi profilurile personale ale consumatorilor, interesele lor, comportamentul lor în materie de căutare, situarea lor geografică efectivă, momentul zilei în care are loc căutarea, utilizarea de către aceștia a unor instrumente de blocare a cookie-urilor sau a altor instrumente tehnice și, în general, multitudinea datelor deținute cu privire la un anumit consumator, precum și utilizarea de către consumatori a setărilor implicite [de exemplu, capacitatea lor de a anula setările implicite sau de a aplica mecanisme de filtrare (a se vedea secțiunea 3.3.4 de mai jos)].	54. Analiza poate necesita examinarea unei liste potențial foarte lungi a factorilor utilizați pentru această personalizare, cum ar fi profilurile personale ale consumatorilor, interesele și comportamentul lor în materie de căutare, situarea lor geografică efectivă, momentul zilei în care are loc căutarea, utilizarea de către aceștia a unor instrumente de blocare a cookie-urilor sau a altor instrumente tehnice și, în general, multitudinea datelor deținute cu privire la un anumit consumator, precum și utilizarea de către consumatori a setărilor implicite [de exemplu, capacitatea lor de a anula setările implicite sau de a aplica mecanisme de filtrare (a se vedea Subsecțiunea 4)].	**Compatibil**	
52. Având în vedere că anumiți furnizori își pot propune să atragă categorii unice de public în scopuri unice, pentru a-și diferenția modelele de afaceri [(13)], atunci când analizează impactul personalizării asupra ierarhiei aceștia ar putea ține seama, de asemenea, de componența grupului de consumatori care utilizează serviciile specifice.	55. În cazul în care furnizorii își propun să atragă categorii unice de public în scopuri unice, pentru a-și diferenția modelele de afaceri, analiza impactului personalizării asupra ierarhiei trebuie să țină cont și de componența grupului de consumatori care utilizează serviciile specifice.	**Compatibil**	
53. Furnizorii ar trebui să ia în considerare dacă și, în caz afirmativ, modul în care consumatorii pot utiliza și utilizează efectiv setările de protecție a confidențialității în cadrul serviciilor lor, având în vedere că utilizarea acestor	56. Furnizorii trebuie să examineze, de asemenea, dacă și în ce măsură consumatorii pot utiliza și utilizează efectiv setările de protecție a confidențialității în cadrul serviciilor lor, întrucât utilizarea acestor setări poate	**Compatibil**	

setări poate afecta posibilitatea de a personaliza ierarhia. *Exemplu ilustrativ* O piață de comerț electronic „personalizează” ierarhia prin atribuirea a până la 10 000 de „caracteristici” predefinite consumatorilor individuali. Furnizorul consideră că acest lucru poate fi foarte eficace în ceea ce privește ordonarea (cu alte cuvinte ierarhizarea) ofertelor întreprinderilor care utilizează serviciile sale de intermediere online, deși eficacitatea mecanismului de personalizare este puternic afectată de setările de confidențialitate utilizate de consumatori. Prin urmare, rezultatele ierarhizării pot varia foarte mult, în funcție de numărul, eterogenitatea și preferințele în materie de confidențialitate ale consumatorilor serviciului în cauză. De asemenea, este posibil ca furnizorul să fi conceput mecanismul său de ierarhizare astfel încât acesta să atribuie o pondere mai ridicată altor factori, de exemplu ierarhiei plătite, în cazurile sau în momentele când personalizarea este mai puțin eficace. Într-o astfel de situație, ar putea fi necesar ca furnizorul să includă aceste informații factuale în descrierea parametrilor principali de ierarhizare și a argumentelor în favoarea importanței relative a acestora, pentru a le permite întreprinderilor utilizatoare să înțeleagă în mod adecvat mecanismul de	afecta posibilitatea de a personaliza ierarhia. 57. De exemplu, o piață de comerț electronic „personalizează” ierarhia prin atribuirea a până la 10 000 de „caracteristici” predefinite consumatorilor individuali. Furnizorul poate considera că acest lucru poate fi foarte eficace în ceea ce privește ierarhizarea ofertelor întreprinderilor care utilizează serviciile sale de intermediere online, deși eficacitatea mecanismului de personalizare este puternic afectată de setările de confidențialitate utilizate de consumatori. Prin urmare, rezultatele ierarhizării pot varia foarte mult, în funcție de numărul, eterogenitatea și preferințele în materie de confidențialitate ale consumatorilor serviciului în cauză. De asemenea, este posibil ca furnizorul să fi conceput mecanismul său de ierarhizare astfel încât acesta să atribuie o pondere mai ridicată altor factori, de exemplu ierarhiei plătite, în cazurile sau în momentele când personalizarea este mai puțin eficace. Într-o astfel de situație, ar putea fi necesar ca furnizorul să includă aceste informații factuale în descrierea parametrilor principali de ierarhizare și a argumentelor în favoarea importanței relative a acestora, pentru a le permite întreprinderilor utilizatoare să înțeleagă în mod adecvat mecanismul de ierarhizare, fără a le supraîncărca sau a le încurca prin enumerarea miilor de		

ierarhizare, fără a le supraîncărca sau a le încurca prin enumerarea miilor de caracteristici individuale ale mecanismului utilizat.	caracteristici individuale ale mecanismului utilizat.		
3.3.2. Comportamentul în materie de căutare și intențiile consumatorilor 54. Atunci când acest lucru este relevant pentru îndeplinirea cerințelor de la articolul 5, în special în ceea ce privește descrierea necesară a parametrilor principali, furnizorii ar putea examina cum și în ce măsură comportamentul în materie de căutare al consumatorilor afectează ierarhia, eventual ca element al ierarhizării personalizate (a se vedea secțiunea 3.3.1 de mai sus).	**Subecțiunea 2. Comportamentul în materie de căutare și intențiile consumatorilor** 58. Atunci când este relevant pentru respectarea cerințelor de la art. 5 din Legea nr. 53/2025, furnizorii analizează modul și măsura în care comportamentul în materie de căutare al consumatorilor influențează stabilirea ierarhiei. 59. Această analiză poate fi relevantă în special pentru descrierea parametrilor principali de ierarhizare, inclusiv în cazurile în care comportamentul de căutare al consumatorilor constituie un element al ierarhizării personalizate (a se vedea Secțiunea 2, Subsecțiunea 1 de mai sus).	**Compatibil**	
3.3.3. ***Istoricul utilizatorilor*** 55. Atunci când acest lucru este relevant pentru îndeplinirea cerințelor de la articolul 5, în special în ceea ce privește descrierea parametrilor principali, furnizorii ar putea lua în considerare modul și măsura în care ierarhia este afectată de anumiți factori care nu sunt direct legați de bunurile sau serviciile pe care un utilizator le oferă prin intermediul serviciilor în cauză, cum ar fi istoricul sau performanța anterioară a unui	**Subecțiunea 3. Istoricul utilizatorilor** 60. În măsura în care este relevant pentru îndeplinirea cerințelor art. 5 din Legea nr. 53/2025, în special în ceea ce privește descrierea parametrilor principali, furnizorii pot lua în considerare modul și măsura în care ierarhia este afectată de anumiți factori care nu sunt direct legați de bunurile sau serviciile pe care un utilizator le oferă prin intermediul serviciilor în cauză, cum ar fi istoricul sau performanța anterioară a unui	**Compatibil**	

utilizator. *Exemplu ilustrativ* În magazinele de aplicații mobile, dezvoltatorii sau editorii pot primi un punctaj de evaluare separat de cel al aplicațiilor lor, astfel încât, de exemplu, o aplicație nou-lansată de un dezvoltator cu experiență, cu o ofertă existentă în magazinul de aplicații respectiv, poate avea o performanță mai bună în ierarhie față de aplicația unui dezvoltator nou-venit. În acest caz, în măsura în care factorii respectivi constituie parametri principali de ierarhizare, furnizorul în cauză trebuie să se asigure că întreprinderile utilizatoare înțeleg acest lucru. Dacă este cazul, furnizorul poate, de asemenea, să informeze întreprinderile utilizatoare cu privire la posibilele mecanisme de „corecție”, cum ar fi promovarea temporară a vizibilității aplicațiilor dezvoltatorilor nou-veniți.	utilizator. 61. De exemplu, în magazinele de aplicații mobile, dezvoltatorii sau editorii pot primi un punctaj de evaluare separat de cel al aplicațiilor lor, astfel încât, de exemplu, o aplicație nou-lansată de un dezvoltator cu experiență, cu o ofertă existentă în magazinul de aplicații respectiv, poate avea o performanță mai bună în ierarhie față de aplicația unui dezvoltator nou-venit. În acest caz, în măsura în care factorii respectivi constituie parametri principali de ierarhizare, furnizorul în cauză trebuie să se asigure că întreprinderile utilizatoare înțeleg acest lucru. Dacă este cazul, furnizorul poate, de asemenea, să informeze întreprinderile utilizatoare cu privire la posibilele mecanisme de „corecție”, cum ar fi promovarea temporară a vizibilității aplicațiilor dezvoltatorilor nou-veniți.		
3.3.4. Setări implicite, mecanisme de sortare și de filtrare 56. Ca tip de personalizare, setările implicite care pot fi reorganizate, anulate sau înlocuite de consumatori prin intermediul instrumentelor de sortare sau de filtrare pot avea un impact important asupra ierarhiei ofertelor de bunuri și servicii ale întreprinderilor utilizatoare. Aceste mecanisme ar putea fi „parametri principali” în sine, de exemplu în cazul în care utilizarea lor de către consumatori	**Subsecțiunea 4. Setări implicite, mecanisme de sortare și de filtrare** 62. Ca tip de personalizare, setările implicite care pot fi reorganizate, anulate sau înlocuite de consumatori prin intermediul instrumentelor de sortare sau de filtrare pot influența semnificativ ierarhia ofertelor de bunuri și servicii ale întreprinderilor utilizatoare. Aceste mecanisme pot reprezenta „parametri principali” în sine, de exemplu în cazul în care utilizarea lor de către consumatori	**Compatibil**	

este foarte frecventă și acestea sunt deosebit de relevante pentru stabilirea ierarhiei. În acest caz, poate fi important ca întreprinderile utilizatoare să înțeleagă, de exemplu, dacă ierarhia după aplicarea filtrului se bazează pe toate ofertele sau aceasta depinde de faptul că oferta de bunuri sau servicii îndeplinește sau nu anumite criterii de includere, cum ar fi condiția unui număr minim de recenzii pentru ca bunurile sau serviciile vizualizate cu setările implicite să apară și după aplicarea filtrului „calitate”. Același lucru este valabil și pentru amploarea impactului posibil al diferitelor filtre asupra ierarhiei.	este foarte frecventă și acestea sunt deosebit de relevante pentru stabilirea ierarhiei. În astfel de situații, este important ca întreprinderile utilizatoare să înțeleagă, de exemplu, dacă ierarhia după aplicarea filtrului se bazează pe toate ofertele sau aceasta depinde de faptul că oferta de bunuri sau servicii îndeplinește sau nu anumite criterii de includere, cum ar fi condiția unui număr minim de recenzii pentru ca bunurile sau serviciile vizualizate cu setările implicite să apară și după aplicarea filtrului „calitate”. Același principiu se aplică și pentru amploarea impactului posibil al diferitelor filtre asupra ierarhiei.		
57. În plus, având în vedere creșterea logică a importanței parametrului utilizat (și anume a filtrului) în anumite mecanisme de filtrare (de exemplu, în funcție de preț sau de nota obținută pe baza recenziilor), alți parametri care se aplică pe lângă filtrul respectiv ar putea, de asemenea, să obțină o pondere mai mare în raport cu situația în care nu se aplică niciun filtru. Aplicarea acestei ponderi mai mari poate fi necesară pentru a permite o ierarhizare eficace a unui număr mare de oferte care ar putea să nu difere în mod semnificativ în privința unor elemente precum prețul sau nota obținută pe baza recenziilor (filtrul aplicat). Acești alți parametri pot, după caz, să constituie „parametri principali” în sensul articolului 5. Pe lângă aceste situații, poate fi important pentru întreprinderile utilizatoare să înțeleagă	63. Pe măsură ce relevanța unui parametru utilizat, și anume a filtrului, crește în anumite mecanisme de filtrare (de exemplu, în funcție de preț sau de nota obținută pe baza recenziilor), alți parametri care se aplică pe lângă filtrul respectiv pot căpăta o pondere mai mare în raport cu situația în care nu se aplică niciun filtru. Aplicarea acestei ponderi mai mari poate fi necesară pentru a permite o ierarhizare eficace a unui număr mare de oferte care ar putea să nu difere în mod semnificativ în privința unor elemente precum prețul sau nota obținută pe baza recenziilor (filtrul aplicat). Acești alți parametri pot, după caz, să constituie „parametri principali” conform art. 5 din Legea nr. 53/2025. În plus, este relevant ca întreprinderile utilizatoare să înțeleagă implicațiile posibile ale utilizării filtrelor pentru	**Compatibil**	

implicațiile posibile ale utilizării filtrelor pentru ponderea relativă a altor parametri decât filtrul aplicat.	ponderea relativă a altor parametri decât filtrul aplicat.		
3.3.5. Prezența pe mai multe platforme 58. Frecvent, întreprinderile utilizatoare își oferă bunurile sau serviciile prin intermediul a diferite servicii de intermediere online, pentru a maximiza vânzările („găzduire multiplă”). În plus, există furnizori terți independenți care colectează recenziile utilizatorilor cu privire la întreprinderi. În practică, unii furnizori pot considera că activitățile sau prezența întreprinderilor utilizatoare în cadrul unor servicii oferite de terți reprezintă un indicator al calității sau al relevanței întreprinderilor respective care utilizează serviciile de intermediere online în cauză. În acest caz și atunci când relevanța acestui factor pentru ierarhizare justifică includerea sa ca „parametru principal”, furnizorii respectivi ar trebui să informeze utilizatorii în legătură cu măsura și cu modul în care factorul respectiv este luat în considerare în ierarhizare.	**Subsecțiunea 5. Prezența pe mai multe platforme** 64. În mod frecvent, întreprinderile utilizatoare își oferă bunurile sau serviciile prin intermediul a diferite servicii de intermediere online, pentru a maximiza vânzările („găzduire multiplă”). De asemenea, există furnizori terți independenți care colectează recenziile utilizatorilor cu privire la întreprinderi. 65. În practică, unii furnizori pot considera că activitățile sau prezența întreprinderilor utilizatoare în cadrul unor servicii oferite de terți reprezintă un indicator al calității sau al relevanței întreprinderilor respective care utilizează serviciile de intermediere online în cauză. În acest caz și atunci când relevanța acestui factor pentru ierarhizare justifică includerea sa ca „parametru principal”, furnizorii respectivi trebuie să informeze utilizatorii în legătură cu măsura și cu modul în care factorul respectiv este luat în considerare în ierarhizare.	**Compatibil**	
3.3.6. Alți factori externi 59. Utilizatorii, precum și bunurile și serviciile pe care aceștia le oferă pot fi, de asemenea, evaluați utilizând factori care nu țin de serviciile de intermediere	**Subsecțiunea 6. Alți factori externi** 66. Utilizatorii, precum și bunurile și serviciile pe care aceștia le oferă, pot fi evaluați utilizând factori care nu țin de serviciile de intermediere online sau de	**Compatibil**	

online sau de motoarele de căutare online. Factori precum stelele pentru clasificarea hotelurilor, „atractivitatea mărcii” măsurată prin sondaje în rândul profesioniștilor din sectorul modei, mărcile de încredere atribuite de terți magazinului online al întreprinderii utilizatoare (de exemplu, „magazin de încredere”), premiile din sector (de exemplu, „cea mai bună cafenea din x”) sau menționarea în publicații ale unor terți (de exemplu, reportaje în ziare sau articole de revistă) ar putea constitui „parametri principali” pentru ierarhizare. În acest caz, trebuie să se descrie și factorii respectivi.	motoarele de căutare online. Factori precum stelele pentru clasificarea hotelurilor, „atractivitatea mărcii” măsurată prin sondaje în rândul profesioniștilor din sectorul modei, mărcile de încredere atribuite de terți magazinului online al întreprinderii utilizatoare (de exemplu, „magazin de încredere”), premiile din sector (de exemplu, „cea mai bună cafenea din x”) sau menționarea în publicații ale unor terți (de exemplu, reportaje în ziare sau articole de revistă) pot constitui „parametri principali” pentru ierarhizare. În acest caz, trebuie să se descrie și factorii respectivi.		
60. În schimb, nu poate fi exclus faptul că pentru anumite întreprinderi utilizatoare sau anumiți utilizatori profesionali de site-uri poate părea uneori „surprinzător” faptul că anumiți factori externi care par să aibă o importanță deosebită având în vedere natura serviciului nu sunt luați în considerare la stabilirea ierarhiei. De exemplu, utilizatorii ar putea considera surprinzător faptul că un motor de căutare axat pe confidențialitate nu ține seama de evaluarea confidențialității site-urilor web sau că o piață online axată pe produse alimentare sănătoase nu ține seama de etichetele alimentare. Descrierea argumentelor în favoarea importanței relative a parametrilor principali sau a parametrilor principali care sunt, în mod colectiv, cei mai semnificativi pentru ierarhizare și a importanței relative a respectivilor parametri principali ar trebui	67. În anumite cazuri, pentru anumite întreprinderi utilizatoare sau anumiți utilizatori profesionali de site-uri, poate părea „surprinzător” faptul că anumiți factori externi care par să aibă o importanță deosebită având în vedere natura serviciului nu sunt luați în considerare la stabilirea ierarhiei. De exemplu, utilizatorii ar putea considera surprinzător faptul că un motor de căutare axat pe confidențialitate nu ține seama de evaluarea confidențialității site-urilor web sau că o piață online axată pe produse alimentare sănătoase nu ține seama de etichetele alimentare. Descrierea argumentelor în favoarea importanței relative a parametrilor principali sau a parametrilor principali care sunt, în mod colectiv, cei mai semnificativi pentru ierarhizare și a importanței relative a respectivilor	**Compatibil**	

