

**Exma. Senhora
Presidente do Conselho de Administração da ANACOM
Professora Doutora Sandra Maximiano**

Data: 16 de maio de 2024

Assunto: Reclamação contra a plataforma TEMU ao abrigo do Regulamento Serviços Digitais¹ (DSA).

Exma. Senhora,

A Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor – DECO, com sede na Rua Artilharia 1, n.º 79, 4.º andar, 1269-160 Lisboa, em conjunto com o BEUC (The European Consumer Organisation), procedeu à avaliação da Plataforma TEMU (www temu com), em matéria do cumprimento das obrigações legais estabelecidas no DSA.

I. INTRODUÇÃO:

1. A plataforma/Marketplace TEMU, enquanto prestador de serviços intermediários da internet, tem registado um número crescente de consumidores que, em Portugal e no resto da Europa, utilizam a sua plataforma, sendo já capaz de competir com outros gigantes do comércio eletrónico. A TEMU propõe produtos com grandes descontos e depende amplamente da gamificação e da publicidade intensiva para atrair os consumidores. No entanto, este Marketplace também levanta sérias preocupações e suspeitas de infringir vários diplomas legais da UE destinadas a proteger os consumidores.

2. Nesta reclamação, tentaremos demonstrar como a TEMU não cumpre várias das suas obrigações legais, estabelecidas no Regulamento da UE 2022/2065 (Lei dos Serviços Digitais – “DSA”), não garantindo aos seus utilizadores um ambiente online seguro,

¹ Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de outubro de 2022 relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Regulamento dos Serviços Digitais)

previsível e confiável conforme exige a lei. Como veremos, entre outras coisas, temos fortes preocupações de que os consumidores sejam vítimas de técnicas de manipulação, de que a TEMU não consiga garantir a rastreabilidade dos comerciantes que operam na sua plataforma ou de que o seu funcionamento geral permaneça opaco, o que viola o DSA.

3. Por estas razões, nesta data, as organizações de consumidores associadas do BEUC, apresentam reclamações aos respetivos coordenadores de serviços digitais nacionais, competentes nos termos do artigo 53.º da DAS, procedendo igualmente ao alerta junto da Comissão Europeia, uma vez que a TEMU é, de facto, uma plataforma online de muito grande dimensão (VLOP), com dezenas de milhões de utilizadores em toda a Europa. Nesse sentido, deve a TEMU ser obrigada a cumprir imediatamente todos os requisitos enumerados no DSA e a garantir um ambiente digital seguro para todos os consumidores europeus.

II. ALGUNS FACTOS:

1. Desde o seu lançamento na Europa, no início de 2023, a TEMU registou o que foi descrito como um “aumento meteórico no tráfego e nas vendas na Europa”². Atualmente, está entre as aplicações mais descarregadas em muitos países europeus e entre os mercados online mais populares, competindo hoje com outros gigantes do comércio eletrónico, como a Amazon ou o eBay³. A TEMU é operada pela empresa chinesa PDD Holdings (também proprietária da Pinduoduo) e tem o seu escritório europeu localizado na Irlanda. O seu modelo de negócio é semelhante ao de outras plataformas de compras, como a Shein ou a Alibaba. A maioria dos produtos vendidos na TEMU é enviada aos consumidores diretamente das fábricas ou armazéns chineses. O seu vertiginoso apelo comercial baseia-se, principalmente, em três pilares:

- (1) Produtos de consumo com grandes descontos;
- (2) Experiência gamificada para consumidores;
- (3) Publicidade intensiva, incluindo marketing influenciador.

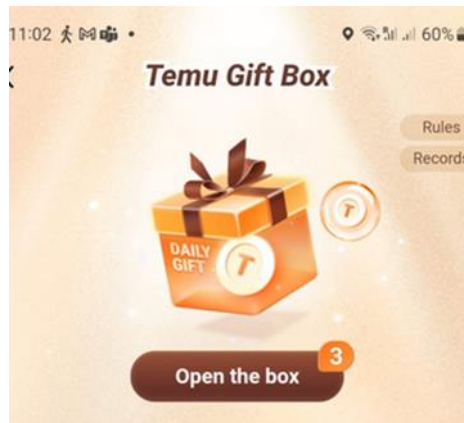
² www.similarweb.com/corp/reports/TEMU-ecommerce-europe-report/.

³ www.channelengine.com/en/blog/top-european-online-marketplaces

(1) Produtos de consumo com grandes descontos e entrega rápida em tempos de inflação. Num contexto inflacionário que forçou os consumidores a adaptarem os seus orçamentos e a reduzir as suas despesas, a TEMU propõe produtos de consumo com grandes descontos, nalguns casos com preços de meros cêntimos, conforme é mostrado na página inicial da TEMU⁴. A TEMU também promete a remessa muito rápida para a maioria dos produtos, sem custos extra, com entrega geralmente não superior a 3 a 5 dias úteis. Para além dos grandes descontos, a TEMU oferece ainda descontos adicionais, cupons e outros presentes diariamente.



