

Bruxelles, den 9.12.2015
COM(2015) 633 final

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET
OG DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG**

Digitale kontrakter for Europa - frigørelse af e-handelens potentiale

1. BAGGRUND

Det europæiske e-handelsmarked i detailsektoren har været i kraftig vækst i de seneste år. Det er hoveddrivkraften bag den samlede vækst i EU, men har stadig et stort, uudnyttet potentiale. I stedet for at udnytte alle mulighederne ved e-handel begrænser virksomhederne og borgerne sig i for høj grad til deres eget hjemmemarked.

Nøgletal

E-handel som den vigtigste drivkraft bag vækst: Den samlede værdi af detailsektorens e-handel i EU udgjorde i 2014 i alt 370 mia. EUR, en stigning på 13,4 % i forhold til 2013.¹ Virksomhedernes omsætning fra e-handel som andel af den samlede omsætning er steget med 85 % fra 2009 til 2014², hvilket viser, at detailhandelen vokser meget hurtigere online end offline.

E-handelens vækstpotentiale er stadig ikke udnyttet fuldt ud: E-handelens andel af den samlede omsætning i detailsektoren er stadig meget lavere i Europa end i USA. I 2014 var e-handelens andel af detailhandelens samlede omsætning 7,2 % i EU sammenlignet med 11,6 % i USA.³ Samme år solgte kun 12 % af EU's detailhandlere online til forbrugere i andre EU-lande, mens tre gange så mange (37 %)⁴ gjorde det på hjemmemarkedet. Kun 15 % af forbrugerne handlede online fra et andet EU-land, mens ca. tre gange så mange (44 %) handlede online på hjemmemarkedet.⁵

På denne baggrund vedtog Europa-Kommissionen strategien for et digitalt indre marked i EU⁶, hvor oprettelsen af et digitalt indre marked blev fastlagt som en af de største forudsætninger for at skabe mere vækst i Europa. I denne strategi håndteres alle de største hindringer for udviklingen af e-handel på tværs af grænserne i EU. En samlet indsats mod disse hindringer og forbedrede vilkår for virksomheder og forbrugere vil sætte det forventede skub i det digitale indre marked og EU's økonomi generelt.

Kløften mellem udbud og efterspørgsel kan indsnævres. EU's virksomheder vil kunne styrke deres konkurrenceevne, hvis de får lettere ved at sælge til andre og flere end forbrugerne i deres eget land eller på de nationale markeder i et par nabolande. Øget forsyning vil også styrke konkurrencen. Det vil give forbrugerne et bredere udvalg af produkter til mere

1 European B2C E-commerce Report 2015. Ecommerce Europe. Ekskl. Bulgarien, Cypern, Kroatien, Litauen, Luxembourg, Malta, Slovenien og Slovakiet, for hvilke der ikke foreligger data. <http://www.ecommerce-europe.eu/> s. 29 – Alle tal i denne meddelelse findes også i Kommissionens arbejdsdokument om konsekvensanalysen af forslaget til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om visse aspekter vedrørende kontrakter forsyning af digitalt indhold og forslaget til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om visse aspekter af kontrakter om online- og andet fjernsalg af varer, SWD(2015) 275.

2 Eurostat, E-commerce by enterprises: summary of EU aggregates (NACE Rev. 2 activity).

3 <http://www.retailresearch.org/onlineretailing.php>

4 Flash Eurobarometer 396 (2014) "Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection" (2015), s. 27.

5 Eurostat survey on ICT usage in households and by individuals (2014), isoc_ec_ibuy.

6 Kommissionens meddelelse "En strategi for et digitalt indre marked i EU", COM(2015) 192 final, tilgængelig på: <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>

konkurrencedygtige priser. Mere ensartede forbrugerrettigheder med et højt beskyttelsesniveau vil øge forbrugernes tillid til at købe i udlandet.

2. ET FØRSTE VIGTIGT SKRIDT MOD AT FRIGØRE E-HANDELENS POTENTIAL

En af de tre hovedmålsætninger i strategien for et digitalt indre marked er at sikre "*Bedre adgang til onlinevarer og tjenesteydelser for forbrugere og virksomheder på tværs af grænserne i Europa*". I strategien betegner Kommissionen forskelle i medlemsstaternes aftaleretlige bestemmelser som en af hindringerne for grænseoverskridende e-handel.