să fie suficient de clară pentru ca utilizatorii să poată înțelege că acești alți factori nu sunt luați în considerare în stabilirea ierarhiei.	parametri principali trebuie să fie suficient de clară pentru ca utilizatorii să poată înțelege că acești alți factori nu sunt luați în considerare în stabilirea ierarhiei.		
61. Furnizorii de servicii de intermediere online și de motoare de căutare online ar trebui, de asemenea, să analizeze, ca bună practică, dacă descrierea ar trebui facă referință la normele sectoriale, care pot avea în mod direct sau indirect un impact asupra stabilirii parametrilor de ierarhizare. Sunt incluse norme de drept al Uniunii și de drept național care reflectă diverse obiective de interes public în diverse sectoare.	68. Furnizorii de servicii de intermediere online și de motoare de căutare online trebuie, de asemenea, să analizeze, ca bună practică, dacă descrierea trebuie să facă referință la normele sectoriale, care pot avea în mod direct sau indirect un impact asupra stabilirii parametrilor de ierarhizare.	**Parțial compatibil**	Teza „sunt incluse norme de drept al Uniunii și de drept național care reflectă diverse obiective de interes public în diverse sectoare” **nu este aplicabilă**
3.3.7. Notificările părților terțe 62. În cazul în care notificările părților terțe cu privire la ofertele de bunuri și servicii sunt relevante pentru ierarhizare ca „parametri principali”, descrierile oferite de furnizorii în cauză trebuie să țină seama și de acest factor. O astfel de relevanță ar putea fi descrisă din perspectiva importanței sale potențiale în cazuri individuale, precum și din perspectiva oricăror efecte continue care pot rezulta, de exemplu, dintr-un volum mare de notificări sau din politicile furnizorilor adoptate în legătură cu tipurile de conținut ilegal la care se pot referi notificările părților terțe. În ceea ce privește obligația separată, prevăzută la articolul 5 alineatul (4), a motoarelor de căutare online de a permite examinarea conținutului notificărilor, a se vedea	**Subsecțiunea 7. Notificările părților terțe** 69. În situațiile în care notificările părților terțe cu privire la ofertele de bunuri și servicii sunt relevante pentru ierarhizare ca „parametri principali”, descrierile oferite de furnizorii în cauză trebuie să țină seama și de acest factor. 70. Relevanța acestor notificări poate fi descrisă din perspectiva importanței sale potențiale în cazuri individuale, precum și din perspectiva oricăror efecte continue care pot apărea, de exemplu, dintr-un volum mare de notificări sau din politicile furnizorilor adoptate în legătură cu tipurile de conținut ilegal la care se pot referi notificările părților terțe. În ceea ce privește obligația separată, prevăzută la art. 5 alin. (4) din Legea nr.	**Compatibil**	

secțiunea 10.	53/2025, a motoarelor de căutare online de a permite examinarea conținutului notificărilor, a se vedea subsecțiunea 10.		
3.3.8. Randomizare 63. În practică, anumiți furnizori pot utiliza tehnici de reorganizare a vizibilității relative acordate ofertelor de bunuri și servicii (parțial) în mod aleatoriu, de exemplu pentru a actualiza aspectul primei pagini. Randomizarea poate fi aplicată, de exemplu, și pentru a dinamiza ierarhia, cu scopul de a distinge serviciul de intermediere online sau motorul de căutare online relevant de altele. În cazul în care acești factori constituie „parametri principali”, furnizorii în cauză trebuie să țină seama de acest lucru în descrierile lor. Furnizorii ar putea, de exemplu, să explice modul în care astfel de tehnici sunt aplicate (indicându-se momentul în care sunt utilizate, durata utilizării acestora, cât de semnificativă este utilizarea lor etc.), precum și impactul acestora. Astfel de explicații ar putea oferi o indicație bazată pe fapte privind „amploarea”, adică dimensiunea impactului potențial al randomizării asupra ierarhiei, ceea ce ar permite, de asemenea, utilizatorilor să înțeleagă importanța adoptării unor tehnici de optimizare a ierarhizării pentru diferitele servicii de intermediere online și motoare de căutare online pe care pot fi prezenți.	**Subsecțiunea 8. Randomizare** 71. În practică, anumiți furnizori pot aplica tehnici de reorganizare a vizibilității relative acordate ofertelor de bunuri și servicii (parțial) în mod aleatoriu, de exemplu pentru a actualiza aspectul primei pagini. Randomizarea poate fi aplicată, de exemplu, și pentru a dinamiza ierarhia, cu scopul de a distinge serviciul de intermediere online sau motorul de căutare online relevant de altele. În cazul în care acești factori constituie „parametri principali”, furnizorii în cauză trebuie să țină seama de acest lucru în descrierile lor. 72. Furnizorii pot explica modul în care astfel de tehnici sunt aplicate, indicându-se momentul în care sunt utilizate, durata utilizării acestora, cât de semnificativă este utilizarea lor, precum și impactul acestora. Astfel de explicații pot oferi o indicație bazată pe fapte privind „amploarea”, respectiv dimensiunea impactului potențial al randomizării asupra ierarhiei, ceea ce permite utilizatorilor să înțeleagă importanța adoptării unor tehnici de optimizare a ierarhizării pentru diferitele servicii de intermediere online și motoare de căutare online pe care pot fi prezenți.	**Compatibil**	
3.3.9. Activități de întreținere/ordonare	**Subsecțiunea 9. Activități de**	**Compatibil**	

64. Unii furnizori pot edita sau „ordona” ofertele de bunuri și servicii prezentate, organizate sau comunicate în cadrul serviciilor lor de către utilizatori. De exemplu, furnizorii pot „trata” sau califica drept „vechi” ofertele de bunuri prezentate o perioadă lungă de timp în cadrul serviciilor lor de intermediere online de comerț electronic fără să fie achiziționate și, prin urmare, să le prezinte mai jos în ierarhie. În cazul în care acești factori constituie „parametri principali”, va trebui să se furnizeze o descriere a practicilor relevante. Acest lucru ar putea fi important în scopuri de previzibilitate, nu în ultimul rând având în vedere impactul potențial ridicat asupra ierarhizării și, în consecință, asupra succesului comercial al utilizatorilor.	**întreținere/ordonare** 73. Unii furnizori pot edita sau „ordona” ofertele de bunuri și servicii prezentate, organizate sau comunicate în cadrul serviciilor lor de către utilizatori. De exemplu, furnizorii pot „trata” sau califica drept „vechi” ofertele de bunuri prezentate o perioadă lungă de timp în cadrul serviciilor lor de intermediere online de comerț electronic fără să fie achiziționate și, prin urmare, să le prezinte mai jos în ierarhie. 74. În măsura în care aceste practici constituie „parametri principali”, este necesar să se furnizeze o descriere a practicilor relevante. Acest lucru este important în creșterea previzibilității, având în vedere impactul potențial ridicat asupra ierarhizării și, în consecință, asupra succesului comercial al utilizatorilor.		
3.3.10. Relația cu serviciile auxiliare 65. În anumite cazuri, furnizorii își concep mecanismul de ierarhizare astfel încât folosirea de către utilizatori a serviciilor auxiliare ale aceluiași furnizor (oferite împreună cu serviciile de intermediere online ori motoarele de căutare online relevante sau cele oferite separat) poate influența poziția acestor utilizatori în ierarhie. Această situație poate fi un exemplu de remunerație indirectă, care necesită o descriere suplimentară în temeiul articolului 5	**Subsecțiunea 10. Relația cu serviciile auxiliare** 75. În anumite situații, furnizorii își concep mecanismul de ierarhizare astfel încât folosirea de către utilizatori a serviciilor auxiliare ale aceluiași furnizor, oferite împreună cu serviciile de intermediere online ori motoarele de căutare online relevante sau cele oferite separat, poate influența poziția acestor utilizatori în ierarhie. Această situație poate constitui o formă de remunerație indirectă, care impune o descriere	**Compatibil**	

alineatul (3). Chiar și în afară de acest aspect, însă, utilizarea serviciilor auxiliare poate fi, de asemenea, unul dintre parametrii principali utilizați pentru stabilirea ierarhiei, astfel cum se menționează la articolul 5 alineatele (1) și (2). În aceste cazuri, furnizorii trebuie să explice, cu un grad de detaliere adecvat, că aceasta este situația, astfel încât utilizatorii să poată decide dacă să utilizeze astfel de servicii auxiliare, știind că aceste servicii auxiliare nu sunt, de exemplu, doar la îndemână (și anume faptul că toate sunt disponibile de la același furnizor prin intermediul unui „magazin unic"), ci și că utilizarea lor poate fi importantă pentru optimizarea vânzărilor. De exemplu, acest lucru se poate întâmpla atunci când serviciile de executare a comenzilor oferite de furnizorul în cauză sunt superioare serviciilor poștale sau de livrare obișnuite în ceea ce privește viteza, viteza de livrare fiind un „parametru principal" de stabilire a ierarhiei. Prin urmare, înțelegerea importanței utilizării și a efectului serviciilor auxiliare ca „parametri principali" poate fi relevantă în vederea îmbunătățirii previzibilității pentru utilizatori.	suplimentară conform art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025. De asemenea, utilizarea serviciilor auxiliare poate fi, de asemenea, unul dintre parametrii principali utilizați pentru stabilirea ierarhiei, în conformitate cu art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025. 76. În aceste cazuri, furnizorii trebuie să explice, cu un grad de detaliere adecvat, că este anume această situație, astfel încât utilizatorii să poată decide dacă să utilizeze astfel de servicii auxiliare, știind că aceste servicii auxiliare nu sunt, de exemplu, doar la îndemână (și anume faptul că toate sunt disponibile de la același furnizor prin intermediul unui „magazin unic"), ci și că utilizarea lor poate fi importantă pentru optimizarea vânzărilor. De exemplu, acest lucru se poate întâmpla atunci când serviciile de executare a comenzilor oferite de furnizorul în cauză sunt superioare serviciilor poștale sau de livrare obișnuite în ceea ce privește viteza, viteza de livrare fiind un „parametru principal" de stabilire a ierarhiei. Înțelegerea importanței utilizării și a efectului serviciilor auxiliare ca „parametri principali" este importantă la creșterea previzibilității pentru utilizatori.		
3.3.11. Utilizarea instrumentelor tehnice ale furnizorilor 66. Ca și în cazul serviciilor auxiliare, unii furnizori pot oferi utilizatorilor instrumente tehnice, eventual în schimbul	**Subsecțiunea 11. Utilizarea instrumentelor tehnice ale furnizorilor** 77. În mod similar serviciilor auxiliare, furnizorii pot pune la dispoziția utilizatorilor instrumente tehnice,	**Compatibil**	

unei remunerații și, prin urmare, pot intra sub incidența articolului 5 alineatul (3). Utilizarea sau efectul acestor instrumente poate avea, de asemenea, un impact asupra ierarhiei și – în cazul în care relevanța este de așa natură încât acest factor constituie un „parametru principal” în sensul articolului 5 alineatele (1) și (2) – necesită, prin urmare, aceeași abordare ca cea descrisă în secțiunea precedentă.	eventual în schimbul unei remunerații, caz în care acestea pot intra sub incidența art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025. Utilizarea sau efectul acestor instrumente poate avea, de asemenea, un impact asupra ierarhiei și, în cazul în care relevanța este de așa natură încât acest factor constituie un „parametru principal” în sensul art. 5 alin. (1) și (2) din Legea nr. 53/2025, se aplică aceeași abordare ca în cazul serviciilor auxiliare.		
67. De exemplu, în anumite circumstanțe, utilizarea unui instrument de analiză a datelor disponibil pe un serviciu de intermediere online sau pe un motor de căutare online poate permite utilizatorilor să își îmbunătățească în mod semnificativ poziția în ierarhie. În acest caz, în măsura în care acest factor este un „parametru principal”, va fi important ca furnizorii să explice dacă efectul asupra poziției în ierarhie se datorează pur și simplu informațiilor obținute și apoi aplicate de către utilizatori sau dacă se ține cont și de simplul fapt că aceștia utilizează instrumentul de analiză. În acest din urmă caz, utilizarea instrumentului de analiză ar putea fi o formă de remunerație indirectă, caz în care se aplică, de asemenea, cerințele specifice prevăzute la articolul 5 alineatul (3). Importanța unui astfel de instrument analitic poate, de exemplu, să rezulte din faptul că informațiile oferite ar fi unice și ar permite utilizatorilor să își îmbunătățească bunurile sau serviciile mai mult decât ar putea să o facă pe baza	78. Spre exemplu, în anumite circumstanțe, utilizarea unui instrument de analiză a datelor disponibil pe un serviciu de intermediere online sau pe un motor de căutare online poate permite utilizatorilor să își îmbunătățească în mod semnificativ poziția în ierarhie. În astfel de cazuri, în măsura în care acest factor constituie un „parametru principal”, este important ca furnizorii să explice dacă efectul asupra poziției în ierarhie se datorează pur și simplu informațiilor obținute și apoi aplicate de către utilizatori sau dacă se ține cont și de simplul fapt că aceștia utilizează instrumentul de analiză. În acest din urmă caz, utilizarea instrumentului de analiză poate constitui o formă de remunerație indirectă, fiind aplicabile cerințele prevăzute la art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025. Importanța unui astfel de instrument analitic poate, să rezulte din faptul că informațiile oferite sunt unice și permite utilizatorilor să își îmbunătățească bunurile sau serviciile mai eficient decât ar putea să o facă pe	**Compatibil**	

cercetării proprii sau a altor soluții de pe piață ori din faptul că instrumentul ar putea contribui la optimizarea prezenței lor online, pe platformă sau în afara acesteia.	baza cercetării proprii sau a altor soluții de pe piață ori din faptul că instrumentul contribuie la optimizarea prezenței lor online, pe platformă sau în afara acesteia.		
3.3.12. Efectul învățării automate 68. Furnizorii vor trebui să stabilească dacă învățarea automată este un „parametru principal”. În caz afirmativ, chiar dacă este dinamic, acest parametru ar putea fi reflectat printr-o descriere mai „statică”. În conformitate cu principiile directoare de adoptare a unei abordări orientate spre utilizator, care să ofere nivelul adecvat de detaliere, furnizorii s-ar putea concentra pe explicarea „amplorii” preconizate, adică a dimensiunii impactului învățării automate asupra ierarhiei. În descriere se poate preciza dacă învățarea automată afectează toți parametrii principali în mod egal și, de exemplu, se poate indica momentul și frecvența cu care învățarea automată poate conduce la modificarea „parametrilor principali”. În cazul în care acești parametri principali se schimbă ca urmare a învățării automate, furnizorii trebuie să adapteze descrierea prevăzută la articolul 5.	**Subsecțiunea 12. Efectul învățării automate** 79. Furnizorii trebuie să stabilească dacă învățarea automată constituie un „parametru principal”. În cazul în care concluzionează că acesta este un parametru principal, chiar dacă mecanismul are un caracter dinamic, acest parametru ar putea fi reflectat printr-o descriere mai „statică”. În conformitate cu principiile directoare de adoptare a unei abordări orientate spre utilizator, care să ofere nivelul adecvat de detaliere, furnizorii se pot concentra pe explicarea „amplorii” preconizate, respectiv a dimensiunii impactului învățării automate asupra ierarhiei. 80. Descrierea poate include precizări privind măsura în care învățarea automată influențează toți parametrii principali în mod egal, precum și indicarea momentului și frecvenței cu care învățarea automată poate conduce la modificarea „parametrilor principali”. În cazul în care acești parametri principali se schimbă ca urmare a învățării automate, furnizorii au obligația de a actualiza corespunzător descrierea prevăzută la art. 5 din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	