⁴ www temu.com



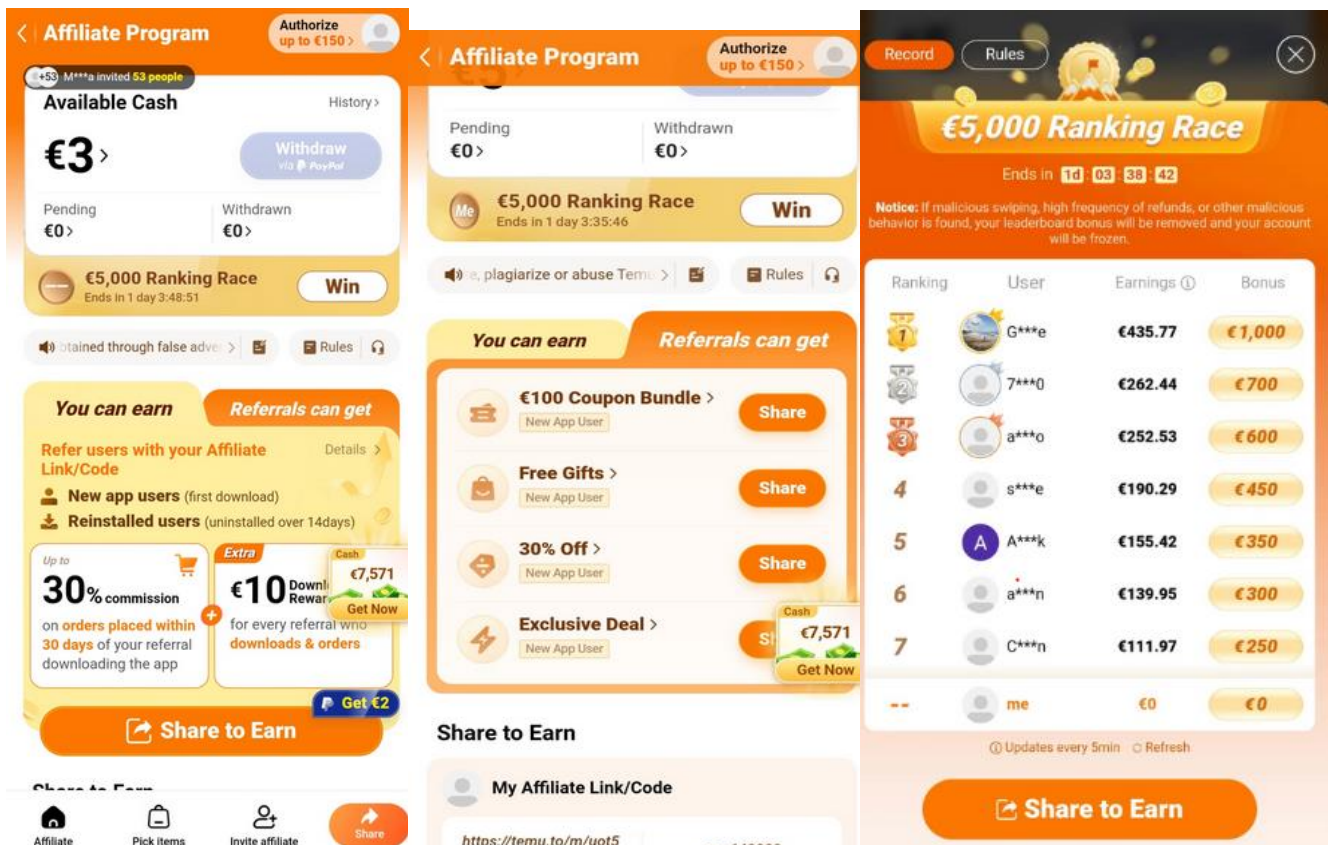
(2) Experiência gamificada para consumidores: A TEMU foi descrita como “uma arena onde as compras encontram o entretenimento”⁵. A plataforma integra jogos interativos e elementos de compras sociais, o que tem sido reconhecido como uma das suas características distintivas comparativamente com os seus concorrentes. Os jogos e o entretenimento também devem tornar a TEMU particularmente atraente para os consumidores mais jovens. Entre outras coisas:

- Os consumidores são convidados a jogar para desbloquear cupões e descontos adicionais (como rodas giratórias da fortuna). A TEMU também propõe diversos jogos por meio da app TEMU. Embora alguns destes jogos possam não estar (ainda) disponíveis em todos os países europeus, existem sérias razões para acreditar que em breve estarão em toda a Europa (por exemplo, a página web que apresenta estes jogos já se encontra disponível na maioria das línguas europeias).

⁵ www.digitalcrew.agency/play-to-pay-unpacking-TEMUs-gamified-shopping-odyssey/

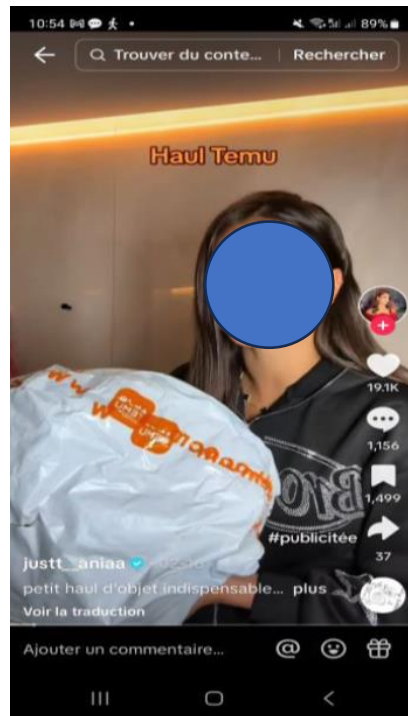


- Os consumidores são convidados a participar num “programa de afiliados” (ver abaixo) onde podem partilhar “share to earn” o seu código de afiliado com outros utilizadores para obter “brindes”, descontos e outras “ofertas exclusivas”, com a possibilidade de participar de “corridas” para ganhar bónus adicionais.



(3) Publicidade intensiva, incluindo marketing influenciador: A TEMU gasta milhões de euros em publicidade. Nos EUA, em 2023, a TEMU gastou aproximadamente 500 milhões de dólares em publicidade, aumentando os seus gastos com marketing em 1.000%. A TEMU também depende fortemente de influenciadores ativos em plataformas como o TikTok⁶, que promovem produtos vendidos na TEMU (uma simples pesquisa por “Temu” no YouTube produz muitos resultados de influenciadores que patrocinam produtos vendidos nesta plataforma).

