

UBER, CONTRACTUL DE ANTREPRIZĂ ȘI CĂLĂTORIA ÎN TIMP

UBER, SERVICE CONTRACT AND TIME TRAVEL

CODRIN MACOVEI¹
MIRELA CARMEN DOBRILĂ²

Rezumat: Uber este o platformă tehnologică dezvoltată pentru a funcționa pe internet și care utilizează o aplicație *smartphone* care pune în legătură șoferii cu pasagerii. Este un fenomen al afacerilor de astăzi. Uber (prescurtare pentru Uber Technologies Inc.) este o companie americană de închiriere a vehiculelor private cu sediul în San Francisco, California, Statele Unite ale Americii, care operează în peste 650 de orașe din întreaga lume. Ea creează piețe și operează aplicațiile mobile de transport și de livrare a alimentelor Uber. Șoferii de la Uber folosesc propriile mașini pentru a transporta pasageri, deși șoferii pot și închiria o mașină cu Uber. Uber susține că șoferii nu sunt angajați printr-un contract de muncă, ci că firma încheie cu aceștia un contract de antrepriză. Simplificând, Uber pretinde că vinde software și nu curse/deplasări cu autovehicule. Dacă ar fi adevărat, Uber tocmai a reușit revoluția de a întoarce contractul de antrepriză în perioada romană, când era cunoscut ca *locatio conductio operis faciendi*. La acea vreme, o varietate a contractului de locațiune – *conductiolocatio*. Dacă ar fi adevărat, atunci Uber tocmai a inventat modalitatea de a opera călătoria legii în timp... Acest articol își propune să afle dacă acest lucru este cu adevărat posibil.

Cuvinte cheie: Uber, antrepriză, contract de muncă, locațiune

Abstract: Uber is a internet technology platform using a smartphone app that connects driver-partners and riders. It is a modern business phenomenon. Uber (that is short for Uber Technologies Inc.) is an American private hire company headquartered in San Francisco, California, United States, operating in more than 650 cities worldwide. It develops markets and operates the Uber car transportation and food delivery mobile apps. Uber drivers use their own cars, although drivers can rent a car to drive with Uber. Uber claims that the drivers are not hired by an

¹ Lector univ. dr., Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Facultatea de Drept, email: mcodrin@uaic.ro

² Asistent univ. dr., Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Facultatea de Drept, email: mirela.dobрила@uaic.ro

employment contract but that the firm relates to them through a contract of service. Simply put, Uber pretends it sells software and not rides. If that were to be true Uber just succeeded the revolution of turning the service contract back in the roman times when it was known as the *locatio conductio operis faciendi*. At the time, a variety of the *locatio conductio* contract. Thus Uber just succeeded in inventing the legal time travel *operarum*... This article is set to find out if this is really possible.

Keywords: Uber, employment contract, service contract, *locatio conductio*

1. Preliminarii – techviziunea asupra lumii anilor 2000

În secolul al XX-lea lumea era extrem de încrezătoare în continuarea avansului tehnologic și, chiar mai mult, în noi descoperiri care vor schimba cu totul fața planetei noastre³. Noile generații erau încurajate de sistemele de învățământ din statele dezvoltate și în curs de dezvoltare să își imagineze cum va arăta lumea anilor 2000 pentru a le dezvolta viziunea care urma să concretizeze inovația tehnologică. Omenirea spera că până în anii 2000 tehnologii cu totul noi vor fi descoperite și aplicate. Între ele un loc aparte îl ocupă cele care vizează transportul. De la nave spațiale, colonizarea altor planete și până la teleportare sau măcar mașini zburătoare, totul părea posibil. Astăzi, în anul 2017 știm, prea bine, că acest avans tehnologic nu s-a concretizat. Chiar dimpotrivă, în ceea ce privește transportul aeronauc, de la care se așteptau cele mai notabile progrese, înregistrează astăzi timpi de realizare a curselor inferioari anilor 1950⁴. Astfel, de exemplu, durata unui zbor de la New York la Los Angeles este astăzi cu aproape 40 de minute mai lungă decât în anii 1967⁵, deși tehnologia motoarelor avioanelor a suferit două transformări majore (propulsie cu elice, propulsia prin reacție,

³A se vedea și L. Davis, *How our predictions for the Year 2000 changed throughout the 20th Century*, articol publicat pe site-ul Gizmodo, 5 decembrie 2012, [Online] la: <https://io9.gizmodo.com/5908600/how-our-predictions-for-the-year-2000-changed-throughout-the-20th-century>; A. Swanson, *What people in 1900 thought the year 2000 would look like?*, articol publicat în ziarul Washington Post, 4 octombrie 2015, [Online] la: https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/10/04/what-people-in-1900-thought-the-year-2000-would-look-like/?utm_term=.2b65110b35c5, accesat 30.11.2017.

⁴H. Morris, *Why are flight times longer than they were 40 years ago?*, articol publicat în ziarul The Telegraph, 6 ianuarie 2017, [Online] la: <http://www.telegraph.co.uk/travel/news/why-flight-times-are-getting-longer-fuel-flying-slower/>, accesat 30.11.2017.

⁵Un documentar care explică aceste diferențe și sub aspect tehnic sub titlul *Why dont planes fly faster* poate fi accesat pe Youtube [Online] la: <https://www.youtube.com/watch?v=n1QEj09Pe6k>, accesat 30.11.2017.

turboventilatorul) de la cel de-al doilea război mondial până astăzi⁶. Una dintre cauzele vehiculate pentru a explica acest rezultat este că progresul tehnologic a fost folosit de companiile aeriene pentru maximizarea profitului (aceeași viteză sau viteză inferioară cu consum mai mic de combustibil rezultă în eficientizarea costurilor) și nu pentru reducerea timpului de zbor, ceea ce, de altfel, a permis și apariția companiilor ce oferă curse aeriene *low cost*⁷.