3.3.13. Evaluarea site-urilor 69. Furnizorul unui motor de căutare online poate lua în considerare anumite particularități ale site-urilor pentru a le evalua din perspectiva încrederii de care se bucură în rândul utilizatorilor sau a siguranței, a autenticității, a popularității sau a caracteristicilor lor tehnologice. Dacă un furnizor face acest lucru, ar trebui să analizeze și să explice în ce măsură evaluarea sa privind particularitățile unui site afectează poziția acestuia în ierarhie, în măsura în care acești factori constituie „parametri principali”.	**Subsecțiunea 13. Evaluarea site-urilor** 81. Furnizorii de motoare de căutare online pot lua în considerare anumite particularități ale site-urilor în scopul evaluării acestora din perspectiva încrederii de care se bucură în rândul utilizatorilor sau a siguranței, a autenticității, a popularității sau a caracteristicilor lor tehnologice. În cazul în care furnizorul recurge la astfel de evaluări, acesta trebuie să analizeze și să explice în ce măsură evaluarea sa privind particularitățile unui site afectează poziția acestuia în ierarhie, în măsura în care acești factori constituie „parametri principali”	**Compatibil**	
70. Acest lucru presupune ca furnizorii să analizeze de la caz la caz ce anume fac pentru a evalua site-urile și modul în care evaluarea afectează ierarhizarea. Aceasta poate include, de exemplu, modul în care furnizorii calculează punctaje specifice ale site-urilor pe baza mai multor variabile, cum ar fi faptul dacă un site se bucură de încredere în rândul utilizatorilor și dacă are un istoric de partajare a linkurilor sau de dezinformare. Prin urmare, calitatea conținutului sau autoritatea site-ului poate fi relevantă pentru poziția sa în ierarhie. În mod alternativ, accentul poate fi pus pe popularitatea site-ului, măsurată, de exemplu, prin numărul de vizitatori unici și de vizualizări de pagini într-o anumită perioadă. În mod similar, se pot lua în considerare anumite aspecte	82. În acest sens, furnizorii trebuie să analizeze, de la caz la caz, modul în care evaluează site-urile și modul în care evaluarea afectează ierarhizarea. Aceasta poate include, de exemplu, modul în care furnizorii calculează punctaje specifice ale site-urilor pe baza mai multor variabile, cum ar fi faptul dacă un site se bucură de încredere în rândul utilizatorilor și dacă are un istoric de partajare a linkurilor sau de dezinformare. Prin urmare, calitatea conținutului sau autoritatea site-ului poate fi relevantă pentru poziția sa în ierarhie. În mod alternativ, accentul poate fi pus pe popularitatea site-ului, măsurată, de exemplu, prin numărul de vizitatori unici și de vizualizări de pagini într-o anumită perioadă. De asemenea, pot fi luate în considerare anumite	**Compatibil**	

tehnice, cum ar fi viteza de încărcare, compatibilitatea cu dispozitivele mobile, vechimea domeniului sau securitatea și accesibilitatea site-ului.	caracteristici tehnice, precum viteza de încărcare, compatibilitatea cu dispozitivele mobile, vechimea domeniului sau securitatea și accesibilitatea site-ului.		
71. Dacă anumite particularități ale site-urilor web sunt mai importante decât altele, iar evaluarea acestor aspecte se reflectă în ierarhizare într-o asemenea măsură încât se califică drept „parametru principal”, este important ca utilizatorii să înțeleagă acest lucru. Aceste aspecte ar trebui să se reflecte, de asemenea, în nivelul de detaliere al descrierii, pentru a se asigura faptul că utilizatorii dispun de informații suficient de clare.	83. În cazul în care anumite particularități ale site-urilor web sunt considerate mai relevante decât altele, iar evaluarea acestor aspecte se reflectă în ierarhizare într-o asemenea măsură încât se califică drept „parametru principal”, este important ca utilizatorii să înțeleagă acest lucru. Aceste aspecte trebuie să se reflecte, de asemenea, în nivelul de detaliere al descrierii, pentru a se asigura faptul că utilizatorii dispun de informații suficient de clare.	**Compatibil**	
3.3.14. Măsurile luate pentru a evita manipularea cu rea-credință de către părți terțe a rezultatelor ierarhizării 72. Furnizorii tind să utilizeze mecanisme sofisticate de prevenire a fraudelor, care pot constitui „parametri principali” în temeiul articolului 5.	**Subsecțiunea 14. Măsurile luate pentru a evita manipularea cu rea-credință de către părți terțe a rezultatelor ierarhizării** 84. Furnizorii utilizează, în mod frecvent, mecanisme sofisticate de prevenire a fraudelor, care pot constitui „parametri principali” în sensul art. 5 din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
73. Prin urmare, furnizorii ar trebui să evalueze cu atenție dacă trebuie să descrie elementele constitutive ale mecanismelor lor de combatere a fraudelor. Deși, prin definiție, aceste mecanisme nu pot fi dezvăluite în detaliu fără a le submina în mod potențial scopul și eficacitatea, furnizorii ar trebui cel puțin să indice existența lor și să furnizeze informații de nivel înalt cu	85. În acest context, furnizorii trebuie să evalueze cu atenție dacă trebuie să descrie elementele constitutive ale mecanismelor lor de combatere a fraudelor. Deși, prin definiție, aceste mecanisme nu pot fi dezvăluite în detaliu fără a le submina în mod potențial scopul și eficacitatea, furnizorii trebuie cel puțin să indice existența lor și să furnizeze informații de nivel înalt cu privire la	**Compatibil**	

privire la modul în care mecanismele respective pot influența ierarhizarea, în cazul în care acestea reprezintă „parametri principali”.	modul în care mecanismele respective pot influența ierarhizarea, în cazul în care acestea reprezintă „parametri principali”.		
3.3.15. Recenziile utilizatorilor 74. În cazul în care recenziile consumatorilor reprezintă un „parametru principal” pentru un anumit mecanism de ierarhizare, furnizorii în cauză ar trebui să includă acest factor în descrierile prevăzute la articolul 5, cu un nivel suficient de detaliere și claritate. De exemplu, s-ar putea explica faptul că recenziile sunt generate în cadrul serviciului de intermediere online sau al motorului de căutare online relevant ori că recenziile sunt găzduite în afara acestor servicii. În astfel de cazuri, poate fi, de asemenea, important ca utilizatorii să știe ce măsuri se iau, dacă este cazul, pentru a verifica veridicitatea acestor recenzii.	**Subsecțiunea 15. Recenziile utilizatorilor** 86. În situația în care recenziile consumatorilor reprezintă un „parametru principal” pentru un anumit mecanism de ierarhizare, furnizorii în cauză trebuie să includă acest factor în descrierile prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, asigurând un nivel suficient de detaliere și claritate. 87. În acest sens, furnizorii pot explica faptul că recenziile sunt generate în cadrul serviciului de intermediere online sau al motorului de căutare online relevant ori că recenziile sunt găzduite în afara acestor servicii. În astfel de situații, poate fi, de asemenea, important ca utilizatorii să știe ce măsuri se iau, dacă este cazul, pentru a verifica veridicitatea acestor recenzii.	**Compatibil**	
3.3.16. Măsurile luate de furnizori împotriva conținutului ilegal 75. În cazul în care furnizorii iau măsuri de combatere a conținutului ilegal online, aceștia trebuie să ia în considerare efectul pe care aceste măsuri îl pot avea asupra ierarhizării și ce anume ar putea fi necesar să fie inclus în descrierea „parametrilor principali” prevăzută la articolul 5. Efectul asupra ierarhizării	**Subsecțiunea 16. Măsurile luate de furnizori împotriva conținutului ilegal** 88. În situația în care furnizorii adoptă măsuri pentru combaterea conținutului ilegal în mediul online, aceștia trebuie să analizeze impactul acestor măsuri asupra ierarhizării și să determine ce anume este necesar să fie inclus în descrierea „parametrilor principali” prevăzută la art. 5 din Legea nr. 53/2025. Impactul asupra	**Compatibil**	

poate varia de la un furnizor la altul, dar, în general, atât prezența și prezența temporară a conținutului ilegal, cât și eliminarea conținutului ilegal pot avea un impact direct asupra vizibilității ofertelor legitime ale întreprinderilor utilizatoare. În cazul în care astfel de măsuri reprezintă „parametri principali”, atunci când decid ce să descrie, furnizorii ar trebui să ia în considerare ce informații și ce măsuri de transparență referitoare, de exemplu, la tipurile și prevalența conținutului ilegal în cadrul serviciului în cauză ar putea ajuta întreprinderile utilizatoare să înțeleagă mai bine funcționarea respectivelor mecanisme de ierarhizare.	ierarhizării poate varia de la un furnizor la altul, dar, în general, atât prezența și prezența temporară a conținutului ilegal, cât și eliminarea conținutului ilegal pot avea un impact direct asupra vizibilității ofertelor legitime ale întreprinderilor utilizatoare. 89. În cazul în care astfel de măsuri reprezintă „parametri principali” atunci când stabilesc ce anume să includă în descriere, furnizorii ar trebui să stabilească ce informații și ce măsuri de transparență referitoare, de exemplu, la tipurile și prevalența conținutului ilegal în cadrul serviciului în cauză ar putea ajuta întreprinderile utilizatoare să înțeleagă mai bine funcționarea respectivelor mecanisme de ierarhizare.		
4. CUM SĂ SE SELECTEZE PARAMETRII PRINCIPALI ȘI, TOTODATĂ, SĂ SE PREVINĂ MANIPULAREA CU REA-CREDINȚĂ A IERARHIZĂRII 76. La articolul 5 alineatul (6) se recunoaște că furnizorii „nu sunt obligați [...] să divulge algoritmi sau vreo informație care, cu un grad rezonabil de certitudine, ar avea ca rezultat înșelarea consumatorilor sau prejudicierea consumatorilor prin manipularea rezultatelor căutării”.	**CAPITOLUL IV** **SELECTAREA PARAMETRILOR PRINCIPALI ȘI PREVENIREA MANIPULĂRII CU REA-CREDINȚĂ A IERARHIZĂRII** 90. Art. 5 alin. (6) din Legea nr. 53/2025 prevede în mod expres că furnizorii nu sunt obligați să divulge algoritmi sau vreo informație care, cu un grad rezonabil de certitudine, ar putea conduce la înșelarea consumatorilor sau prejudicierea consumatorilor prin manipularea rezultatelor căutării.	**Compatibil**	
77. Această dispoziție ar trebui coroborată cu considerentul 27, în care se recunoaște că „[p]entru a se asigura	91. În același timp, furnizorii de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online nu ar trebui să fie obligați,	**Compatibil**	

îndeplinirea obiectivului prezentului regulament, luarea în considerare a intereselor comerciale ale furnizorilor de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online nu ar trebui, prin urmare, să conducă niciodată la refuzarea divulgării principalilor parametri care determină ierarhia” [(14)].	în temeiul Legii nr. 53/2025, să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor lor de ierarhizare, inclusiv a algoritmilor. Totodată, aplicarea legii nu trebuie să afecteze capacitatea lor de a acționa împotriva manipulării cu rea credință a ierarhiei de către părți terțe, inclusiv în interesul consumatorilor. O descriere generală a principalilor parametri de ierarhizare trebuie să protejeze respectivele interese, permițându-le totodată întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online și utilizatorilor profesionali de site-uri să înțeleagă în mod adecvat funcționarea ierarhizării în contextul utilizării de către aceștia a unor servicii de intermediere online sau a unor motoare de căutare online specifice. Pentru realizarea obiectivului Legii nr. 53/2025, luarea în considerare a intereselor comerciale ale furnizorilor de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online nu trebuie, să conducă niciodată la refuzarea divulgării principalilor parametri care determină ierarhia.		
78. În consecință, există anumite limite în ceea ce privește cerințele de divulgare legate de ierarhizare prevăzute la articolul 5. Totuși, aceste limite nu vizează interesele comerciale ca atare, ci mai degrabă efectele negative potențiale asupra consumatorilor. Cu toate acestea, furnizorii dispun de mai multe garanții pentru „interesele lor comerciale”.	92. Prin urmare, există anumite limite în ceea ce privește cerințele de divulgare legate de ierarhizare prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025. Cu toate acestea, aceste limite nu vizează interesele comerciale ca atare, ci mai degrabă efectele negative potențiale asupra consumatorilor. Totuși, furnizorii dispun de mai multe garanții pentru „interesele lor comerciale”.	**Compatibil**	
79. În primul rând, cerința prevăzută la	93. În primul rând, obligația instituită de	**Compatibil**	

articolul 5 este de a furniza doar o descriere a parametrilor principali (precum și motivele importanței lor relative), fără ca furnizorii să fie obligați să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor lor de ierarhizare (considerentul 27).	art. 5 din Legea nr. 53/2025 este de a furniza doar o descriere a parametrilor principali și motivele importanței lor relative, fără ca furnizorii să fie obligați să divulge funcționarea detaliată a mecanismelor lor de ierarhizare.		
80. În al doilea rând, astfel cum se prevede la articolul 1 alineatul (5) și la articolul 5 alineatul (6), regulamentul, în general, și articolul 5, în special, nu aduc atingere Directivei (UE) 2016/943 a Parlamentului European și a Consiliului [(15)] („Directiva privind secretele comerciale”).	94. În al doilea rând, în conformitate cu prevederile art. 1 alin. (5) și art. 5 alin. (6) din Legea nr. 53/2025, dispozițiile prezentei legi, în general, precum și cele ale art. 5, în special, nu aduc atingere Legii nr. 384/2023 privind protecția secretelor comerciale.	**Compatibil**	
81. Pentru a explica acest al doilea punct, este important să se observe că la articolul 2 alineatul (1) din Directiva privind secretele comerciale, „secretul comercial” este definit drept „informațiile care îndeplinesc toate cerințele următoare: (a) sunt secrete în sensul că nu sunt, ca întreg sau astfel cum se prezintă sau se articulează elementele acestora, cunoscute la nivel general sau ușor accesibile persoanelor din cercurile care se ocupă, în mod normal, de tipul de informații în cauză; (b) au valoare comercială prin faptul că sunt secrete; (c) au făcut obiectul unor măsuri rezonabile, în circumstanțele date, luate de către persoana care deține în mod legal controlul asupra informațiilor respective, pentru a fi păstrate secrete.”	95. În sensul prezentului Regulament, noțiunea de secret comercial este definită potrivit art. 2 din Legea nr. 384/2023 privind protecția secretelor comerciale.	**Compatibil**	
82. Prin urmare, furnizorii nu pot refuza să dezvăluie, de exemplu, parametrii principali doar pe baza argumentului că	96. Astfel, furnizorii nu pot refuza divulgarea parametrilor principali invocând exclusiv faptul că nu au	**Compatibil**	

nu au dezvăluit niciodată niciunul dintre parametri în trecut sau că informațiile în cauză sunt sensibile din punct de vedere comercial.	dezvăluit niciodată niciunul dintre parametri în trecut sau că informațiile în cauză sunt sensibile din punct de vedere comercial.		
83. În al treilea rând, furnizorii pot acționa împotriva manipulării cu rea-credință a ierarhiei de către părți terțe, inclusiv împotriva riscului de înșelare a consumatorilor (a se vedea considerentul 27).	97. În al treilea rând, furnizorii pot acționa împotriva manipulării cu rea-credință a ierarhiei de către părți terțe, inclusiv împotriva riscului de înșelare a consumatorilor.	**Compatibil**	
84. În acest sens, ar trebui observat faptul că această posibilitate se referă la manipularea „cu rea-credință”, la fel cum articolul 5 alineatul (6) se referă la faptul că furnizorii nu sunt obligați să divulge vreo informație care, „cu un grad rezonabil de certitudine”, ar avea ca rezultat o astfel de înșelare a consumatorilor sau de prejudiciere adusă acestora. Prin urmare, trebuie găsit un echilibru între combaterea comportamentului manipulator și dăunător, pe de o parte, și transparența impusă la articolul 5, pe de altă parte.	98. În acest context, trebuie remarcat faptul că această posibilitate se referă la manipularea „cu rea-credință”, în același mod în care art. 5 alin. (6) din Legea nr. 53/2025 se referă la faptul că furnizorii nu sunt obligați să divulge vreo informație care, „cu un grad rezonabil de certitudine”, ar avea ca rezultat o astfel de înșelare a consumatorilor sau de prejudiciere adusă acestora. În consecință, trebuie găsit un echilibru între combaterea comportamentului manipulator și dăunător, pe de o parte, și transparența impusă de la art. 5 din Legea nr. 53/2025, pe de altă parte.	**Compatibil**	
5. DESCRIERI SPECIFICE IMPUSE – REMUNERAȚIE DIRECTĂ ȘI INDIRECTĂ 85. Articolul 5 alineatul (3), explicat în considerentul 25, impune în mod specific furnizorilor să descrie posibilitatea utilizatorilor de a influența poziția în ierarhie prin plata unei remunerații directe sau indirecte, în cazul în care o astfel de posibilitate constituie un „parametru principal”.	**CAPITOLUL V** **DESCRIERI SPECIFICE IMPUSE – REMUNERAȚIE DIRECTĂ ȘI INDIRECTĂ** **Secțiunea 1. Transparența influențării ierarhizării prin remunerație directă și indirectă** 99. Articolul 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025 stabilește în mod expres furnizorilor obligația de a descrie posibilitatea utilizatorilor de a influența	**Compatibil**	

	poziția în ierarhie prin plata unei remunerații directe sau indirecte, în cazul în care o astfel de posibilitate constituie un „parametru principal”.		
86. Astfel cum se specifică la articolul 5 alineatul (3), în aceste cazuri, furnizorii trebuie să includă în descrierea lor, în conformitate cu cerințele prevăzute la articolul 5 alineatul (1) sau (2), depinde care se aplică furnizorului în cauză: (a) o explicație a oricărei posibilități ca întreprinderile utilizatoare să influențeze în mod activ poziția în ierarhie în schimbul unei remunerații; precum și (b) o explicație a efectelor relative ale unei astfel de remunerații asupra poziției în ierarhie.	100. Astfel cum se prevede la art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025, în aceste cazuri furnizorii trebuie să includă în descrierea lor, în conformitate cu cerințele prevăzute la art. 5 alin. (1) sau (2) din aceeași lege, în dependență de care cerințe i se aplică furnizorului în cauză: 100.1 o explicație a oricărei posibilități ca întreprinderile utilizatoare să influențeze în mod activ poziția în ierarhie în schimbul unei remunerații; precum și 100.2 o explicație a efectelor relative ale unei astfel de remunerații asupra poziției în ierarhie.	**Compatibil**	
5.1. Abordare generală 87. În evaluarea impactului realizată de Comisie în scopul elaborării propunerii de regulament, s-a constatat, în ceea ce privește mecanismele de ierarhizare utilizate de furnizori, o lipsă de răspundere și previzibilitate semnificative pentru întreprinderile utilizatoare și utilizatorii profesionali de site-uri. În cazul ierarhizării plătite, s-a recunoscut faptul că întreprinderile, în special întreprinderile mici, ar putea beneficia de pe urma înțelegerii modului în care funcționează aceste oportunități. Această înțelegere ar putea să le permită întreprinderilor fie să aleagă să nu	**Secțiunea 2. Abordare generală** 101. În ceea ce privește mecanismele de ierarhizare utilizate de furnizori, se observă existența unei lipse de răspundere și previzibilitate semnificative pentru întreprinderile utilizatoare și utilizatorii profesionali de site-uri. În cazul ierarhizării plătite, întreprinderile, în special întreprinderile mici, pot beneficia de pe urma înțelegerii modului în care funcționează aceste oportunități. Această înțelegere ar putea să le permită întreprinderilor fie să aleagă să nu participe în cazul în care este puțin probabil ca poziția rezultată în ierarhie să fie satisfăcătoare, economisind astfel	**Compatibil**	

participe în cazul în care este puțin probabil ca poziția rezultată în ierarhie să fie satisfăcătoare, economisind astfel costul participării, fie să aleagă să participe și să câștige o expunere sporită ([16]).	costul participării, fie să aleagă să participe și să câștige o expunere sporită.		
88. În această privință, termenul „remunerație” trebuie înțeles în sens larg. În considerentul 25, aceasta este descrisă drept „plăți efectuate cu scopul principal sau unic de a îmbunătăți poziția în ierarhie, precum și [...] plăți indirecte sub forma acceptării de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online a unor obligații suplimentare de orice fel care pot avea acest efect concret, cum ar fi utilizarea serviciilor auxiliare sau a eventualelor caracteristici premium”. În plus, considerentul 25 oferă un exemplu de ce anume ar putea acoperi explicarea efectelor relative ale remunerației, și anume „amploarea impactului plăților asupra ierarhiei”.	102. În acest context, termenul „remunerație” trebuie înțeles în sens larg. Astfel, noțiunea de remunerație, se referă la plăți efectuate cu scopul principal sau unic de a îmbunătăți poziția în ierarhie, precum și la plăți indirecte sub forma acceptării de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online a unor obligații suplimentare de orice fel care pot avea acest efect concret, cum ar fi utilizarea serviciilor auxiliare sau a eventualelor caracteristici premium.	**Compatibil**	
89. Atunci când se furnizează informațiile prevăzute la articolul 5 alineatul (3), o bună practică ar putea implica utilizarea combinată a unei explicații scrise cu instrumente tehnologice, cum ar fi, de exemplu, un simulator dinamic al efectelor anticipate ale remunerației asupra poziției în ierarhie.	103. În furnizarea informațiilor prevăzute la art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025, o bună practică ar putea constata în utilizarea combinată a unei explicații scrise cu instrumente tehnologice, cum ar fi, de exemplu, un simulator dinamic al efectelor anticipate ale remunerației asupra poziției în ierarhie.	**Compatibil**	
5.2. Remunerația directă 90. Remunerația directă este descrisă ca „plăți efectuate cu scopul principal sau unic de a îmbunătăți poziția în ierarhie”	**Secțiunea 3. Remunerația directă** 104. Remunerația directă este definită ca fiind „plăți efectuate cu scopul principal sau unic de a îmbunătăți poziția în	**Compatibil**	

