COMISIA EUROPEANĂ

Bruxelles, 11.1.2012
COM(2011) 942 final

COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU, COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL REGIUNILOR

Un cadru coerent pentru creșterea încrederii în piața unică digitală a comerțului electronic și a serviciilor online

{SEC(2011) 1640 final}
{SEC(2011) 1641 final}

INTRODUCERE

Internetul a produs deja modificări majore în viața de zi cu zi a europenilor, comparabile cu revoluțiile industriale ale secolelor trecute. Comerțul electronic și serviciile online în sens larg[1] ocupă un loc central în viața consumatorilor, a întreprinderilor, de la cele mai mici până la cele mai mari, și a cetățenilor în general. Modul lor de a compara, cumpăra sau vinde produse ori servicii, de a căuta sau de pune la dispoziție informații, de a-și gestiona plățile sau datele personale, de a se instrui, de a relaționa, de a face schimburi sau a partaja nu mai este același ca în urmă cu douăzeci de ani și nici chiar ca în urmă cu cinci ani.

Activitățile economice tradiționale și normele administrative care le reglementează sunt forțate să se adapteze unor schimbări care estompează granițele, de exemplu dintre comerțul în magazin și cel online, sau dintre mijloacele de comunicare tradiționale și cele prin internet. Aceste forme de convergență constituie adevărați stimuli pentru concurență și inovare, în beneficiul tuturor. Ele pot impune, de asemenea, revizuirea unor norme, a căror pertinență sau eficacitate ar fi puse sub semnul întrebării de evoluțiile tehnologice, sau ar putea impune noi politici care să vină în sprijinul lor.

Realizarea unei veritabile piețe unice digitale ar genera noi forme de creștere. Potențialul încă latent este enorm și ar aduce beneficii pentru toate teritoriile și sectoarele economice ale Uniunii. În țările G8, Coreea de Sud și Suedia, economia internetului[2] reprezintă 21% din creșterea PIB în ultimii 5 ani.[3] De asemenea, ea generează 2,6 locuri de muncă pentru un loc de muncă suprimat și reprezintă uneori 25% din locurile de muncă net create[4]. Serviciile online, lipsite în mod intrinsec de frontiere, pot accelera integrarea europeană și realizarea pieței unice, obiective urmărite de mai bine de 50 de ani.

Totuși, ponderea economiei internetului în PIB rămâne scăzută în Europa. În 2010, ea nu depășea 3%. Dacă rata de creștere a comerțului electronic[5] progresează rapid la nivel național, acest nou vector rămâne încă marginal, ridicându-se la numai 3,4%[6] din comerțul european *en detail*. Mai puțin dezvoltat decât în SUA sau în Asia-

---

[1] Prin „servicii online" se înțelege serviciile prestate la distanță, prin mijloace electronice, la cererea beneficiarului și contra cost. Comerțul electronic de bunuri (inclusiv bunuri culturale, medicamente) și servicii (inclusiv jocuri online) este prin urmare inclus, alături de rețelele de socializare, formarea profesională la distanță etc. În schimb, serviciile online prestate de administrațiile publice nu fac obiectul acestei analize. Pentru simplificarea exprimării, vom vorbi de „servicii online", cu excepția cazului în care este vizat în mod expres comerțul electronic.

[2] Toate activitățile legate de crearea și funcționarea rețelelor de acces la internet, precum și serviciile oferite pe internet (telecomunicații prin IP, producția și întreținerea materialului informatic destinat web-ului, servicii informatice legate de web, toate activități având ca suport internetul, de la comerțul electronic până la publicitatea online).

[3] *"Internet matters, the net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity"* McKinsey Global Institute, mai 2011, referitor la aceste țări, precum și la Brazilia, China și India.

[4] Este cazul Franței începând cu anul 2000. *"L'impact d'Internet sur l'économie française."* McKinsey. Martie 2011

[5] Vânzări și achiziții efectuate pe site-uri internet sau prin sisteme electronice, cu excepția trimiterii de comenzi scrise manual (definiție Eurostat și OCDE).

[6] Euromonitor

Pacific, acesta este încă în mare măsură limitat în interiorul granițelor naționale, activitatea transfrontalieră rămânând scăzută[7].

Europa, din punctul de vedere al internetului, rămâne un mozaic de legi, norme, standarde și practici diferite și, uneori, cu greu sau chiar deloc „interoperabile". Această situație împiedică dezvoltarea serviciilor online și subminează încrederea utilizatorilor reali sau potențiali, atât în ceea ce privește cererea, cât și oferta. Necunoașterea drepturilor și a normelor aplicabile, precum și a oportunităților oferite de economia digitală, sporesc reticența acestora. Dificultățile de ordin practic legate de tranzacțiile transfrontaliere (plăți, livrări, soluționarea litigiilor, riscul de abuzuri) îi descurajează să beneficieze de toate avantajele internetului pentru achiziționarea sau furnizarea de produse și servicii.

Piața unică digitală este departe de a-și atinge potențialul maxim. Costul estimat al acestei nereușite va fi de cel puțin 4,1% din PIB până în 2020, și anume 500 de miliarde de euro sau 1 000 de euro pe cap de locuitor[8]. Deoarece și-a propus obiective ambițioase pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii până în 2020[9], Uniunea Europeană nu se poate resemna la a suporta costul unei piețe digitale fragmentate. Dimpotrivă, ea trebuie să își stabilească obiective pe măsura potențialului de creștere a comerțului și serviciilor online, care poate atinge, de exemplu, 15% până la 20% din creșterea PIB până în 2015 în Țările de Jos și în Regatul Unit[10]. Stabilirea unui obiectiv de dublare a vânzărilor online și a ponderii economiei internetului în PIB-ul Uniunii Europene până în 2015 este de natură să demonstreze hotărârea sa de a beneficia de toate avantajele economiei digitale.

Creșterea rapidă a comerțului și a serviciilor online la nivel european necesită o acțiune concertată și hotărâtă, în conformitate cu Agenda digitală pentru Europa[11]. Comisia se angajează să colaboreze cu toate părțile interesate pentru atingerea acestui obiectiv. Multe inițiative din cadrul Agendei digitale au fost deja sau sunt în curs de a fi adoptate[12]. Prezenta comunicare se înscrie, de asemenea, în linia celei din 2009[13], prin urmare analizele cuprinse în aceasta din urmă rămân valabile. Ea reprezintă o nouă contribuție la punerea în aplicare a Agendei digitale, în sensul că stabilește un plan de acțiune pentru dezvoltarea serviciilor online și constituie, pe de altă parte, alături de analiza anuală a creșterii[14], un răspuns la cererea Consiliul European de a prezenta o foaie de parcurs pentru realizarea pieței interne digitale până în 2015.

---

[7] Al cincilea tablou de bord al piețelor de consum în cadrul piețe interne, Comisia Europeană, martie 2011 http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms6_en.htm.

[8] *Copenhagen Economics, The Economic Impact of a European Digital Single Market*, martie 2010.

[9] Comunicarea Comisiei, „EUROPA 2020 O strategie europeană pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii", COM(2010) 2020 final.

[10] *"Turning local: from Madrid to Moscow, the Internet is going native"* Boston Consulting Group, septembrie 2011.

[11] Comunicarea Comisiei „O Agendă digitală pentru Europa" COM(2010) 245.