⁶ Por exemplo, a utilização de social influencers pela TEMU foi destacada pela Hungarian Authority in charge of unfair market practices (Gazdasági Versenyhivatal - GVH) em março de 2024, referindo que “TEMU promotes its products through Hungarian influencers with large followings on various social media platforms” (www.gvh.hu/en/press_room/press_releases/press-releases-2024/gvh-takes-action-competition-supervision-proceeding-launched-against-TEMU).



III. A TEMU E O DSA:

1. A designação da TEMU ao abrigo do disposto no DSA:

A TEMU tem o seu escritório europeu em Dublin e propõe o seu serviço aos consumidores europeus. Como tal, não há dúvida de que o Regulamento da UE 2022/2065 (DSA) se aplica plenamente às atividades da TEMU. Ao abrigo do DSA, a TEMU:

- Em primeiro lugar, qualifica-se como uma plataforma em linha (Art.º 3.º (i)), pois opera como um serviço de alojamento virtual que armazena e difunde informações ao público, e esta atividade não é uma característica secundária nem puramente acessória de outro serviço ou uma funcionalidade secundária

do serviço principal. Além disso, o TEMU permite que os consumidores celebrem contratos à distância com comerciantes.

- Em segundo lugar, a TEMU preenche as condições para ser designada como uma Plataforma em linha de Muito Grande Dimensão (doravante “VLOP”) nos termos do Art.º 33.º. Com efeito, a própria TEMU relatou publicamente⁷, em abril de 2024, ter atingido o limite de mais de 45 milhões de utilizadores ativos mensais médios, com aproximadamente 75 milhões de utilizadores ativos mensais na EU, no período entre 1 de outubro de 2023 e 31 de março de 2024. A designação formal da TEMU como VLOP pela Comissão Europeia é assim expectável de acontecer em breve (refira-se que a Shein foi designada como VLOP pela Comissão Europeia em abril de 2024, depois de tornar público no final de janeiro de 2024 que se encontravam acima do limite de designação de VLOP⁸). Torna-se por isso importante realçar este facto, uma vez que esta designação desencadeará um novo conjunto de obrigações para a TEMU.

2. Obrigações da TEMU ao abrigo do disposto no DSA:

A TEMU deverá, em primeiro lugar, cumprir as obrigações que recaem sobre as plataformas em linha (Capítulo III, Secção 3 do DSA) e as obrigações que recaem sobre as plataformas em linha que permitem aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes (Capítulo III, Secção 4 do DSA). Como as obrigações decorrentes do DSA são cumulativas, a TEMU deve também cumprir as obrigações aplicáveis aos serviços de alojamento (Capítulo III, Secção 2 do DSA) e serviços intermediários (Capítulo III, Secção 1 do DSA).

Embora os requisitos aplicáveis aos prestadores de VLOPs (Capítulo III, Secção 5 do DSA) só sejam aplicáveis quatro meses após a notificação da Comissão Europeia ao prestador, continuam a ser relevantes para a Comissão Europeia e para o Coordenador de DSA competente. Assim, deverá este critério ser plenamente considerado, uma vez que a TEMU já é hoje, de facto, um VLOP e as suas atividades têm um impacto em milhões de consumidores europeus. Isto é particularmente importante, uma vez que diferentes

⁷ <https://www.TEMU.com/digital-services-act.html>

⁸ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_2326

disposições do Capítulo III, Secções 5, do DSA baseiam-se e expandem as obrigações a que as plataformas em linha estão sujeitas e que foram infringidas pela TEMU, como infra tentaremos demonstrar.

3. Violações do DSA pela TEMU:

Segundo a nossa análise, acreditamos que a TEMU, como plataforma em linha, não cumpre as suas obrigações legais decorrentes do DSA relativamente aos pontos seguintes:

- a) Artigo 30.º - Rastreabilidade dos comerciantes;
- b) Artigo 31.º - Conformidade desde a conceção;
- c) Artigo 27.º - Transparência dos sistemas de recomendação;
- d) Artigo 25.º - Conceção e organização da interface em linha;
- e) Artigo 28.º - Proteção dos menores em linha;
- f) Artigo 14.º - Termos e condições;
- g) Artigo 21.º - Resolução extrajudicial de litígios.

Acresce o facto de termos sérias reservas sobre a capacidade da TEMU de cumprir as suas obrigações como uma plataforma em linha de muito grande dimensão (VLOP), quando for designada.

a) Falta de rastreabilidade dos comerciantes:

➤ O que diz a lei:

O artigo 30.º do DSA prevê que as plataformas em linha que permitem aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes, devem disponibilizar algumas informações de forma clara, facilmente acessível e abrangente. Isto deve incluir, em particular:

- O nome, endereço postal, número de telefone e endereço de correio eletrónico do comerciante;
- Quando aplicável, o registo do comerciante;
- Autocertificação por parte do comerciante, comprometendo-se a oferecer apenas produtos ou serviços que cumpram as regras aplicáveis do direito da União.

➤ O que acontece na TEMU:

A TEMU não cumpre as obrigações previstas no Art.º 30.º (7) do DSA. Especificamente:

- As informações sobre a rastreabilidade e identificação dos comerciantes são muitas vezes incompletas. Por exemplo, em vários casos, a única informação disponível é o nome do comerciante (vide Anexo, pontos 2.1, 2.2., 2.3, 2.4, entre muitos outros encontrados na TEMU). Noutros casos, faltam outras informações (endereço de correio eletrónico, autocertificação ou outras) (vide Anexo, ponto 2.5).
- Quando a informação é completa, não é divulgada de forma facilmente acessível e inteligível. Em vários casos, os consumidores são obrigados a passar por vários passos para aceder às informações relevantes⁹.