Cu toate acestea, ceva este pe cale să se schimbe în modul în care funcționează lumea în care trăim. Doar că nu este vorba neapărat despre evoluția *hardware*-ului, ci, mai ales, despre revoluția *software*-ului⁸. Iar aceasta se întâmplă, în primul rând, datorită expansiunii internetului.

Se susține de cel puțin 10 ani că „*Software*-ul devorează lumea”⁹. Această afirmație extraordinară a devenit mantra antreprenorilor din industria IT de oriunde de pe glob, codificând o nouă filozofie de tech-antreprenoriat și o nouă eră de îndrăzneță creație. Analiza sloganului indică următoarele: ingineri de software sunt constructorii lumii noi în care trăim și mai ales vom trăi. Ultima generație de antreprenori tech sunt creatorii sistemelor de operare sociale pentru societățile și economiile viitorului. Reconfigurând relațiile dintre bunuri, consumatori și furnizori de servicii, aceste noi sisteme de operare socială înghit piețe întregi cum ar fi recrutarea, companiile de taximetrie, lanțurile hoteliere, agenții imobiliare etc.

Un sistem de operare este un software de nivel scăzut, care rulează pe un computer și direcționează operațiunile sale. La fel cum sistemul de

⁶A se vedea și S. Dowling, *The Soviet Unions Flawed Rival to Concorde*, 20 octombrie 2017, articol publicat pe site-ul BBC Future, [Online] la: <http://www.bbc.com/future/story/20171018-the-soviet-unions-flawed-rival-to-concorde>, accesat 30.11.2017.

⁷A se vedea J. Glancey, *Concorde: The Rise and Fall of the Supersonic Airliner*, Atlantic Books, London, 2015, *passim*; S. Dowling, *How Do You Bring An Aircraft Back From The Dead*, 25 septembrie 2015, articol publicat pe site-ul BBC Future, [Online] la: <http://www.bbc.com/future/story/20150925-how-do-you-bring-an-aircraft-back-from-the-dead>, accesat 30.11.2017.

⁸A se vedea și raportul *Deep Shift: 21 Ways Software Will Transform Global Society*, realizat de World Economic Forum în anul 2015, [Online] la: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GAC15_Deep_Shift_Software_Transform_Society.pdf, accesat 30.11.2017.

⁹M. Andreessen, *Why Software Is Eating the World*, articol publicat în ziarul The Wall Street Journal, 20 august 2011, [Online] la: <https://a16z.com/2016/08/20/why-software-is-eating-the-world/>, accesat 30.11.2017.

operare al calculatorului organizează resursele hardware ale unității de calculator, creând o mașină funcțională, sistemele de operare socială rearanjează „hardware-ul“ realității umane, legând oameni și lucruri în moduri noi și productive.

Câteva exemple: Airbnb pune oameni care au camere de închiriat în contact cu turiștii ce caută cazare pe termen scurt. Uber și Lyft pun pasagerii în căutarea unei plimbări în contact cu șoferi în căutarea unui câștig. TaskRabbit leagă oameni la un univers de micro-antreprenori care sunt gata ca pentru a încasa comisioane lor să curețe casele, să cosească peluza lor, să repare țevile etc., etc.

Structurile sociale și economice construite peste secole sunt re-proiectate rapid de pasionații și curajoșii tineri din domeniul IT.

Poate suna tentant pentru beneficiarii direcți și, în spiritul justiției sociale, pentru publicul larg, dar este totodată un proces început de mai mult timp. Internetul și comunicațiile au făcut poșta clasică aproape irelevantă când a devenit larg răspândit e-mailul, antrenând și acuzații de șomaj, taxe mai mici încasate la buget, „concuranță neloială”. Sigur, nu mai trimite nimeni scrisori, însă a apărut comerțul online iar comenzile nu pot fi livrate tot online. Așa s-au dezvoltat companiile de curierat, care au ajuns la volume de afaceri de neimaginat înainte, în timp ce serviciile poștale clasice se zbat în pragul falimentului. În mod identic, munca voluntară și colaborarea celor cu resurse imaginative a făcut ca în zona internetului lucrurile să se ducă încă de la început în direcția asta. Așa a apărut Linux, un sistem de operare care a ocupat mai întâi piața serverelor. Azi, peste 80% din internet funcționează pe baza unui soft care nu costă nimic. Pe piața utilizatorilor finali, Linux părea să nu aibă nici o șansă în fața Windows-ului de la Microsoft. Însă totul s-a schimbat când tehnologia a migrat spre mobil. Google a simțit trendul, a adoptat Linux-ul și l-a ramificat în ceea ce cunoaștem azi drept Android. Windows mobil e acum o chestie exotică, pentru care prea puțini doresc să scrie aplicații.

Există motive deci să ne simțim încântați de această nouă generație de start-up-uri. Acestea creează noi oportunități. Acestea permit persoanelor care au nevoie de servicii să găsească oameni gata să le ofere. Acestea activează resursele latente ale unei comunități –locuințe la schimb, mașini nefolosite, unelte uitate în boxe - crearea de noi piețe pentru închirierea și utilizarea în comun, precum și noi linii de venit pentru micro-antreprenori. Sigur, ele perturbază status quo-ul: companiile care dețin sistemele de

operare sociale sunt deja evaluate în milioane și miliarde. Aceia dintre ei care și-au dat seama cum să monetizeze invențiile lor au creat motoare extrem de profitabile de creștere economică. Iar acest lucru a schimbat piața bursieră din SUA. Dacă până la finalul anilor 1990 vedetele pieții erau General Electric, General Motors, companiile petroliere, Walmart, astăzi ele sunt Apple, Alphabet (Google), Facebook, Twitter, Microsoft, Airbnb, Uber, Lyft, Whats Up. Din punctul de vedere al capitalizării de piață, majoritatea acestor exemple reprezintă nu un succes, ci un adevărat miraj financiar pe care puține persoane l-au putut intui¹⁰.