[17]. Furnizorii ar trebui, prin urmare, să ia în considerare ce posibilități le sunt oferite utilizatorilor de a plăti pentru a-și îmbunătăți poziția în ierarhie și modul în care funcționează aceste posibilități. În anexa B sunt prezentate exemple de posibile tipuri de remunerații directe.	ierarhie”. 105. În acest sens, furnizorii trebuie să analizeze ce posibilități sunt oferite utilizatorilor de a plăti pentru a-și îmbunătăți poziția în ierarhie și modul în care funcționează aceste posibilități. Exemple de tipuri de remunerații directe sunt prezentate în anexa nr. 2.		
5.3. Remunerația indirectă 91. Remunerația indirectă este descrisă drept „plăți [...] sub forma acceptării de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online a unor obligații suplimentare de orice fel care pot avea acest efect concret [de îmbunătățire a poziției în ierarhie]” [18]. Furnizorii ar trebui, prin urmare, să ia în considerare ce posibilități le sunt oferite utilizatorilor care ar putea avea în schimb efectul concret de îmbunătățire a poziției în ierarhie și modul în care funcționează aceste posibilități.	**Secțiunea 4. Remunerația indirectă** 106. Remunerația indirectă este definită ca reprezentând plăți indirecte sub forma acceptării de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online a unor obligații suplimentare de orice fel care pot avea acest efect concret, cum ar fi utilizarea serviciilor auxiliare sau a eventualelor caracteristici premium. Furnizorii trebuie să ia în considerare ce posibilități le sunt oferite utilizatorilor care ar putea avea în schimb efectul concret de îmbunătățire a poziției în ierarhie și modul în care funcționează aceste posibilități.	**Compatibil**	
92. Utilizarea serviciilor auxiliare, cum ar fi serviciile de plată, escrow, de executare a comenzilor etc. de către utilizatori ar putea avea un impact asupra poziției în ierarhie a bunurilor sau serviciilor lor, din diverse motive. Descrierea necesară prevăzută la articolul 5 ar trebui să includă aceste utilizări posibile ale serviciilor auxiliare în cazul în care acestea implică o remunerație indirectă în sensul articolului 5 alineatul (3) și constituie „parametri principali”. Mai	107. Utilizarea serviciilor auxiliare, cum ar fi serviciile de plată, escrow, de executare a comenzilor etc. de către utilizatori ar putea avea un impact asupra poziției în ierarhie a bunurilor sau serviciilor lor, din diverse motive. Descrierea prevăzută la art. 5 din Legea nr. 53/2025 trebuie să includă aceste utilizări ale serviciilor auxiliare în cazul în care acestea implică o remunerație indirectă în sensul art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025 și constituie	**Compatibil**	

precis, în cazul în care oricare efect sau toate aceste efecte asupra poziției în ierarhie rezultă din simpla participare a întreprinderii utilizatoare la un anumit serviciu auxiliar – indiferent de orice efect indirect al serviciului auxiliar asupra performanței întreprinderii, măsurat prin alți parametri – se pot aplica obligațiile suplimentare prevăzute la articolul 5 alineatul (3). În anexa B sunt prezentate alte exemple de posibile tipuri de remunerații indirecte.	„parametri principali”. Mai exact, în cazul în care oricare efect sau toate aceste efecte asupra poziției în ierarhie rezultă din simpla participare a întreprinderii utilizatoare la un anumit serviciu auxiliar, indiferent de orice efect indirect al serviciului auxiliar asupra performanței întreprinderii, măsurat prin alți parametri, se pot aplica obligațiile suplimentare prevăzute la art. 5 alin. (3) din Legea nr. 53/2025. În anexa nr. 2 sunt prezentate alte exemple de posibile tipuri de remunerații indirecte.		
6. CUM AR TREBUI SĂ FIE DESCRIȘI PARAMETRII PRINCIPALI? 93. La articolul 5 alineatul (5) se prevede că descrierile „parametrilor principali” menționați la articolul 5 alineatele (1), (2) și (3) trebuie să fie „suficiente pentru a permite întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online sau utilizatorilor profesionali de site-uri să înțeleagă în mod adecvat dacă mecanismul de ierarhizare ține seama de considerațiile enumerate în continuare și, în caz afirmativ, în ce mod și în ce măsură face acest lucru: (a) caracteristicile bunurilor și serviciilor oferite consumatorilor prin intermediul serviciilor de intermediere online sau al motorului de căutare online; (b) relevanța acestor caracteristici pentru	**CAPITOLUL VI** **DESCRIEREA PARAMETRILOR PRINCIPALI** **Secțiunea 1. Nivelul de detaliere și conținutul descrierii parametrilor principali** 108. La art. 5 alin. (5) din Legea nr. 53/2025 se prevede că descrierile „parametrilor principali” menționați la art. 5 alin. (1)-(3) din aceeași lege trebuie să fie „suficiente pentru a permite întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online sau utilizatorilor profesionali de site-uri să înțeleagă în mod adecvat dacă mecanismul de ierarhizare ține seama de considerațiile enumerate în continuare și, în caz afirmativ, în ce mod și în ce măsură face acest lucru: 108.1 caracteristicile bunurilor și serviciilor oferite consumatorilor prin	**Compatibil**	

consumatori; (c) în ceea ce privește motoarele de căutare online, caracteristicile de concepție a site-ului internet utilizat de utilizatorii profesionali de site-uri” [19].	intermediul serviciilor de intermediere online sau al motorului de căutare online; 108.2 relevanța acestor caracteristici pentru consumatori; 108.3 în ceea ce privește motoarele de căutare online, caracteristicile de concepție a site-ului internet utilizat de utilizatorii profesionali de site-uri”.		
94. Ca observație generală, este important să se precizeze că, prin înțelegerea adecvată a modului în care funcționează ierarhizarea, utilizatorii vor putea să concureze în condiții de concurență mai echitabile atunci când își stabilesc strategiile de vânzări. Aceste strategii pot cuprinde atât optimizarea bunurilor și a serviciilor, cât și investiții în vizibilitatea online, inclusiv optimizarea motoarelor de căutare și ierarhizarea plătită. Utilizatorii ar trebui, în mod rezonabil, să fie în măsură să decidă dacă să investească sau nu mai mult în anumite elemente ale bunurilor și serviciilor lor și să stabilească mai bine dacă să investească în „strategii în materie de ierarhizare” și, în caz afirmativ, cum să facă acest lucru.	109. Ca observație generală, este important de subliniat că, prin înțelegerea adecvată a modului în care funcționează ierarhizarea, utilizatorii vor putea să concureze în condiții de concurență mai echitabile atunci când își stabilesc strategiile de vânzări. Aceste strategii pot cuprinde atât optimizarea bunurilor și a serviciilor, cât și investiții în vizibilitatea online, inclusiv optimizarea motoarelor de căutare și ierarhizarea plătită. Utilizatorii trebuie, în mod rezonabil, să fie în măsură să decidă dacă să investească sau nu mai mult în anumite elemente ale bunurilor și serviciilor lor și să stabilească mai bine dacă să investească în „strategii în materie de ierarhizare” și, în caz afirmativ, cum să facă acest lucru.	**Compatibil**	
6.1. Abordare generală 95. În conformitate cu articolul 5 alineatul (1), furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să stabilească „argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali în raport cu alți parametri”. În mod similar, în conformitate cu articolul	**Secțiunea 2. Abordare generală** 110. În conformitate cu art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să stabilească „argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali în raport cu alți parametri”. În mod similar, potrivit art. 5	**Compatibil**	

5 alineatul (2), furnizorii de motoare de căutare online trebuie să prezinte „importanța relativă a acelor parametri principali” [20].	alin. (2) din aceeași lege, furnizorii de motoare de căutare online trebuie să prezinte „importanța relativă a acelor parametri principali”.		
96. Acest lucru presupune ca furnizorii să descrie motivele pentru care parametrii specifici au fost selectați ca parametri principali (a se vedea secțiunea 3.2 de mai sus). O bună practică ar putea fi ca furnizorii să explice cum și ce anume, în analiza lor individuală, i-a determinat să decidă modul în care este stabilită „importanța relativă” în cadrul serviciilor lor și care sunt „parametrii principali”.	111. În aplicarea prevederilor menționate, furnizorii descriu motivele pentru care parametrii specifici au fost selectați ca parametri principali (a se vedea Capitolul III, Secțiunea 1). Descrierea include explicațiile furnizorilor privind modul în care analiza lor individuală, i-a determinat să decidă modul în care este stabilită „importanța relativă” în cadrul serviciilor lor și care sunt „parametrii principali”.	**Compatibil**	
6.2. Nivelul de detaliere 97. Furnizorii ar trebui să stabilească nivelul adecvat de detaliere în funcție de obiectivul obligației prevăzute la articolul 5 și să includă atâtea detalii câte sunt necesare și adecvate pentru baza lor specifică de utilizatori profesionali, fără a-i supraîncărca sau a-i încurca. Nivelul de detaliere oferit ar trebui să nu constea doar într-o simplă enumerare a parametrilor principali și să furnizeze cel puțin un „al doilea strat” de informații explicative.	**Secțiunea 3. Nivelul de detaliere** 112. Furnizorii stabilesc nivelul adecvat de detaliere al descrierii parametrilor principali în funcție de obiectivul obligației prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025 și include atâtea detalii câte sunt necesare și adecvate pentru baza lor specifică de utilizatori profesionali, fără a-i supraîncărca sau a-i încurca. Nivelul de detaliere oferit nu trebuie să constea doar într-o simplă enumerare a parametrilor principali, ci trebuie să fie însoțit de cel puțin un „al doilea strat” de informații explicative.	**Compatibil**	
98. Furnizorii nu ar trebui să furnizeze descrieri care sunt prea scurte sau care ar putea induce în eroare. De exemplu, dacă un furnizor stabilește „calitatea” drept parametru principal și știe că aceasta este determinată printr-o analiză complicată a mai multor factori, descrierea pe care o	113. Descrierea parametrilor principali nu trebuie să fie prea scurte și nu trebuie să inducă în eroare utilizatorii. În cazul în care un furnizor stabilește „calitatea” drept parametru principal și știe că aceasta este determinată printr-o analiză complicată a mai multor factori,	**Compatibil**	

oferă ar trebui să reflecte acest fapt, utilizând un limbaj simplu și inteligibil. În mod similar, simpla descriere a faptului că parametrul principal poate fi afectat de „istoricul căutărilor” ar putea fi, de asemenea, considerată insuficient de specifică, mai ales în cazul în care furnizorul știe că sunt luate în considerare numai anumite elemente particulare ale istoricului căutărilor.	descrierea pe care o oferă trebuie să reflecte acest fapt, utilizând un limbaj simplu și inteligibil. În mod similar, simpla descriere a faptului că parametrul principal poate fi afectat de „istoricul căutărilor” poate fi considerată insuficient de specifică, mai ales în cazul în care furnizorul știe că sunt luate în considerare numai anumite elemente particulare ale istoricului căutărilor.		
99. Atunci când se elaborează descrierea parametrilor principali, inclusiv argumentele în favoarea importanței lor relative, este important ca furnizorii să fie clari și să evite confuzia. De exemplu, dacă unul dintre parametrii principali este „calitatea”, furnizorii ar trebui să aibă în vedere descrierea exactă a ce anume înseamnă „calitatea” în scopul mecanismelor lor de ierarhizare, deoarece aceasta este susceptibilă să fie înțeleasă și măsurată în moduri diferite de la serviciu la serviciu. Un alt exemplu ar putea fi cazul în care un parametru se bazează pe un punctaj primit, caz în care furnizorii ar trebui să aibă în vedere descrierea factorilor luați în considerare la acordarea punctajului. Aceste descrieri ar trebui, ori de câte ori este posibil, să se refere la factori obiectivi, de exemplu la categoriile de produse sau la unitățile/benzile de prețuri. În mod similar, în cazul recenziilor, ponderea diferitelor tipuri de recenzii în punctajul general și poziția utilizatorului în ierarhie pot varia în funcție, de exemplu, de produsul sau serviciul specific pe care îl	114. La elaborarea descrierii parametrilor principali, inclusiv argumentele în favoarea importanței lor relative, furnizorii vor utiliza formulări clare și vor evita ambiguitățile. În cazul în care unul dintre parametrii principali este „calitatea”, furnizorii trebuie să includă descrierea exactă ce anume înseamnă „calitatea” în scopul mecanismelor lor de ierarhizare, deoarece aceasta este susceptibilă să fie înțeleasă și măsurată în moduri diferite de la serviciu la serviciu. În situația în care un parametru se bazează pe un punctaj primit, furnizorii indică descrierea factorilor luați în considerare la acordarea punctajului. Aceste descrieri trebuie, să se refere la factori obiectivi, de exemplu la categoriile de produse sau la unitățile/benzile de prețuri. În mod similar, în cazul recenziilor, ponderea diferitelor tipuri de recenzii în punctajul general și poziția utilizatorului în ierarhie pot varia în funcție, de exemplu, de produsul sau serviciul specific pe care îl caută consumatorul. Un exemplu ar putea fi restaurantele care oferă atât servire la	**Compatibil**	

caută consumatorul. Un exemplu ar putea fi restaurantele care oferă atât servire la masă, cât și livrări la domiciliu, servicii pentru care diferiți factori pot fi mai mult sau mai puțin importanți. Dacă este cazul, acest lucru ar trebui explicat, oferindu-se informații mai detaliate decât cele evidente. Același lucru este valabil și într-un scenariu în care recenziilor mai recente li se atribuie o pondere mai mare față de recenziile mai vechi.	masă, cât și livrări la domiciliu, servicii pentru care diferiți factori pot fi mai mult sau mai puțin importanți. Dacă este cazul, acest lucru trebuie explicat, oferindu-se informații mai detaliate decât cele evidente. Același lucru este valabil și într-un scenariu în care recenziilor mai recente li se atribuie o pondere mai mare față de recenziile mai vechi.		
100. Atunci când acest lucru este relevant pentru îndeplinirea cerințelor prevăzute la articolul 5, furnizorii ar putea include și explicații bazate pe modul în care strategia internă a unei societăți poate afecta ce anume văd consumatorii în cadrul serviciului, de exemplu în cazul în care parametrii principali pot fi afectați prin stimularea ofertelor de anumite bunuri pe baza propriei evaluări a furnizorilor a următoarei mari tendințe în materie de consum. Descrierea furnizată ar trebui să conțină suficiente detalii cu privire la elementele luate în considerare pentru luarea unor astfel de decizii, astfel încât să li se ofere utilizatorilor explicații semnificative ale parametrilor principali.	115. În măsura în care acest lucru este relevant pentru îndeplinirea cerințelor prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025, furnizorii pot include explicații privind modul în care strategia internă a unei întreprinderi poate influența ce anume văd consumatorii în cadrul serviciului, de exemplu în cazul în care parametrii principali pot fi afectați prin stimularea ofertelor de anumite bunuri pe baza propriei evaluări a furnizorilor a următoarei mari tendințe în materie de consum. În aceste cazuri, descrierea furnizată trebuie să includă suficiente detalii cu privire la elementele avute în vedere la adoptarea acestor decizii, astfel încât să li se ofere utilizatorilor explicații semnificative ale parametrilor principali.	**Compatibil**	
6.3. Nivelul de detaliere privind remunerația directă și indirectă 101. În cazul în care parametrii principali utilizați includ posibilitatea influențării poziției în ierarhie în schimbul unei remunerații, furnizorii în cauză ar trebui să ia în considerare modul în care au	**Secțiunea 4. Nivelul de detaliere privind remunerația directă și indirectă** 116. În cazul în care parametrii principali utilizați includ posibilitatea influențării poziției în ierarhie în schimbul unei remunerații, furnizorii descriu modul în	**Compatibil**	