[12] De exemplu, propunerea de regulament privind o legislație europeană comună în materie de vânzări, propunerea de directivă privind soluționarea alternativă a litigiilor sau propunerea de revizuire a directivei privind reutilizarea informațiilor din sectorul public. A se vedea, în acest sens, raportul anual din 22 decembrie 2011 http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/dae_annual_report_2011.pdf

[13] COM(2009) 557 final.

[14] COM(2011) 815 final.

Avantajele estimate

Serviciile online performante și inovatoare care au ca suport rețele de comunicație de mare viteză au capacitatea unică de a stimula creșterea și ocuparea forței de muncă în Europa. Nicio altă evoluție tehnologică, economică sau socială nu oferă, în prezent, același potențial în termeni de eficiență, acces la o ofertă diversificată, accesibilitate, confort și inovare. Serviciile online și rețelele de comunicații de mare viteză pot contribui, de asemenea, la creșterea productivității și a inovării în domeniul formării și învățării pe tot parcursul vieții și pot avea un rol important în a răspunde mai bine marilor provocări ale societății, cum sunt menținerea coeziunii sociale și teritoriale sau adaptarea la consecințele îmbătrânirii populației și ale schimbărilor climatice.

Realizarea acestui potențial va necesita o mai mare încredere în piața unică digitală, care va fi în beneficiul întregii societăți:

- Dezvoltarea comerțului electronic va genera beneficii concrete pentru **consumatori**, în sensul reducerii prețurilor și al creșterii ofertei și calității produselor și serviciilor, grație schimburilor transfrontaliere și posibilității de a compara mai ușor ofertele[15]. Câștigurile totale pentru consumatori ar fi de aproximativ 204 miliarde de euro (1,7% din PIB-ul european), în cazul în care comerțul electronic s-ar ridica la 15% din comerțul *en detail* și în cazul în care barierele ar fi eliminate de pe piața unică[16]. Persoanele vulnerabile (în vârstă, cu mobilitate redusă, izolate în zone rurale, cu putere de cumpărare scăzută) vor putea beneficia în mod special de aceste avantaje, iar Europa va putea astfel să facă față mai bine provocărilor demografice din prezent.

- Paleta de opțiuni de care dispun **întreprinderile, în special IMM-urile** sau microîntreprinderile, se va lărgi. Acestea vor avea acces la piețe noi, dincolo de frontierele naționale și chiar europene. Productivitatea întreprinderilor se va îmbunătăți prin utilizarea sporită a serviciilor online și prin accesul la platforme de *cloud computing*. Numărul de întreprinderi noi va putea crește, iar întreprinderile existente ar putea prospera pe noi baze, grație efectului „coada lungă”[17]. O piață digitală europeană foarte performantă va permite Europei să concureze mai bine cu restul lumii, conferindu-i avantaje competitive bazate pe cunoaștere, un nivel ridicat de competențe și modele economice și sociale inovatoare.

- **Cetățenii** se vor putea implica în număr mai mare în activități online, inclusiv transfrontaliere, într-un mediu sigur, responsabil și demn de încredere. Internetul va oferi în Europa un cadru de activitate mai performant, mai sigur și mai responsabil, care să permită tuturor să își exercite drepturile. Acesta va

[15] Se estimează că, în cazul în care consumatorii cumpără online de pe piața internă, ei au de două ori mai multe opțiuni decât dacă nu ar cumpăra deloc online. Dacă fac achiziții online din întreaga Uniune Europeană, beneficiază de o ofertă de 16 ori mai bogată.

[16] Document de lucru al serviciilor Comisiei *„Bringing e-commerce benefits to consumers”,* anexa 2 la prezenta comunicare.

[17] Vânzările totale de produse care fac obiectul unei cereri reduse sau care au un volum mic de vânzări pot reprezenta o cotă de piață egală sau superioară produselor care se vând cel mai bine, în cazul în care vânzătorii pot propune o ofertă mai bogată.

reflecta valorile europene și va respecta drepturile fundamentale consacrate în Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene, cum ar fi libertatea de exprimare și de informare, respectul pentru viața privată, protecția datelor cu caracter personal sau nediscriminarea. Schimburile culturale și sociale vor fi facilitate.

- **Lucrătorii** vor beneficia în egală măsură de o piață unică digitală. Serviciile online vor crea locuri de muncă de calitate, atât pentru salariați, cât și pentru antreprenori, inclusiv în zonele rurale sau izolate. Ele vor oferi o gamă mai largă de modalități de lucru (de exemplu, lucrul la distanță) și vor facilita căutarea de locuri de muncă, chiar și dincolo de granițele naționale, precum și inițiativele private.

- Nu în ultimul rând, dezvoltarea comerțului electronic va prezenta avantaje și pentru **mediu**. Creșterea astfel generată va fi mai ecologică și mai durabilă: într-adevăr, livrările la domiciliu în cadrul unei logistici optimizate implică un consum de energie mai mic decât multiplicarea deplasărilor individuale ale consumatorilor[18]. De asemenea, se realizează economii de energie chiar și în producția de bunuri care, de exemplu, se pot descărca în prezent sub formă de conținuturi digitale[19].

O strategie pentru atingerea acestui obiectiv până în 2015

Prezenta comunicare identifică cinci obstacole principale în calea realizării pieței unice digitale, precum și un plan de acțiune pentru a le elimina:

- o ofertă încă insuficientă de servicii online, legală și transfrontalieră;

- o lipsă de informare a operatorilor de servicii online și de protecție a utilizatorilor de internet;

- sisteme de plată și de livrare inadecvate;

- abuzuri prea numeroase și litigii dificil de soluționat;
- o implementare încă insuficientă a rețelelor de comunicații de mare viteză și a soluțiilor tehnologice avansate.

Aceste cinci obstacole și soluțiile propuse în planul de acțiune nu sunt exhaustive. Planul se axează pe consolidarea unui cadru unic și armonizat pentru comerțul electronic și celelalte servicii comerciale online. Deschizând un nou capitol al Agendei digitale pentru Europa pe această temă, el se înscrie, de asemenea, în logica Actului privind piața unică[20] și este parte a unui angajament mai amplu al Uniunii Europene de promovare a economiei și societății informaționale, mergând de la

[18] *L'impact environnemental de l'achat sur internet* Estia și Médiamétrie//NetRatings pentru FEVAD. Iunie 2009

[19] Weber, Koomey, Matthews "*The energy and climate change impact of different music delivery methods"*, raport final către Microsoft Corporation și Intel Corporation.

[20] Comunicarea Comisiei „Actul privind piața unică - Douăsprezece pârghii pentru stimularea creșterii și întărirea încrederii – Împreună pentru o nouă creștere", COM(2011) 206 final.

promovarea e-guvernării și a alfabetizării digitale până la standardizare și siguranță online[21].

Concluziile din prezenta comunicare au la bază mai multe consultări, studii și rapoarte, în speță ale Parlamentul European, precum și o consultare publică. Aceasta este însoțită de două documente de lucru ale serviciilor Comisiei. Primul, intitulat „Serviciile online, inclusiv comerțul electronic, în cadrul pieței unice", face o analiză a obstacolelor din calea dezvoltării comerțului electronic, alături de evaluarea directivei privind comerțul electronic[22]. Al doilea, intitulat „Beneficiile aduse consumatorilor de comerțul electronic", oferă o analiză detaliată a barierelor specifice identificate în legătură cu comerțul electronic de produse.