Consideramos, portanto, que a TEMU não conhece os comerciantes que vendem na sua plataforma e pode não estar em condições de garantir que todos os produtos vendidos por esses comerciantes cumprem as normas da UE. Os consumidores ficam no escuro quanto à identidade dos comerciantes que vendem na TEMU e se são confiáveis. Isto vai contra o objetivo do DSA, que é o de garantir um ambiente digital confiável e seguro,

⁹ Em primeiro lugar, o consumidor tem de clicar num avatar minúsculo da conta TEMU do comerciante abaixo do nome do produto, à esquerda do número de vezes que o produto foi vendido no TEMU e à direita do número de vezes que o comerciante vendeu, ou

- o número acima mencionado de produtos vendidos através do TEMU pelo comerciante, ou

- num avatar maior da conta TEMU que aparece (que parece ser aparentemente o nome do comerciante) ao lado do que parece ser o nome do comerciante quando o consumidor rola para baixo no site. Em nenhum dos casos acima referidos, o consumidor recebe qualquer indicação de que a informação que a TEMU lhe deve disponibilizar nos termos do artigo 30.º, n.º 7, pode ser encontrada clicando nesses itens. Reduzindo ainda mais a acessibilidade da informação, quando o consumidor clica em “Pessoa Responsável da UE por este produto – clique para obter detalhes”, que é o único elemento na parte da interface online da TEMU onde o consumidor é explicitamente apresentado a qualquer informação sobre rastreabilidade de comerciantes ou a conformidade, o consumidor não recebe nenhuma das informações referidas no artigo 30.º, n.º 7.

Em segundo lugar, ao clicar em qualquer um dos três elementos enumerados, o consumidor é direcionado para uma parte diferente da interface online da TEMU que contém informações do comerciante, onde outros produtos vendidos pelo comerciante e críticas sobre esses produtos são destacados. A interface em linha não indica onde encontrar as informações que devem ser disponibilizadas nos termos do artigo 30.º, n.º 7, e o consumidor só pode encontrar as informações clicando no avatar TEMU do comerciante. Só ao fazê-lo é que ao consumidor é apresentado a um texto mal redigido num pop-up em que o comerciante (que se autodenomina “fornecedor”) “declarou que irá cumprir” (deve-se presumir que, como resultado de uma tradução incorreta não é utilizada uma formulação mais clara) “com todas as leis aplicáveis, inclusive oferecendo apenas produtos e serviços que cumpram as políticas da TEMU.

impondo aos mercados online a obrigação de “conhecer quem são os seus clientes empresariais”¹⁰.

b) (Falta de) conformidade desde a conceção:

➤ O que diz a lei:

O artigo 31.º, n.º 1, do DSA exige que as plataformas em linha que permitem aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes, garantam que a sua interface em linha seja concebida e organizada de uma forma que permita aos comerciantes cumprir as suas obrigações em matéria de informação pré-contratual, conformidade e informação sobre segurança dos produtos ao abrigo Direito da UE. Além disso, o artigo 31.º, n.º 3, do DSA também prevê que estas plataformas em linha devem envidar todos os esforços para avaliar se os comerciantes forneceram informações sobre a sua conformidade com o direito da União antes de lhes permitir oferecer os seus produtos ou serviços através da plataforma.

➤ O que acontece na TEMU:

Uma análise mais detalhada da interface online da TEMU revela sérias preocupações no que diz respeito à conformidade da TEMU com o artigo 31.º do DSA, uma vez que vários produtos são disponibilizados aos consumidores sem serem acompanhados das informações legalmente exigidas (Anexo, pontos 2.1 a 2.5).

Como não temos acesso aos registos da TEMU, não é possível determinar se a TEMU não cumpre alguma das duas disposições específicas do Artigo 31.º listadas. No entanto, quando as informações referidas no n.º 1 do artigo 31.º do DSA (tais como informações pré-contratuais, informações de conformidade, informações sobre segurança do produto, informações do comerciante, etc.) não são disponibilizadas aos consumidores na secção relevante da plataforma online, tal deve ser consequência da violação de TEMU de uma disposição específica do DSA:

¹⁰ Digital Services Act, Article 1

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_2348

- Ou a TEMU não cumpre as suas obrigações de envidar todos os esforços para avaliar se os comerciantes que oferecem e vendem produtos através da TEMU forneceram as informações referidas no artigo 31.º, n.º 1, do DSA antes de lhes permitir oferecer os seus produtos no TEMU;
- Ou a conceção e a organização da interface da TEMU são tais que, mesmo quando o profissional fornece as informações referidas no artigo 31.º, n.º 1, do DSA, as informações não são, em última análise, disponibilizadas ao destinatário do serviço.

Por outras palavras, quando os consumidores não recebem informações sobre os dados de contacto (número de telefone, endereço de correio eletrónico) do comerciante em causa, há duas razões para que tal aconteça: ou o comerciante não forneceu as informações à TEMU ou o comerciante forneceu as informações à TEMU, mas esta não disponibilizou essas informações na secção relevante da interface em linha. Em ambos os casos, a TEMU viola o artigo 31.º do DSA, embora por razões diferentes. No primeiro caso, a TEMU viola o n.º 3 do artigo 31.º e, no segundo caso, a TEMU viola o n.º 1 do artigo 31.º.

No primeiro caso, a interface online da TEMU permite que os comerciantes cumpram as suas obrigações previstas no artigo 31.º, n.º 1. No entanto, as informações exigidas nos termos do artigo 31.º, n.º 1, não estão disponíveis porque o comerciante não forneceu as informações à TEMU. Apesar disso, a TEMU permite que o comerciante opere na sua plataforma. Por conseguinte, a TEMU viola as suas obrigações decorrentes do DSA, uma vez que não faz todos os esforços para avaliar se esses comerciantes forneceram as informações referidas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 31.º, antes de lhes permitir oferecer os seus produtos ou serviços na sua plataforma.