conceput aceste opțiuni. În astfel de cazuri, o bună practică ar putea fi ca descrierea opțiunilor de „ierarhizare plătită” și a amplorii impactului acestora să fie însoțită de o explicație a rațiunilor economice care stau la baza opțiunii respective, precum și a impactului potențial al acesteia.	care au conceput aceste opțiuni. În astfel de cazuri, descrierea opțiunilor de „ierarhizare plătită” și a amplorii impactului acestora, trebuie să fie însoțită de o explicație a rațiunilor economice care stau la baza opțiunii respective, precum și a impactului potențial al acesteia.		
102. Dacă este cazul, descrierea opțiunilor de ierarhizare plătită ar putea, ca bună practică, să facă trimitere încrucișată la descrierile furnizate în temeiul articolului 7 alineatul (3) literele (c) și (d), referitoare la tratamentul diferențiat. Tratamentul diferențiat poate constitui un „parametru principal” în temeiul articolului 5. Pe lângă descrierea sa prevăzută de dispoziția respectivă, trimiterea încrucișată va indica utilizatorilor „principalele considerente economice, comerciale sau juridice” care stau la baza tratamentului diferențiat aplicat propriilor servicii sau bunuri ale furnizorilor, pe care furnizorii trebuie să le prezinte în temeiul articolului 7 alineatul (1).	117. După caz, descrierea opțiunilor de ierarhizare plătită poate să facă trimitere încrucișată la descrierile furnizate în temeiul art. 7 alin. (3) literele (c) și (d) din Legea nr. 53/2025 referitoare la tratamentul diferențiat. Tratamentul diferențiat poate constitui un „parametru principal” în sensul art. 5 din Legea nr. 53/2025. În aceste situații, descrierea indică utilizatorilor, în conformitate cu art. 7 alin. (1) din aceeași lege, „principalele considerente economice, comerciale sau juridice” care stau la baza tratamentului diferențiat aplicat propriilor servicii sau bunuri ale furnizorilor.	**Compatibil**	
6.4. Cerința ca descrierea să fie redactată într-un limbaj simplu și inteligibil 103. Astfel cum s-a menționat anterior, în temeiul articolului 5 alineatele (1) și (2) coroborat cu articolul 3 alineatul (1), descrierile principalilor parametri de ierarhizare trebuie să fie redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.	**Secțiunea 4. Cerința ca descrierea să fie redactată într-un limbaj simplu și inteligibil** 118. În conformitate cu art. 5 alin. (1) și (2) coroborat cu art. 3 alin. (1) din Legea nr. 53/2025, descrierile principalilor parametri de ierarhizare se redactează într-un limbaj simplu și inteligibil.	**Compatibil**	
104. Fiecare furnizor ar trebui să verifice	119. Furnizorii asigură că descrierea	**Compatibil**	

dacă descrierea sa îndeplinește această cerință. Pentru ca descrierea să fie clară și ușor de citit, ar trebui să se acorde atenție modului în care aceasta este prezentată.	parametrilor principali îndeplinește cerința prevăzută la pct. 118. În acest scop, la elaborarea descrierii se acordă atenție modului de prezentare a informațiilor, astfel încât acestea să fie clare și ușor de citit.		
105. În cursul redactării, furnizorii ar trebui, de asemenea, să aibă în vedere cui i se adresează descrierea. În anumite cazuri, pot fi adecvate și necesare descrieri mai tehnice, ținând cont de faptul că acestea sunt destinate utilizatorilor profesioniști. Fără a aduce atingere cerinței de utilizare a unui limbaj simplu și inteligibil, se poate presupune că, în principiu, profesioniștii necesită și sunt în măsură să înțeleagă informații mai detaliate și mai tehnice decât consumatorii.	120. La redactarea descrierii, furnizorii țin cont de categoria de destinatari ai informațiilor. În cazul utilizatorilor profesionali, pot fi adecvate și necesare descrieri mai tehnice. Fără a aduce atingere cerinței de utilizare a unui limbaj simplu și inteligibil, se poate presupune că, în principiu, profesioniștii necesită și sunt în măsură să înțeleagă informații mai detaliate și mai tehnice decât consumatorii.	**Compatibil**	
6.5. Instrumente de prezentare 106. Fiecare furnizor trebuie să decidă singur care este cel mai bun mod de a concepe descrierea parametrilor principali de ierarhizare în cadrul serviciilor sale. Ar putea fi necesar ca furnizorul să aibă în vedere și alte tehnici pe lângă descrierea scrisă și să includă acțiuni suplimentare care să îi poată ajuta pe utilizatori să înțeleagă adecvat modul în care funcționează mecanismul de ierarhizare în cauză. Aceste acțiuni suplimentare pot fi adaptate pentru a răspunde nevoilor diferite ale diferiților utilizatori.	**Secțiunea 5. Instrumente de prezentare** 121. Furnizorii stabilesc modalitatea de elaborare și prezentare a descrierii parametrilor principali de ierarhizare în cadrul serviciilor lor. În vederea facilitării înțelegerii modului în care funcționează mecanismul de ierarhizare de către utilizatori, furnizorul poate adăuga și alte tehnici pe lângă descrierea scrisă și să includă acțiuni suplimentare. Aceste acțiuni suplimentare pot fi adaptate pentru a răspunde nevoilor diferite ale diferiților utilizatori.	**Compatibil**	
107. Pentru a explica efectul „remunerației directe și indirecte” asupra	122. Pentru a explica efectul „remunerației directe și indirecte” asupra	**Compatibil**	

poziției în ierarhie în situații în care aceasta constituie un „parametru principal”, o explicație scrisă ar putea fi, de exemplu, combinată cu instrumente tehnologice precum un simulator dinamic al efectelor anticipate ale remunerației asupra poziției în ierarhie și a amplorii efectelor acesteia. Explicația oferită ar trebui, în principiu, să indice în mod clar care sunt efectele utilizării diferitelor tehnici în mod individual sau în combinație cu altele/mecanismul de ierarhizare normal, dacă acesta este modul în care funcționează opțiunile în cadrul serviciului în cauză. Ar putea fi util ca furnizorii să analizeze dacă acest lucru se poate realiza făcând comparație cu un scenariu de referință.	poziției în ierarhie în situații în care aceasta constituie un „parametru principal”, o explicație scrisă ar putea fi, de exemplu, combinată cu instrumente tehnologice precum un simulator dinamic al efectelor anticipate ale remunerației asupra poziției în ierarhie și a amplorii efectelor acesteia. Explicația oferită trebuie să indice în mod clar care sunt efectele utilizării diferitelor tehnici în mod individual sau în combinație cu altele/mecanismul de ierarhizare normal, dacă acesta este modul în care funcționează opțiunile în cadrul serviciului în cauză. Ar putea fi util ca furnizorii să analizeze dacă acest lucru se poate realiza făcând comparație cu un scenariu de referință.		
108. O serie de tehnici de bază îi pot ajuta pe utilizatori să parcurgă informațiile furnizate. Se pot folosi tehnici simple precum utilizarea unei structuri clare, cu rubrici și subrubrici, care să poată face legătura cu acțiunile suplimentare descrise mai sus.	123. Pentru a facilita parcurgerea și înțelegerea informațiilor furnizate utilizatorilor, pot fi utilizate o serie de tehnici de bază. Se pot folosi tehnici simple precum utilizarea unei structuri clare, cu rubrici și subrubrici, care să poată face legătura cu acțiunile suplimentare descrise mai sus.	**Compatibil**	
109. Furnizorii pot lua în considerare posibilitatea de a utiliza instrumentele disponibile sau de a testa o abordare posibilă în cadrul unui grup de utilizatori pentru a se asigura că descrierea este înțeleasă în modul dorit sau de a încorpora un mijloc prin care să obțină feedback de la utilizatori cu privire la utilitatea descrierii și la adecvarea nivelului de detaliere a acesteia. Un alt mod de a obține acest feedback poate fi	124. Furnizorii pot utiliza, după caz, instrumentele disponibile sau de a testa o abordare posibilă în cadrul unui grup de utilizatori pentru a se asigura că descrierea este înțeleasă în modul dorit sau de a încorpora un mijloc prin care să obțină feedback de la utilizatori cu privire la utilitatea descrierii și la adecvarea nivelului de detaliere a acesteia. Un alt mod de a obține acest feedback poate fi testarea descrierii în	**Compatibil**	

testarea descrierii în cadrul unui grup reprezentativ de utilizatori. Deși nu sunt necesare în mod expres, astfel de măsuri pot contribui la asigurarea respectării de către furnizori a cerințelor prevăzute la articolul 5.	cadrul unui grup reprezentativ de utilizatori. Deși nu sunt necesare în mod expres, astfel de măsuri pot contribui la asigurarea respectării de către furnizori a cerințelor prevăzute la art. 5 din Legea nr. 53/2025.		
7. UNDE AR TREBUI SĂ FIE DESCRIȘI PARAMETRII PRINCIPALI **7.1. Serviciile de intermediere online** 110. Articolul 5 alineatul (1) impune furnizorilor de servicii de intermediere online să stabilească descrierea principalilor parametri, inclusiv argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali, în termenii și condițiile lor.	**CAPITOLUL VII** **UNDE AR TREBUI SĂ FIE DESCRIȘI PARAMETRII PRINCIPALI** **Secțiunea 1. Serviciile de intermediere online** 125. În conformitate cu art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să stabilească descrierea principalilor parametri, inclusiv argumentele în favoarea importanței relative a respectivilor parametri principali, în termenii și condițiile lor.	**Compatibil**	
111. Ar trebui notat faptul că „termeni și condiții” reprezintă o noțiune largă, definită la articolul 2 punctul 10 ca incluzând: „toți termenii și condițiile sau specificațiile, indiferent de denumirea sau forma sub care sub prezentate, care reglementează relația contractuală” dintre furnizorul unor astfel de servicii și utilizatori, fiind stabilite în mod unilateral de către furnizorul respectiv. Cu alte cuvinte, deși descrierea poate lua forme diferite, aceasta poate fi considerată în continuare ca fiind stabilită în termenii și condițiile furnizorului, în conformitate cu articolul 5 alineatul (1).	126. Noțiunea de „termeni și condiții” are sens larg și, potrivit art. 2 pct. 13 din Legea nr. 53/2025, include „toți termenii și condițiile sau specificațiile, indiferent de denumirea sau forma sub care sub prezentate, care reglementează relația contractuală” dintre furnizorul unor astfel de servicii și utilizatori, fiind stabilite în mod unilateral de către furnizorul respectiv. În consecință, deși descrierea poate lua forme diferite, aceasta poate fi considerată în continuare ca fiind stabilită în termenii și condițiile furnizorului, în conformitate cu art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	

112. Deși descrierea parametrilor principali de ierarhizare trebuie să facă parte din termeni și condiții, furnizorii de servicii de intermediere online pot alege modul cel mai potrivit de a o comunica întreprinderilor utilizatoare ale serviciilor lor de intermediere online și de a o pune în evidență. Furnizorii ar putea, de exemplu, să ia măsuri care să direcționeze întreprinderile utilizatoare la locul exact al descrierii și/sau să o includă în secțiunile de întrebări și răspunsuri, tutoriale, instrucțiuni, ferestre pop-up, mesaje video sau pot opta pentru alte forme. În orice caz, informațiile nu ar trebui să fie lipsite de coerență, nici să fie împrăștiate în cadrul unor instrumente sau suporturi diferite, dacă rezultatul este că informațiile nu mai sunt disponibile cu ușurință sau nu mai sunt simple și inteligibile.	127. Deși descrierea parametrilor principali de ierarhizare face parte din termeni și condiții, furnizorii de servicii de intermediere online pot stabili modul cel mai potrivit de a o comunica întreprinderilor utilizatoare ale serviciilor lor de intermediere online și de punere în evidență. Furnizorii pot, după caz, să ia măsuri care să direcționeze întreprinderile utilizatoare la locul exact al descrierii și/sau să o includă în secțiunile de întrebări și răspunsuri, tutoriale, instrucțiuni, ferestre pop-up, mesaje video sau pot opta pentru alte forme. În niciun caz, informațiile nu ar trebui să fie lipsite de coerență sau să fie împrăștiate în cadrul unor instrumente sau suporturi diferite, dacă rezultatul este că informațiile nu mai sunt disponibile cu ușurință sau nu mai sunt simple și inteligibile.	**Compatibil**	
113. Fără a aduce atingere soluțiilor de la caz la caz pe care furnizorii le pot utiliza, aceștia ar putea lua în considerare posibilitatea creării unui singur punct de comunicare (de exemplu, într-un „tablou de bord” al utilizatorului) care ar putea indexa toate instrumentele informaționale relevante disponibile pentru a explica transparența ierarhizării sau ar putea face trimitere la acestea. În mod alternativ, informațiile ar putea fi duplicate în cadrul diferitelor instrumente informaționale – cu condiția ca cerințele legale prevăzute la articolele 3 și 5 să fie îndeplinite.	128. Fără a aduce atingere soluțiilor de la caz la caz pe care furnizorii le pot utiliza, aceștia pot avea în vedere crearea unui singur punct de comunicare (de exemplu, într-un „tablou de bord” al utilizatorului) care să indexeze toate instrumentele informaționale relevante disponibile pentru explicarea transparenței ierarhizării sau să facă trimitere la acestea. Alternativ, informațiile pot fi duplicate în cadrul diferitelor instrumente informaționale, cu condiția ca cerințele legale prevăzute la art. 3 și 5 din Legea nr. 53/2025 să fie respectate.	**Compatibil**	
114. În conformitate cu articolul 3 alineatul (1) litera (b), termenii și	129. În conformitate cu art. 3 alin. (1) lit. (b) din Legea nr. 53/2025, termenii și	**Compatibil**	

condițiile furnizorilor de servicii de intermediere online trebuie să fie ușor accesibile pentru întreprinderile utilizatoare pe parcursul tuturor etapelor relației lor, inclusiv înainte de încheierea unui contract cu respectivii furnizori. Prin urmare, toate aceste informații ar trebui să fie disponibile și pentru întreprinderile utilizatoare potențiale.	condițiile furnizorilor de servicii de intermediere online trebuie să fie ușor accesibile pentru întreprinderile utilizatoare pe parcursul tuturor etapelor relației lor, inclusiv înainte de încheierea unui contract cu respectivii furnizori. Prin urmare, toate aceste informații trebuie să fie disponibile și pentru întreprinderile utilizatoare potențiale.		
7.2. Motoarele de căutare 115. Articolul 5 alineatul (2) impune furnizorilor de motoare de căutare online să furnizeze „o descriere ușor accesibilă publicului [...] cu privire la motoarele de căutare online ale furnizorilor în cauză”.	**Secțiunea 2. Motoarele de căutare** 130. Art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025 prevede că furnizorii de motoare de căutare online trebuie să asigure „o descriere ușor accesibilă publicului [...] cu privire la motoarele de căutare online ale furnizorilor în cauză”.	**Compatibil**	
116. Acest lucru implică faptul ca descrierea să fie amplasată într-un loc accesibil cu ușurință de pe pagina web a motorului de căutare online, care poate fi o zonă care nu impune utilizatorilor să se conecteze sau să se înregistreze pentru a putea citi descrierea.	131. Aceasta presupune ca descrierea să fie plasată într-un loc accesibil cu ușurință de pe pagina web a motorului de căutare online, care poate fi o zonă care nu impune utilizatorilor să se conecteze sau să se înregistreze pentru a putea citi descrierea.	**Compatibil**	
117. În limitele stabilite la articolul 5 alineatul (2), furnizorului de motoare de căutare online îi revine sarcina de a evalua și de a decide locul în care furnizează descrierea necesară privind ierarhizarea. În vederea luării acestei decizii, furnizorul ar putea avea în vedere cum se comportă utilizatorii serviciului său, pentru a găsi o soluție care să corespundă acestui comportament. De exemplu, dacă utilizatorii folosesc serviciul deoarece produce rezultate cu un singur clic, același principiu ar putea	132. În limitele prevăzute la art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025, furnizorului de motoare de căutare online îi revine responsabilitatea de a evalua și de a stabili locul în care furnizează descrierea necesară privind ierarhizarea. În acest scop, furnizorul poate lua în considerare comportamentul utilizatorilor serviciului său, astfel încât soluția adoptată să fie adecvată acestui comportament. De exemplu, în situația în care utilizatorii folosesc serviciul deoarece produce rezultate cu un singur clic, același	**Compatibil**	

fi aplicat și în cazul descrierii. Acest lucru ar putea însemna că, dacă o descriere este accesată prin intermediul unui link, linkul ar trebui să ducă direct la descriere, fără să fie nevoie de o navigare suplimentară pentru a o găsi.	principiu ar putea fi aplicat și în cazul descrierii. Acest lucru ar putea însemna că, dacă o descriere este accesată prin intermediul unui link, linkul ar trebui să ducă direct la descriere, fără să fie nevoie de o navigare suplimentară pentru a o găsi.		
118. În mod similar, furnizorul de motoare de căutare online ar putea avea în vedere, de asemenea, metodele utilizate cu succes în cadrul serviciului său pentru a atrage atenția utilizatorilor asupra anumitor caracteristici care există deja. Acest lucru poate fi realizat, de exemplu, prin utilizarea de pictograme, tabulatoare sau bannere. Prin urmare, utilizarea unei metode similare ar putea să asigure faptul că descrierea este accesibilă cu ușurință și amplasată într-un mod la care utilizatorii serviciului se așteaptă sau cu care sunt obișnuiți.	133. De asemenea, furnizorul de motoare de căutare online poate utiliza metodele utilizate cu succes în cadrul serviciului său pentru a atrage atenția utilizatorilor asupra anumitor caracteristici care există deja. Acest lucru poate fi realizat, de exemplu, prin utilizarea de pictograme, tabulatoare sau bannere. Prin urmare, utilizarea unei metode similare poate asigura faptul că descrierea este accesibilă cu ușurință și amplasată într-un mod la care utilizatorii serviciului se așteaptă sau cu care sunt obișnuiți.	**Compatibil**	
119. Furnizorii de motoare de căutare online ar putea avea în vedere, de asemenea, modul în care serviciile lor sunt accesate de către utilizatori. Dacă accesarea se face, de exemplu, prin utilizarea asistenților vocali, furnizorii ar putea avea în vedere modul în care utilizatorii serviciului lor ar putea găsi soluții pentru a avea acces la alte informații despre serviciu. Dacă aceasta este o modalitate eficace, furnizorii ar putea să o reproducă pentru a le permite utilizatorilor profesionali de site-uri să găsească descrierea în același mod.	134. În plus, furnizorii de motoare de căutare online pot lua în considerare, modul în care serviciile lor sunt accesate de către utilizatori. Dacă accesarea se face, de exemplu, prin utilizarea asistenților vocali, furnizorii pot avea în vedere modul în care utilizatorii serviciului lor ar putea găsi soluții pentru a avea acces la alte informații despre serviciu. Dacă aceasta este o modalitate eficace, furnizorii pot să o reproducă pentru a le permite utilizatorilor profesionali de site-uri să găsească descrierea în același mod.	**Compatibil**	
8. CÂND AR TREBUI MODIFICATĂ DESCRIEREA	**CAPITOLUL VIII CÂND AR TREBUI MODIFICATĂ**	**Compatibil**	