– **CINCI PRIORITĂȚI**

Dezvoltarea ofertei legale și transfrontaliere de produse și servicii online

Pentru a beneficia de toate avantajele unei piețe unice a serviciilor online, consumatorii din toate statele membre trebuie să aibă acces legal la numeroase produse și servicii de diverse tipuri, oferite pe o arie geografică cât se poate de extinsă.

Directiva privind comerțul electronic a eliminat o serie de obstacole din calea dezvoltării serviciilor online transfrontaliere. Ea **constituie un element principal pentru securitatea juridică și încrederea consumatorilor și a întreprinderilor**. Clauza privind piața internă pe care o conține, conform căreia statele membre nu pot restrânge libertatea de a presta servicii ale societății informaționale din alt stat membru, constituie piatra de temelie a pieței unice digitale. Pe baza consultărilor și a analizelor efectuate, nu pare să fie necesară revizuirea directivei în această etapă. În schimb, este necesar să se îmbunătățească punerea ei în aplicare (în special printr-o cooperare administrativă mai bună cu statele membre și o evaluare aprofundată a punerii în aplicare a directivei), să se aducă unele clarificări, de exemplu în materie de răspundere a furnizorilor intermediari de internet, și să se ia măsurile suplimentare necesare pentru atingerea potențialul său maxim, așa cum sunt identificate în acest plan de acțiune. Utilizarea sistemului IMI[23], deja folosit pentru alte instrumente legislative ale UE, ar putea facilita cooperarea administrativă dintre statele membre în ceea ce privește punerea în aplicare a directivei privind comerțul electronic.

Există încă obstacole care împiedică dezvoltarea serviciilor online și accesarea lor de către un număr cât mai mare de utilizatori:

[21] Comisia se va asigura că orice acțiune întreprinsă în contextul acestei comunicări respectă Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene.

[22] Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (JO L178/1 din 17.7.2000). Acesta urmărește să promoveze dezvoltarea acestor servicii, mai ales prin punerea în aplicare a clauzei țării de origine, prin obligativitatea informării consumatorului, printr-o reglementare a comunicațiilor comerciale online, precum și prin dispozițiile privind contractele electronice și răspunderea furnizorilor intermediari de servicii de internet.

[23] Este vorba de o aplicație online, multilingvă, care facilitează comunicarea dintre autoritățile competente din spațiul economic european.

Întreprinderile sunt reticente să se angajeze în activități inovatoare, **având în vedere costurile și riscurile rezultate din fragmentarea cauzată de coexistența a 27 de sisteme juridice naționale**, în special privind drepturile consumatorilor. Este necesar un efort suplimentar la nivel european pentru a da frâu liber inițiativelor, fără a crea noi obstacole. Recenta propunere de regulament privind o legislație europeană comună în materie de vânzări, care se va aplica în mod voluntar în urma unui acord expres între părțile la un contract transfrontalier, va reduce costurile tranzacțiilor transfrontaliere pentru întreprinderi. Această legislație europeană comună în materie de vânzări va coexista cu legislațiile naționale. În schimb, în ceea ce privește consumatorii, trebuie eliminate **din actul de vânzare discriminările nejustificate bazate pe naționalitate sau rezidență**. În acest sens, Comisia va prezenta orientări de punere în aplicare a articolului 20 din directiva privind serviciile, care interzice în mod explicit astfel de discriminări[24].

Trebuie promovată, în egală măsură, **o concurență sporită între ofertele de bunuri și servicii**. Unele IMM-uri și-au exprimat îngrijorarea cu privire la cazurile de aplicare inadecvată a **distribuției selective** unor produse care nu ar trebui să facă obiectul unei astfel de dispoziții. Comisia se va asigura că normele privind distribuția selectivă[25] sunt aplicate riguros. Ca parte a unei viitoare inițiative privind practicile comerciale neloiale între întreprinderi, Comisia va examina, de asemenea, problemele care decurg din eventualele abuzuri de putere de negociere ale actorilor din sectorul comerțului tradițional pentru a împiedica activitatea noilor intrați pe piața digitală. Ea se va asigura că societățile nu abuzează de poziția lor dominantă în mediul digital și că se menține neutralitatea rețelei, în speță că utilizatorul final poate accesa și distribui informații sau că poate utiliza aplicații și servicii la alegerea sa[26].

În domeniul conținutului digital, **ofertele legale** evoluează într-un ritm diferit de la un stat membru la altul și nu răspund întotdeauna așteptărilor consumatorilor. În cazul muzicii, locuitorii din unele state membre beneficiază, de exemplu, de o paletă mult mai largă de oferte decât în alte țări din UE. În general, consumul de muzică online s-a dezvoltat mai rapid în SUA decât în Europa[27], unde ofertele de anvergură transfrontalieră sau paneuropeană rămân încă limitate. Același lucru este valabil pentru sectorul audiovizual, rețelele de distribuție a materialelor audiovizuale și a drepturilor de difuzare rămânând limitate în unele state membre și fiind de multe ori restrânse la teritoriul național. Gestiunea colectivă a drepturilor de autor ar trebui să permită evoluția către modele europene facilitând acordarea de licențe care să acopere mai multe jurisdicții. În ceea ce privește cetățenii europeni aflați temporar sau permanent într-un alt stat membru, aceștia ar trebui să aibă posibilitatea de a continua să vizioneze programele pe care le preferă. O implementare ambițioasă a strategiei europene pentru proprietate intelectuală[28] va contribui, în special, la

[24] Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne (JO L 376, 27.12.2006).
[25] Regulamentul (UE) nr. 330/2010 al Comisiei din 20 aprilie 2010 privind aplicarea articolului 101 alineatul (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene categoriilor de acorduri verticale și practici concertate (JO L 102/1 din 23.4.2010).
[26] COM(2011) 222 final.
[27] Vânzările de muzică digitală reprezintă 19% din totalul vânzărilor în Europa, față de 50% în SUA și 25% în Japonia (*IFPI Recording Industry in Numbers*, 2011).
[28] Comunicarea Comisiei „O piață unică pentru drepturile de proprietate intelectuală - Stimularea creativității și inovației pentru a oferi Europei creștere economică, locuri de muncă de înaltă calitate și bunuri și servicii de primă clasă” COM(2011) 287 final.

dezvoltarea unei oferte mai bogate și mai bine adaptate la scară europeană. Comisia va prezenta, în 2012, propuneri în vederea creării unui cadru juridic pentru managementul colectiv al drepturilor de autor, așa încât licențele să se poată acorda pentru mai multe jurisdicții și la nivel paneuropean.

Alte noi oferte facilitate de evoluțiile tehnologice, de exemplu **cărțile digitale**, sunt încă în stadiu incipient în Europa, în timp ce în Statele Unite vânzările de cărți digitale le-au depășit pe cele de cărți imprimate. Rata de TVA aplicabilă poate afecta negativ evoluția ofertei atunci când există diferențe semnificative între ratele care se aplică unor produse comparabile și care se reflectă în prețul de vânzare către consumator. Este, de exemplu, cazul publicațiilor digitale care corespund unor produse fizice echivalente. În Comunicarea sa privind viitorul taxei pe valoarea adăugată, adoptată la 6 decembrie 2011[29], Comisia afirmă că un principiu de bază care trebuie respectat este acela conform căruia bunurile și serviciile similare trebuie să fie supuse aceleiași rate de TVA, iar progresele tehnologice trebuie luate în considerare în acest sens, în așa fel încât problema convergenței dintre mediul online și cel fizic să fie soluționată. Până la finele anului 2013, Comisia va prezenta propuneri legislative în acest sens. De asemenea, aceasta va iniția discuții cu statele membre și cu părțile interesate pe tema dezvoltării cărții digitale pe piața unică și a obstacolelor pe care le întâmpină.

