

Martedì 21 settembre 2010

I

(Risoluzioni, raccomandazioni e pareri)

RISOLUZIONI

PARLAMENTO EUROPEO

Completamento del mercato interno per il commercio elettronico

P7_TA(2010)0320

Risoluzione del Parlamento europeo del 21 settembre 2010 sul completamento del mercato interno per il commercio elettronico (2010/2012(INI))

(2012/C 50 E/01)

Il Parlamento europeo,

- viste le sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee su Google (cause riunite da C-236/08 a C-238/08, sentenza del 23 marzo 2010) e BergSpechte (causa C-278/08, sentenza del 25 marzo 2010) che definiscono la nozione dell'«utente di Internet normalmente informato e ragionevolmente attento» come il consumatore standard di Internet,
- vista la sua risoluzione del 9 marzo 2010 sulla protezione dei consumatori ⁽¹⁾,
- visti la relazione annuale del 2008 di SOLVIT sullo sviluppo e i risultati della rete SOLVIT (SEC(2009)0142), il documento di lavoro dei servizi della Commissione dell'8 maggio 2008 su un piano d'azione per un approccio integrato per fornire i servizi di assistenza del mercato unico ai cittadini e alle imprese (SEC(2008)1882) e la risoluzione del Parlamento del 9 marzo 2010 su SOLVIT ⁽²⁾,
- vista la comunicazione della Commissione del 3 marzo 2010 intitolata «Europa 2020: Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva» (COM(2010)2020),
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione del 3 dicembre 2009 intitolato «Orientamenti per l'attuazione/applicazione della direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali» (SEC(2009)1666),
- vista la comunicazione della Commissione del 22 ottobre 2009 sul commercio elettronico transfrontaliero tra imprese e consumatori nell'UE (COM(2009)0557),
- vista la «Valutazione del commercio elettronico transfrontaliero nell'UE attraverso acquisti simulati», uno studio svolto per conto della Commissione europea, DG SANCO, da YouGovPsychonomics e pubblicato il 20 ottobre 2009,

⁽¹⁾ Testi approvati, P7_TA(2010)0046.

⁽²⁾ Testi approvati, P7_TA(2010)0047.

Martedì 21 settembre 2010

- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione, del 22 settembre 2009, sul seguito dato al quadro di valutazione dei mercati dei beni di consumo nel settore dei servizi finanziari al dettaglio (SEC(2009)1251),
- visti la comunicazione della Commissione, del 7 luglio 2009, relativa a una metodologia armonizzata per la classificazione e la notifica dei reclami e delle richieste dei consumatori (COM(2009)0346) e l'allegato progetto di raccomandazione della Commissione (SEC(2009)0949),
- vista la comunicazione della Commissione, del 2 luglio 2009, sull'applicazione dell'acquis in materia di protezione dei consumatori (COM(2009)0330),
- vista la relazione della Commissione, del 2 luglio 2009, concernente l'applicazione del regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori («Regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori») (COM(2009)0336),
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione, del 5 marzo 2009, intitolato «Relazione sul commercio elettronico transfrontaliero nell'UE» (SEC(2009)0283),
- vista la sua risoluzione del 5 febbraio 2009 sul commercio internazionale e Internet ⁽¹⁾,
- visti la comunicazione della Commissione, del 28 gennaio 2009, dal titolo «Monitoraggio dei risultati relativi ai consumatori nel mercato unico – Seconda edizione del quadro di valutazione dei mercati dei beni di consumo» (COM(2009)0025) e il documento di lavoro di accompagnamento dei servizi della Commissione dal titolo «Seconda edizione del quadro di valutazione dei mercati dei beni di consumo» (SEC(2009)0076),
- vista la sua risoluzione del 21 giugno 2007 sulla fiducia dei consumatori nell'ambiente digitale ⁽²⁾,
- visto l'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno ⁽³⁾,
- vista la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata) ⁽⁴⁾,
- viste la sua risoluzione del 23 marzo 2006 sul diritto europeo dei contratti e revisione dell'acquis: la via da seguire ⁽⁵⁾, e la sua risoluzione del 7 settembre 2006 sul diritto contrattuale europeo ⁽⁶⁾,
- vista la legislazione comunitaria in vigore nel settore della protezione dei consumatori, del commercio elettronico e dello sviluppo della società dell'informazione,
- vista la comunicazione della Commissione sul riesame del quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (COM(2006)0334),
- vista la prima relazione del 21 novembre 2003 sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico (COM(2003)0702),
- vista la direttiva 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 settembre 2002, concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori e che modifica la direttiva 90/619/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE e 98/27/CE ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ GU C 67 E del 18.3.2010, pag. 112.

