

**Новите правила в Закона за електронната търговия относно доставчиците на посреднически
онлайн услуги и доставчиците на онлайн търсачки**

Тип на документа: авторски материал	Автор / Източник:
Автор/Източник: Мартин Захариев	Мартин Захариев
Обнародван/Публикуван на: 2021-03-12	
Дайджест "Търговско и облигационно право", 2021 г., кн. 03, стр. 31	Визирани нормативни актове:

НОВИТЕ ПРАВИЛА В ЗАКОНА ЗА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ ОТНОСНО ДОСТАВЧИЦИТЕ НА ПОСРЕДНИЧЕСКИ ОНЛАЙН УСЛУГИ И ДОСТАВЧИЦИТЕ НА ОНЛАЙН ТЪРСАЧКИ

В бр. 96 от 10.11.2020 г. на „Държавен вестник“ (ДВ) бе публикуван Закон за изменение и допълнение на Закона за електронната търговия (ЗИДЗЕТ)¹. Правилата са в сила 3 дни след обнародването им в ДВ

или от 14.11.2020 г. Както се посочва в мотивите към проекта на ЗИДЗЕТ, с измененията се цели осигуряването на „адекватно и ефективно прилагане“ на Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20.06.2019 г. за насърчаване на справедливост и прозрачност за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги (Регламент 2019/1150/ Регламента). За целта на национално ниво се установяват правилата и мерките, приложими при нарушаване на разпоредбите на Регламента². Този анализ разяснява в какво се състоят измененията в Закона за електронната търговия (ЗЕТ) и какво налага тяхното въвеждане. Отправна точка на този анализ е изясняване на това какви правила въвежда Регламентът и кого засягат те.

Какво представлява Регламент 2019/1150 и за кого се прилага?

Регламент 2019/1150 е законодателен акт на ЕС, с който се създава правна рамка, целяща да осигури закрила на бизнесите, използващи (1) посреднически онлайн услуги (ПОУ) с цел предлагане на потребителите на свои стоки/услуги, както и (2) корпоративни уебсайтове за предлагане на потребителите на стоки/услуги, доколкото такива уебсайтове се класират от онлайн търсачки по предварително зададени от потребителите критерии и достигат до вниманието на потребителите именно в резултат на това класиране. Или иначе казано, Регламентът се прилага в **бизнес - бизнес (business-to-business) отношенията между следните категории лица:**

- **бизнес ползватели - доставчици на ПОУ, и**
- **ползвател на корпоративни уебсайтове - доставчици на онлайн търсачки.**

Самият Регламент дефинира „**бизнес ползвателя**“ като всяко частно лице, което действа в търговско или професионално качество, или всяко юридическо лице, което използва ПОУ, за да предлага на потребителите стоки/услуги, свързани с неговата търговска дейност, стопанска дейност, занаят или професия (чл. 2, т. 1). Ето защо, Регламентът не се прилага за физически лица, които използват ПОУ в лично (а не в търговско и професионално) качество - например продават свои лични вещи посредством онлайн места за търговия.

Физическите и юридическите лица, които предоставят или предлагат ПОУ на бизнеси, представляват **доставчици на ПОУ** (чл. 2, т. 3 от Регламента). Самите ПОУ са дефинирани като услуги, които отговарят на три кумулативни изисквания:

- а) представляват услуги на информационното общество по смисъла на чл. 1(1)(б) от Директива (ЕС) 2015/1535;
- б) позволяват на бизнес ползвателите да предлагат на потребителите стоки/услуги, така че да се улесни встъпването в преки търговски отношения между посочените бизнес ползватели и потребителите, без значение от мястото на окончателно сключване на сделката;
- в) предоставят се на бизнес ползвателите въз основа на договорни отношения между доставчика и бизнес ползвателите³.