Complexitatea **sistemului TVA** poate, în egală măsură, să descurajeze întreprinderile să vândă online într-un alt stat membru[30]. În general, o simplificare a sarcinii administrative pentru întreprinderi în sistemul actual de TVA, în speță înființarea unor ghișee unice, ar fi utilă pentru a încuraja și facilita comerțul electronic transfrontalier. Comisia a indicat în comunicarea sus-menționată că introducerea armonioasă a unui mini-ghișeu unic în 2015 pentru furnizorii de servicii electronice, de telecomunicații, de radiodifuziune și de televiziune oferite consumatorilor finali reprezintă o prioritate importantă și că se bazează pe statele membre să furnizeze resursele necesare în acest scop. De asemenea, după 2015 se prevede o lărgire a domeniului de aplicare al ghișeului unic pentru celelalte mărfuri și servicii. Buna funcționare a pieței interne presupune, în egală măsură, concilierea redevențelor pentru copia privată cu principiul liberei circulații a mărfurilor, ceea ce înseamnă permiterea de schimburi transfrontaliere de mărfuri care fac obiectul redevențelor pentru copia privată.

Informațiile sociale, economice, geografice, meteo sau turistice **care provin din sectorul public** sunt din ce în ce mai utilizate pentru a dezvolta aplicații comerciale online inovatoare. Cu toate acestea, există încă diferențe între reglementările naționale, de exemplu, referitoare la tarife sau condiții de utilizare. Comisia a adoptat recent o propunere de revizuire a cadrului juridic actual, cu scopul de a stimula utilizarea informațiilor publice pentru aplicații in mediul digital.

PRINCIPALELE ACȚIUNI

Comisia va întreprinde următoarele acțiuni principale:

[29] COM(2011) 851 final.

[30] De exemplu, pentru servicii, acestea trebuie să cunoască pragurile definite la nivel național dincolo de care trebuie să se înregistreze în statul membru în care produsul este vândut și apoi trebuie să suporte sarcina administrativă pe care o reprezintă această înregistrare.

1. va asigura punerea în aplicare corespunzătoare a directivei privind comerțul electronic și a directivelor privind protecția consumatorilor online, sprijinindu-se pe ameliorarea cooperării administrative cu statele membre – în special prin extinderea Sistemul de informare al pieței interne (IMI), prin intermediul rețelei de cooperare în domeniul protecției consumatorilor (CPC) și printr-un studiu de evaluare aprofundată a transpunerii și a punerii în aplicare a directivei (2012);

2. va asigura implementarea rapidă și ambițioasă a unei strategii europene privind drepturile de proprietate intelectuală, în speță printr-o inițiativă legislativă privind copia privată (2013) și prin revizuirea directivei privind drepturile de autor în societatea informațională (2012). În 2012, Comisia va întocmi, de asemenea, un raport privind rezultatul consultării organizate pe tema distribuirii online a materialelor audiovizuale și a implicațiilor hotărârii „*Premier League*”[31];

3. va asigura aplicarea riguroasă a normelor privind distribuția selectivă și va lupta contra practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor. În paralel, va veghea ca accesul cetățenilor la serviciile online să nu fie amenințat de practici anticoncurențiale.

Consolidarea informării operatorilor și a protecției consumatorilor

Atât furnizorii, cât și utilizatorii de servicii online trebuie să aibă acces sau să primească informații suficient de complete și de fiabile legate de activitățile lor. În special, consumatorii trebuie să beneficieze de protecția drepturilor lor și să aibă certitudinea că datele cu caracter personal sunt utilizate adecvat.

Nivelul de cunoaștere și de informare al operatorilor în ceea ce privește normele care reglementează comerțul electronic, precum și nivelul de cunoaștere și de informare al consumatorilor în ceea ce privește propriile drepturi sunt insuficiente, mai ales în context transfrontalier[32]. Numeroase întreprinderi consideră că este prea complicat sau prea riscant să vândă online sau să își lărgească sfera de activitate prin vânzări transfrontaliere. Comisia va contribui la o politică mai activă, prin utilizarea rețelelor existente, în special Enterprise Europe Network, pentru a oferi comercianților online informații referitoare la obligațiile care le revin atunci când vând dincolo de frontiere și la oportunitățile oferite de vânzări în țările din UE. Această acțiunea va veni în sprijinul comercianților până la publicarea unui ghid al drepturilor consumatorilor europeni online. În paralel, Comisia va dezvolta o platformă online interactivă pentru educarea consumatorilor, care să includă informații referitoare la noile tehnologii digitale.

Unul din doi internauți europeni utilizează internetul pentru a căuta informații, mai ales pentru a face comparații de preț, calitate, performanțe energetice sau ecologice

[31] Hotărârea din 4 octombrie 2001, cauzele conexate C-403/08 și C-429/08. Hotărârea constată că importul, vânzarea și utilizarea transfrontalieră a unui abonament la o televiziune prin satelit nu pot fi interzise, în virtutea principiului libertății de prestare a serviciilor.

[32] De exemplu, numai 29% dintre comercianți știu unde să caute informații sau sfaturi cu privire la legislația de protecție a consumatorilor în vigoare în alte țări europene. 72% dintre comercianții la distanță nu cunosc durata exactă a termenului de retragere pentru vânzarea la distanță în propria lor țară. Sursă: Flash Eurobarometru nr. 300, „Atitudinea comercianților cu amănuntul față de vânzările transfrontaliere și protecția consumatorilor”, 2011.

etc., înainte de orice achiziție online sau tradițională[33]. Prin urmare, este important ca **site-urile de comparație** să respecte o serie de criterii de fiabilitate, independență și transparență - criterii care nu sunt întotdeauna întrunite astăzi. În plus, ar fi util să poată oferi mai multe opțiuni pentru cetățeni, prin informații multilingve și transfrontaliere, stimulând astfel concurența internă și contribuind la progresul pieței unice. Crearea unor logo-uri de încredere constituie un alt instrument care contribuie în mod util la informarea consumatorilor.

Cetățenii europeni deplâng adesea lipsa unui mijloc de comunicare directă care să permită contactarea în timp util și eficient a unui furnizor de servicii online, cum ar fi o companie aeriană. După cum confirmă un studiu de tip „mystery client[34]", o scurtă navigare pe internet este suficientă pentru a constata că cerințele în materie de transparență și informare a consumatorilor în timpul plasării comenzii nu sunt respectate în mod adecvat[35]. **Rețeaua de cooperare în domeniul protecției consumatorilor („CPC")** a devenit, din 2007, un instrument eficace pentru garantarea aplicării de către comercianții online a normelor UE privind transparența și practicile comerciale neloiale. Au fost elaborate instrumente, precum așa-numitele teste „*sweeps*", care au permis diminuarea practicilor ilegale în vânzarea biletelor de avion, a soneriilor pentru telefoane mobile, a produselor electronice etc. Comisia va continua să ofere asistență pentru consolidarea capacităților rețelei CPC (de exemplu, prin încurajarea dezvoltării competențelor anchetatorilor care lucrează în rețea, a formării și a schimbului de bune practici).