Totuși, din dialogul contemporan asupra acestor evoluții viziunea critică pare a lipsi, sau măcar a se califica ca retrogradă în raport cu noua așezare a lumii. Noile sisteme de operare socială demolează industrii deja existente, precum distrug și locuri de muncă și vieți în acest proces. În timp ce creează noi locuri de muncă, putem observa că acestea nu sunt aceleași locuri de muncă în aceleași industrii. Având o perspectivă mai largă cu privire la implicațiile acestor evoluții, ne-am putea întreba dacă experți tehnici sunt într-adevăr cei mai buni oameni pentru a fi reformularea sistemelor sociale. Ne îndreptăm rapid într-o lume care este configurată de proiectare *software*. Noi nu am experimentat o astfel de lume înainte. Nu avem nici o idee despre ce fel de probleme de aceste noi modele vor crea. Vor servi sistemele de reputație socială ca substitute de încredere pentru protecția de consumatorilor? Răspunsul este neclar. Același lucru este valabil și pentru protecția lucrătorilor.

Poate doar atunci când noile sisteme de operare sociale vin în conflict cu deciziile politice se poate observa o îngrijorare mai mare în privința efectelor nedorite. De exemplu, audierile comisiei Congresului american care anchetează modul în care alegerile pentru președintele țării ar fi putut fi influențate prin intermediul Facebook, Twitter și Google au dezvăluit întregii lumi răspunsuri ezitante din partea celor trei companii și concluzia subiectivă că nici una dintre ele nu este în poziția de a controla în mod efectiv softul pe care l-a dezvoltat¹¹.

În ceea ce ne privește însă, o anumită viziune asupra dreptului și eticii ne-a atras în mod deosebit atenția. Este vorba despre soluția *softwarepe*

¹⁰M. Andreessen, *op. cit., passim*.

¹¹A se vedea, pentru dezvoltări, S. Matei, *Puterea dumneavoastră ne lasă fără respirație*, articol publicat pe blogul personal în 8 noiembrie 2017, [Online] la: <http://sorinamatei.ro/puterea-dumneavoastra-ne-lasa-fara-respiratie/>, accesat 30.11.2017.

care Uber a dezvoltat-o pentru a „revoluționa” modul în care transportul individual se desfășoară. În plus, la această dată Uber reprezintă cel mai valoros *start-up* al planetei fiind evaluată la o valoare de piață de 70 miliarde de dolari! Prezentul articol încearcă să înțeleagă acest model din perspectiva creatorului său și nu își propune o analiză exhaustivă a activității Uber, care ar trebui să investigheze și perspectiva juridică, cel puțin, a clienților transportați prin aplicația dezvoltată de Uber.

2. Uber – un fenomen al lumii moderne

Uber a fost înființat în Statele Unite ale Americii în anul 2009, iar aplicația *smartphone* - instrumentul prin care operează serviciile sale („aplicația”) - a fost lansată în 2010 în SUA. În anul 2016 directorul executiv al lui Uber de la acel moment, dl. Travis Kalanick, a descrie afacerea sa în următorul mod: „Uber a început activitatea ca un serviciu de limuzine de lux pentru 100 de prieteni în San Francisco - șoferul personal al tuturor. Astăzi suntem o rețea de transport care acoperă 400 de orașe din 68 de țări care transportă alimente și pachete, precum și oameni, totul fiind posibil prin atingerea unui buton ;am evoluat de la un serviciu de lux la un lux accesibil, la o opțiune de transport zilnică pentru milioane de oameni”.

Uber oferă o gamă largă de servicii, pentru un singur călător sau pentru un grup de persoane, de la mașini simple și până la un serviciu de limuzine executiv. Uber oferă, în principiu, cinci niveluri de servicii:

- UberX este cea mai ieftină și cea mai comună formă de Uber; automobilele sunt obișnuite și pot transporta până la patru pasageri; vehiculele trebuie să fie nu mai vechi de anul 2000; tarifele sunt de obicei jumătate din tarifele unui taxi în același oraș;
- UberPOOL, oferit în unele orașe, permite călătoria cu o altă (alte) persoană și împărțirea costului;
- UberXL este un serviciu care poate transporta 6 pasageri cu un SUV sau un minivan; este mai scump decât UberX;
- UberSelect oferă sedanuri de lux cu interior din piele, inclusiv mărci precum Audi, Mercedes, BMW; tariful este premium;
- UberBLACK este serviciul de limuzină de lux cu vehicule dedicate serviciilor de nivel executiv.

De la lansarea sa mondială în 2012, Uber a devenit cea mai recunoscută alternativă la serviciile de taxi tradiționale. Conducătorii auto Uber nu dețin licențe speciale de transport; ei folosesc vehiculele lor

personale pentru a oferi curse ieftine. Comenzile curselor și plata lor sunt toate manipulate printr-o aplicație *smartphone*, iar clientul nu are nevoie să plătească cu numerar (banii sunt luați automat de pe cardul său bancar) sau să ofere sfaturi pentru conducătorul auto Uber privind traseul de urmat (aplicația determină traseul care trebuie urmat strict de șofer sub pedeapsa penalităților).

Șoferii Uber nu pot accepta curse solicitate în direct de pe stradă, ci doar comenzi făcute prin aplicație, motiv pentru care Uber susține că nu este exact un furnizor de servicii tip taxi. În schimb, Uber susține că este un fel de serviciu de închiriere auto care se bazează pe tehnologia *smartphone*, serviciu care are în plus responsabilitatea alegerii traseului și a încasării contravalorii cursei efectuate.

Uber solicită titularilor de cont (celor care își descarcă aplicație pe *smartphone*) să aibă vârsta de 18 ani sau mai mult.

Uber este gândit să fie mai ușor de utilizat decât serviciile de taxi.