No segundo caso, a TEMU não envida todos os esforços para garantir que o comerciante lhe forneça as informações exigidas nos termos do artigo 31.º, n.ºs 1 e 2, antes de permitir que este ofereça os seus produtos. A TEMU, enquanto plataforma em linha que permite aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes, exige que os comerciantes criem uma conta na TEMU. Como parte do processo de registo, a TEMU

parece oferecer a possibilidade a (pelo menos alguns) comerciantes de fornecer informações para identificar o comerciante e os seus produtos e serviços, desde que as informações solicitadas no Artigo 31 (1) e 31 (2) do DSA estejam disponíveis para determinados comerciantes. A TEMU controla o processo de registo dos comerciantes e permite, mas não exige, que os comerciantes forneçam as informações antes da venda, deixando assim deliberadamente de fazer os melhores esforços para avaliar se os comerciantes forneceram as informações necessárias antes de oferecerem os seus serviços, tornando-as uma opção e não uma obrigação de fornecer as informações referidas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 31.º.

Com base no referido, conclui-se que a TEMU viola o artigo 31.º do DSA, uma vez que a informação que deve ser disponibilizada aos consumidores sobre os comerciantes e os seus produtos e serviços, nem sempre é disponibilizada aos consumidores. Consequentemente, os consumidores não podem tomar uma decisão informada quando compram um produto, nomeadamente para aceder a informações pré-contratuais relevantes ou para verificar se o produto cumpre as regras de segurança da UE.

Em última análise, não nos é possível determinar se cada caso de violação do artigo 31.º, evidenciado pela ausência de informações sobre comerciantes/produtos/serviços, resulta de uma falha da TEMU em conceber e estruturar a sua interface online de uma forma que permita aos comerciantes cumprir ou, se isso se deve ao facto de a TEMU não ter envidado todos os esforços para verificar se os comerciantes em causa forneceram efetivamente as informações exigidas. Em qualquer dos casos, qualquer um dos cenários acima descritos continua a ser altamente preocupante.

c) (Falta de) transparência dos sistemas de recomendação:

➤ O que diz a lei:

O artigo 27.º, n.º 1 do DSA prevê que as plataformas online que utilizam sistemas de recomendação devem indicar nos seus Termos e Condições, em linguagem simples e inteligível, os principais parâmetros utilizados pelos seus sistemas de recomendação. Já o n.º 2 do mesmo artigo especifica ainda que, as plataformas online devem explicar por

que determinadas informações são sugeridas aos utilizadores e, em particular, divulgar informações sobre (i) os critérios que são mais significativos para determinar as informações apresentadas aos consumidores e (ii) as razões para a importância relativa desses parâmetros.

➤ O que acontece na TEMU:

A página de ajuda sobre o DSA da TEMU indica o seguinte (vide também Anexo, pt 1):

HOW TEMU RECOMMENDS CONTENT?

We recommend content to you so that you can see products which would be of interest to you. We use various criteria for recommending content and products to you, including:

- Your account profile (such as your country and gender if recorded in your account profile) and - preferences you have expressed on TEMU such as saving a product to your wish list;*
- Your browsing, searching and purchasing history on TEMU;*
- Your approximate location based on your technical information (e.g. IP address)*
- The popularity of products on TEMU;*
- Ratings you have given to products on TEMU;*
- Time you spend viewing specific product listings on TEMU;*
- Current sales campaigns; and*
- Product price*

Modifying/influencing the content recommended to you

You can change the content recommended to you by refreshing the page. The content that we recommend changes over time in accordance with the above criteria. For example, the content we recommend will change based on your purchase of different products, browsing for new products and similar activities by other users. You can also change the layout of product listings by sorting them in accordance with:

- Relevance*
- Top Sales*
- Most Recent*
- Price low to high*
- Price high to low*

For specific product searches, you can also filter the results by features of the products, for example by colour, by review ratings, by price and by specific product details.

Tal como é explicado no Considerando 70 do DSA, os sistemas de recomendação são uma componente essencial das plataformas em linha, uma vez que são suscetíveis de ter um impacto significativo no comportamento de compra dos consumidores,

estimulando-o¹¹. Por estas razões, a informação de que os utilizam e a forma como são concebidos devem ser claras e transparentes. No entanto, o TEMU não menciona as razões da importância relativa dos parâmetros previstos no artigo 27.º, n.º 2, alínea b), do DSA. Os consumidores são, portanto, mantidos no escuro e podem ser vítimas de práticas de manipulação por parte de sistemas de recomendação opacos.

d) (Práticas de manipulação na) conceção e organização da interface em linha:

➤ O que diz a lei:

O artigo 25.º do DSA prevê que as plataformas online não devem conceber, organizar ou operar as suas interfaces online de uma forma que engane ou manipule os consumidores ou de uma forma que distorça ou prejudique materialmente a capacidade dos consumidores de tomarem decisões livres e informadas (tal prática também é comumente chamada de *padrões obscuros* ou "*dark patterns*"). O DSA especifica ainda que esta proibição não deve ser aplicada a práticas já abrangidas pela Diretiva 2005/29/CE (Diretiva de Práticas Comerciais Desleais) e pelo Regulamento UE 2016/679 (Regulamento Geral de Proteção de Dados). Alguns exemplos de práticas de manipulação abrangidas pelo âmbito de aplicação do DSA são enumerados no Considerando 67 e no artigo 25.º, n.º 3. Este último refere-se especificamente a:

- (1) O facto de dar maior destaque a certas escolhas quando se pede uma decisão ao destinatário do serviço.
- (2) Solicitar repetidamente que o destinatário do serviço faça uma escolha onde essa escolha já foi feita, especialmente apresentando pop-ups que interferem na experiência do utilizador.
- (3) Tornar o procedimento de rescisão de um serviço mais difícil do que a sua subscrição.