С оглед горната дефиниция може да се заключи, че доставчици на ПОУ по смисъла на Регламента са например онлайн местата за търговия (като Amazon Marketplace, eBay, Fnac Marketplace), платформите за цифрова дистрибуция на мобилни приложения (като Google Play, Apple Apps Store,

Microsoft Store и т.н.) и социални мрежи за бизнеси (например страници във Facebook, Instagram и др. под.)⁴.

„Ползвател на корпоративни уебсайтове“ според Регламента пък е всяко физическо или юридическо лице, което използва онлайн интерфейс, т.е. всякакъв софтуер, включително уебсайт/част от него, и приложения, включително мобилни приложения, за да предлага на потребителите стоки или услуги, свързани с неговата търговска дейност, стопанска дейност, занаят или професия (чл. 2, т. 7).

Регламентът дефинира „доставчика на онлайн търсачка“ като всяко физическо или юридическо лице, което предоставя или предлага предоставянето на онлайн търсачки за потребителите (чл. 2, т. 6). Самата „онлайн търсачка“ по смисъла на Регламента представлява цифрова услуга, която дава възможност на ползвателите на интернет да въвеждат запитване, за да извършват търсене по правило на всички уебсайтове или на всички уебсайтове на даден език въз основа на запитване по всякакви теми под формата на ключова дума, гласово запитване, израз или друг вид въведени данни, в отговор на което се връщат резултати във всякакъв формат, съдържащи информация, свързана с исканото съдържание (чл. 2, т. 5). Примери за такива търсачки са Google Search, Seznam.cz, Yahoo!, DuckDuckGo, Bing⁵ и др.

Прави впечатление, че при дефинирането на „ползвател на корпоративни уебсайтове“ и на „доставчика на онлайн търсачка“ законодателят подхожда технологично неутрално, за да обхване възможно най-широк кръг лица - ползватели/доставчици на подобни технологии.

ЕС отчита обстоятелството, че редица бизнеси, особено малки и средни предприятия, разчитат на ПОУ с цел популяризиране на дейността си и достигане до максимален брой потребители. В същото време, европейският законодател констатира нарастваща зависимост на бизнесите от ПОУ, която често води до това доставчиците на ПОУ да имат много по-силни позиции при договаряне. В резултат на това тези доставчици в редица случаи могат да действат едностранно по начин, който може да бъде несправедлив и да уврежда законните интереси на бизнес ползвателите на такива услуги, а оттам косвено - и на потребителите в Съюза. Примери за това е едностранното налагане на бизнес ползвателите на практики, които грубо се отклоняват от доброто търговско поведение или са в разрез с понятията „добросъвестност“ и „лоялност“ (вж. Съображение 2 от Регламента).

По аналогичен начин според ЕС онлайн търсачките могат да бъдат важни източници на интернет трафик за предприятията, които предлагат стоки/услуги на потребителите чрез уебсайтове и в резултат на това могат да оказват значително влияние върху търговския успех на ползвателите на корпоративни уебсайтове, предлагащи онлайн своите стоки/услуги на вътрешния пазар. В тази връзка от решаващо значение за търговския успех на дадено предприятие е това как съответните корпоративни уебсайтове ще бъдат класирани от онлайн търсачките. Логично е да се предположи, че по-напред класираните достигат до вниманието на по-голяма аудитория и поради това се повишава възможността да генерират по-големи продажби. ЕС отчита, че дори отношенията между ползвателя на корпоративния уебсайт и доставчика на дадена онлайн търсачка да не са уредени с договор, доставчикът може на практика да действа едностранно по начин, който може да бъде несправедлив и да уврежда законните интереси на ползвателите на корпоративни уебсайтове, а оттам косвено - и на потребителите в Съюза (Съображение 4 от Регламента).

Ето защо, с Регламента ЕС се стреми да установи правила, които гарантират предоставянето на подходящо **равнище на прозрачност, справедливост и ефективни възможности за защита** на бизнес ползвателите на ПОУ и на ползвателите на корпоративни уебсайтове във връзка с онлайн търсачките. За целта Регламентът въвежда конкретни изисквания към тези две категории задължени лица, които се прилагат от 12.07.2020 г. (чл. 19(2)).