Practic, procesul Uber constă în următorii pași:

- se instalează aplicația pe telefonul *smartphone* și se creează un cont online Uber; o carte de credit este obligatoriu să fie atașată contului, astfel încât clientul nu are nevoie să gestioneze niciun fel de numerar;
- când clientul are nevoie de o deplasare cu autovehiculul, utilizează aplicația pentru a comunica către Uber locația de preluare; telefonul cu GPS poate prelua automat această sarcină; există, de asemenea, alternative de mesaje text și de site-uri mobile pentru utilizarea aplicației;
- Uber trimite un text pentru a confirma câte minute trebuie clientul să aștepte; în general curseleau în mod frecvent un timp de așteptare de 3-10 minute în centrul orașelor unde Uber operează;
- Uber trimite un mesaj text când șoferul sosește la locul indicat pentru preluarea clientului; aplicația Uber va afișa, de asemenea, detalii despre șofer, numele și fotografia acestuia și tipul de mașină pe care o conduce;
- clientul Uber are opțiunea de a partaja cursa cu oricare alte persoane sau alți utilizatori Uber cu care poate, de asemenea, împărți electronic tariful;
- plata se face automat, la finalul cursei, fără să fie nevoie o acțiune a clientului, Uber luând costul cursei din contul cardului bancar;

- după efectuarea cursei, clientul evaluează șoferul pe o scară de la 1 la 5 pentru calități precum politețe, siguranță, curățenie; în mod similar, șoferul evaluează la rândul său clientul pe o scară de la 1 la 5 pentru politețea sa; clienții au acces la ratingul Uber al șoferului și pot gestiona cursele pe baza acestuia; șoferii nu au un drept similar în privința ratingului clienților.

Experiența Uber este proiectată să fie foarte simplă și convenabilă, având și opțiunea de urmărire a feedback-ului clientului.

Succesul Uber se datorează prețului practicat pentru curse, standardelor de calitate și comodității oferite de utilizarea aplicației *software*.

Uber își reduce tarifele cu până la 50% față de serviciile taxi. Acesta este unul dintre motivele majore pe care clienților le place să le folosească Uber.

În plus, clienții comentează că mașinile Uber sunt mai curate, mai noi și au mirosuri mult mai plăcute decât mașinile pe care le folosesc frecvent șoferii de taxi.

Clienții Uber susțin că le place confortul plății automate, că nu pot fi păcăliți prin alegerea unui traseu mai lung și că beneficiază și de curse gratuite din partea Uber. Acest lucru le este mult mai plăcut decât să se confrunte cu șoferii de taxi nepoliticoși care cer bani cash, astfel încât să poată ocoli taxele bancare aferente utilizării cărților de credit.

Uber se ocupă de toate aceste detalii printr-o aplicație convenabilă pentru *smartphone*, totul costând numai o fracțiune din costul curselor companiilor de taxi tradiționale.

Astfel, modelul Uber de a transporta pasageri este foarte amenințător pentru companiile tradiționale de taxi, care până acum au avut monopolul pieții călătorilor.

În timp ce tarifele variază în funcție de oraș și de ora din zi, există date publice substanțiale care arată că o călătorie cu UberX poate fi cu 25% până la 50% mai ieftină decât luarea taxiului local. Cu toate acestea subliniem că Uber impune prețuri majorate (*surge pricing*) pentru evenimentele de vârf, cum ar fi meciurile sportive importante și Revelionul, când taxele de călătorie pot crește de două până la cinci ori pentru anumite

intervale orare¹². De regulă, însă, cursele de la Uber sunt mai ieftine decât cele de taxi.

De asemenea, Uber nu acceptă și nu încurajează bacșișul; orice sumă cu titlu gratuit adăugată de clientul binevoitor peste costul călătoriei determinat de aplicație este considerată de aceasta ca făcând parte din costul călătoriei plătită cu cardul de credit.

Deoarece Uber este atractiv și pentru șoferi, numărul de șoferi disponibili este mare iar aceștia are au de obicei un timp de răspuns foarte rapid. În timp ce acest lucru variază cu siguranță de la oraș la oraș, șoferii de la Uber descriu că își iau clienții în 3-10 minute de la apelare, în timp ce taxiurile au un timp mai mare de răspuns.

Deoarece șoferii Uber sunt evaluați de fiecare pasager în fiecare zi, există stimulente să fie atât prompti cât și politicoși.

Clienții citează, de obicei, printre motivele pentru care aleg Uber timpul scurt de așteptare și plățile facile fără elemente personale¹³.

Uber este un model de afaceri excelent¹⁴; o evoluție rapidă pentru monopolul de calitate scăzută al taxiurilor. Uber dorește să ofere clienților o experiență convenabilă, la prețuri accesibile și curate, și să înlăture dificultatea efectuării plăților în numerar și bacșișului.

Totuși analiza financiară a modelului de afaceri oferă anumite surprize. Uber nu a făcut nici un profit pe toată durata existenței sale. Mai mult decât atât, pierderile anuale ale companiei sunt imense, iar majoritatea analiștilor economici nu înțeleg cum această companie reușește să convingă investitorii să contribuie la ... o gaură neagră: doar pentru anul 2016 pierderile sunt mai mari de 2,8 miliarde de dolari, iar pentru 2017 ele se anunță și mai mari¹⁵. Pe baza înregistrărilor evoluțiilor tuturilor companiilor

¹²Presa semnalează și tarife mai mari, a se vedea, de exemplu, R. Felton, *Uber Charges Passenger Clueless About Surge Pricing \$925 For Ride*, articol publicat pe site-ul Jalopnik în 10 februarie 2017, [Online] la: <https://jalopnik.com/uber-charges-passenger-clueless-about-surge-pricing-92-1819053368>, accesat 30.11.2017.

¹³J.P. Pullen, *Everything You Need to Know About Uber*, articol publicat în revista Times, 4 noiembrie 2014, [Online] la: <http://time.com/3556741/uber/>, accesat 30.11.2017.

¹⁴Valoarea de piață de 70 miliarde de dolari o confirmă indubitabil.