Dado que o DSA se refere especificamente a essas práticas, pode-se inferir que elas, de facto, se enquadram no âmbito deste diploma.

¹¹ Vide por exemplo: S. Sivapalan, A. Sadeghian, H. Rahnama and A. M. Madni, "Recommender systems in e-commerce," 2014 World Automation Congress (WAC), Waikoloa, HI, USA, 2014, pp. 179-184, doi: 10.1109/WAC.2014.6935763.

➤ O que acontece na TEMU:

Vários exemplos de práticas de manipulação descritas no artigo 25.º, n.º 3, do DSA podem ser encontrados na TEMU. Por exemplo:

- Prática de manipulação aplicada à forma como os preços e produtos são exibidos na TEMU: A TEMU fornece informações ambíguas e enganosas sobre preços e produtos. Conforme apresentado no Anexo (ponto 3.1), a plataforma propõe fita-cola ao preço de 0,87 euros. Quando o consumidor seleciona este produto e pretende adicioná-lo ao seu carrinho, na verdade são-lhe propostas três opções diferentes, sendo que apenas uma corresponde verdadeiramente ao produto original que inicialmente selecionou. As outras alternativas são mais caras (quase duas e três vezes respetivamente) e uma (a mais cara) é apresentada de forma não neutra (com um “emoji de polegar para cima” exibido em cor brilhante e indicando que o produto é o “mais bem avaliado”, o que também é interessante tendo em conta que a TEMU não propõe uma classificação por produto, mas apenas por comerciante), ou dando maior destaque a determinadas escolhas através de componentes visuais quando pede ao consumidor que tome uma decisão.
- Manipulação dos consumidores relativamente à cessação do serviço: a TEMU torna o procedimento de cessação do serviço muito mais difícil do que a sua subscrição/registo (ver Anexo, ponto 3.2). Este é um “padrão obscuro” bem conhecido, também chamado de “Roach Motel”, onde a inscrição de um serviço é fácil, enquanto o cancelamento de assinatura permanece muito complicado. Na prática, embora a criação de uma conta na TEMU seja fácil e simples (os destinatários podem adicionar o seu número de telefone, endereço de e-mail ou utilizar o plug-in social de serviços como Facebook, Google, Apple ou Twitter, não há verificação de e-mail nem controlo de idade mecanismo), já o cancelamento se torna difícil, uma vez que os consumidores têm de passar por várias etapas para cancelar as suas contas. Conforme consta do Anexo (ponto 3.2), o consumidor deve:

1. Feito o logg in, deve clicar na seção “segurança da conta” da interface online e selecionar a opção de excluir a conta TEMU.
2. Ler 4 parágrafos de texto, cujo conteúdo estimula o consumidor a realizar transações¹² (os consumidores são aconselhados a usar quaisquer cupões e créditos disponíveis antes de excluir sua conta).
3. Depois de ler este texto, deve clicar pela segunda vez num botão para “eliminar permanentemente a sua conta TEMU” (esta é a segunda vez que o consumidor é questionado se pretende eliminar a sua conta e já o confirmou duas vezes após clicar em "continuar").
4. Após isso, deve selecionar o principal motivo para excluir sua conta entre 7 opções possíveis.
5. Em seguida, são apresentados ao consumidor textos e outros elementos visuais que apresentam as vantagens da TEMU como serviço, incluindo a possibilidade de efetuar pagamentos seguros, de ter a sua privacidade protegida e de usufruir de permissões seguras e da segurança da sua conta. Abaixo disso, os consumidores podem escolher entre continuar a ação de excluir a sua conta ou mantê-la (esta é a terceira vez que o consumidor é questionado se deseja excluir sua conta. A escolha das cores do display é enganosa, pois o destaque visual é dado à opção “manter conta” em comparação com a opção “continuar excluindo”).
6. Em seguida, é-lhe pedido novamente para confirmar se deseja excluir a conta. A TEMU inverte o código de cores, atribuindo a exibição colorida dada na etapa anterior à “opção continuar excluindo” agora à opção de cancelar a exclusão, enquanto a opção “excluir” nesta etapa é exibida usando os mesmos *prompts* visuais atribuídos ao “manter conta” na etapa anterior.
7. É ainda solicitado ao consumidor a verificação da sua identidade, inserindo o código de verificação enviado por e-mail ou usando a sua password para verificar sua identidade (a TEMU justifica a verificação da conta com base em motivos de segurança). No entanto, esta afirmação é infundada, uma vez que a TEMU não exige qualquer verificação da conta nas primeiras fases.

¹² Sobre este ponto, vide. Considerando 67 do DSA sobre o que pode ser considerado manipulação ou prática enganadora.

8. Finalmente, o consumidor recebe uma notificação de que a solicitação foi bem-sucedida e que a conta será excluída em até sete dias.

e) Proteção (insuficiente) dos menores em linha:

➤ O que diz a lei:

O artigo 28.º, n.º 1, do DSA prevê que as plataformas em linha acessíveis a menores, devem implementar medidas adequadas e proporcionais para garantir um elevado nível de privacidade, segurança e proteção dos menores nos seus serviços.

➤ O que acontece na TEMU:

A TEMU alega que os seus serviços não são acessíveis a utilizadores com menos de 18 anos. Se isto fosse verdadeiro e factualmente estabelecido, a TEMU não precisaria de implementar medidas para garantir um elevado nível de privacidade, segurança e proteção dos menores.

Porém, na medida em que não existe declaração de idade no acesso à TEMU¹³, as crianças não sabem sequer que o site não lhes é destinado. Acreditamos, portanto, que a interface online da TEMU é acessível a menores e, como tal, deve a plataforma implementar medidas para garantir um elevado nível de privacidade, segurança e proteção dos menores nos seus serviços. Além disso, os aspetos de gamificação suprarreferidos e os baixos preços dos produtos, são também suscetíveis de atrair menores para a TEMU.