По отношение на доставчиците на ПОУ Регламентът въвежда изисквания относно общите им условия (чл. 3); правила и срокове при ограничаване, спиране и прекратяване на услуги към даден бизнес ползвател (чл. 4); изисквания да посочват в своите общи условия основните параметри, определящи класирането (т.е. относителната приоритетна позиция на стоките или услугите, предлагани чрез ПОУ, които са представени, организирани или съобщени от доставчиците на ПОУ, независимо от техническите средства, използвани за това⁶), както и причините за тяхната относителна важност в сравнение с други параметри (чл. 5(1)); изискване да описват в общите си условия информация за всяко диференцирано третиране (ако има такова) при предлагане на потребителите на стоките/услугите на бизнес ползвателите и на стоките/услугите на доставчика на ПОУ/контролираните от него бизнес ползватели, както и основните икономически, търговски или правни съображения за това (чл. 7(1)); изисквания, свързани със специфичните договорни условия (чл. 8) и др. С цел намаляване на разходите за страните при евентуални спорове, доставчиците на ПОУ са задължени да изградят и поддържат вътрешни системи за разглеждане на жалби от страна на бизнес ползвателите (чл. 11) и да посочват в своите общи условия двама или повече медиатори, към които са готови да се обърнат при опитите за постигане на споразумение с бизнес ползвателите за извънсъдебно уреждане на споровете с тях (чл. 12).

По отношение на доставчиците на онлайн търсачките се въвежда изискване да посочват основните параметри, които заедно или поотделно са от най-голямо значение при определянето на класирането (т.е. степента на значимост, придадена на резултатите от търсенето, които са представени, организирани или съобщени от тях, независимо от средствата за това⁷) и относителната важност на тези основни параметри. За целта на уебсайта на съответната онлайн търсачка следва да се публикува посоченото описание на тези параметри, до което трябва да е осигурен лесен и публичен достъп и чийто текст трябва да е ясен и разбираем. Това описание трябва да се актуализира редовно (чл. 5(2) от Регламента). Ако доставчик на онлайн търсачка получи сигнал от трето лице и в резултат промени реда на класиране или премахне от списъка с класирането даден уебсайт, доставчикът е длъжен да предостави възможност на ползвателя на корпоративни уебсайтове да се запознае със съдържанието на сигнала (чл. 5(4)). При изпълнение на тези изисквания от доставчиците на онлайн търсачки не се изисква да разкриват алгоритми (доколкото това по всяка вероятност представлява защитен ноу-хау или обект на авторско право), нито информация, която с разумна степен на сигурност би довела до заблуда или вреда за потребителите чрез манипулирането на резултатите от търсенето (чл. 5(6)). Същото правило е в сила и за доставчиците на ПОУ. Доставчиците на онлайн търсачки също са длъжни да описват всяко диференцирано третиране (ако има такова) по отношение на стоките/услугите, предлагани на потребителите чрез тези онлайн търсачки от самите доставчици/от контролирани от тях ползватели на корпоративни уебсайтове и от други, несвързани със съответния доставчик ползватели на корпоративни уебсайтове (чл. 7(2)).

Важно е да се отбележи, че Регламентът **не предвижда правила, пряко насочени към защитата на потребителите** и в този смисъл той не променя по никакъв начин съществуваща към момента на ниво ЕС и в България законодателна рамка в тази сфера. Същият съдържа единствено правила, целящи да осигурят защита на бизнесите, ползващи горепосочените услуги и търсачки.

Какво се въвежда в ЗЕТ във връзка с Регламента?