¹⁵Pentru analiza modelului de bussines al companiei și șansele sale de reușită, a se vedea următoarele articole și bibliografia indicată de acestea: R. Felton, *Uber Is Doomed*, articol publicat pe site-ul Jalopnik în 24 februarie 2017, [Online] la: <https://jalopnik.com/uber-is-doomed-1792634203>; E. Newcomer, *Uber, Lifting Financial Veil, Says Sales Growth Outpaces Losses*, articol publicat pe site-ul Bloomberg în 24 februarie 2017, [Online] la:

americane din 1950 până în prezent și a nivelurilor de venituri ale Uber, probabilitatea ca Uber să realizeze vreodată câștiguri din prezenta sa activitate se situează între 0,1% și 25%, folosind tabele statistice de la Credit Suisse¹⁶.

3. Uber - calificarea juridică a raporturilor sale cu șoferii

Uber pretinde că este o companie care produce *software* iar conducătorii auto sunt antreprenori. Această calificare juridică a raporturilor dintre Uber și șoferi a dat naștere unor controverse juridice. Mai întâi în SUA, unde în 2015, un judecător din California¹⁷ nu a fost de acord cu acest lucru și a hotărât că șoferii Uber sunt într-adevăr angajați care merită beneficii și drepturi angajați. Această decizie este actualmente urmată de alte decizii în alte state americane și în întreaga lume, reprezentând un obstacol major pentru Uber ale cărui operațiuni se bazează pe costuri reduse și pe șoferi independenți. Calificarea Uber ca angajator și nu ca antreprenor general, ar putea să oblige compania să cheltuiască milioane de dolari pentru a oferi beneficii sociale și asigurări de sănătate șoferilor săi.

În privința viziunii juridice a Uber o altă cauză, mai recentă este însă mai relevantă. Este vorba despre *Aslam, Farrar & others vs. Uber BV, Uber London Ltd. și Uber Britannia Ltd.*, cauză judecată de Tribunalul muncii din Londra¹⁸. Reclamanții au cerut instanței să constate că au calitatea de angajați ai Uber și că beneficiază de drepturile minimale garantate de legislația engleză aplicabilă (*Employment Rights Act 1996, National Minimum Wage Act 1998 și Working Time Regulations 1998*).

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-14/embattled-uber-reports-strong-sales-growth-as-losses-continue>, accesat 30.11.2017.

¹⁶Pentru mai multe amănunte, a se vedea, B. Ryder, *Firms that burn up \$1bn a year are sexy but statistically doomed*, articol public în ziarul *The Economist*, 21 octombrie 2017, [Online] la: <https://www.economist.com/news/business/21730446-five-outliers-chesapeake-energy-netflix-nextera-energy-tesla-and-uber-have-collectively>, accesat 30.11.2017.

¹⁷*Uber vs. Berwick*, Superior Court of California, State of San Francisco, case number CGC-15-546378/16.07.2015, textul hotărârii este disponibil [Online] la: <https://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1988&context=historical>, accesat 30.11.2017.

¹⁸*Aslam, Farrar & others vs. Uber BV, Uber London Ltd. și Uber Britannia Ltd.*, Employment Tribunal, London, Case number 2202550/2015, soluționat pe dat de 26 octombrie 2016, [Online] la: <https://www.judiciary.gov.uk/wp-content/uploads/2016/10/aslam-and-farrar-v-uber-reasons-20161028.pdf>; mai multe amănunte despre proces și hotărârea tribunalului londonez sunt disponibile pe site-ul: <https://www.judiciary.gov.uk/judgments/mr-y-aslam-mr-j-farrar-and-others-v-uber/>.

Instanța engleză a reținut că șoferii Uber din Marea Britanie nu aveau nicio obligație să activeze aplicația și chiar reclamanții au acceptat că nu există niciun contract cadru încheiat cu Uber. Totuși, instanța engleză a considerat că din momentul în care aplicația a fost pornită de către șofer următoarea calificare juridică a raporturilor dintre părți trebuie să se aplice: „... orice conducător auto care (a) are aplicația pornită, (b) se află pe teritoriul în care este autorizat să lucreze ... și (c) este capabil și dispus să accepte curse, este, pentru atâta timp cât aceste condiții sunt îndeplinite, angajat Uber pe baza unui contract de muncă...”¹⁹

Pentru a ajunge la această concluzie, ET a comentat că orice organizație: „... (a) în centrul căreia se regăsește obligația de a transporta persoane în autoturisme de la locul unde sunt acolo unde doresc și (b) operează parțial prin intermediul unei societăți care îndeplinește responsabilitățile reglementate ale unui operator de transport, dar (c) solicitând conducătorilor auto și pasagerilor să consimtă pe o bază contractuală că nu furnizează servicii de transport și (d) recurgând în contractele sale la ficțiuni, limbaj răstălmăcit și chiar terminologie inventată, ... trebuie tratată cu un anumit scepticism”²⁰.

Mai precis, instanța engleză a respins poziția Uber că nu este în afaceri ca furnizor de servicii de transport, concluzionând că produsele sale vorbesc de la sine. Astfel, Uber oferă o varietate de servicii de transport pe care reclamanții cu siguranță nu le pot oferi ei înșiși, iar marketingul Uber, în mod evident, nu se face în beneficiul unui conducător auto individual. La fel de evident a fost pentru instanța engleză că marketingul Uber se face pentru a promova numele Uber și pentru ca acesta să își poată vinde serviciile de transport.

În acest sens, instanța engleză a făcut referire la cauza Douglas O'Connor împotriva Uber Technologies Inc (cauza 3: 13-cv-034260EMC), din 11 martie 2015, în care Tribunalul Districtual din Carolina de Nord a respins afirmația Uber că este o societate care produce tehnologie și nu activează în domeniul furnizării de servicii de transport²¹.

¹⁹Considerentul nr. 86 din Aslam, Farrar & others vs. Uber, *loc. cit.*

²⁰Considerentul nr. 87 din Aslam, Farrar & others vs. Uber, *loc. cit.*

²¹Considerentul nr. 89 din Aslam, Farrar & others vs. Uber, *loc. cit.* - „Uber does not simply sell software; it sells rides. Uber is no more a *tehnology company* than a Yellow Cab is a *tehnology company* because it uses CB radios to dispatch taxi cabs”.