Directiva privind drepturile consumatorilor[36], adoptată recent, este astăzi instrumentul principal de protecție a consumatorilor pentru serviciile online. Ea va trebuie pusă în aplicare rapid și eficace. Comisia Europeană va prezenta în 2012 o agendă a consumatorului european care va avea la bază o abordare integrată, iar unul dintre principalele sale elemente constitutive va fi impactul revoluției digitale asupra comportamentului consumatorilor[37]. Unul dintre obiectivele-cheie ale acestei strategii va fi întărirea încrederii consumatorilor la cumpărarea de produse și servicii, indiferent dacă aceștia își fac cumpărăturile online sau nu. Ea va aborda în primul rând sectorul conținutului digital, în vederea ameliorării protecției consumatorilor în cazul acestui tip de achiziții.

De asemenea, cetățenii trebuie să aibă garanția că **datele cu caracter personal** nu vor fi utilizate fără consimțământul lor, iar operatorii trebuie să aibă posibilitatea de a dezvolta modele economice inovatoare. Dezvoltarea noilor servicii online, cum ar fi publicitatea comportamentală, dă naștere unor temeri cu privire la utilizarea datelor cu caracter personal și la nivelul de protecție a acestora. Persoanele ale căror date cu caracter personal sunt prelucrate trebuie să aibă informații clare și ușor de înțeles, în

---

[33] „*Consumer market study on the functioning of e-commerce and internet market and selling techniques in the retail of goods*", CIVIC consulting, 2011.

[34] „*Cross-border online shopping: how safe and easy is it?"* ECC-Net, octombrie 2011.

[35] De exemplu, acceptarea explicită a condițiilor generale de vânzare, confirmarea comenzii atât prin e-mail, cât și pe monitor etc.

[36] Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor (JO L 304, 22.11.2011)

[37] Agenda consumatorului european, acțiunea 17, Anexă la Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor - Programul de lucru al Comisiei pentru anul 2012 COM(2011) 777 final/2.

conformitate cu directiva privind protecția datelor[38]. Revizuirea aquis-ului în materie de protecție a datelor va permite atingerea echilibrului optim între încurajarea inovării și stabilirea unui nivel ridicat de protecție a utilizatorilor.

În 2012, Comisia europeană va propune, de asemenea, un document legislativ privind recunoașterea reciprocă a identificării electronice și a autentificării și privind semnăturile electronice, care sunt esențiale pentru facilitarea tranzacțiilor electronice și întărirea încrederii pe care le-o pot acorda cetățenii.

Jocurile și pariurile online constituie, în egală măsură, provocări importante[39]. Dezvoltarea internetului și oferta foarte bogată de astfel de servicii fac dificilă coexistența unor regimuri naționale divergente. În plus, oferta ilegală este și ea foarte extinsă[40]. Respectarea normelor naționale este foarte greu de realizat, de aceea se pune problema unei eventuale acțiuni la nivel european pentru garantarea protecției adecvate și asigurarea combaterii mai eficace a fraudelor. Niciun stat membru nu poate în prezent să lupte de unul singur, în mod eficace, contra ofertelor ilegale de jocuri de pe internet. Cu toate acestea, cooperarea dintre autoritățile naționale de reglementare se află abia în stadiu incipient. În 2012, Comisia va propune un plan de acțiuni care va avea ca obiectiv, printre altele, consolidarea cooperării și protecția eficace a consumatorilor și a cetățenilor.

Practicile de **cumpărare de medicamente online** ridică o serie de probleme din punctul de vedere al protecției consumatorilor. Recent a fost adoptată o directivă privind medicamentele falsificate[41], care va contribui la securizarea ofertei licite online, permițând în special crearea unui logo european de încredere pentru site-urile legale, în contextul dezbaterii mai ample pe tema logo-urilor de încredere pentru site-urile de vânzări online anunțate în Agenda digitală.

În vederea garantării protecției adecvate a pacienților în întreaga Uniune, este necesar să se analizeze în continuare, în contextul și în lumina măsurilor de punere în aplicare a directivei de către statele membre, eventualele riscuri specifice vânzării de medicamente online. De asemenea, raportul pe care Comisia îl va înainta Parlamentului European și Consiliului privind contribuția directivei la prevenirea pătrunderii medicamentelor falsificate în lanțul legal de aprovizionare va include date referitoare la evoluția pe care o va urma falsificarea medicamentelor în ceea ce privește categoriile de medicamente vizate și canalele de distribuție, inclusiv vânzarea online.

Mai mult, oferta ilegală de medicamente poate constitui o activitate criminală pentru care Convenția Medicrime[42] a Consiliului Europei oferă un cadru internațional de

---

[38] Directiva 95/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 24 octombrie 1995 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date (JO L 281, 23.11.1995)

[39] Carte verde privind jocurile de noroc online în piața internă COM(2011) 128 final.

[40] Cu câțiva ani în urmă, din 15 000 de site-uri de jocuri active în Europa, peste 85% funcționau fără nicio licență. Sursă: *„Cybercriminalité dans le jeu en ligne”*, carte albă a CERT-LEXSI, (*Laboratoire d'Expertise en Sécurité Informatique*), iulie 2006.

[41] Directiva 2011/62/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2011 de modificare a Directivei 2001/83/CE de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman în ceea ce privește prevenirea pătrunderii medicamentelor falsificate în lanțul legal de aprovizionare (JO L 174, 1.7.2011).

[42] Convenția din 28 octombrie 2011 privind contrafacerea produselor medicale și infracțiunile similare care implică amenințări la adresa sănătății publice .

acțiuni în justiție. Concluziile Consiliului din iunie 2011[43] invită statele membre să întărească cooperarea în materie de sancțiuni, în lupta contra medicamentelor falsificate, și să elaboreze planuri de detectare a site-urilor internet care conțin eventuale oferte ilegale de medicamente.

PRINCIPALELE ACȚIUNI

Comisia va întreprinde următoarele acțiuni principale:

4. va sprijini formarea comercianților online pe tema obligațiilor care le revin și a oportunităților oferite de piața unică digitală, în special prin intermediul rețelei *Entreprise Europe,* cu sprijinul Rețelei Centrelor Europene ale Consumatorilor (ECC-Net) în ceea ce privește aspectele care țin de consumatori, și prin publicarea unui ghid dedicat acestora (2012);

5. va elabora, pe baza dialogului cu părțile interesate, coduri de conduită, coduri de bune practici și orientări, pentru a asigura accesul consumatorilor la informații transparente și fiabile care să le permită să compare mai bine prețurile, calitatea și durabilitatea produselor și serviciilor (2012-2014);

6. va consolida capacitățile rețelei CPC pentru a-i pune la dispoziție instrumente adaptate care să asigure aplicarea legislației pertinente în mediul digital la scară europeană, în speță prin finanțarea unor proiecte comune vizând încurajarea dezvoltării competențelor anchetatorilor care lucrează în rețea, formarea și schimbul de bune practici (2012-2014);

7. va adopta o „Agendă a consumatorului european”, în care să propună o strategie și acțiuni vizând plasarea consumatorilor în centrul pieței unice, inclusiv în ceea ce privește aspectele digitale, mai ales prin consolidarea capacității de acțiune a consumatorilor și prin protecția adecvată a drepturilor lor (2012);

8. va prezenta un plan de acțiuni la nivel european pe tema jocurilor online care va pune accentul pe cooperarea administrativă, protecția consumatorilor și dezvoltarea ofertei legale (2012);

9. va asigura, prin punerea în aplicare a directivei privind medicamentele falsificate, o protecție adecvată a pacienților care achiziționează medicamente online, i) contribuind la introducerea unor logo-uri de încredere care să permită identificarea site-urilor care oferă legal spre vânzare la distanță medicamente pentru populație (2013-2014), în speță în cadrul raportului pe care Comisia îl va înainta Parlamentului European și Consiliului, ii) observând evoluția problemei falsificării de medicamente prin canale de distribuție și iii) examinând eventualele riscuri specifice vânzării online de medicamente.