С оглед ефективното прилагане на правилата на Регламента, **в ЗЕТ се въвеждат конкретни правила и мерки при нарушаване на изискванията на Регламента**. Първо, ПОУ по смисъла на Регламент 2019/1150 са дефинирани в ЗЕТ като услуги на информационното общество и към тях следва да се прилагат всички правила на ЗЕТ, приложими за такъв вид услуги (чл. 1, ал. 4 ЗЕТ). Този законодателен подход заслужава известна критика, тъй като ПОУ изрично са прогласени като такъв вид услуги по силата на Регламента. Поради това, напълно ненужно е повтарянето на разпоредби от регламент,

които са пряко и непосредствено приложими и се ползват с примат пред националното законодателство. *De lege ferenda* е удачно този текст да се отмени, тъй като ПОУ са услуги на информационното общество по силата на Регламента, а не по силата на прогласяването им за такива в ЗЕТ.

Второ, създадена е глава седма „а“, озаглавена „Гражданскоправна защита срещу нарушения на Регламент (ЕС) 2019/1150 и извънсъдебно уреждане на спорове“. Съгласно новите правила в ЗЕТ, отговорността на доставчиците на ПОУ и доставчиците на онлайн търсачки за нарушения на изискванията на Регламента се осъществява при условията и по реда, предвидени в Гражданския процесуален кодекс (ГПК) - чл. 22а ЗЕТ. По-специално, уредени са следните възможности за предявяване на искиове:

Предявяване от самите бизнес ползватели и ползватели на корпоративни уебсайтове (чл. 22б ЗЕТ). Те могат да предявяват три вида искиове: **искове за установяване** и за **преустановяване на нарушения** на изискванията на Регламента, както и **искове за обезщетения за вреди от нарушенията**. Исковите се предявяват по реда на общото исково производство по глава 13 ГПК. ЗЕТ въвежда правила относно определяне на обезщетението - то се дължи за всички претърпени имуществени и неимуществени вреди и пропуснати ползи, които са пряка и непосредствена последица от нарушението (чл. 22г, ал. 1 ЗЕТ). При определяне на конкретния размер на обезщетението съдът следва да вземе предвид и всички обстоятелства, свързани с нарушението, както и приходите, получени от нарушителя вследствие на нарушението (чл. 22г, ал. 2 ЗЕТ). Интересен е въпросът за вида на отговорността на съответния доставчик. Той следва да се определи в зависимост от естеството на съответното нарушение и от това дали е налице договорна връзка между доставчика и съответния бизнес ползвател или не. Обикновено доставчиците на ПОУ действат въз основа на договор със съответния бизнес ползвател, което се подкрепя и от въвеждането на конкретни изисквания в Регламента за съдържанието на техните общи условия. Ето защо, ако те са поели определен договорен ангажимент в своите общи условия - например да предоставят информация за основните параметри, определящи класирането, както и причините за тяхната относителна важност в сравнение с други параметри (чл. 5(1) от Регламента) и впоследствие не го изпълнят, отговорността следва да бъде договорна. Ако обаче те са нарушили това изискване, без да предвидят каквито и да е текстове в общите си условия, и това доведе до определени вреди за бизнес ползвателя, отговорността следва да бъде деликтна. В същото време, по отношение на другата категория задължени лица по Регламента - доставчиците на онлайн търсачки, самият Регламент допуска възможността в определени случаи да липсват договорни отношения с ползвателите на корпоративни уебсайтове, но доставчиците на практика да действат едностранно по начин, който може да бъде несправедлив и да уврежда законните интереси на ползвателите на корпоративни уебсайтове (вж. Съображение 4). Ако такова едностранно поведение е в нарушение на Регламента и причини вреди на ползвателя, отговорността - доколкото липсва договор - отново следва да е деликтна. Правилата за определяне на вида и размера на вредите в ЗЕТ са специални спрямо общите правила на договорната и деликтната отговорност по ЗЗД, като последните би следвало да намерят субсидиарно приложение само за неуредени в ЗЕТ въпроси.