Em última análise, o elevado número de produtos perigosos vendidos na TEMU por comerciantes não rastreáveis, através de práticas manipuladoras e sistemas de recomendação opacos, são ingredientes de um cocktail tóxico para a privacidade, segurança e proteção dos menores.

f) (Falta de transparência dos) termos e condições:

➤ O que diz a lei:

¹³ Vide Anexo pt 3.2.

O artigo 14.º do DSA prevê que os prestadores de serviços intermediários incluam nos seus termos e condições informações sobre quaisquer restrições que imponham à utilização do seu serviço no que diz respeito às informações prestadas pelos destinatários do serviço. Essas informações devem incluir informações sobre quaisquer políticas, procedimentos, medidas e ferramentas utilizadas para efeitos de moderação de conteúdos, incluindo a tomada de decisões algorítmicas e a análise humana, bem como as regras processuais do seu sistema interno de tratamento de reclamações. Deve ser apresentado numa linguagem clara, simples, inteligível, de fácil utilização e inequívoca, e deve estar disponível ao público num formato facilmente acessível e legível por máquina.

➤ O que acontece na TEMU:

Consideramos que os “Termos e Condições” da TEMU não cumprem o preceituado no artigo 14.º do DSA, porquanto se verifica faltarem algumas informações e/ou não são divulgadas de forma suficientemente clara e inteligível.

Com efeito, entre outras coisas, não há informações claras sobre as regras de procedimento do mecanismo interno de tratamento de reclamações da TEMU. A única referência ao mecanismo interno de tratamento de reclamações da TEMU está na página de ajuda do DSA, onde é apenas indicado o seguinte (ênfase adicionada):

“After reviewing your report, TEMU will notify you of its decision in respect of the content to which the report relates and, where TEMU has decided not to act upon the report, provide you with information on the possibilities for redress, including the option to appeal internally”.

Uma vez não existir informação clara sobre o mecanismo interno de tratamento de reclamações da TEMU, também não existe a possibilidade de verificação se o mesmo cumpre verdadeiramente os requisitos estabelecidos no artigo 20.º do DSA, que prevê que o mecanismo interno de tratamento de reclamações deve ser de fácil acesso, de fácil utilização e que as reclamações devem ser tratadas de forma atempada, não discriminatória, diligente e não arbitrária. Além disso, as decisões devem ser tomadas sob a supervisão de pessoal devidamente qualificado e não apenas com base em meios

automatizados – mas não há indicação nos termos e condições da TEMU de que seja esse o caso.

g) (Nenhuma informação sobre) resolução extrajudicial de litígios:

➤ O que diz a lei:

O artigo 21.º, n.º 1, do DSA prevê que os consumidores têm o direito de selecionar qualquer organismo de resolução extrajudicial de litígios certificado em conformidade com n.º 3 do mesmo artigo, para resolver litígios que não tenham sido resolvidos através do sistema interno de tratamento de reclamações do comerciante. Além disso, a plataforma em linha deve garantir que a informação sobre a resolução extrajudicial de litígios é prestada de forma facilmente acessível, clara e *user-friendly*. Esta disposição é importante porque o objetivo é o de garantir que o consumidor possa, efetivamente, reclamar uma reparação caso algo corra mal.

➤ O que acontece na TEMU:

A página de ajuda da TEMU sobre o DSA indica o seguinte (ênfase adicionado):

Appeals

If you have submitted a report and received a decision that TEMU has decided not to act upon the report, or you have received a SOR (statements of reasons), you may submit an appeal within 6 months after receiving that decision or SOR. You may submit your appeal free of charge, using the link provided within the decision / SOR. The form will allow you to submit a sufficiently precise and adequately substantiated appeal. TEMU will reverse its decision / the SOR where a complaint contains:

- *sufficient grounds for TEMU to consider that its decision not to act upon a notice is unfounded;*
- *sufficient grounds for TEMU to consider that the information to which the complaint relates is not Prohibited Content; or*
- *information indicating that the complainant's conduct does not warrant the measure taken,*

TEMU will inform you of its decision in respect of your appeal and, as appropriate, of the possibility of out-of-court dispute settlement provided for in Article 21 DSA and other available possibilities for redress.

Acreditamos que a TEMU incumpe o Artigo 21.º por duas razões:

- Em primeiro lugar, a informação apresentada sobre a possibilidade de remeter reclamações para a entidade de resolução extrajudicial de litígios não é divulgada de forma clara e facilmente acessível. A TEMU não fornece nenhuma informação além do seu próprio compromisso de informar o usuário “conforme apropriado” sobre a possibilidade de recorrer à resolução extrajudicial de litígios. Dito de outra forma, a TEMU indica que informará unilateralmente os consumidores sobre a possibilidade de recorrer ao procedimento de resolução extrajudicial apenas após ter sido tomada uma decisão sobre a reclamação ou quando a plataforma decidir não considerar a reclamação.
- Em segundo lugar, os consumidores não são informados sobre a possibilidade de uma solução extrajudicial no caso de a TEMU não tratar a sua reclamação de forma diligente, como indicam os termos e condições da TEMU. Esta informação só é apresentada aos consumidores quando a TEMU tiver tomado uma decisão sobre a reclamação (incluindo a decisão de não a considerar), mas não quando a TEMU simplesmente não trata a reclamação, trabalhando no sentido de avaliar o seu mérito e tomar uma eventual decisão. Neste cenário, os consumidores ficam desinformados sobre a disponibilidade de mecanismos extrajudiciais de resolução de litígios, numa situação em que estes seriam particularmente relevantes para eles.