Instanța engleză a mai concluzionat că Uber a redactat un contract cu șoferii săi în care termenii generali contractuali pe care se bazează nu corespund cu realitatea practică: „Idea că Uber din Londra este un mozaic de 30.000 de întreprinderi mici legate de o platformă comună este în mintea noastră o susținere ușor ridicolă”²².

Pentru instanța engleză următoarele puncte au fost relevante pentru stabilirea calității de angajați a șoferilor:

- șoferului i se face cunoscut numele pasagerului, dar nu și prenumele;
- șoferul nu cunoaște destinația pasagerului până când pasagerul nu a intrat în mașină;
- Uber se așteaptă ca șoferul să urmeze ruta așa cum este sugerată de aplicație, iar orice deviere de la această rută trebuie să fie justificată de șofer;
- calculul tarifului se face de către Uber, deși șoferul poate percepe o taxă mai mică, dar nu mai mare decât cea sugerată;
- Uber poate diminua plățile șoferilor dacă pasagerii se plâng că au fost suprataxați;
- conducătorii auto trebuie să se prezinte în persoană împreună cu documentele lor la Uber înainte de a fi acceptați ca șoferi Uber, ceea ce echivalează cu susținerea unui interviu de angajare;
- conducătorii auto furnizează propriile vehicule și le întrețin;
- șoferii nu au libertatea de a schimba date de contact cu pasagerii;
- conducătorii auto care refuză 3 călătorii la rând, pot fi deconectați forțat din aplicație timp de 10 minute;
- conducătorii auto pot lucra pentru alte organizații, precum și pentru Uber;
- Uber nu oferă nici o îmbrăcăminte sau uniformă.

În final, tribunalul englez a decis că reclamantii șoferi sunt angajați ai Uber reținând următoarele argumente principale:

- nici un șofer nu era în poziția de a-și dezvolta propria afacere și nici nu primea de la Uber un astfel de ajutor;
- contractul presupus a se derula între conducătorul auto și pasager este o pură ficțiune care nu avea nicio legătură cu realitățile juridice și relația dintre părți;

²²Considerentul nr. 90 din *Aslam, Farrar & others vs. Uber, loc. cit.*

- nu este îndreptățit să considerăm că Uber funcționează pentru a servi interesele șoferilor - singura interpretare posibilă este că relația funcționează invers;
- șoferii au oferit munca lor pentru Uber în temeiul unei relații contractuale; șoferii și-au pus la dispoziție serviciile pentru a transporta pasagerii de la Uber spre destinația lor pentru o plată în bani.

În final, interesant este faptul că instanța londoneză a reținut că niciunul dintre raționamentele Uber nu este în sine fals și că pe baza lor ar putea fi conceput un model în care șoferii nu sunt angajați însă tocmai acest model nu a atins prin relațiile contractuale concretizate de Uber cu șoferii.

Ceea ce transpare din decizia tribunalului londonez este, fără putință de tăgadă, că Uber a creat propria realitate juridică, complet desprinsă de realitatea a ceea ce cere de la șoferi. În plus, de-a lungul timpului a modificat cu bună știință terminologia juridică pentru a zădărnici orice calificare juridică facilă a raporturilor cu șoferii. Astfel, termenii de antreprenor și client, independență și control al activității au fost în totalitate îndepărtați din contracte pentru a fi înlocuiți cu termeni ajuridici.

Împotriva acestei decizii a fost admis apelul Uber, un an mai târziu. Decizia din apel menține neschimbată prima decizie a instanței²³ deși se poate observa o schimbare de tactică a apărării Uber în sensul argumentării calității de agent a sa față de șoferi. Instanța a respins vehement această apărare. Se mențin și aprecierile instanței de fond care caracteriza contractele Uber ca fiind: „dense legal documents couched in impenetrable prose”²⁴.

Din perspectiva dreptului român ceea ce dorește Uber să realizeze din punct de vedere juridic este confundarea contractului de muncă cu conținutul contractului de antrepriză.

Principalul element care diferențiază contractul de antrepriză de contractul de muncă este acela că, în timp ce în baza contractului de muncă se naște un raport de prepușenie, în temeiul căruia angajatorul răspunde față

²³Uber B.V. and Others v Mr Y Aslam and Others, Employment Appeal Tribunals, London, case number UKEAT/0056/17/DA, soluționat pe data de 10 noiembrie 2017, [Online] la: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a046b06e5274a0ee5a1f171/Uber_B.V._and_Others_v_Mr_Y_Aslam_and_Others_UKEAT_0056_17_DA.pdf; mai multe amănunte despre proces și hotărârea tribunalului londonez [Online] la: <https://www.gov.uk/employment-appeal-tribunal-decisions/uber-b-v-and-others-v-mr-y-aslam-and-others-ukeat-0056-17-da>.

²⁴Considerentul nr. 73 din Uber B.V. and Others v Mr Y Aslam and Others, *loc. cit.*

de terți pentru faptele păgubitoare ale persoanelor încadrate în muncă precum un comitent pentru prepușii săi, în cazul contractului de antrepriză nu se naște un astfel de raport, antreprenorul având independență juridică în executarea lucrării, iar clientul nerăspunzând de prejudiciile create de antreprenor terților. Antreprenorul poate, deci, să angajeze lucrători și subantreprenori, fără consimțământul clientului, situație care nu ia în vedere cazul salariatului, care își desfășoară activitatea doar în limitele celor permise de angajator și nu poate lua decizii de ordin administrativ fără acordul acestuia, așa cum poate antreprenorul, fără acordul beneficiarului.

De asemenea, în cazul contractului de muncă, salariul angajatului se plătește după cantitatea și calitatea muncii depuse, conform fișei postului pentru meseria, profesia sau funcția respectivă. În situația antreprizei, antreprenorul va primi prețul numai în funcție de rezultatul muncii sale, predat clientului.