Предявяване по инициатива на публични органи или организации и сдружения (чл. 22в ЗЕТ). Те могат да предявяват **искове за преустановяване** на нарушението и/или **за забрана за извършване на действия и търговски практики, които са в нарушение** на Регламента. Исковите се предявяват по реда на производството по колективни искиове по глава 33 ГПК. За целта те следва да имат законен интерес да представляват бизнес ползватели и ползватели на корпоративни уебсайтове. Те разполагат с това право, ако отговарят на специфични изисквания, предвидени в Регламента (чл. 14(3) и (4) от същия). По-специално организациите и сдруженията имат това право, ако кумулативно за тях е

изпълнено следното:

- а) учредени са надлежно съгласно правото на държава членка;
- б) преследват цели от колективен интерес за всички участници в групата на бизнес ползвателите или ползвателите на корпоративни уебсайтове, които те представляват трайно;
- в) имат нестопански характер;
- г) процесът им на вземане на решения не се влияе по неправомерен начин от трети лица, предоставящи финансиране, по-специално от доставчици на ПОУ или онлайн търсачки. За тази цел организациите/сдруженията оповестяват напълно и публично информацията относно членството в тях и източника им на финансиране. Това изискване е въведено с цел гарантиране на тяхната независимост и предотвратяване на потенциален конфликт на интереси.

Публичните органи от своя страна разполагат с това право, ако отговарят за защитата на колективните интереси на бизнес ползвателите или на ползвателите на корпоративни уебсайтове или за осигуряване на изпълнението на изискванията, определени в Регламента, в съответствие с националното законодателство на съответната държава членка (чл. 14(4) от Регламента). Отделно от горното, Регламентът изисква от Европейската комисия да състави **списък** на организациите, сдруженията и публичните органи, посочени от държавите членки като отговарящи на горните изисквания. В списъка се уточнява целта на тези организации, сдружения и публични органи. Списъкът се публикува в „Официален вестник“ на Европейския съюз (чл. 14(6) от Регламента). Във връзка с това, в българския ЗЕТ се предвижда, че съдът приема за доказана правоспособността на органите, организациите и сдруженията, включени в този списък. Това обаче не лишава съда от възможността да проверява дали целта на ищеца оправдава предявяването на иск в конкретно производство. Идеята на запазването на това правомощие е съдът да може да следи и да предотвратява евентуална злоупотреба с права от такива сдружения, организации и публични органи.

В допълнение към горното, с измененията в ЗЕТ се въвеждат и правила относно извънсъдебното уреждане на спорове между доставчици на ПОУ и бизнес ползватели (чл. 22д ЗЕТ). Съгласно тези правила доставчиците на ПОУ са длъжни **да посочат в общите си условия двама или повече медиатори** за извънсъдебно уреждане на спорове, възникнали във връзка с предоставянето на съответните ПОУ. Това изискване следва от чл. 12 от Регламента. В същото време, ЗЕТ доразвива изискванията на Регламента, препращайки за това извънсъдебното уреждане на спорове към реда на чл. 2 от Закона за медиацията. Този ред няма да се прилага само ако страните са избрали приложимо право, различно от българското. Започването на производство по медиация не пречатства всяка от страните да се обърне към компетентния съд или към Комисията за защита на конкуренцията с твърдения за нарушение по Закона за защита на конкуренцията по всяко време преди, по време на или след приключване на процедурата по медиация. Това разрешение е израз на доброволния характер на производството по медиация и на факта, че всяка от страните по всяко време е свободна да потърси защита на правата си пред съд или компетентен регулатор независимо евентуалното наличие на производство по медиация.

Следва да се отбележи, че Регламентът не предвижда глоби за нарушения на изискванията му, нито задължава държавите членки да предвидят такива в националното си законодателство (вж. Съображение 46). На тяхната преценка е възложено дали ще въведат такива или не. Българският законодател не е въвел такива, а е предвидил единствено гражданска отговорност и защита по исков ред за бизнес ползвателите и ползвателите на корпоративни уебсайтове. Такъв подход е избран и във Великобритания⁸. За сравнение, в други държави като Румъния се обсъжда възможността за въвеждане на административни глоби в определен процент от оборота на съответния доставчик⁹.