For at skabe de rette vilkår for at styrke den grænseoverskridende e-handel anfører Kommissionen derfor i strategien, at den vil fremsætte lovforslag om enkle og mere effektive aftaleretlige bestemmelser for forbrugere og virksomheder ved at harmonisere de aftaleretlige bestemmelser for levering af digitalt indhold og onlinesalg af varer.

Som Kommissionen anfører i sit arbejdsprogram for 2015, vedtager den i dag i) et forslag til direktiv om visse aspekter vedrørende kontrakter om levering af digitalt indhold og ii) et forslag til direktiv om visse aspekter vedrørende kontrakter om online-⁷ og andet fjernsalg af varer.⁸ Sammen med forslaget til forordning om onlineindholdstjenesters portabilitet er disse forslag de første nye lovgivningsinitiativer, der vedtages under strategien for det digitale indre marked.

Helt konkret vil de to direktiver medføre en fuldstændig, målrettet harmonisering af de centrale obligatoriske rettigheder og pligter for parterne i en kontrakt om levering af digitalt indhold og onlinesalg af varer.⁹ De vil bidrage til en hurtigere vækst på det digitale indre marked gennem:

- **Reduktion af omkostninger, der skyldes forskelle i aftaleretlige bestemmelser:** De store forskelle mellem medlemsstaternes aftaleretlige bestemmelser skaber hindringer for grænseoverskridende handel med digitalt indhold og varer. Med de foreliggende forslag sikres det, at disse bestemmelser bliver ens i alle medlemsstater. EU-bestemmelser sikrer, at der ikke indføres forskellig lovgivning om digitalt indhold¹⁰, og de ophæver den allerede opsplittede lovgivning om varer¹¹. Desuden skal

7 I denne meddelelse skal enhver henvisning til "onlinesalg" forstås som "online- og andet fjernsalg". Omvendt skal enhver henvisning til "offlinesalg" forstås som "salg ved direkte kontakt".

8 De centrale aspekter ved både levering af digitalt indhold og onlinesalg af varer er baseret på forbrugerøbsdirektivet og er derfor så sammenhængende som muligt. Kommissionen besluttede dog at vedtage to retsakter, da det digitale indholds særlige karakter kræver, at flere af bestemmelserne udformes anderledes end bestemmelserne for varer. Det digitale indholds hurtige teknologiske og kommercielle udvikling vil desuden kræve, at direktivets anvendelse gennemgås. Gennemførelsen, anvendelsen og gennemgangen af bestemmelserne om digitalt indhold bliver lettere ved, at de alle er indarbejdet i en enkelt retsakt, nemlig direktivet om levering af digitalt indhold.

9 F.eks. overensstemmelse med kontrakten, retsmidlernes hierarki og anvendelse samt forbrugerens ret til at ophæve kontrakten.

10 Enkelte medlemsstater (UK og NL) har for nylig vedtaget eller er i færd med at vedtage (IE) specifikke obligatoriske aftaleretlige bestemmelser for levering af digitalt indhold. Disse kommende nationale retsakter adskiller sig fra hinanden både med hensyn til anvendelsesområde og indhold.

11 Der findes kun minimumsharmoniseringsbestemmelser om begrebet overensstemmelse med kontrakten og om retsmidler i forbindelse med produkter, der ikke opfylder kravene (jf. direktivet om forbrugerøbsdirektivet). Eftersom der er tale om minimumsstandarder, har medlemsstaterne mulighed for at gå videre og indføre flere krav til gavn for forbrugerne. Mange medlemsstater har benyttet sig af denne mulighed på forskellige områder og i forskelligt omfang.

virksomhederne ikke længere tilpasse deres kontrakter til forskellige bestemmelser, når de sælger deres varer på tværs af grænserne, og dermed undgår de yderligere omkostninger.