PARAMETRILOR PRINCIPALI? **8.1. Actualizarea descrierilor** 120. Cu toate că doar articolul 5 alineatul (2) conține o cerință expresă privind actualizarea descrierii parametrilor principali de ierarhizare, o cerință similară este implicită la articolul 5 alineatul (1). Această din urmă dispoziție impune, la urma urmei, o descriere a principalilor parametri pe baza cărora se stabilește ierarhia, nu a principalilor parametri pe baza cărora s-a stabilit ierarhia. În plus, în această situație, descrierea trebuie să fie stabilită în termenii serviciului, pe care furnizorul îi va actualiza. În caz contrar, obiectivul de îmbunătățire a previzibilității nu ar putea fi atins, iar descrierea nu ar fi bazată pe date reale, contrar explicațiilor din considerentul 27.	**DESCRIEREA PARAMETRILOR PRINCIPALI** **Secțiunea 1. Actualizarea descrierilor** 135. Deși numai art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025 prevede în mod expres obligația de actualizare a descrierii parametrilor principali de ierarhizare, o cerință similară se poate deduce și din art. 5 alin. (1) din aceeași lege. Această prevedere impune o descriere a parametrilor principali pe baza cărora se stabilește ierarhia, nu a parametrilor principali pe baza cărora s-a stabilit ierarhia. În plus, în această situație, descrierea trebuie să fie stabilită în termenii serviciului, pe care furnizorul îi va actualiza. În lipsa acestei actualizări, obiectivul de creștere a previzibilității nu poate fi atins, iar descrierea nu ar reflecta date reale.		
121. În consecință, furnizorii trebuie să actualizeze descrierile necesare. În acest scop, furnizorii pot fi nevoiți să analizeze în mod regulat dacă îndeplinesc în continuare această cerință juridică sau dacă descrierile trebuie să fie actualizate. Furnizorii au libertatea de a elabora sisteme proprii pentru a stabili dacă, când și cum vor face acest lucru, având în vedere elemente precum frecvența efectuării modificărilor, efectele unor astfel de modificări și momentele în care experimentele (de exemplu, testarea de tip A/B) și alte tehnici (de exemplu, învățarea automată) utilizate în cadrul	136. În consecință, furnizorii sunt obligați să actualizeze descrierile necesare. În acest scop, furnizorii trebuie să analizeze în mod regulat dacă îndeplinesc în continuare această cerință juridică sau dacă descrierile trebuie să fie actualizate. Furnizorii au libertatea de a elabora sisteme proprii pentru a stabili dacă, când și cum vor face acest lucru, având în vedere elemente precum frecvența efectuării modificărilor, efectele unor astfel de modificări și momentele în care experimentele (de exemplu, testarea de tip A/B) și alte tehnici (de exemplu, învățarea automată)	**Compatibil**	

serviciilor lor pot determina schimbări ale „principalilor parametri” pe baza cărora se stabilește ierarhia.	utilizate în cadrul serviciilor lor pot determina schimbări ale „principalilor parametri” pe baza cărora se stabilește ierarhia.		
122. În cazul în care rezultatul analizei individuale arată că este necesară o actualizare a descrierii principalilor parametri de ierarhizare, furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să notifice în prealabil modificările respective întreprinderilor utilizatoare, în conformitate cu articolul 3 (a se vedea secțiunea 9.1 de mai jos). Pentru furnizorii de motoare de căutare online nu există o astfel de cerință, deoarece aceștia trebuie să asigure accesul public la descrierile lor [articolul 5 alineatul (2)].	137. În cazul în care rezultatul analizei individuale arată că este necesară o actualizare a descrierii principalilor parametri de ierarhizare, furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să notifice în prealabil modificările respective întreprinderilor utilizatoare, în conformitate cu art. 3 din Legea nr. 53/2025 (a se vedea Capitolul IX, secțiunea 1). Pentru furnizorii de motoare de căutare online nu există o astfel de cerință, întrucât aceștia trebuie să asigure accesul public la descrierile lor conform art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
8.2. Modificări temporare 123. Furnizorii ar trebui să stabilească, de la caz la caz, dacă modificările aduse mecanismelor lor de ierarhizare, inclusiv cele cu caracter temporar, duc la o modificare a „parametrilor principali” și necesită o modificare a descrierilor acestora pentru a asigura respectarea articolului 5.	**Secțiunea 2. Modificări temporare** 138. Furnizorii trebui să stabilească, de la caz la caz, dacă modificările aduse mecanismelor lor de ierarhizare, inclusiv cele cu caracter temporar, determină modificarea „parametrilor principali” și impun modificarea descrierilor acestora, în vederea respectării prevederilor art. 5 din Legea nr. 53/2025.	**Compatibil**	
124. Furnizorii nu ar trebui să presupună că natura temporară a modificărilor aduse parametrilor, ponderării sau altor elemente ale ierarhizării înseamnă neapărat că nu este necesară modificarea descrierii parametrilor principali. De exemplu, evenimentele cu caracter excepțional, cum ar fi evenimentele sportive, pot genera o creștere	139. Natura temporară a modificărilor aduse parametrilor, ponderării sau altor elemente ale ierarhizării, nu exonerează furnizorii de obligația de a actualiza descrierile parametrilor principali, atunci când este cazul. De exemplu, evenimentele cu caracter excepțional, cum ar fi evenimentele sportive, pot genera o creștere semnificativă a cererii	**Compatibil**	

semnificativă a cererii din partea consumatorilor, ceea ce poate duce la modificări temporare ale parametrilor principali pe baza cărora se stabilește ierarhia. Același lucru este valabil și pentru evenimente promoționale precum „Black Friday”, sezonul sărbătorilor sau perioadele de vânzări sezoniere, cum ar fi cea dinainte de Crăciun. Atunci când furnizorii își modifică metodele de ierarhizare „standard” în astfel de cazuri, de exemplu prin acordarea unei ponderi mai mari anumitor parametri (de exemplu „viteza de livrare”, „prețul” sau alte noțiuni, cum ar fi „atractivitatea mărcii” sau „calitatea”, care ar putea combina mai mulți factori), adăugând parametri noi sau eliminând unii parametri, iar modificările respective afectează parametrii principali, furnizorii ar trebui să adapteze descrierea acestora.	din partea consumatorilor, ceea ce conduce la modificări temporare ale parametrilor principali pe baza cărora se stabilește ierarhia. Aceeași regulă se aplică și pentru evenimente promoționale precum „Black Friday”, sezonul sărbătorilor sau perioadele de vânzări sezoniere, cum ar fi cea dinainte de Crăciun. În situațiile în care furnizorii își modifică metodele de ierarhizare „standard”, de exemplu prin acordarea unei ponderi mai mari anumitor parametri (de exemplu „viteza de livrare”, „prețul” sau alte noțiuni, cum ar fi „atractivitatea mărcii” sau „calitatea”, care ar putea combina mai mulți factori), adăugând parametri noi sau eliminând unii parametri, iar modificările respective afectează parametrii principali, furnizorii trebuie să adapteze descrierea acestora.		
125. De asemenea, ca bună practică, furnizorii pot încerca să reflecte în descrierea principalilor parametri de ierarhizare eventualele caracteristici dinamice „regulate” ale mecanismelor lor de ierarhizare. Faptul că acestea sunt o caracteristică „regulată” poate însemna că ele sunt un „parametru principal” sau un argument în favoarea importanței relative a parametrilor principali. De exemplu, un furnizor al unei piețe de comerț electronic online poate dori să mărească din punct de vedere structural ponderea parametrului „preț” în timpul unui anumit eveniment comercial recurent.	140. Ca bună practică, furnizorii pot reflecta în descrierea principalilor parametri de ierarhizare eventualele caracteristici dinamice „regulate” ale mecanismelor lor de ierarhizare. Faptul că acestea sunt o caracteristică „regulată” poate însemna că ele sunt un „parametru principal” sau un argument în favoarea importanței relative a parametrilor principali. De exemplu, un furnizor al unei piețe de comerț electronic online poate dori să mărească din punct de vedere structural ponderea parametrului „preț” în timpul unui anumit eveniment comercial recurent.	**Compatibil**	

8.3. Experimente 126. În cazul în care furnizorii utilizează experimente, inclusiv testarea de tip A/B a unor modificări sau mecanisme de combatere a fraudei care se schimbă regulat, aceștia trebuie să analizeze, de la caz la caz, dacă și, în caz afirmativ, în ce mod acest lucru afectează ierarhizarea în cadrul serviciilor lor și, în special, dacă se impune modificarea descrierii principalilor parametri de ierarhizare prevăzute la articolul 5. Ca regulă generală, furnizorii ar putea lua în considerare în acest context elemente precum frecvența și impactul experimentelor, precum și dimensiunea publicului testat sau a regiunii geografice afectate de testare.	**Secțiunea 3. Experimente** 141. În cazul în care furnizorii utilizează experimente, inclusiv testarea de tip A/B a unor modificări sau mecanisme de combatere a fraudei care se schimbă regulat, aceștia trebuie să analizeze, de la caz la caz, dacă și, în caz afirmativ, în ce mod acest lucru afectează ierarhizarea în cadrul serviciilor lor și, în special, dacă impune modificarea descrierii principalilor parametri de ierarhizare, conform art. 5 din Legea nr. 53/2025. În cadrul acestei analize, furnizorii pot lua în considerare, după caz, elemente precum frecvența și impactul experimentelor, precum și dimensiunea publicului testat sau a regiunii geografice afectate de testare.	**Compatibil**	
127. În cazurile în care experimentele sunt efectuate „în direct” (ceea ce înseamnă că „publicul testat” nu poate fi neapărat diferențiat de „restul” bazei de utilizatori), este posibil ca experimentele să afecteze vizibilitatea relativă a bunurilor și serviciilor oferite de toți utilizatorii. În consecință, ca prim pas, furnizorii ar trebui să se gândească dacă experimentele lor se desfășoară sau nu într-un mediu de testare cu adevărat izolat. Dacă experimentele individuale nu sunt izolate, furnizorii ar trebui să analizeze în special (a) dacă experimentul în sine are un impact asupra ierarhizării și, în caz afirmativ, dacă parametrul testat este un „parametru principal” care trebuie	142. În cazurile în care experimentele sunt efectuate „în direct” (ceea ce înseamnă că „publicul testat” nu poate fi neapărat diferențiat de „restul” bazei de utilizatori), este posibil ca acestea să afecteze vizibilitatea relativă a bunurilor și serviciilor oferite de toți utilizatorii. În aceste situații, furnizorii trebuie să analizeze în primul rând dacă experimentele lor se desfășoară sau nu într-un mediu de testare cu adevărat izolat. Dacă experimentele individuale nu sunt izolate, furnizorii trebuie să analizeze în special: 142.1 dacă experimentul în sine are un impact asupra ierarhizării și, în caz afirmativ, dacă parametrul testat este un „parametru principal” care trebuie	**Compatibil**	

descris, precum și (b) dacă și când implementarea completă a experimentului va însemna că parametrul testat va modifica mecanismul de ierarhizare și va fi un „parametru principal” care trebuie descris.	descris, precum și 142.2 dacă și când implementarea completă a experimentului va însemna că parametrul testat va modifica mecanismul de ierarhizare și va fi un „parametru principal” care trebuie descris.		
9. PAȘII DE URMAT ÎN VEDEREA ACTUALIZĂRII DESCRIERII PARAMETRILOR PRINCIPALI **9.1. Cerința ca serviciile de intermediere online să notifice modificările propuse** 128. Descrierea parametrilor principali pe baza cărora se stabilește ierarhia trebuie să fie inclusă în termenii și condițiile furnizorilor de servicii de intermediere online [articolul 5 alineatul (1)]. În temeiul articolului 3 alineatul (2), atunci când furnizorii respectivi intenționează să își modifice termenii și condițiile, aceștia trebuie să notifice modificările propuse întreprinderilor utilizatoare cu cel puțin 15 zile înainte de a le aplica. Singura excepție de la aplicarea perioadei de preaviz este cazul în care furnizorul de servicii de intermediere online: (a) face obiectul unei obligații juridice sau regulamentare de a modifica termenii și condițiile într-un mod care nu îi permite să respecte perioada de preaviz; sau (b) trebuie în mod excepțional să-și modifice termenii și condițiile pentru a face față unui pericol neprevăzut și	**CAPITOLUL IX** **PAȘII DE URMAT ÎN VEDEREA ACTUALIZĂRII DESCRIERII PARAMETRILOR PRINCIPALI** **Secțiunea 1. Cerința ca serviciile de intermediere online să notifice modificările propuse** 143. Descrierea parametrilor principali pe baza cărora se stabilește ierarhia trebuie inclusă în termenii și condițiile furnizorilor de servicii de intermediere online, conform art. 5 alin. (1) din Legea nr. 53/2025. În temeiul art. 3 alin. (2) din aceeași lege, atunci când furnizorii respectivi intenționează să modifice termenii și condițiile, aceștia trebuie să notifice modificările propuse întreprinderilor utilizatoare cu cel puțin 15 zile înainte de a le aplica. Excepție de la aplicarea perioadei de preaviz este cazul în care furnizorul de servicii de intermediere online: 143.1 face obiectul unei obligații juridice de a modifica termenii și condițiile într-un mod care nu îi permite să respecte perioada de preaviz; sau 143.2 trebuie în mod excepțional să-și modifice termenii și condițiile	**Compatibil**	

iminent legat de apărarea serviciilor de intermediere online, a consumatorilor săi sau a întreprinderilor utilizatoare de fraudă, de programe malware, de mesaje spam, de încălcări ale securității datelor sau de alte riscuri în materie de securitate cibernetică. În plus, perioada de preaviz nu se aplică în cazul unor modificări care sunt doar de natură editorială (și anume modificări care nu schimbă conținutul sau sensul termenilor și condițiilor). Noțiunea de „modificări editoriale” exclude în mod necesar modificările aduse „parametrilor principali”, întrucât acestea vor schimba conținutul sau sensul termenilor și condițiilor.	pentru a face față unui pericol neprevăzut și iminent legat de apărarea serviciilor de intermediere online, a consumatorilor săi sau a întreprinderilor utilizatoare de fraudă, de programe malware, de mesaje spam, de încălcări ale securității datelor sau de alte riscuri în materie de securitate cibernetică. În plus, perioada de preaviz nu se aplică în cazul unor modificări care sunt doar de natură editorială (și anume modificări care nu schimbă conținutul sau sensul termenilor și condițiilor). Noțiunea de „modificări editoriale” exclude în mod necesar modificările aduse „parametrilor principali”, întrucât acestea vor schimba conținutul sau sensul termenilor și condițiilor.		
129. Acest lucru înseamnă că, în cazul în care descrierea parametrilor principali se schimbă, în principiu trebuie să se acorde un preaviz de cel puțin 15 zile întreprinderilor utilizatoare înainte ca modificările să poată produce efecte. Este important să se ia act de faptul că notificarea cu 15 zile înainte este cerința minimă legală. Conform articolului 3 alineatul (2), se impun perioade mai lungi de preaviz dacă acest lucru este necesar pentru a le permite întreprinderilor utilizatoare să efectueze adaptări tehnice sau comerciale pentru a se conforma modificărilor în cauză.	144. În cazul în care descrierea parametrilor principali se schimbă, furnizorii trebuie să acorde, în principiu, un preaviz de cel puțin 15 zile întreprinderilor utilizatoare înainte ca modificările să producă efecte. Această perioadă reprezintă cerința minimă legală, iar, după caz, conform art. 3 alin. (2) din Legea nr. 53/2025, se impun perioade mai lungi de preaviz dacă acest lucru este necesar pentru a le permite întreprinderilor utilizatoare să efectueze adaptări tehnice sau comerciale pentru a se conforma modificărilor în cauză.	**Compatibil**	
130. De asemenea, conform articolului 3 alineatul (2), furnizorii de servicii de intermediere online trebuie să notifice, pe un suport durabil, întreprinderilor utilizatoare orice astfel de modificări	145. De asemenea, în conformitate cu art. 3 alin. (2) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de servicii de intermediere online au obligația de a notifica întreprinderilor utilizatoare, pe un suport	**Compatibil**	