IV. PREOCUPAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A CAPACIDADE DA TEMU CUMPRIR AS SUAS OBRIGAÇÕES COMO PLATAFORMA EM LINHA DE MUITO GRANDE DIMENSÃO (VLOP):

Com base em todos os factos e fundamentos supra alegados, consideramos ter fortes razões para afirmar que a TEMU não cumpre os artigos 14.º, 21.º, 25.º, 27.º, 28.º, 30.º e 31.º do DSA. Esta realidade revela um forte contraste entre, por um lado, o facto de a TEMU ter um alcance muito amplo enquanto plataforma em linha e, por outro lado, a sua falta de cumprimento de múltiplas disposições aliada a um esforço muito imitado para cumprir as suas obrigações decorrentes do DSA.

Acreditamos que as preocupações expressas são ainda mais preocupantes tendo em conta que a TEMU é já hoje uma VLOP, de facto, com impacto em mais de 45 milhões

de consumidores europeus. Uma vez que o TEMU, enquanto plataforma online, já não cumpre as obrigações fundamentais da DSA, temos sérias dúvidas de que a TEMU esteja em condições de cumprir os novos requisitos como VLOP no prazo de quatro meses após a sua designação. Especificamente:

- Nos termos dos artigos 34.º e 35.º do DSA, as VLOPs são obrigadas a avaliar os riscos que os seus serviços podem representar (incluindo para menores) e devem, conseqüentemente, implementar medidas adequadas de mitigação de riscos. Estas obrigações baseiam-se (e expandem) as obrigações estabelecidas no artigo 28.º do DSA. No entanto, acreditamos ser improvável que a TEMU estabeleça medidas suficientes para proteger os menores, uma vez que podem assumir que os serviços não são (teoricamente) destinados a menores. Tal suposição pode fazer com que a TEMU não avalie e mitigue de forma satisfatória os riscos para os menores decorrentes dos seus serviços, uma vez designada como VLOP.
- Nos termos do artigo 38.º do DSA, as VLOPs têm a obrigação de oferecer uma opção de exclusão de sistemas de recomendação baseados em perfis. O artigo 38.º do ASD baseia-se nas disposições que garantem a transparência dos sistemas de recomendação. No entanto, a capacidade dos consumidores de decidirem de forma informada se devem optar pela exclusão dos algoritmos baseados em perfis da TEMU é dificultada pela incapacidade da TEMU em divulgar as razões da importância relativa dos diferentes parâmetros utilizados pelos seus sistemas de recomendação.
- Nos termos dos artigos 34.º e 35.º do DSA, as VLOPs devem avaliar os riscos que os seus serviços podem causar, em particular no que diz respeito à proteção do consumidor, segurança e saúde pública. Sempre que necessário, devem ser organizadas medidas de mitigação adequadas. No entanto, consideramos que a TEMU não está em posição de implementar as medidas de mitigação de risco relevantes e necessárias, a menos que as questões que foram suscitadas acima - em particular a questão relacionada com a rastreabilidade dos comerciantes

(Art.º 30.º DSA) e conformidade desde a conceção (Art.º 31.º DSA) - sejam integralmente resolvidas.

- Considerando a sobreposição dos Artigos 25.º, 34.º (1)(b) e 35.º (1)(a) do DSA, acreditamos que a TEMU deve adaptar e corrigir a sua interface para garantir que os consumidores não sejam enganados ou manipulados durante a sua experiência de compra.
- Nos termos do Artigo 14.º do DSA, as VLOPs devem fornecer aos destinatários do serviço um resumo conciso, facilmente acessível e legível por máquina, dos termos e condições, incluindo as soluções disponíveis e mecanismos de reparação numa linguagem clara e inequívoca. Acreditamos que a TEMU terá de adaptar os seus termos e condições às questões levantadas anteriormente.

V. CONCLUSÕES:

Em consequência dos factos e fundamentos invocados que demonstram a falta de conformidade da TEMU com diversas disposições do DSA, requer-se a V. Exa e à ANACOM, na qualidade de Coordenador de Serviços Digitais competente¹⁴ (nos termos dos Artigos 51.º, 52.º e 60.º do DSA), que:

- Inicie procedimento formal para avaliar se a TEMU se encontra a violar o Regulamento da UE 2022/2065 (DSA), em particular, mas não apenas, as seguintes obrigações legais: Art.º 30.º (rastreadibilidade dos comerciantes); Art.º 31.º (conformidade desde a conceção); Art.º 27.º (transparência dos sistemas de recomendação); Art.º 25.º (Conceção e organização da interface em linha); Art.º 28.º (proteção dos menores em linha); Art.º 14.º (termos e Condições) e Art.º 21.º (resolução extrajudicial de litígios);
- Inicie uma investigação conjunta com a participação de outros Coordenadores de Serviços Digitais eventualmente também competentes no conhecimento das práticas da TEMU;

¹⁴ Nos termos do Decreto-Lei n.º 20-B/2024, de 16 de fevereiro.

- Ordene a cessação das infrações que venham a ser identificadas e o cumprimento imediato do DAS, em benefício de todos os consumidores europeus, aplicando as devidas multas;
- Aplique, quando necessário, uma sanção pecuniária compulsória durante o todo o período em que não seja cumprido o estabelecido no DSA, bem como adote medidas cautelares para evitar o risco de danos graves para todos os consumidores europeus.

NOTA: Em virtude de se tratar de uma análise efetuada não apenas pela Reclamante, mas também por outros organismos europeus de defesa do consumidor, como o BEUC, alguns dos textos e imagens encontram-se em língua diferente da portuguesa, facto pelo qual apresentamos desculpas e se solicita que seja relevado.

ANEXO: Anexo 1.

Com os melhores cumprimentos,

A Diretora-Geral

Ana Tapadinhas