- **Større retssikkerhed for virksomhederne:** Til forskel fra i dag, hvor virksomhederne skal håndtere en kompleks lovgivning, vil de kunne levere digitalt indhold eller sælge varer online til forbrugere i hele EU på grundlag af samme sæt aftaleretlige regler om forbruger aftaler som omfattet af direktivforslagene. Dette vil øge retssikkerheden og skabe et erhvervsvenligt retligt miljø, hvilket navnlig vil være til fordel for SMV'er.
- **Hjælp til, at forbrugerne kan udnytte mulighederne ved handel på tværs af grænserne i EU:** Usikkerhed om de vigtigste aftalemæssige rettigheder er hovedårsagen til forbrugernes manglende tillid til at handle online på tværs af grænserne. Forbrugerne vil få et sæt fuldt harmoniserede klare rettigheder i hele EU og derfor blive mere trygge ved at erhverve digitalt indhold eller købe varer i andre lande. Generelt vil forbrugerbeskyttelsen i EU blive kraftigt forbedret. For onlinesalg af varer gælder dette navnlig i forbindelse med fejl og forlængelsen af varigheden af omvendt bevisbyrde til to år, så den nu er lige så lang som den to år lange garantiperiode. Undtagen i to medlemsstater, hvor niveauet forbliver det samme, vil dette øge forbrugerbeskyttelsen for alle europæiske forbrugere. Det vil sætte dem i stand til at købe online i andre lande og også gøre det lettere for dem at udøve deres rettigheder.¹²
- **Mindske den skade, som forbrugerne påføres på grund af fejlbehæftet digitalt indhold:** Til forskel fra i dag, hvor der ikke findes specifikke aftaleretlige bestemmelser om levering af digitalt indhold for hele EU, får forbrugerne nu klare, digitalspecifikke rettigheder, hvis de får problemer med digitalt indhold. Det vil sætte dem i stand til at benytte sig af retsmidlerne og dermed mindske den skade, de nu lider, når de køber fejlbehæftet digitalt indhold. I et teknologisk og kommercielt marked i hastig vækst er EU's bestemmelser teknologisk neutrale og fremtidssikrede. De vil derfor skabe lige vilkår for alle relevante former for digitalt indhold.
- **Overordnet set skabe ligevægt mellem forbrugernes og erhvervslivets interesser:** De to direktiver er baseret på markedets tendenser og skaber en god balance mellem de forskellige interesser. Derfor er de til fordel for både forbrugere og erhvervsliv og skaber økonomiske fordele for alle parter.

Forbedring af dagligdagen...

¹² Denne forlængede varighed af den omvendte bevisbyrde kan også bidrage til mere holdbare produkter af bedre kvalitet, hvilket er i overensstemmelse med Europa-Kommissionens pakke om cirkulær økonomi, som blev vedtaget den 2. december 2015.

Direktiverne vil helt konkret forbedre dagligdagen for både virksomheder og forbrugere i Europa. I dag skal virksomhederne bruge tid og penge på at sætte sig ind i udenlandsk aftaleret, når de sælger deres varer i andre lande, og tilpasse deres kontrakter i overensstemmelse hermed. Den tid, en erhvervsdrivende kan holdes ansvarlig for en fejlbehæftet computer, varierer i dag fra to år til hele computerens levetid, afhængigt af medlemsstaten. Fremover vil de nationale love om sådanne aftaleretlige forhold være de samme i EU. Det vil spare tid og penge, som så kan bruges til at udvikle nye produkter eller sælge til en mere konkurrencedygtig pris.

Forbrugerne vil kunne handle online og få adgang til digitalt indhold i andre EU-lande lige så let og sikkert, som hvis de gør det i deres eget land. Forbrugere, der proaktivt køber varer fra en erhvervsdrivende i en anden medlemsstat, vil fremover være beskyttet på samme måde som efter deres nationale lovgivning. Den eneste erstatning, en forbruger, der i dag ikke kan se den film, han har betalt for, online, fordi den er af dårlig kvalitet, får, er ofte kun en rabat på flere film, som muligvis er af samme dårlige kvalitet. Fremover får forbrugeren ret til at få problemet løst, få nedsat prisen eller ophæve kontrakten med fuld godtgørelse.

... og makroøkonomiske fordele

Hvis de aftaleretlige hindringer fjernes, vil omkring 122 000 flere virksomheder sælge online i andre lande. Den grænseoverskridende handel i EU vil stige med omkring 1 mia. EUR. Den øgede konkurrence på markedet for onlinedetailsalg vil betyde, at priserne falder i alle medlemsstater, i gennemsnit -0,25 % på EU-plan, hvilket direkte vil øge husholdningernes forbrug i EU med omkring [Type equation here](#).18 mia. EUR. Dertil kommer, at det bredere udvalg af produkter og tjenester vil øge forbrugervelfærden. Yderligere 7,8-13 mio. forbrugere vil begynde at købe online i andre medlemsstater. Det årlige gennemsnitlige beløb, som hver forbruger bruger til onlinekøb i andre EU-lande, vil også stige med 40 EUR. EU's samlede BNP forventes at stige med omkring 4 mia. EUR årligt.¹³

Disse forslag omhandler alene aftaleretlige bestemmelser i samspillet mellem virksomheder og forbrugere. Man erkender, at SMV'er, der er den svageste part i en forhandlingssituation, også har problemer af aftaleretlig art, især når de bruger digitalt indhold. Kommissionen har imidlertid besluttet at behandle dette område i forbindelse med andre initiativer, der indgår i strategien for det digitale indre marked. Her vil den tage hensyn til interesserede parter og medlemsstaternes holdninger.