propuse. „Suport durabil” este definit în regulament ca: „orice instrument care permite întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online să stocheze informații adresate lor personal, într-un mod accesibil pentru consultări ulterioare și pentru o perioadă de timp adecvată scopurilor informației respective, și care permite reproducerea, fără modificări, a informațiilor stocate” [(21)].	durabil, cu privire la orice astfel de modificări propuse. Prin „suport durabil” conform definiției din art. 2 pct. 11 din Legea nr. 53/2025, se înțelege orice instrument care permite întreprinderilor utilizatoare de servicii de intermediere online să stocheze informații adresate lor personal, într-un mod accesibil pentru consultări ulterioare și pentru o perioadă de timp adecvată scopurilor informației respective, și care permite reproducerea, fără modificări, a informațiilor stocate.		
131. Pentru a îmbunătăți claritatea, furnizorii de servicii de intermediere online ar putea dori să se asigure că modificările aduse descrierii parametrilor principali sunt ușor de identificat. Bunele practici în acest sens ar putea include menținerea unei pagini dedicate care să permită accesul la versiunile anterioare ale descrierilor sau care să țină evidența modificărilor aduse de-a lungul timpului. Separat, o bună practică datorită căreia întreprinderile utilizatoare pot să obțină o înțelegere adecvată este explicarea implicațiilor practice ale modificărilor.	146. Pentru a îmbunătăți claritatea, furnizorii de servicii de intermediere online se vor asigura că modificările aduse descrierii parametrilor principali sunt ușor de identificat. Bunele practici în acest sens, poate include menținerea unei pagini dedicate care să permită accesul la versiunile anterioare ale descrierilor sau care să țină evidența modificărilor aduse de-a lungul timpului. Separat, o bună practică datorită căreia întreprinderile utilizatoare pot să obțină o înțelegere adecvată este explicarea implicațiilor practice ale modificărilor.	**Compatibil**	
9.2. Cerința ca motoarele de căutare online să actualizeze descrierea 132. Conform articolului 5 alineatul (2), furnizorii de motoare de căutare online trebuie să se asigure că descrierea principalilor parametri de ierarhizare este actualizată.	**Secțiunea 2. Cerința ca motoarele de căutare online să actualizeze descrierea** 147. În conformitate art. 5 alin. (2) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de motoare de căutare online trebuie să se asigure că descrierea principalilor parametri de ierarhizare este actualizată. 148. În ceea ce privește orice astfel de	**Compatibil**	

	actualizare a descrierilor, a se vedea bunele practici menționate în Capitolul IX, Secțiunea 1.		
133. În ceea ce privește orice astfel de actualizare a descrierilor, a se vedea bunele practici menționate în secțiunea 9.1 de mai sus.	149. În ceea ce privește orice astfel de actualizare a descrierilor, a se vedea bunele practici menționate în Capitolul IX, Secțiunea 1.	**Compatibil**	
10. OBLIGAȚIILE SPECIFICE CA MOTOARELE DE CĂUTARE SĂ PERMITĂ UTILIZATORILOR PROFESIONALI DE SITE-URI SĂ EXAMINEZE CONȚINUTUL NOTIFICĂRILOR PĂRȚILOR TERȚE 134. Conform articolului 5 alineatul (4), furnizorii de motoare de căutare online trebuie să ofere utilizatorilor profesionali de site-uri posibilitatea de a examina notificările părților terțe în cazul în care acestea au determinat furnizorul să modifice ierarhia sau să delisteze site-ul relevant.	**CAPITOLUL X** **OBLIGAȚIILE SPECIFICE CA MOTOARELE DE CĂUTARE SĂ PERMITĂ UTILIZATORILOR PROFESIONALI DE SITE-URI SĂ EXAMINEZE CONȚINUTUL NOTIFICĂRILOR PĂRȚILOR TERȚE** 149. În conformitate art. 5 alin. (4) din Legea nr. 53/2025, furnizorii de motoare de căutare online trebuie să permită utilizatorilor profesionali de site-uri posibilitatea de a examina notificările părților terțe în cazul în care acestea au determinat furnizorul să modifice ierarhia sau să delisteze site-ul relevant.	**Compatibil**	
135. În considerentul 26 se explică faptul că această obligație va contribui la atenuarea eventualelor abuzuri care iau forma unor notificări anticoncurențiale și reflectă dificultățile potențiale cu care se pot confrunta furnizorii de motoare de căutare online în ceea ce privește notificarea tuturor utilizatorilor profesionali de site-uri relevanți în absența unei relații contractuale.	150. Această obligație contribuie la prevenirea eventualelor abuzuri sub formă de notificări anticoncurențiale și reflectă dificultățile potențiale cu care se pot confrunta furnizorii de motoare de căutare online în ceea ce privește notificarea tuturor utilizatorilor profesionali de site-uri relevanți în absența unei relații contractuale.	**Compatibil**	
ANEXA I **Exemple ilustrative de parametri de ierarhizare**	***Anexa 1*** **Exemple ilustrative de parametri de ierarhizare**	**Compatibil**	

Calitatea hărții site-ului Viteza de încărcare a paginii Securitatea (de exemplu, HTTPS) Imaginile (de exemplu, tip, număr, calitate) Recenziile consumatorilor (de exemplu, număr, rating, recente) Interacțiunea dintre comerciant și consumator (de exemplu, întrebări care au primit răspuns, viteza de reacție) Istoricul soluționării litigiilor (de exemplu, numărul de plângeri ale consumatorilor, soluțiile găsite) Vânzările finalizate (de exemplu, număr, recente) Prețul Traficul pe internet, performanța de căutare Indicatorii „offline” ai calității serviciilor (de exemplu, evaluarea cu stele a hotelurilor, performanța în materie de livrare, măsura în care locurile, mărcile etc. sunt familiare sau bine cunoscute în societate) Măsurile fiduciare (de exemplu, participarea la serviciile de tip escrow ale platformelor, identitatea înregistrată, sisteme/pictograme de certificare din cadrul sectorului, sigilii/certificări privind protecția datelor) „Punctajul” privind protecția datelor, de exemplu, pe baza analizării politicilor de confidențialitate ale aplicațiilor de către un magazin de aplicații Accesibilitatea web Adaptabilitatea la (diverse) dispozitive	Calitatea hărții site-ului Viteza de încărcare a paginii Securitatea (de exemplu, HTTPS) Imaginile (de exemplu, tip, număr, calitate) Recenziile consumatorilor (de exemplu, număr, rating, recente) Interacțiunea dintre comerciant și consumator (de exemplu, întrebări care au primit răspuns, viteza de reacție) Istoricul soluționării litigiilor (de exemplu, numărul de plângeri ale consumatorilor, soluțiile găsite) Vânzările finalizate (de exemplu, număr, recente) Prețul Traficul pe internet, performanța de căutare Indicatorii „offline” ai calității serviciilor (de exemplu, evaluarea cu stele a hotelurilor, performanța în materie de livrare, măsura în care locurile, mărcile etc. sunt familiare sau bine cunoscute în societate) Măsurile fiduciare (de exemplu, participarea la serviciile de tip escrow ale platformelor, identitatea înregistrată, sisteme/pictograme de certificare din cadrul sectorului, sigilii/certificări privind protecția datelor)		

Calitatea conținutului (de exemplu, pe baza linkurilor dintre site-uri, a bogăției conținutului, a calității limbajului, a numărului de limbi etc.) Etichetarea cuvintelor-cheie (parametru pozitiv – număr, nivel de detaliere și parametru negativ – „utilizare în exces”) Corectitudinea și relevanța titlului (de exemplu, marca, specificațiile tehnice etc.) Data intrării pe piață Răspunsurile concise, de exemplu în ceea ce privește produsele sau serviciile oferite sau ca răspuns la întrebările frecvente Ierarhizarea plătită (inclusiv de către serviciile de intermediere online pe motoarele de căutare online) - oferta - calitatea anunțului, contextul - credibilitatea entității care își face publicitate Dimensiunea ofertei (de exemplu, diversitatea ofertei de produse sau servicii ori achizițiile integrate în aplicații prezentate separat în ierarhia magazinelor de aplicații) Procesele editoriale și criteriile de selecție specifice (de exemplu, aplicații sau proiecte artistice verificate de platforme) Algoritmi de ajustare (referitori, de exemplu, la spam, actualitate, calitate) Ratele de dezinstalare a aplicației pentru dispozitive mobile Ratele de respingere	„Punctajul” privind protecția datelor, de exemplu, pe baza analizării politicilor de confidențialitate ale aplicațiilor de către un magazin de aplicații Accesibilitatea web Adaptabilitatea la (diverse) dispozitive Calitatea conținutului (de exemplu, pe baza linkurilor dintre site-uri, a bogăției conținutului, a calității limbajului, a numărului de limbi etc.) Etichetarea cuvintelor-cheie (parametru pozitiv – număr, nivel de detaliere și parametru negativ – „utilizare în exces”) Corectitudinea și relevanța titlului (de exemplu, marca, specificațiile tehnice etc.) Data intrării pe piață Răspunsurile concise, de exemplu în ceea ce privește produsele sau serviciile oferite sau ca răspuns la întrebările frecvente Ierarhizarea plătită (inclusiv de către serviciile de intermediere online pe motoarele de căutare online) - oferta - calitatea anunțului, contextul - credibilitatea entității care își face publicitate Dimensiunea ofertei (de exemplu, diversitatea ofertei de produse sau servicii ori achizițiile integrate în aplicații prezentate separat în ierarhia magazinelor de aplicații) Procesele editoriale și criteriile de		

Testarea de tip A/B (impactul poate fi influențat de anumite elemente, cum ar fi momentul testării – încărcare maximă, durata și dimensiunea eșantionului) Randomizarea Personalizarea - gradul de personalizare (numărul și tipurile de caracteristici care intervin), măsura și modul în care acesta poate depinde de setările de confidențialitate ale utilizatorilor etc. - localizarea geografică, momentul căutării - istoricul căutărilor utilizatorilor, istoricul achizițiilor - debifarea setărilor implicite - impactul filtrelor (și al celorlalți parametri) Prezența pe mai multe platforme (de exemplu, impactul negativ al prețurilor mai scăzute de pe o platformă concurentă asupra poziției în ierarhie, „punctajul” de pe platformele de comunicare socială, rata de referențiere/linkuri a site-ului, frecvența referențierii, reputația site-urilor sau a blogurilor de referențiere) „Atractivitatea mărcii” noilor întreprinderi utilizatoare, măsurată cu ajutorul unor factori din afara serviciilor de intermediere online în cauză (de exemplu, sondaje în cadrul unei comunități specializate) Soliditatea ofertei, de exemplu: - competitivitatea comparabilă (de exemplu, ratinguri, recenzii ale consumatorilor) - relevanța		selecție specifice (de exemplu, aplicații sau proiecte artistice verificate de platforme) Algoritmi de ajustare (referitori, de exemplu, la spam, actualitate, calitate) Ratele de dezinstalare a aplicației pentru dispozitive mobile Ratele de respingere Testarea de tip A/B (impactul poate fi influențat de anumite elemente, cum ar fi momentul testării – încărcare maximă, durata și dimensiunea eșantionului) Randomizarea Personalizarea - gradul de personalizare (numărul și tipurile de caracteristici care intervin), măsura și modul în care acesta poate depinde de setările de confidențialitate ale utilizatorilor etc. - localizarea geografică, momentul căutării - istoricul căutărilor utilizatorilor, istoricul achizițiilor - debifarea setărilor implicite - impactul filtrelor (și al celorlalți parametri) Prezența pe mai multe platforme (de exemplu, impactul negativ al prețurilor mai scăzute de pe o platformă concurentă asupra poziției în ierarhie, „punctajul” de pe platformele de comunicare socială, rata de referențiere/linkuri a site-ului, frecvența referențierii, reputația site-		

- disponibilitatea - urmărirea respingerilor - anulările - rezervările duble (specifice anumitor sectoare)	urilor sau a blogurilor de referențiere)		
Cursurile de schimb	„Atractivitatea mărcii” noilor întreprinderi utilizatoare, măsurată cu ajutorul unor factori din afara serviciilor de intermediere online în cauză (de exemplu, sondaje în cadrul unei comunități specializate)		
Proximitatea geografică	Soliditatea ofertei, de exemplu: - competitivitatea comparabilă (de exemplu, ratinguri, recenzii ale consumatorilor) - relevanța - disponibilitatea - urmărirea respingerilor - anulările - rezervările duble (specifice anumitor sectoare)		
Nivelul comisionului plătit	Cursurile de schimb		
Neparticiparea la anumite programe (care cauzează retrogradarea în ierarhie) sau participarea la un anumit program/achiziționarea de servicii suplimentare (care conduce la o poziție mai bună în ierarhie)	Proximitatea geografică		
Profunzimea stocului întreprinderii utilizatoare de servicii de intermediere online (denumită în continuare „întreprindere utilizatoare”)	Nivelul comisionului plătit		
Caracterul sezonier și abaterile temporare (de exemplu, un eveniment de vânzări de o zi)	Neparticiparea la anumite programe (care cauzează retrogradarea în ierarhie) sau participarea la un anumit program/achiziționarea de servicii suplimentare (care conduce la o poziție mai bună în ierarhie)		
Abordarea națională (diferențele culturale transfrontaliere)	Profunzimea stocului întreprinderii utilizatoare de servicii de intermediere online (denumită în continuare „întreprindere utilizatoare”)		
Metodologia specială de ponderare a recenziilor utilizatorilor (de exemplu, utilizarea recenzenților de încredere)	Caracterul sezonier și abaterile temporare (de exemplu, un eveniment de vânzări de o zi)		
Experimentarea (de exemplu, platformele promovează în mod proactiv noile întreprinderi utilizatoare)	Abordarea națională (diferențele culturale transfrontaliere)		
„Compatibilitatea cu dispozitivele mobile” a unui site	Metodologia specială de ponderare a		
Intervenții editoriale („sugestiile” redactorului-șef, „ofertele zilei”, corecturile aduse rezultatelor căutării care sunt specifice unei întreprinderi utilizatoare sau unui utilizator			

profesional de site-uri, indiferent dacă acestea sunt „manuale/umane” sau „algoritmice” etc.) Practicile de întreținere (de exemplu, ștergerea aplicațiilor vechi) Ratele clicurilor Regulile în materie de acces Mecanismele de prevenire a fraudelor Pachetele de servicii ale întreprinderilor utilizatoare sau ale utilizatorilor profesionali de site-uri (de exemplu, transport gratuit, politică simplă de returnare a produselor etc.) Calitatea descrierii ofertei (descriere scrisă, utilizarea de imagini etc.) Utilizarea opțiunilor de optimizare a vizibilității/promovare temporară a vizibilității (de exemplu, utilizarea unui astfel de mecanism pentru generarea de venituri suplimentare și/sau pentru facilitarea lansării unor produse/servicii sau a intrării pe piață), combinată eventual cu, sau sub formă de, mecanisme sau acțiuni care reduc importanța parametrilor „aplicabili în mod obișnuit” pentru vizibilitatea relativă Importanța reputației/încrederii, de exemplu, pe baza recenziilor sau evaluărilor utilizatorilor Calitatea conținutului, inclusiv actualizarea sa regulată Utilizarea unor titluri clare și scurte Viteza și ușurința de utilizare pe toate dispozitivele Numărul de listări care corespund	recenziilor utilizatorilor (de exemplu, utilizarea recenzenților de încredere) Experimentarea (de exemplu, platformele promovează în mod proactiv noile întreprinderi utilizatoare) „Compatibilitatea cu dispozitivele mobile” a unui site Intervenții editoriale („sugestiile” redactorului-șef, „ofertele zilei”, corecturile aduse rezultatelor căutării care sunt specifice unei întreprinderi utilizatoare sau unui utilizator profesional de site-uri, indiferent dacă acestea sunt „manuale/umane” sau „algoritmice” etc.) Practicile de întreținere (de exemplu, ștergerea aplicațiilor vechi) Ratele clicurilor Regulile în materie de acces Mecanismele de prevenire a fraudelor Pachetele de servicii ale întreprinderilor utilizatoare sau ale utilizatorilor profesionali de site-uri (de exemplu, transport gratuit, politică simplă de returnare a produselor etc.) Calitatea descrierii ofertei (descriere scrisă, utilizarea de imagini etc.) Utilizarea opțiunilor de optimizare a vizibilității/promovare temporară a vizibilității (de exemplu, utilizarea unui astfel de mecanism pentru generarea de venituri suplimentare și/sau pentru facilitarea lansării unor produse/servicii sau a intrării pe piață), combinată eventual cu, sau sub formă de, mecanisme sau acțiuni care reduc		

interogării efectuate de cumpărător	importanța parametrilor „aplicabili în mod obișnuit” pentru vizibilitatea relativă		
Vechimea domeniului	Importanța reputației/încrederii, de exemplu, pe baza recenziilor sau evaluărilor utilizatorilor		
Unicitatea conținutului	Calitatea conținutului, inclusiv actualizarea sa regulată		
Datele furnizate de utilizator (cuvinte dactilografiate sau rostite, sex, vârstă, cultură, limbă, adresă, interacțiuni anterioare etc.)	Utilizarea unor titluri clare și scurte		
Date „obiective” din afara platformei (data, ora, condițiile meteorologice etc.)	Viteza și ușurința de utilizare pe toate dispozitivele		
Date cu caracter personal referitoare la alți utilizatori (like-uri, cuvintele cele mai căutate, produsele cele mai vândute etc.)	Numărul de listări care corespund interogării efectuate de cumpărător		
Numărul de „distribuiri”/numărul de vizualizări/număr de „salvări”, „preferințe”	Vechimea domeniului		
Mijloacele/suportul tehnologic (de exemplu, modul în care consumatorul accesează ierarhia)	Unicitatea conținutului		
Linkurile multiple	Datele furnizate de utilizator (cuvinte dactilografiate sau rostite, sex, vârstă, cultură, limbă, adresă, interacțiuni anterioare etc.)		
Remunerația	Date „obiective” din afara platformei (data, ora, condițiile meteorologice etc.)		
Relația comercială cu întreprinderea utilizatoare (durata relației istorice, relație de afaceri privilegiată, orice investiție legată de platformă etc.)	Date cu caracter personal referitoare la alți utilizatori (like-uri, cuvintele cele mai căutate, produsele cele mai vândute etc.)		
Calitatea serviciului de relații cu clienții	Numărul de „distribuiri”/numărul de vizualizări/număr de „salvări”, „preferințe”		
Rata anulărilor	Mijloacele/suportul tehnologic (de exemplu, modul în care consumatorul accesează ierarhia)		
Caracteristici legate de piață (cererea generală, prețuri competitive, disponibilitate competitivă etc.)	Linkurile multiple		
Criterii negative, cum ar fi punctajul privind incidența plângerilor consumatorilor sau ipotezele conform cărora anumite caracteristici nu sunt apreciate de către consumatori	Remunerația		
Punctajele privind soluționarea	Relația comercială cu întreprinderea		