⁽²⁾ GU C 146 E del 12.6.2008, pag. 370.

⁽³⁾ GU L 376 del 27.12.2006, pag. 36.

⁽⁴⁾ GU L 376 del 27.12.2006, pag. 21.

⁽⁵⁾ GU C 292 E del 1.12.2006, pag. 109.

⁽⁶⁾ GU C 305 E del 14.12.2006, pag. 247.

⁽⁷⁾ GU L 271 del 9.10.2002, pag. 16.

Martedì 21 settembre 2010

- vista la legge tipo del CNUDCI sul commercio elettronico 1996, la legge tipo del CNUDCI sulle firme elettroniche 2001 e la Convenzione CNUDCI sull'uso delle comunicazioni elettroniche per le aggiudicazioni a livello internazionale 2005 ⁽¹⁾,
 - visto l'articolo 11 TFUE, ai sensi del quale «le esigenze connesse con la tutela dell'ambiente devono essere integrate nella definizione e nell'attuazione delle politiche e azioni dell'Unione, in particolare nella prospettiva di promuovere lo sviluppo sostenibile»,
 - visto l'articolo 12 TFUE, ai sensi del quale «nella definizione e nell'attuazione di altre politiche o attività dell'Unione sono prese in considerazione le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori»,
 - visto l'articolo 14 TFUE e il relativo protocollo n. 26 sui servizi di interesse (economico) generale,
 - visto l'articolo 48 del suo regolamento,
 - vista la relazione della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori e i pareri della commissione per l'industria, la ricerca e l'energia e della commissione giuridica (A7-0226/2010),
- A. considerando che l'Europa deve non solo cercare i modi per continuare a sviluppare il mercato interno del commercio elettronico, ma anche esaminare come il mercato interno potrebbe essere rilanciato in modo sostenibile da un ulteriore sviluppo del commercio elettronico,
- B. considerando che il rapporto di Mario Monti del 9 maggio 2010, intitolato «Una nuova strategia per il mercato unico», sottolinea che il mercato unico «è meno popolare che mai, più necessario che mai» e che esso sottolinea altresì che il commercio elettronico, i servizi innovativi e le eco-industrie racchiudono le maggiori potenzialità di crescita e di occupazione future e delineano le nuove frontiere del mercato unico,
- C. considerando che il commercio elettronico è una forza vitale di Internet e un'importante catalizzatore per raggiungere gli obiettivi della strategia EU 2020 per il mercato interno, e che è importante che tutte le parti interessate cooperino per superare gli ostacoli che permangono,
- D. considerando che il commercio elettronico facilita e promuove lo sviluppo di nuove nicchie di mercato per le piccole e medie imprese che altrimenti non esisterebbero,
- E. considerando che, per sfruttare appieno le possibilità offerte dal mercato unico europeo, gli operatori commerciali on line devono essere incoraggiati a promuovere i propri prodotti in tutti gli Stati membri dell'UE mediante il marketing diretto o altri strumenti di comunicazione,
- F. considerando che per l'Unione europea il commercio elettronico è un mercato chiave del XXI secolo, potenzialmente in grado di rimodellare il mercato interno europeo, di contribuire all'economia della conoscenza, di generare valore e opportunità per i consumatori e le imprese in Europa in questo periodo di difficoltà finanziarie, incidendo positivamente e sensibilmente sull'occupazione e la crescita e considerando che lo sviluppo del commercio elettronico può migliorare la competitività dell'economia dell'UE, nel contesto della strategia UE2020 della Commissione, anche grazie allo sviluppo e alla promozione di nuove forme di imprenditorialità per le piccole e medie imprese,
- G. considerando che è fondamentale giungere a un funzionamento efficace del mercato interno per realizzare gli obiettivi dell'agenda di Lisbona in termini di incremento della crescita, della concorrenza e della creazione di posti di lavoro inclusivi e competitivi, il tutto al servizio dei 500 milioni di consumatori dell'UE e del loro benessere; che il commercio elettronico transfrontaliero apporta notevoli vantaggi socioeconomici ai consumatori europei, quali maggiore autonomia e praticità, un rafforzamento dei loro diritti, una maggiore trasparenza e concorrenza, l'accesso a una gamma più ampia di prodotti e servizi da comparare e tra cui scegliere nonché un considerevole potenziale di risparmio di denaro,

⁽¹⁾ <http://www.un.or.at/unictral>.