For at få det fulde udbytte det digitale indre marked er der behov for denne pakke med de to forslag for at frigøre hele e-handelens potentiale. Kommissionen skal stille forslag vedrørende varer og digitalt indhold på samme tid. Disse direktiver vil blive suppleret med andre af

¹³ "The macro-economic impact of e-commerce in the EU Digital Single Market", Cardona M., N. Duch-Brown, J. Francois, B. Martens, F. Yang (2015), Digital Economy Working Paper, IPTS-JRC.

foranstaltningerne i strategien for det digitale indre marked, såsom vedrørende momsrelaterede byrder, udvikling af grænseoverskridende fragtposttjenester af høj kvalitet og moderne copyrightrammer. Andre forbrugerrelaterede initiativer som dem, der er beskrevet i strategien for det digitale indre marked om ophævelse af geografisk blokering og gennemgangen af forordningen om forbrugerbeskyttelsessamarbejde¹⁴ samt ibrugtagningen af platformen for onlinetvistbilæggelse¹⁵, vil yderligere forbedre handelen på tværs af grænserne og afhjælpe andre store problemer for virksomheder og forbrugere, såsom behovet for effektiv grænseoverskridende klageadgang og håndhævelse.

3. LÆRE AF TIDLIGERE ERFARINGER – EN FOKUSERET, MÅLRETTET TILGANG

Kommissionens forslag er udarbejdet med udgangspunkt i tidligere erfaringer og udtalelser fra interesserede parter. De er et ambitiøst, men realistisk forslag til at fjerne aftaleretmæssige hindringer og kan dermed hjælpe til at frigøre e-handelens potentiale i EU.

Disse forslag skaber det mest hensigtsmæssige interventionsniveau.

For det første er forslagene rettet mod virkelige problemer, som interesserede parter og medlemsstaterne har beskrevet. Kommissionen har søgt at indsamle en bred, afbalanceret vifte af holdninger til dette spørgsmål. Gennem omfattende både offentlige og målrettede høringer har Kommissionen sikret en bred deltagelse gennem hele forslagernes forberedelsesfase og derfor givet alle relevante parter (virksomheder, forbrugere, nationale myndigheder, advokater og akademikere) vid mulighed for at give udtryk for deres synspunkter.

For det andet er der i forslagene specifikt taget hensyn til erfaringerne fra tidligere forsøg på at tilnærme aftaleretlige bestemmelser. Med det nye forslag fokuserer Kommissionen derfor på en målrettet, fuldstændig harmonisering af obligatoriske forbrugerrettigheder, som afhjælper konkrete hindringer for grænseoverskridende handel og tager hensyn til, at det haster med at gøre noget for onlinesfæren, således som også Europa-Parlamentet har gjort opmærksom på.¹⁶ Direktiver i stedet for forordninger er desuden mere hensigtsmæssige, fordi de giver medlemsstaterne mulighed for at tilpasse gennemførelsen til deres nationale lovgivning. Denne problemfokuserede, målrettede tilgang er et vigtigt resultat af høringerne med interesserede parter.

Endelig skaber forslagene en ny dynamik, fordi de rammer den rette balance mellem et højt forbrugerbeskyttelsesniveau på EU-plan og flere muligheder for virksomhederne gennem fuld harmonisering. Med den valgte tilgang bevares de holdbare løsninger, som har vist deres

¹⁴ Forordning (EF) nr. 2006/2004 af 27. oktober 2004 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse.

¹⁵ Forordning (EU) nr. 524/2013 af 21. maj 2013 om onlinetvistbilæggelse i forbindelse med tvister på forbrugerområdet og om ændring af forordning (EF) nr. 2006/2004 og direktiv 2009/22/EF.

¹⁶ I Europa-Parlamentets forslag til lovgivningsmæssig beslutning af 26. februar 2014 om forslag til Europa-Parlamentets og Rådets forordning om en fælles EU-købelov (COM(2011) 0635 – C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)) besluttede det at begrænse den fælles EU-købelovs materielle anvendelsesområde til online- og andre former for fjernsalg samt at udvide bestemmelserne om digitalt indhold, der leveres mod en anden modydelse end betaling af en pris.

værdi i praksis (f.eks. varighed af den lovbestemte garantiperiode og hierarkiet af retsmidler), samtidig med at der stilles forslag til nye løsninger, hvor det er nødvendigt, som understøttes af nye data og tendenser i medlemsstaterne (f.eks. forlængelse af varigheden af omvendt bevisbyrde).¹⁷ Forslagene vil øge og effektivisere forbrugerbeskyttelsen¹⁸ og samtidig styrke retssikkerheden og mindske omkostningerne for virksomhederne.¹⁹ Overordnet set vil dette øge forbrugernes tillid og sætte skub i økonomien i hele EU.