Други изменения в ЗЕТ, несвързани с Регламента

Наред с горните правила, със ЗИДЗЕТ се прави и едно изменение, което няма никакво отношение към изискванията на Регламента. Това изменение касае чл. 4а ЗЕТ, който урежда правилата за съхраняване на информация в крайното устройство на потребителя и достъп до нея, или, иначе казано, изискванията **за използване на „бисквитки“** (cookies)¹⁰ и други подобни проследяващи технологии¹¹, които да се инсталират на крайно устройство на потребителя. Според ЗЕТ доставчик на услуги на информационното общество може да инсталира „бисквитки“ и да използва други подобни технологии (и респ. да съхранява информация или получава достъп до информация, съхранена в крайното устройство на получателя на услугата), при условие че на получателя на услугата е предоставена: 1) изискуемата информация по чл. 13 от Общия регламент за защита на данните (GDPR); и 2) възможност да откаже съхраняването или достъпа до информацията. В допълнение, получателят на услугата следва да има възможност по всяко време да получи информация за съхраняваните в крайното устройство данни. При последващо съхраняване на информация или получаване на достъп до информация от един и същ доставчик горепосочените изисквания не са задължителни, в случай че получателят на услугата не е възразил. ЗЕТ урежда и изключения от горното правило - тези изисквания не се прилагат по отношение на съхраняването на информация и предоставянето на достъп до нея, когато те са необходими за: 1) предаването на съобщения по електронна съобщителна мрежа; 2) предоставяне на услуга на информационното общество, изрично поискана от получателя на услуги на информационното общество¹².

С измененията от ноември 2020 г. доставчик на услуги на информационното общество, който извърши или допусне извършването на нарушение на изискванията за използване на „бисквитки“ и други подобни технологии по чл. 4а ЗЕТ, се наказва с глоба в размер от 250 до 1500 лв., ако деянието не съставлява престъпление. Ако доставчикът е юридическото лице или едноличен търговец, на тях се налага имуществена санкция в размер от 500 до 2000 лв. Тук следва да се направи едно важно уточнение. Нарушение на изискванията на ЗЕТ се санкционират с наказателни постановления, издадени от председателя на Комисията за защита на потребителя в рамките на санкционните предели, предвидени в ЗЕТ. Ако обаче доставчик наруши изискванията за предоставяне на информация на получателя на услугата по чл. 13 GDPR, паралелно с горната отговорност няма пречка да се ангажира и неговата отговорност за нарушение на правилата за защита на личните данни от страна на Комисията за защита на личните данни (КЗЛД). А максималните размери по GDPR надхвърлят отговорността по ЗЕТ многократно - за нарушение на чл. 13 GDPR може да се наложи санкция с максимален размер по-високата сума измежду 20 млн. евро или 4% от общия годишен световен оборот на предприятието за предходната финансова година (чл. 83 (5) от GDPR). И макар за българските икономически реалности подобна санкция да изглежда почти невероятно да бъде наложена в такъв размер, нарушенията по чл. 13 GDPR са сред тежко наказуемите и е вероятно в такъв случай КЗЛД да наложи сериозна санкция. Затова доставчиците на услуги на информационното общество следва да се отнасят сериозно към задълженията си за предоставяне на информация относно използването на „бисквитки“ и при необходимост - да инвестират време и ресурси в изготвянето на информационен документ за използването на „бисквитки“ (често наричани „Политики за бисквитки“ (Cookie Policies), съответни банери за получаване на валидно съгласие за инсталиране на „бисквитки“ и др. под.