Un alt element care diferențiază cele două contracte este acela că în timp ce, în contractul de muncă, munca reprezintă cauza contractului, în cazul contractului de antrepriză, munca prestată de antreprenor este accesorie scopului stabilit cu clientul, adică rezultatul lucrării. Având în vedere aceste divergențe între cele două contracte, spre deosebire de contractul de antrepriză care are sediul de drept comun în C.civ., la care se adaugă reglementările legale speciale, contractul de muncă este supus regulilor speciale ale dreptului muncii, făcând obiectul de reglementare al Codului muncii și al altor acte normative speciale.

În ceea ce privește antreprenorul, acesta poate avea calitatea de profesionist sau de simplu subiect de drept civil, în timp ce salariatul nu are, prin definiție, calitatea de profesionist.

Se mai impune a fi reliefat elementul care diferențiază cele două contracte, desprins și din literatura de specialitate²⁵, respectiv riscul în cele două contracte. Astfel, în privința salariatului nu se pune niciodată în discuție problema răspunderii pentru riscuri.

În lumina acestor precizări credem că devine evident Uber dorește să aibă toate drepturile din contractul de muncă (în calitate de angajator) și toate obligațiile din contractul de antrepriză (în calitate de client). În fapt, ceea ce dorește să realizeze Uber din punct de vedere juridic este nesocotirea

²⁵M.-L. Belu Magdo, *Reglementarea contractului de antrepriză în actualul Cod civil*, în R.D.C. nr. 5/2012, p. 12.

cu totul a elementelor de distincție între antrepriză și contractul de muncă. Uber, practic, a întors contractul de antrepriză la originile sale romane, când acesta era o varietate a locațiunii (*locatio conductio operis faciendi*). Tot o varietate a locațiunii era, de altfel și contractul de muncă (*locatio conductio operarum*), diferența dintre cele două stabilindu-se astfel: contractul de muncă prevedea pentru locatar o obligație de mijloace (prestarea unei munci), iar antrepriza un contract care prevedea pentru locatar o obligație de rezultat – realizarea unei lucrări determinate. Cum efectuarea unui transport însemna și pentru romani dificultăți de calificare între cele două contracte a apărut *Lex Rhodia de jactu* (aprox. 475 î. d. Ch.) care organizează contractul de transport într-o manieră modernă și mai ales valabilă până în zilele noastre. Când atât antrepriza, cât și contractul de muncă nu mai sunt varietăți ale locațiunii fiindcă nu mai putem folosi nici serviciile și nici munca unei persoane²⁶. Pur și simplu societatea a evoluat și odată cu ea și concepțiile juridice care îl pun pe antreprenor sau pe *locator operis* în puterea folosinței locatorului...Din acest punct de vedere, putem spune că demersul Uber a reușit întru-totul călătoria în timp: a plasat termenii juridici oferiți șoferilor doritori de înrolare pe platforma sa prin anul 1.000 î. d. Ch.

4. Uber – calificarea etică a viziunii sale

În măsura în care suntem de acord cu calificarea juridică a raporturilor dintre Uber și șoferi mai sus efectuată, ne putem întreba în ce măsură reprezintă manipularea acestora doar un banal exemplu de lăcomie, fie el și experimentat la scară planetară. În ce ne privește lucrurile ar putea fi observate într-un orizont mai larg. Ontologia Silicon Valley poate fi însumată în fraza: „Hack totul!”. Potrivit CEO-ului Facebook, Mark Zuckerberg, „Hackerii cred că ceva poate fi întotdeauna mai bun, și că nimic nu este niciodată complet. Ei trebuie doar să găsească versiunea mai bună – demulte ori în fața oamenilor care spun că este imposibil sau sunt mulțumiți cu *status quo*-ul”²⁷. Aparent, calea hackerului este atrăgătoare. Cine nu vrea să se joace cu alternative creative și să exploreze posibilitatea de a face

²⁶Pentru mai multe amănunte, a se vedea, V.M. Ciucă, *Drept roman. Lecțiuni*, vol al II-a, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2014, p. 479 și urm.

²⁷T. Rayner, *Heidegger In Silicon Valley: Technology And The Hacker Way*, articol publicat pe blogul PHILOSOPHY FOR CHANGE, 1 septembrie, 2014, [Online] la: <https://philosophyforchange.wordpress.com/2014/09/01/heidegger-in-silicon-valley-social-operating-systems-technological-enframing-and-the-hacker-way/>, accesat 30.11.2017.

lucrurile mai bine? Modul hacker are sens perfect atunci când este aplicat la piese de mașini, plăcile cu circuite și cod. Aplicat la realitatea socială are implicații ontologice alarmante. Tratarea realității ca materie primă ce urmează a fi pirată schimbă modul în care ne gândim la ea. Realitatea apare ca un câmp neutru de resurse care pot fi mișcate, decuplate, recuplate, exploatate, redefinite. Este ca și cum lumea ar fi doar un câmp n-dimensional de obiecte-resurse. Nimic nu are valoare intrinsecă, totul este manipulabil²⁸.

Modul hacker, aplicat la realitatea socială, reflectă o viziune alienată a lumii. De fapt, acesta a fost descrisă cu mai mult timp în urmă de Martin Heidegger. El numește procesul „înțărare tehnologică”. Din punctul de vedere al înțărării tehnologice, realitatea apare ca un câmp de resurse abstracte care pot fi supuse la manipulare. Dacă software-ul devorează lumea, aceasta se datorează faptului că lumea a fost încadrată într-o lumină tehnologică, recreată ca un set de circuite, fire și diode gata să fie piratate²⁹.

Perspectiva lui Heidegger, introdusă în lucrarea „Ființă și timp” (1927), este că ființele umane sunt entități care „dezvăluie lumea”³⁰. Noi dezvăluim lumea în moduri diferite, în funcție de modul în care ne interacționăm cu oameni și lucruri. Când „lăsăm lucrurile așa cum sunt”, respectând dreptul lor de a exista în mod independent de conceptele și preocupările noastre, realitatea apare ca domeniu de profunzime și mister infinit. Dar când ne raportăm la lucruri cu cererea ca acestea să ne satisfacă nevoile noastre și să se potrivească cu conceptele și sistemele noastre, lumea apare diferit. Realitatea apare ca oglinda propriei noastre activități, plină de lucruri mai mult sau mai puțin utile, dar la dispoziția noastră.