4. REAGERE, FØR DET ER FOR SENT

Vi skal reagere nu med hensyn til den digitale dimension

Både teknologi og handel er i meget hurtig forandring, både i EU og i resten af verden. EU skal reagere nu for at sikre, at forretningsstandarder og forbrugerrettigheder fastsættes i overensstemmelse med fælles EU-regler, der sikrer et højt forbrugerbeskyttelsesniveau og et moderne, erhvervsvenligt miljø. Det er af største vigtighed at skabe nogle rammer, som gør det muligt at udnytte mulighederne ved digitaliseringen, således at EU's virksomheder kan blive mere konkurrencedygtige, og forbrugerne kan have tillid til høje beskyttelsesstandarder på EU-plan. Ved at handle nu sætter EU den politiske tendens og de standarder, som denne vigtige del af digitaliseringen skal ske efter.

For virksomhederne er enkle lovrammer en afgørende forudsætning for deres konkurrenceevne og aktive deltagelse i digitale markeder i hele EU. For forbrugerne er tillid og beskyttelse i onlinemiljøet af særlig stor vigtighed for at afbøde de risici, som afstanden skaber (ingen personlig kontakt med sælger eller mulighed for at røre og føle varen), der nødvendigvis er tilknyttet denne form for transaktioner. Hvis der ikke gøres noget nu, kommer ændringerne måske for sent, og muligheder går tabt. For hurtigt at styrke EU's virksomheders konkurrenceevne og sætte skub i væksten lægger Kommissionen stor vægt på detailhandelens digitale dimension, dvs. levering af digitalt indhold og onlinekøb af varer. Begge disse aspekter af den digitale dimension er grundlæggende. Hindringerne for leveringen af digitalt indhold skal fjernes, fordi levering af digitalt indhold har et særlig stort vækstpotentiale.²⁰ Enhver forsinkelse vedrørende digitalt indhold skaber en risiko for et opsplittet lovgivningsmiljø, hvilket vil skabe hindringer for både forbrugere og leverandører i

17 "Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU" (2015): Inden for hele den to år lange lovbestemte garantiperiode er det kun et fåtal af virksomhederne, der insisterer på, at forbrugerne skal bevise den erhvervsdrivendes ansvar, og der sker kun meget få ændringer i den erhvervsdrivendes adfærd før eller efter seks måneder. To EU-medlemsstater (PR og PT) har allerede vedtaget national lovgivning, der indebærer en toårsperiode for omvendt bevisbyrde.

18 For digitalt indhold vil den lovbestemte garantiperiode f.eks. være ubegrænset, og forbrugerne skal ikke bevise kilden til en fejl i en ubegrænset periode. Forbrugerne kan bryde langtidskontrakter og kontrakter, som leverandøren indfører væsentlige ændringer i. Ved køb af varer online kan alle EU-forbrugere anmode om en mulighed for at klage over en fejlbehæftet vare, uden at de i to år skal bevise, at fejlen forefandt på leveringstidspunktet. EU's forbrugere fortaber ikke deres rettigheder, hvis de ikke informerer sælger om fejlen inden for en bestemt periode.

19 Virksomhedernes omkostninger ved at tilpasse deres kontrakt til lovgivningen i en anden medlemsstat anslås til omkring 9 000 EUR. Yderligere oplysninger kan findes i bilag 5 til Kommissionens arbejdsdokument om konsekvensanalysen, der ledsager forslagene, SWD(2015) 275.

20 Sammen med øget internetdækning og -brug (80 % eller 317 mio. europæere brugte internettet i 2014) øger det stigende antal smartphones, e-readers og tablets efterspørgslen efter digitalt indhold. Ifølge Flash Eurobarometer 411 "Cross-border access to digital content" (2015) bruger langt de fleste EU-internetbrugere i alderen 15-24 år en eller anden form for digitalt indhold online (87 % har adgang til musik online, 80 % ser audio-visuelt indhold online, og 58 % downloader eller spiller spil online), og denne stigning kan derfor sandsynligvis forventes at blive synlig i den nærmeste fremtid.

grænseoverskridende transaktioner. Med hensyn til varer udgør de stadig langt størstedelen af onlinemarkedet, idet omkring 212 mia. EUR af det digitale markeds anslåede værdi på 231 mia. EUR stammer fra detailsalg af varer. Det fulde potentiale i strategien for det digitale indre marked frigøres ikke, hvis kun et af de to aspekter bliver behandlet.