Sisteme de plată și de livrare fiabile și eficace

Spre deosebire de comerțul tradițional, care implică plăți „față în față”, comerțul electronic se bazează în mare măsură pe **plăți electronice la distanță**. Consumatorii online trebuie, prin urmare, să poată alege între diverse mijloace de plată care

[43] Consiliul JAI din 9 și 10 iunie 2011.

garantează o execuție rapidă și sigură a plăților, la tarife competitive. Mult prea adesea însă, lipsa de încredere și oferta limitată în materie de mijloace de plată împiedică sau descurajează consumatorii să facă plăți pe internet, și, prin urmare, să beneficieze de toate avantajele comerțului electronic[44].

Aproximativ 35% dintre internauți nu fac achiziții online deoarece au dubii legate de siguranța plăților[45]. Cărțile de debit nu sunt acceptate într-o măsură suficientă pentru plățile online și nu toți cetățenii europeni dispun de cărți de credit. Costul poate, de asemenea, să descurajeze consumatorii, deoarece suprataxele aplicate sunt adesea prea mari. Întreprinderile consideră, în egală măsură, că plățile au costuri prea ridicate, în special miniplățile pentru care se estimează o creștere substanțială în volum (presă, muzică, filme online etc.) Această situație are la origine o serie de obstacole și deficiențe care împiedică dezvoltarea pieței plăților pe internet în Europa, în special la nivel transfrontalier[46]. Acestea includ, fără a se limita la, un nivel foarte ridicat de fragmentare a pieței, bariere la intrarea pe piață, o standardizare insuficientă, probleme de interoperabilitate între prestatorii de servicii, un nivel inadecvat de siguranță a plăților și de protecție a datelor cu caracter personal, sau chiar un sistem de stabilire a prețurilor care nu este suficient de transparent sau liber pentru anumite instrumente de plată.

Toate aceste probleme trebuie soluționate în contextul unei mai bune integrări a pieței. Zona unică de plăți în euro (SEPA), care permite efectuarea de transferuri de credit și debite directe la nivel paneuropean, constituie o bază ideală pentru dezvoltarea unor noi servicii paneuropene de plată, în conformitate cu exigențele care decurg din legislația privind protecția datelor[47] și confidențialitatea comunicațiilor. Atât consumatorii, cât și comercianții ar beneficia în mod direct de existența unei zone unice mai integrate care să includă cărțile de debit și de credit, plățile pe internet și plățile prin telefonul mobil. Chiar dacă piața se îndreaptă în această direcție, evoluția rămâne în general prea lentă sau nu se extinde la nivelul întregii Uniuni Europene.

În ceea ce privește **livrarea bunurilor achiziționate online**, consumatorii trebuie să aibă încredere că vor primi cu ușurință coletul comandat, la un cost rezonabil, fără întârzieri excesive și într-o stare satisfăcătoare.

În prezent, 10% dintre consumatori nu cumpără online[48] din cauza costurilor de livrare, mai ales transfrontaliere, și a calității serviciului. Calitatea unui serviciu de livrare de colete nu se poate măsura numai pe baza unui indicator unic, reprezentat de durata de livrare. Siguranța este un alt parametru important care trebuie luat în considerare. Opțiunile oferite consumatorilor trebuie diversificate, iar cele mai bune practici europene, precum livrarea la domiciliu la anumite ore, preluarea coletului de la un magazin partener sau prin sisteme automatizate cu orar prelungit etc., trebuie diseminate și exploatate în toate statele membre. Atât din punctul de vedere al

[44] Agenda digitală pentru Europa menționată mai sus identifică siguranța plăților, încrederea, respectarea vieții private și lipsa de acces ca fiind principalele motive de îngrijorare pentru consumatorii care doresc să cumpere online .
[45] Eurostat Household survey 2009.
[46] Pentru plățile pe internet sunt adesea utilizate cărți de debit sau de credit, soluții de plată electronice sau telefonul.
[47] Principiul „*privacy by design*".
[48] Eurostat, Anchetă în cadrul gospodăriilor, 2009.

clienților, cât și al întreprinderilor, problema răspunderii pentru coletele furate, pierdute sau care ajung la destinație deteriorate trebuie clarificată. Trebuie, în egală măsură, să se asigure faptul că serviciile de livrare sunt eficace și abordabile și în zonele rurale, izolate sau ultraperiferice ale Uniunii, astfel încât comerțul electronic să poată contribui la resorbirea și nu la accentuarea inegalităților din punctul de vedere al coeziunii teritoriale.

PRINCIPALELE ACțIUNI

Comisia va întreprinde următoarele acțiuni:

10. va dezvolta o strategie pentru integrarea pieței plăților prin cărți bancare, prin internet sau prin telefonul mobil, având la bază o Carte verde adoptată simultan cu prezenta comunicare și vizând i) să evalueze barierele la intrare și concurența pe aceste piețe și să propună acțiuni legislative, dacă este necesar, ii) să garanteze că aceste servicii de plată sunt transparente pentru consumatori și pentru comercianți, iii) să amelioreze și să accelereze standardizarea și interoperabilitatea plăților prin intermediul cărților bancare, internetului sau telefonului mobil și iv) să sporească nivelul de siguranță al plăților și protecția datelor. Comisia va prezenta concluziile acestui exercițiu și următoarele etape până la mijlocul anului 2012.

11. va lansa în 2012, pe baza unei Cărți verzi, o consultare pe tema livrării coletelor, mai ales în context transfrontalier, pe baza rezultatelor studiului privind costurile serviciilor poștale transfrontaliere, în vederea identificării unor posibile soluții la problemele întâmpinate de întreprinderi și de consumatori. Comisia va prezenta concluziile acestui exercițiu și următoarele etape până la finele anului 2012.

Combaterea mai eficientă a abuzurilor și rezolvarea mai eficace a litigiilor

Serviciile online trebuie să continue să le ofere consumatorilor europeni această posibilitate extraordinară de a comunica și de a-și conduce mai ușor activitățile economice, în conformitate cu legea. Rețelele sociale, platformele de vânzări online sau de partajare a videoclipurilor joacă deja un rol cheie în societatea și în economia europene. Acestea le permit cetățenilor să fie mai activi, să-și spună opinia în legătură cu un bun sau un serviciu, să se informeze și să se exprime. Uneori se merge însă dincolo de limitele legii, mai ales în domenii sensibile precum pornografia infantilă, violența în general, incitarea la ură rasială, calomnia, terorismul sau jocurile online ilegale și practicile criminale care pot fi asociate cu acestea. Încălcările drepturilor de proprietate intelectuală sunt de asemenea o sursă de preocupare.