Aceasta este „înțărarea tehnologică”. Heidegger face apel la antichitate pentru a înțelege modul în care înțărare tehnologică a ajuns să domine societățile moderne. În cele mai vechi timpuri, Heidegger susține, ființele umane au avut un alt mod de a trata lucrurile. Ei lăsați ființele să fie. Artizanii și antreprenorii doreau să surprindă esența lucrurilor. Să le înțeleagă însăși rațiunea lor de a fi. Fermierii au învățat să lucreze cu clima și anotimpurile; artizanii cu lemnul și piatra; vânători cu fluxurile migratoare de animale, păsări și pești. Această atitudine receptivă față de natură continuă și astăzi în societățile indigene. Cu toate acestea, ea apare ciudată și

²⁸T. Rayner, *op. cit.*.

²⁹*Ibidem.*

³⁰M. Heidegger, *Ființă și timp*, Editura Humanitas, București, 2012, trad. în limba română, *passim*.

demodată în lumea harnică a tehnologiei. În lumea europeană, Heidegger susține, modificarea a venit odată cu apariția științei și tehnologiei. Cadrele conceptuale științifice au permis oamenilor să clasifice lumea, în timp ce tehnologia industrială le-a dat instrumentele de care au nevoie să o domine. Astfel, a demarat înrămare tehnologică a naturii, care continuă până astăzi. În loc contempla lumea și a ne acomoda la realitate, suntem provocați să descoperim bogăția ascunsă a lumii. Astfel, natura devine un scop, natura devine resursă³¹.

Discursul Uber, *ride-sharing*, pune într-o lumină favorabilă societatea tehnologică și bunăstarea. Prin sublinierea rolului schimbului de bunuri și resurse, suntem capabili să creăm sisteme de operare prin care oamenii sunt puși pe primul loc și au beneficii sociale extrem de favorabile. Dacă însă Heidegger are dreptate, există, de asemenea, o linie de continuitate profundă care ne leagă de economia „veche” pe care încearcă să-o înlocuiască. Susținătorii Uber ne spun că sunt în căutarea soluției de a face lumea un loc mai bun. Cu toate acestea, încercarea de a pirata structura societății contribuie la stare generală de rău pe care capitalismul industrial l-a adus pe lume, prin tratarea ființelor umane ca lucruri gata să fie manipulate și exploatate pentru profit.

Critica lui Heidegger aruncă atitudinea „să piratăm totul” într-o lumină neonorantă. În loc de a fi un mod simplu, pragmatic de a privi lumea, modul în care piratăm poate fi văzut ca o atitudine ontologic-transformatoare, care înrămează realitatea ca domeniu de resurse manipulabile. În lumina hotărârilor instanțelor britanice analizate șoferii și clienți-călători sunt supuși unui astfel de experiment de „înramare tehnologică”, de manipulare fără un scop deocamdată foarte clar – Uber nu face profit și economiști spun că nici nu va reuși să producă altceva decât pierderi uriașe – activitatea sa pare mai mult un pariu al unor persoane care și-l permit.

5. Uber – viitorul transportului fără șoferi (în loc de concluzii)

³¹M. Heidegger, *Ființă și timp*, Editura Humanitas, București, 2012, trad. în limba română, *passim*.

Din păcate, Uber, cel mai valoros *start-up* al planetei, este afectat de o gestionare defectuoasă și de opțiuni de afaceri discutabile³². În timp ce experiența este în mare parte pozitivă din partea clienților săi, Uber trebuie să câștige încrederea și respectul pentru municipalități și autoritățile de aplicare a legii și să arate mai multă prudență în strategiile sale de marketing și răspunsurile la feedback-ul părților interesate.

În ceea ce ne privește cea mai controversată chestiune care însoțește modelul de business Uber este cea juridică.

Uber susține că poate oferi tarife reduse deoarece îi plătește pe șoferii săi ca antreprenori, nu ca angajați cu normă întreagă șialte drepturi salariale. Asta este în întregime fals. Uber atrage bani ca să suporte această diferență de tarife cu pierderi monstruoase. Scopul este obținerea unei însemnate cote de piață. Calificarea Uber ca angajator nu atrage decât înnoarea planului de afaceri.

În egală măsură nu suntem de acord că aceste probleme juridice ale Uber sunt expresia conflictelor de legi și a diferențelor dintre legislațiile naționale. Așa cum am arătat la punctul precedent, filozofia Uber este posibil să nu fie pe calea cea mai onorantă.

Dar Uber pare a avea deja răspunsuri la aceste probleme: în data de 20 noiembrie a anunțat că va achiziționa de la Volvo o flotă impresionantă de autovehicule autonome: 24.000³³. Înțelegem din declarațiile noului CEO al Uber că viitorul deja arată altfel pentru firmă și că s-a găsit soluția pentru problemele legale: se renunță la șoferi pentru robotaxiuri. Dar asta înseamnă că Uber nu va mai vinde software? Deocamdată acest tip de anunțuri par croite pentru cei doritori să investească în continuare în Uber, fiindcă Uber are doar în SUA 600.000 de șoferi...

³²A se vedea și M. Ehrenkranz, *A Running List of Uber's (Predictably Lukewarm) Apologies*, articol publicat pe site-ul Gizmodo la data de 17 august 2017, [Online] la: <https://gizmodo.com/a-running-list-of-ubers-predictably-lukewarm-apologie-1818524273>.

³³R. Felton, *Uber's Buy Of 24,000 Autonomous Volvos Doesn't Seem To Reconcile Its Inability To Turn A Profit Yet*, articol publicat pe site-ul Jalopnik în data de 20 noiembrie 2017, [Online] la: <https://jalopnik.com/ubers-buy-of-24-000-autonomous-volvos-doesnt-seem-to-re-1820616446>.