problemelor ridicate de consumatori Paritatea (de exemplu, compararea ratelor intermediare cu ratele din cadrul altor canale de distribuție) Rata de conversie Aplicația nu răspunde (*Application Not-Responding* – ANR) Retenția Instalări și linkuri de întoarcere către site-uri externe Disponibilitatea stocurilor Calitatea și caracteristicile produsului Relevanța produsului pentru sortiment Filtrele aplicate de consumatori pentru a restrânge căutarea Date legate de căutare (conținutul listării, atributele listării, cuvinte-cheie/etichete) Relevanța bazată pe concordanța dintre datele utilizatorilor finali și datele întreprinderilor utilizatoare Popularitatea ofertelor Demonstrarea preferinței de ierarhizare de către utilizatorii finali (cele mai recente, cele mai relevante, cu cele mai bune recenzii etc.) Cerințe legale (inclusiv aspecte legate de fraudă/combaterea contrafacerii) Nou-incluse pe listă Preferința față de întreprinderile utilizatoare care optează pentru posibilitatea de a utiliza clauzele națiunii celei mai favorizate, de exemplu, dacă acestea nu sunt impuse în general Oferte care expiră în curând Afișarea prioritară a rezultatelor celor mai apropiate	utilizatoare (durata relației istorice, relație de afaceri privilegiată, orice investiție legată de platformă etc.) Calitatea serviciului de relații cu clienții Rata anulărilor Caracteristici legate de piață (cererea generală, prețuri competitive, disponibilitate competitivă etc.) Criterii negative, cum ar fi punctajul privind incidența plângerilor consumatorilor sau ipotezele conform cărora anumite caracteristici nu sunt apreciate de către consumatori Punctajele privind soluționarea problemelor ridicate de consumatori Paritatea (de exemplu, compararea ratelor intermediare cu ratele din cadrul altor canale de distribuție) Rata de conversie Aplicația nu răspunde (*Application Not-Responding* – ANR) Retenția Instalări și linkuri de întoarcere către site-uri externe Disponibilitatea stocurilor Calitatea și caracteristicile produsului Relevanța produsului pentru sortiment Filtrele aplicate de consumatori pentru a restrânge căutarea Date legate de căutare (conținutul listării, atributele listării, cuvinte-cheie/etichete) Relevanța bazată pe concordanța dintre datele utilizatorilor finali și datele		

Licitație versus cumpărare pe loc Marca Starea articolului (nou versus folosit) **Exemple de parametri specifici care pot fi utilizați în sectorul de cazare:** Disponibilitatea minimă indicată de unitatea de cazare Volumul realizat de unitatea de cazare Servicii și utilități (de exemplu, restaurant, parcare, instalații de fitness, recepție și servicii de concierge, Wi-fi și centre de afaceri, proximitatea față de transportul public și atracțiile locale) Numărul de rezervări legate de numărul de vizite pe pagina relevantă a unității de cazare de pe platformă (rate de conversie) Calitatea hotelului în comparație cu calitatea promovată Confirmarea rezervării la hotel sau la restaurant Distanța dintre restaurant și client sau modelele anterioare ale utilizatorului Politicile (în ceea ce privește, de exemplu, înregistrarea anticipată, plecarea târzie și privilegiile în materie de anulare) Parametri legați de proprietate (numărul și calitatea recenziilor consumatorilor, nivelul comisionului, punctualitatea plății facturilor, promoțiile, participarea la programe preferate etc.) Scopul călătoriei (profesional/de agrement)	întreprinderilor utilizatoare Popularitatea ofertelor Demonstrarea preferinței de ierarhizare de către utilizatorii finali (cele mai recente, cele mai relevante, cu cele mai bune recenzii etc.) Cerințe legale (inclusiv aspecte legate de fraudă/combaterea contrafacerii) Nou-incluse pe listă Preferința față de întreprinderile utilizatoare care optează pentru posibilitatea de a utiliza clauzele națiunii celei mai favorizate, de exemplu, dacă acestea nu sunt impuse în general Oferte care expiră în curând Afișarea prioritară a rezultatelor celor mai apropiate Licitație versus cumpărare pe loc Marca Starea articolului (nou versus folosit) **Exemple de parametri specifici care pot fi utilizați în sectorul de cazare:** Disponibilitatea minimă indicată de unitatea de cazare Volumul realizat de unitatea de cazare Servicii și utilități (de exemplu, restaurant, parcare, instalații de fitness, recepție și servicii de concierge, Wi-fi și centre de afaceri, proximitatea față de transportul public și atracțiile locale) Numărul de rezervări legate de numărul de vizite pe pagina relevantă a unității de cazare de pe platformă		

	(rate de conversie) Calitatea hotelului în comparație cu calitatea promovată Confirmarea rezervării la hotel sau la restaurant Distanța dintre restaurant și client sau modelele anterioare ale utilizatorului Politicile (în ceea ce privește, de exemplu, înregistrarea anticipată, plecarea târzie și privilegiile în materie de anulare) Parametri legați de proprietate (numărul și calitatea recenziilor consumatorilor, nivelul comisionului, punctualitatea plății facturilor, promoțiile, participarea la programe preferate etc.) Scopul călătoriei (profesional/de agrement)		
ANEXA II **Exemple ilustrative de remunerare directă și indirectă** Plata unui comision mai mare de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online („întreprindere utilizatoare”) pentru îmbunătățirea vizibilității relative, de exemplu în cadrul licitațiilor desfășurate ca parte a programelor premium/partenere Angajamente periodice ale întreprinderilor utilizatoare sau ale utilizatorilor profesionali de site-uri în ceea ce privește ierarhizarea plătită sau eforturi comune de promovare în cadrul serviciilor de intermediere online sau al motoarelor de căutare online în cauză	***Anexa 2*** **Exemple ilustrative de remunerare directă și indirectă** Plata unui comision mai mare de către o întreprindere utilizatoare de servicii de intermediere online („întreprindere utilizatoare”) pentru îmbunătățirea vizibilității relative, de exemplu în cadrul licitațiilor desfășurate ca parte a programelor premium/partenere Angajamente periodice ale întreprinderilor utilizatoare sau ale utilizatorilor profesionali de site-uri în ceea ce privește ierarhizarea plătită sau eforturi comune de promovare în cadrul serviciilor de intermediere online sau al motoarelor de căutare	**Compatibil**	

Plată directă pentru promovarea sau poziționarea privilegiată de către furnizorul relevant de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online	online în cauză Plată directă pentru promovarea sau poziționarea privilegiată de către furnizorul relevant de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online		
Plată directă pentru optimizarea vizibilității paginilor întreprinderii pe platformele de comunicare socială, în anuarele online sau în cadrul altor servicii de intermediere online	Plată directă pentru optimizarea vizibilității paginilor întreprinderii pe platformele de comunicare socială, în anuarele online sau în cadrul altor servicii de intermediere online		
Plată directă (unică) pentru o vizibilitate sporită în perioade specifice	Plată directă (unică) pentru o vizibilitate sporită în perioade specifice		
Plată directă (periodică) pentru ca un produs să fie scos în evidență într-o ierarhie	Plată directă (periodică) pentru ca un produs să fie scos în evidență într-o ierarhie		
Programe de fidelizare sau premium Întreprinderile utilizatoare pot plăti pentru anumite caracteristici premium prin intermediul programelor de fidelizare sau al programelor premium oferite de platforme. Simplul fapt de a fi *membru* al unor astfel de programe, mai degrabă decât posibilele efecte obiective ale calității de membru asupra performanței măsurate în cadrul diferiților parametri principali (de exemplu viteza de livrare pentru comerțul electronic), poate îmbunătăți indirect poziția în ierarhie a întreprinderilor utilizatoare, din cauza configurării mecanismelor de ierarhizare, care pot favoriza întreprinderile membre.	Programe de fidelizare sau premium Întreprinderile utilizatoare pot plăti pentru anumite caracteristici premium prin intermediul programelor de fidelizare sau al programelor premium oferite de platforme. Simplul fapt de a fi *membru* al unor astfel de programe, mai degrabă decât posibilele efecte obiective ale calității de membru asupra performanței măsurate în cadrul diferiților parametri principali (de exemplu viteza de livrare pentru comerțul electronic), poate îmbunătăți indirect poziția în ierarhie a întreprinderilor utilizatoare, din cauza configurării mecanismelor de ierarhizare, care pot favoriza întreprinderile membre.		
Achiziții integrate în aplicații Achizițiile integrate în aplicații reprezintă conținut suplimentar sau abonamente oferite de aplicațiile instalate pe dispozitivele mobile sau pe	Achiziții integrate în aplicații Achizițiile integrate în aplicații		

calculatoare, disponibile după descărcarea inițială. Nu toate aplicațiile oferă achiziții integrate, însă pentru a utiliza unele sau toate caracteristicile unei aplicații utilizatorii pot fi nevoiți să efectueze o achiziție unică integrată în cadrul aplicației respective sau să se aboneze (cu plată). Exemplele includ funcționalități suplimentare ale aplicației, versiuni premium, versiuni fără reclame etc. De obicei, întreprinderile utilizatoare care oferă aplicații cu achiziții integrate plătesc platformei un comision pentru aceste achiziții. Acest lucru poate îmbunătăți vizibilitatea aplicațiilor lor în rezultatele căutării. Uneori, operatorii magazinelor de aplicații pot chiar să includă în ierarhie achizițiile integrate în aplicații, separat și în plus față de aplicația de bază, ceea ce sporește de asemenea „vizibilitatea relativă” globală a aplicației respective.	reprezintă conținut suplimentar sau abonamente oferite de aplicațiile instalate pe dispozitivele mobile sau pe calculatoare, disponibile după descărcarea inițială. Nu toate aplicațiile oferă achiziții integrate, însă pentru a utiliza unele sau toate caracteristicile unei aplicații utilizatorii pot fi nevoiți să efectueze o achiziție unică integrată în cadrul aplicației respective sau să se aboneze (cu plată). Exemplele includ funcționalități suplimentare ale aplicației, versiuni premium, versiuni fără reclame etc. De obicei, întreprinderile utilizatoare care oferă aplicații cu achiziții integrate plătesc platformei un comision pentru aceste achiziții. Acest lucru poate îmbunătăți vizibilitatea aplicațiilor lor în rezultatele căutării. Uneori, operatorii magazinelor de aplicații pot chiar să includă în ierarhie achizițiile integrate în aplicații, separat și în plus față de aplicația de bază, ceea ce sporește de asemenea „vizibilitatea relativă” globală a aplicației respective.		
Servicii auxiliare La fel ca în cazul programelor de fidelitate sau premium, simplul fapt de a utiliza serviciile auxiliare ale furnizorului de servicii de intermediere online, cum ar fi plata în avans, serviciile de tip escrow, serviciile de executare a comenzilor, serviciile de cloud, reducerile, logistica, asigurările etc. ar putea avea un impact asupra poziționării în ierarhie.	Servicii auxiliare La fel ca în cazul programelor de fidelitate sau premium, simplul fapt de a utiliza serviciile auxiliare ale furnizorului de servicii de intermediere online, cum ar fi plata în avans, serviciile de tip escrow, serviciile de executare a comenzilor, serviciile de cloud, reducerile, logistica, asigurările etc. ar putea avea un impact asupra poziționării în ierarhie.		
Recompense/stimulente Programele de recompensare care oferă credite pentru publicitatea gratuită pe platformă (ceea ce influențează			

vizibilitatea relativă) cu condiția, de exemplu, ca întreprinderile utilizatoare să își extindă, ca diversitate și/sau ca amploare, gama de produse sau servicii oferite prin intermediul serviciilor de intermediere online în cauză sau cu condiția angajamentului de a efectua reduceri într-o perioadă specifică în care creșterea vizibilității relative nu rezultă numai din diferențele de preț relative – în cazul în care prețul este un parametru principal. Mărci de încredere Taxe de licență pentru mărci de încredere, în cazul în care furnizorul relevant de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online este implicat într-o anumită măsură în acordarea mărcii de încredere în cauză. Exclusivitate Acorduri de exclusivitate, atunci când acestea pot îmbunătăți poziția în ierarhie. Acesta ar putea fi cazul atunci când acordurile respective sunt voluntare – nefiind impuse în mod unilateral de serviciile de intermediere online întreprinderilor utilizatoare – și sunt încheiate doar de un subgrup de întreprinderi utilizatoare. Participarea la profit Într-o situație de participare la profit poate exista o remunerație indirectă atunci când compensația este plătită, de exemplu, ca procent din linkurile accesate pe motorul de căutare online de referențiere. De exemplu, o întreprindere poate avea o poziție mai bună pe lista	Recompense/stimulente Programele de recompensare care oferă credite pentru publicitatea gratuită pe platformă (ceea ce influențează vizibilitatea relativă) cu condiția, de exemplu, ca întreprinderile utilizatoare să își extindă, ca diversitate și/sau ca amploare, gama de produse sau servicii oferite prin intermediul serviciilor de intermediere online în cauză sau cu condiția angajamentului de a efectua reduceri într-o perioadă specifică în care creșterea vizibilității relative nu rezultă numai din diferențele de preț relative – în cazul în care prețul este un parametru principal. Mărci de încredere Taxe de licență pentru mărci de încredere, în cazul în care furnizorul relevant de servicii de intermediere online sau de motoare de căutare online este implicat într-o anumită măsură în acordarea mărcii de încredere în cauză. Exclusivitate Acorduri de exclusivitate, atunci când acestea pot îmbunătăți poziția în ierarhie. Acesta ar putea fi cazul atunci când acordurile respective sunt voluntare – nefiind impuse în mod unilateral de serviciile de intermediere online întreprinderilor utilizatoare – și sunt încheiate doar de un subgrup de întreprinderi utilizatoare. Participarea la profit Într-o situație de participare la profit poate exista o remunerație indirectă		

rezultatelor căutării dacă îi permite furnizorului motorului de căutare online să afișeze conținutul întreprinderii respective în cadrul unui serviciu de agregare de știri sau al unui serviciu de podcasturi oferit de același furnizor.	atunci când compensația este plătită, de exemplu, ca procent din linkurile accesate pe motorul de căutare online de referențiere. De exemplu, o întreprindere poate avea o poziție mai bună pe lista rezultatelor căutării dacă îi permite furnizorului motorului de căutare online să afișeze conținutul întreprinderii respective în cadrul unui serviciu de agregare de știri sau al unui serviciu de podcasturi oferit de același furnizor.		
Accesarea și utilizarea datelor Întreprinderile utilizatoare pot accepta să le acorde furnizorilor de servicii un acces extins la datele pe care le generează prin utilizarea serviciilor respective sau alte drepturi contractuale ori legale în ceea ce privește aceste date. Un astfel de angajament contractual referitor la date, în cazul în care este încheiat numai de un subgrup de întreprinderi utilizatoare, ar putea afecta ierarhizarea în diferite moduri, inclusiv datorită sfaturilor/informațiilor oferite în schimb de furnizor cu privire la modalitățile de optimizare a ierarhizării. Aceste date sunt informații valoroase, care le pot oferi furnizorilor de servicii de intermediere online un puternic avantaj comercial sau competitiv, inclusiv în cazul în care aceștia desfășoară ei înșiși activități de vânzare prin intermediul acelorași servicii de intermediere online.	Accesarea și utilizarea datelor Întreprinderile utilizatoare pot accepta să le acorde furnizorilor de servicii un acces extins la datele pe care le generează prin utilizarea serviciilor respective sau alte drepturi contractuale ori legale în ceea ce privește aceste date. Un astfel de angajament contractual referitor la date, în cazul în care este încheiat numai de un subgrup de întreprinderi utilizatoare, ar putea afecta ierarhizarea în diferite moduri, inclusiv datorită sfaturilor/informațiilor oferite în schimb de furnizor cu privire la modalitățile de optimizare a ierarhizării. Aceste date sunt informații valoroase, care le pot oferi furnizorilor de servicii de intermediere online un puternic avantaj comercial sau competitiv, inclusiv în cazul în care aceștia desfășoară ei înșiși activități de vânzare prin intermediul acelorași servicii de intermediere online.		
Pachete de oferte/relații comerciale Remunerarea face parte din acordurile comerciale mai ample cu furnizorii de servicii de intermediere online. Într-o astfel de situație, plata directă pentru un singur serviciu, chiar dacă acesta nu are legătură cu serviciile de intermediere online sau cu motorul de căutare online în cauză, ar putea avea impact asupra	Pachete de oferte/relații comerciale Remunerarea face parte din acordurile		

situației și, eventual, a poziției în ierarhie a întreprinderii relevante pentru ansamblul schimbului de servicii dintre cele două entități.	comerciale mai ample cu furnizorii de servicii de intermediere online. Într-o astfel de situație, plata directă pentru un singur serviciu, chiar dacă acesta nu are legătură cu serviciile de intermediere online sau cu motorul de căutare online în cauză, ar putea avea impact asupra situației și, eventual, a poziției în ierarhie a întreprinderii relevante pentru ansamblul schimbului de servicii dintre cele două entități.		