În ciuda garanțiilor oferite de directiva privind comerțul electronic întreprinderilor care găzduiesc sau „transmit” pasiv un conținut ilegal, furnizorii de servicii de internet intermediari se confruntă cu incertitudinea juridică cauzată de fragmentarea în cadrul Uniunii Europene a normelor aplicabile și a practicilor care sunt posibile, obligatorii sau așteptate de la ei atunci când au cunoștință de prezența unor materiale ilegale pe site-urile lor. Această fragmentare descurajează întreprinderile care doresc să facă afaceri online și le frânează dezvoltarea.

În plus, internetul este utilizat ca mijloc de difuzare de produse sau servicii care sunt contrafăcute, piratate sau nu respectă drepturile de proprietate intelectuală. Protecția

drepturilor de proprietate intelectuală este necesară în economiile bazate pe cunoaștere, iar Uniunea Europeană luptă activ împotriva contrafacerii și a pirateriei.

În general, se întâmplă mult prea des ca activitățile ilegale să nu fie stopate în mod eficient și ca unele materiale ilegale să nu fie retrase sau să nu fie retrase suficient de prompt. De exemplu, cetățenii sunt deranjați de faptul că inclusiv materiale evident ilegale precum materialele pornografice, a căror prezență pe internet este o problemă foarte gravă, sunt uneori retrase cu foarte mare întârziere. Aceasta subminează încrederea cetățenilor și a întreprinderilor în internet, ceea ce în afectează serviciile online precum platformele de vânzări. În paralel, cetățenii se plâng uneori de lipsa de transparență a anumitor furnizori de servicii sau de inițiativele lor eronate (de exemplu, retragerea unui material legal), disproporționate sau luate fără respectarea principiului ascultării și a celeilalte părți.

Prin urmare, trebuie să crească eficiența mecanismelor de eliminare a abuzurilor și a informațiilor ilegale, într-un cadru care să garanteze securitatea juridică, proporționalitatea normelor aplicabile întreprinderilor și respectarea drepturilor fundamentale. În anexă, serviciile Comisiei Europene descriu în detaliu divergențele de interpretare care constituie sursa problemelor sus-menționate. Având în vedere multiplicarea normelor și creșterea volumului jurisprudenței din statele membre, pare necesară stabilirea unui cadru european orizontal pentru procedurile de notificare și de acțiune[49].

În paralel, Comisia va revizui directiva privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală[50] în 2012, pentru a combate mai eficient materialele ilegale, într-un mod care respectă piața internă și drepturile fundamentale, îmbunătățind cadrul civil procedural. Crearea cadrului european de notificare și de acțiune nu va aduce atingere inițiativei menționate mai sus. Colaborarea între părțile interesate, în special furnizorii de internet, deținătorii de drepturi și serviciile de plată, din Uniunea Europeană și Statele Unite ar putea contribui de asemenea la combaterea materialelor ilegale.

În plus, trebuie luptat împotriva practicilor comerciale neloiale ale anumitor întreprinderi, în special utilizarea comunicărilor comerciale îndoielnice sau interzise.

De altfel, dacă apare o problemă în legătură cu o achiziție online, consumatorii trebuie să poată găsi rapid o soluție care nu implică cheltuieli semnificative. Incertitudinile cu privire la demersurile care trebuie întreprinse în cazul unei probleme rămân un obstacol fundamental atunci când vine vorba despre încrederea pe care consumatorii o pot avea în serviciile online. Tribunalele nu oferă încă o soluție satisfăcătoare pentru rezolvarea litigiilor care decurg din tranzacțiile

[49] Procedurile de notificare și de acțiune sunt procedurile urmate de furnizorii intermediari de servicii de internet pentru a combate materialele ilicite în urma primirii unei notificări. Furnizorii intermediari pot, de exemplu, să retragă materialele ilicite, să blocheze aceste materiale sau să ceară persoanelor care le-au publicat online să le retragă voluntar. Această inițiativă ar trebui să încurajeze, mai degrabă decât să submineze inițiative mai detaliate în anumite domenii. Astfel, protocolul european semnat în mai 2011 între deținători de drepturi majori și platforme de internet cu privire la vânzarea online a produselor contrafăcute prevede, pe lângă un sistem de notificare și de retragere, acțiuni față de încălcările repetate și măsuri preventive și proactive.
A se vedea http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/docs/memorandum_04052011_en.pdf

[50] Directiva 2004/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 29 aprilie 2004 privind respectarea drepturilor de proprietate intelectuală (JO L 195, 2.6.2004).

comerciale online, deoarece modalitățile clasice de soluționare a litigiilor sunt de lungă durată și prea costisitoare[51]. Este prin urmare necesar să se îmbunătățească eficiența aplicării legii în general și, în special, să se faciliteze **soluționarea litigiilor online.** Sistemele alternative de soluționare a litigiilor[52] sunt instrumente mai rapide și mai puțin costisitoare prin care se poate asigura dezvoltarea optimă a serviciilor online. Totuși, în prezent disponibilitatea online a acestora este redusă; aceste sisteme nu sunt cunoscute sau sunt puțin cunoscute și nu acoperă toate sectoarele. Pentru a remedia această situație și în conformitate cu Actul privind piața unică, Comisia a propus o directivă privind soluționarea extrajudiciară a litigiilor în materie de consum, precum și un regulament privind soluționarea extrajudiciară online a litigiilor în materie de consum[53]. Parlamentul European și Consiliul vor fi încurajate să adopte rapid aceste propuneri[54]. De asemenea, Comisia va adopta în curând o inițiativă legislativă privind soluționarea disputelor în litigiile între întreprinderi[55].

În fine, o condiție esențială pentru încrederea în piața unică digitală este consolidarea siguranței acesteia. Într-un univers digital interconectat și interdependent, atacurile informatice și disfuncțiile tehnice pot afecta foarte rapid infrastructurile, cu un impact semnificativ asupra economiei și societății europene, precum și asupra cetățenilor, în egală măsură. Prin urmare, este necesară o politică eficace și concretă, la scara întregii UE. În 2012, Comisia va propune, de asemenea, o strategie europeană pentru siguranța internetului. Ea va urmări în principal să garanteze faptul că infrastructurile existente pentru siguranța internetului pot face față efectiv atacurilor informatice și disfuncțiilor tehnice, să testeze regulat capacitățile de reacție ale acestora, să stimuleze schimburile de informații, să planifice în avans modurile de operare și să asigure punerea în practică a unor mecanisme de notificare a autorităților competente.

PRINCIPALELE ACțIUNI

Comisia va întreprinde următoarele acțiuni:

12. va adopta o inițiativă orizontală privind procedurile de notificare și de acțiune (2012)[56];

13. va propune în 2012 o strategie de ansamblu privind siguranța internetului în Europa, în scopul unei mai bune protecții contra atacurilor informatice în UE. Crearea Centrului european de combatere a criminalității cibernetice până în 2013 va avea, în acest context, o importanță deosebită.

[51] Aceasta, în ciuda existenței unei proceduri europene de soluționare a litigiilor de mică valoare; a se vedea Regulamentul (CE) nr. 861/2007 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 iulie 2007 de stabilire a unei proceduri europene cu privire la cererile cu valoare redusă (JO L 199/1, 31.7.2007).
[52] Cunoscute sub denumirea *Alternative dispute resolution* (ADR)/*Online dispute resolution* (ODR).
[53] Propunere de directivă a Parlamentului European și a Consiliului privind soluționarea alternativă a litigiilor în materie de consum și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE (Directiva privind SAL în materie de consum) și Propunere de regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind soluționarea online a litigiilor în materie de consum (Regulament privind SOL în materie de consum), COM(2011) 794.
[54] Propunerile ADR-ODR se numără printre cele 12 acțiuni principale identificate prin Actul privind piața unică pe care Parlamentul și Consiliul au acceptat deja să le adopte în procedură accelerată [Analiza anuală a creșterii economice 2012, COM(2011) 815 final].
[55] Propunere privind soluționarea online a disputelor între întreprinderi, prevăzută pentru 2012.
[56] O evaluare prealabilă a impactului va determina natura inițiativei.