En vigtig tendens, som de forskellige høringer af interesserede parter afdækkede, var, at bestemmelser om digitalt indhold så vidt muligt bør baseres på bestemmelserne om salg af varer, idet afvigelser herfra kun kunne accepteres, hvis de skyldes særlige forhold ved digitalt indhold. Dette viser også vigtigheden af så vidt muligt at diskutere begge regelsæt samtidigt i den interinstitutionelle proces.

Ovenstående er alle vigtige årsager til, at forslagene om digitalt indhold og onlinesalg af varer fremsættes samlet og nu.

... sikrer overensstemmelse mellem online- og offlinebestemmelser

En distributionsmodel med samtidigt online- og offlinesalg bliver stadig vigtigere, og derfor vil Kommissionen tage de nødvendige skridt for at ensrette bestemmelserne for hhv. online- og offlinesalg af varer. Den vil sikre, at forbrugere og virksomheder kan være trygge ved sammenhængende lovgivningsrammer, der er enkle at følge overalt i Europa.

Kommissionen vil som led i sit program for målrettet og effektiv regulering (REFIT) gennemgå EU's eksisterende forbrugerlovgivning. Kontrollen af, om reguleringen er målrettet, bliver meget bredere end de foreliggende forslag og vil dække en række forbrugerdirektiver²¹, herunder direktivet om forbruger køb og garantier (hvis bestemmelser i henseende til onlinesalg vil blive erstattet af forslaget om varer).

Den brede høring om de foreslåede retsakter afdækkede mange forhold af relevans for både online- og offlinesalg af varer. En stor del af arbejdet med at analysere direktivet om forbruger køb og garantier, der skal udføres i forbindelse med REFIT-øvelsen, er allerede foretaget i forbindelse med udviklingen af de foreslåede bestemmelser for onlinesalg af varer.

Denne analyse vil blive suppleret med data fra analysen af kontrollen af anvendelsen af direktivet om forbruger køb og garantier, som forventes gennemført i 2016. Disse data og dermed resultatet af REFIT-øvelsen herom foreligger ikke endnu. Hvis resultatet af REFIT-øvelsen bekræfter de foreløbige resultater af den igangværende analyse – som ser ud til at pege i retning af et behov for et initiativ fra Kommissionen om offlinesalg af varer – kan lovgiverne anvende disse konklusioner i det videre arbejde med forslaget om onlinesalg af varer, f.eks. ved at udvide dets anvendelsesområde. Selv om Kommissionen prioriterer at

21 Direktiv 93/13/EØF om urimelige kontraktvilkår i forbruger aftaler, direktiv 1999/44/EF om visse aspekter af forbruger køb og garantier i forbindelse hermed, direktiv 2005/29/EF om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked, direktiv 98/6/EF om forbruger beskyttelse i forbindelse med angivelse af priser på forbrugsvarer, direktiv 2006/114/EF om vildledende og sammenlignende reklame og direktiv 2009/22/EF om søgsmål med påstand om forbud på området beskyttelse af forbrugernes interesser.

ophæve de største hindringer for grænseoverskridende onlinehandel, er det dens mål at sikre en sammenhængende lovgivningsmæssig ramme i hele EU for både online- og offlinesalg.

5. FRA ORD TIL HANDLING

Forslagene om digitale kontrakter er "*ambitiøse politiske skridt mod et forbundet digitalt indre marked... ved at modernisere og forenkle forbrugerreglerne for onlinekøb*", som det hedder i Jean-Claude Junckers retningslinjer.²² De er nogle af de første resultater af strategien for det digitale indre marked, som omsætter disse retningslinjer til konkret politik. De er det første skridt mod at skabe økonomisk vækst gennem et erhvervsvenligt miljø og stærk forbrugertillid til et ægte digitalt indre marked. Nu er det op til medlovgiverne at omsætte denne hensigt til virkelighed for de europæiske forbrugere og virksomheder. Kommissionen vil fortsat arbejde tæt sammen med Europa-Parlamentet og Rådet for at nå dette mål.

²² http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_da.pdf