Martedì 21 settembre 2010

- H. considerando che durante la recente crisi economica lo sviluppo della società digitale e il completamento del mercato interno delle TIC hanno permesso al settore del commercio elettronico di continuare a crescere e a creare posti di lavoro, aiutando le imprese on line a rimanere economicamente attive e consentendo ai consumatori di beneficiare di una scelta più ampia e di prezzi migliori; considerando che il commercio elettronico transfrontaliero apporta benefici significativi alle imprese dell'UE – alle PMI in particolare – che sono in grado di fornire prodotti e servizi innovativi, di alta qualità e vicini al consumatore su tutto il mercato interno europeo on line, rafforzando la loro posizione e consentendo loro di restare competitive nell'economia globale,
- I. considerando che il commercio elettronico permette ai consumatori una scelta più ampia, specialmente ai cittadini che vivono in zone meno accessibili, remote o periferiche, così come a coloro che hanno mobilità ridotta, che altrimenti non avrebbero accesso ad una vasta gamma di beni; che il commercio elettronico risulta particolarmente vantaggioso per i cittadini che risiedono in zone rurali, remote e periferiche, che potrebbero altrimenti non avere accesso a un'ampia gamma di prodotti con tale comodità o a tale prezzo,
- J. considerando che la seconda relazione di applicazione della direttiva sul commercio elettronico era prevista per il 2005, ossia oltre cinque anni fa (articolo 21 della direttiva 2000/31/CE),
- K. considerando che l'agenda digitale europea stabilisce obiettivi di prestazione ragionevoli per la copertura a banda larga ad alta e altissima velocità e per l'adozione del commercio elettronico,
- L. considerando che la fiducia dei consumatori e degli imprenditori europei nell'ambiente digitale è bassa a causa di inutili ostacoli al commercio elettronico, come la frammentazione dei mercati dell'UE, l'incertezza dei consumatori circa la confidenzialità dei dati, la sicurezza delle transazioni e i loro diritti in caso di problemi, e che per alcuni aspetti del commercio elettronico l'Europa è in ritardo rispetto agli Stati Uniti e all'Asia; considerando che la creazione di un «mercato unico digitale», che agevoli le transazioni attraverso le frontiere nazionali in ambito online per tutti i consumatori nell'intera Unione europea, è un elemento importante ai fini della rivitalizzazione del mercato unico in quanto offre ai cittadini una più ampia scelta di prodotti e servizi; e considerando che superare le barriere che frenano il commercio elettronico transfrontaliero e accrescere la fiducia del consumatore sono elementi chiave per realizzare un mercato unico digitale europeo attrattivo e integrato, e per stimolare i mercati dei beni al consumo e l'economia in generale,
- M. considerando che la comunicazione della Commissione sull'agenda digitale riconosce che i consumatori dell'UE scelgono spesso di effettuare transazioni con soggetti situati all'esterno dell'UE, come gli USA, il che dimostra l'importanza di sviluppare una strategia per incoraggiare il commercio elettronico globale e la necessità di sostenere l'importanza di internazionalizzare la governance di Internet conformemente all'agenda di Tunisi; considerando che né i consumatori né le imprese possono fruire dei vantaggi offerti da un mercato unico digitale finché solo pochissimi dettaglianti online commercializzano i loro prodotti o servizi in altri Stati membri e la maggior parte di loro vende solo a un numero limitato di Stati membri; che è necessario affrontare la questione della discriminazione dei consumatori, anche in fase di pagamento, garantendo la messa a punto di provvedimenti volti a consentire l'esecuzione e la ricezione di pagamento e consegna; e che il commercio elettronico rappresenta oggi una parte significativa dell'economia generale e che le imprese e i consumatori ricorrono in misura sempre maggiore alle pratiche commerciali on line e off line traendone il massimo beneficio,
- N. considerando che il commercio elettronico è internazionale e non può essere confinato solo all'interno delle frontiere dell'UE,
- O. considerando che l'agenda digitale europea stabilisce obiettivi di prestazione ragionevoli per la copertura a banda larga ad alta e altissima velocità e per l'adozione del commercio elettronico,
- P. considerando che la frammentazione di una parte del mercato elettronico nell'Unione europea pregiudica i diritti iscritti nell'acquis comunitario,
- Q. considerando che i consumatori e gli imprenditori europei dispongono di una certezza giuridica inferiore per il commercio elettronico e che una stessa transazione elettronica è soggetta a numerose disposizioni giuridiche che impongono requisiti divergenti, per cui gli imprenditori e i consumatori non dispongono di norme chiare e di facile applicazione,