Implementarea unor rețele de mare viteză și a unor soluții tehnologice avansate

Implementarea unor rețele de comunicații de mare viteză este o condiție *sine qua non* pentru dezvoltarea serviciilor online. Totuși, Uniunea Europeană, care și-a stabilit obiective ambițioase în Agenda digitală[57], a rămas în urma concurenților săi în ceea ce privește investițiile în infrastructuri de telecomunicații de generație nouă, de care are nevoie urgentă.

Statele membre trebuie să plaseze **investițiile în conexiuni de mare viteză** în centrul strategiei lor de creștere[58], în special prin punerea în aplicare a planurilor operaționale relevante, prin transpunerea rapidă în dreptul național a cadrului legislativ european revizuit privind comunicațiile electronice, prin adaptarea legislației lor în domeniul urbanismului în vederea limitării costurilor de implementare și prin recurgerea la fondurile disponibile în cadrul politicii regionale sau la instrumentele prevăzute în mecanismul pentru conectarea Europei propus de Comisie (de exemplu, împrumuturile obligatare)[59]. Comisia va încuraja statele membre să promoveze economia și societatea digitală, precum și să asigure integrarea regiunilor rurale, izolate și ultraperiferice în rețelele de comunicații electronice.

De altfel, apariția unor noi moduri de consum online, de exemplu utilizarea internetului mobil (smartphone-uri, tablete), impune o **disponibilitate crescută a spectrului radio**. Ambițiile europene în materie de creștere trebuie să se concretizeze în măsuri adecvate. În special, dând curs acordului politic recent încheiat, propunerea de decizie a Parlamentului European și a Consiliului de instituire a primului program pentru politica în domeniul spectrului de frecvențe radio[60] va trebui pusă rapid în aplicare după adoptarea sa de către legiuitorul european. Este într-adevăr deosebit de important să se garanteze cetățenilor și întreprinderilor conexiuni superioare fără fir și de mare viteză, grație unei utilizări mai eficiente a spectrului, în special prin utilizarea partajată a acestuia.

Uniunea Europeană trebuie să găsească răspunsuri nu doar pentru provocările legate de infrastructuri, ci și pentru cele legate de tehnologiile avansate. **Cloud computing**, în special, prezintă un potențial important în ceea ce privește locurile de muncă, productivitatea, în mod deosebit pentru IMM-uri, și realizarea de economii pentru toate sectoarele. Comisia va adopta în 2012 o strategie europeană globală pentru *cloud computing*, care va acoperi dimensiunile juridică, tehnică și de standardizare, și care va include măsuri în favoarea cercetării și a inovării.

PRINCIPALELE ACȚIUNI

Comisia va întreprinde următoarele acțiuni:

[57] Acces la conexiuni cu viteze de peste 30 Mbps pentru toți europenii și cel puțin 50 % dintre gospodării să fie abonate la conexiuni cu viteze de peste 100 Mbps până în 2020.
[58] Ca în cazul tuturor inițiativelor menționate în prezenta comunicare, fără a aduce atingere normelor privind ajutoarele de stat.
[59] Propunere de regulament al Parlamentului European și al Consiliului de instituire a mecanismului Conectarea Europei, 19 octombrie 2011 COM(2011) 665 final.
[60] COM(2010) 0471 final.

14. va consolida și facilita dezvoltarea infrastructurilor informatice și de comunicații în 2012 i) în contextul mecanismului pentru conectarea Europei, prin elaborarea de orientări pentru pregătirea proiectelor de infrastructuri de mare viteză, ii) în contextul fondurilor europene de coeziune, prin elaborarea de orientări pentru strategii de specializare inteligentă care condiționează accesarea fondurilor regionale, iii) în contextul cadrului de reglementare privind comunicațiile electronice, prin adoptarea unei recomandări privind stabilirea tarifelor pentru accesul la piața cu ridicata pentru a stimula investițiile în implementarea fibrei, precum și prin adoptarea unei noi versiuni revizuite a orientărilor din 2009 pentru ajutoarele de stat în domeniul rețelelor de mare viteză[61] și iv) prin adoptarea unui ghid de tehnici de reducere a costurilor de construcție având drept obiectiv reducerea acestora la jumătate;

15. va adopta o strategie generală privind *cloud computing* pentru a stimula acest sector și a oferi securitatea juridică de care au nevoie operatorii economici (2012);

16. va adopta o comunicare privind utilizatorii partajați ai spectrului, care va integra o strategie pentru promovarea accesului partajat la spectru pe piața unică și va permite o dezbatere politică structurată în legătură cu aspectele economice, tehnice și de reglementare ale diverselor metode de partajare a spectrului (2012).

– CONCLUZIE

În ultimele decenii, comerțul electronic și serviciile online s-au dezvoltat în avantajul cetățenilor și al consumatorilor europeni. Acestea prezintă un potențial economic și social care este departe de a fi fost fructificat pe deplin.

O strategie europeană solidă trebuie să însoțească și să accelereze realizarea societății și a economiei digitale, răspunzând astfel așteptărilor cetățenilor și generând o nouă creștere, cu obiectivul de a dubla, până în 2015, ponderea economiei internetului în PIB-ul european și ponderea vânzărilor online în comerțul european *en detail*. Pe lângă monitorizarea măsurilor propuse pentru atingerea obiectivelor menționate, trebuie să se acorde atenție asigurării coerenței și convergenței inițiativelor. Este vorba în special de a lua în considerare întreaga problematică înainte de a face orice nouă propunere, astfel încât noile măsuri luate la nivel european să nu creeze obstacole suplimentare în calea dezvoltării serviciilor online.

Ținând cont de dimensiunea globală a comerțului electronic și a serviciilor online, măsurile din cadrul Uniunii Europene vor trebui completate de o participare mai activă la lucrările organismelor internaționale existente și de o coordonare adecvată, astfel încât întreprinderile europene care desfășoară activități în afara Uniunii Europene și întreprinderile din țări terțe, stabilite în Uniune, să nu întâmpine dificultăți ca urmare a fragmentării legislative.

Comisia Europeană va urmări îndeaproape evoluția sectorului de servicii online și va oferi informații cu privire la progresele realizate în punerea în aplicare a acestui plan de acțiune, prin publicarea de rapoarte anuale și rapoarte privind punerea în aplicare

[61] Orientări comunitare pentru aplicarea normelor privind ajutorul de stat în cazul dezvoltării rapide a rețelelor în bandă largă (JO C 235, 30.9.2009).

a directivei privind comerțul electronic, în paralel cu monitorizarea Actului privind piața unică și a Agendei digitale pentru Europa. Aceasta va organiza în 2013 o conferință cu părțile interesate**.** De altfel, cu ocazia revizuirii intermediare a Agendei digitale, Comisia va evalua progresele realizate cu privire la acțiunile prevăzute în această strategie și, dacă este cazul, va avea în vedere noi acțiuni vizând stimularea suplimentară a societății și a economiei digitale.