Заклучение

В заключение следва да се подчертае, че Регламент 2019/1150 дава една допълнителна закрила на бизнесите, използващи ПОУ и разчитащи на онлайн търсачки за достигане до максимално широк брой потребители. Важно е да се знае, че доставчиците на подобен вид услуги имат определени задължения към своите бизнес клиенти, които следват от европейското законодателство.

Основната цел на тези задължения е да се осуетят някои едностранни практики, които ЕС счита за несправедливи и увреждащи интересите на бизнес клиентите на такива доставчици. С измененията в ЗЕТ вече са уредени и конкретните форми, чрез които даден бизнес може да потърси защита от доставчици на ПОУ или онлайн търсачки, ако счита, че с действията си те нарушават правилата на Регламента - общото исково производство по ГПК, производството по медиация или в някои случаи, когато исковите се предявяват от публични органи или организации/сдружения, защитаващи колективни интереси на такива бизнеси - по реда за разглеждане на колективни иски.

Д-р Мартин ЗАХАРИЕВ*, адвокат в Адвокатско дружество „Димитров, Петров и Ко.“ и експерт във Фондация „Право и интернет“

* Представеният анализ няма характера на правен съвет или консултация и не следва да бъде възприеман като достатъчен за разрешаването на конкретни правни проблеми, казуси и др. Мненията, изразени тук, са единствено на автора и не отразяват непременно тези на Адвокатско дружество „Димитров, Петров и Ко.“, Фондация „Право и Интернет“, техните филиали или служители.

1 Достъпен на URL: <<https://dv.parliament.bg/DVWeb/showMaterialDV.jsp?idMat=153122>> (14.11.2020).

2 Мотиви към проект на Закона за изменение и допълнение на Закона за електронната търговия, с. 2, достъпни на URL: <<https://parliament.bg/bills/44/002-01-33.pdf>> (14.11.2020).

3 Член 2, т. 2 от Регламента.

4 В този смисъл вж. Foley, P. Online Platforms and business users: an EU regulatory first, URL: <<https://www.paulfoleylaw.ie/europe-online-platforms-search-engines/>> (14.11.2020).

5 Ibid.

6 Член 2, т. 8 от Регламента.

7 Член 2, т. 8 от Регламента.

8 **Puscas, R., Gavra, D.** Application of Regulation (EU) 2019/1150 regarding online intermediation - European and Romanian national initiatives, URL: <<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=14a752b7-e0ff-46d9-8860-2ee23966bf86>> (14.11.2020).

9 Ibid.

10 За бисквитките проф. Георги Димитров посочва следното: те „представляват малки информационни обекти, които се съхраняват в приложението, което потребителят ползва за достъп до интернет (обичайно браузър, но не само). Те се съхраняват в специални информационни контейнери, когато потребителят осъществи достъп до определен сайт на доставчик на услуги на информационното общество или при предоставяната от него услуга. (...) Събраната информация може да е свързана с източника, откъдето се осъществява достъпът, посетени интернет страници и вътрешни ресурси в тях, честота на посещенията, осъществени търсения на ключови думи и др. На практика събраната информация се предава към доставчика на услугата в момента, в който потребителят осъществи последващ достъп до интернет страницата му. По този начин доставчикът се ориентира какви са вероятните предпочитания на потребителя за определена информация и услуги и настройва така информационните си системи, че да предоставя търговски (рекламни) съобщения и информация за събития и стоки, съобразно вероятните предпочитания на клиента“ - вж. Димитров, Г. Право на Информационните и комуникационните технологии. Част I. Гражданскоправни аспекти. Електронни документи и електронни подписи. Електронна търговия. Защита на интелектуалната собственост в ИКТ. Защита на потребителите. София: Фондация „Право и интернет“, 2014, с. 179.

11 Например веб-маяци (web beacons), чисти GIF изображения (clear GIFs), пикселни тагове (pixel tags) и др.

12 Повече за тези правила вж. в Димитров, Г. Цит. съч., с. 178-182.