Martedì 21 settembre 2010

- R. considerando che lo stesso vale per il commercio elettronico con i paesi terzi, in quanto i consumatori europei spesso non fanno distinzioni tra paesi UE e paesi terzi quando acquistano o vendono prodotti on line; e che impegnandosi a rendere il commercio elettronico più trasparente, affidabile e responsabile, occorre includere anche i paesi terzi,
- S. considerando che la crescente dimensione transfrontaliera dei mercati di beni al consumo pone nuove sfide alle autorità preposte all'esecuzione delle norme, che si ritrovano vincolate dai confini degli ordinamenti nazionali e dalla frammentazione del quadro normativo,
- T. considerando che l'esistenza di servizi on line illegali ostacola seriamente lo sviluppo dei mercati leciti di taluni servizi digitali, in particolare quelli connessi alla musica, ai film e, sempre più spesso, ai libri e alle riviste; che la proprietà intellettuale ha un ruolo determinante nel mondo digitale e va pertanto protetta, soprattutto su Internet,
- U. considerando che i consumatori del commercio elettronico hanno diritto a un rimborso quando subiscono pratiche illegali, ma che in pratica si trovano ad affrontare ostacoli notevoli nel fare causa in tali circostanze per il fatto di non essere a conoscenza delle legislazioni applicabili nei diversi Stati membri, per le procedure lunghe e complesse e i rischi connessi alla vertenza, in particolare in casi transfrontalieri, e per i costi elevati,
- V. considerando che l'applicazione del diritto fondamentale al rispetto della vita privata e alla protezione dei dati personali rappresenta un presupposto indispensabile per il commercio elettronico,
- W. considerando che, nonostante le potenzialità offerte dalla composizione alternativa delle controversie, tali sistemi sono utilizzati regolarmente soltanto dal 5 % dei rivenditori, mentre il 40 % di essi ignora la possibilità di ricorrere a tali strumenti,
- X. considerando che l'uniformazione dei diritti più essenziali dei consumatori, nonché delle spese postali e bancarie, dei diritti d'autore, delle procedure IVA e delle pratiche di tutela dei dati dovrebbe procedere a creare un effettivo mercato unico per le imprese e i consumatori; sottolinea che gli Stati membri devono mantenere la competenza in materia di procedure IVA,
- Y. considerando che i diversi sistemi di riscossione del diritto d'autore esistenti negli Stati membri devono diventare più semplici e chiari, in modo che risulti più facile, per i fornitori di beni e servizi online, rendere disponibili i loro prodotti e servizi per i consumatori dei diversi Stati membri; che una siffatta revisione dei sistemi di riscossione del diritto d'autore conferirebbe ai fornitori di beni e servizi online una maggiore certezza giuridica nell'offrire prodotti e servizi ai consumatori; considerando l'importanza decisiva di garantire ai consumatori un elevato livello di tutela onde favorire la fiducia nei prodotti e nei servizi online, assicurando che il mercato on-line rispetti le prassi commerciali; e che sussistono numerosi e seri ostacoli strutturali e regolamentari che impediscono il pieno funzionamento del mercato interno del commercio elettronico come la frammentazione, su base nazionale, delle norme in materia di protezione del consumatore, delle norme relative all'IVA, alle tasse e ai contributi per il riciclaggio, nonché l'abuso delle norme che disciplinano gli accordi di distribuzione esclusiva e selettiva,
- Z. considerando che l'accesso a servizi postali economici, affidabili e di elevata qualità in tutta l'Unione europea rappresenta una priorità per la costruzione di un mercato interno efficiente del commercio elettronico; che gli attuali accordi verticali di distribuzione vengono molte volte utilizzati per bloccare o limitare le vendite on line, negando in questo modo l'accesso dei rivenditori al dettaglio a mercati più ampi e il diritto dei consumatori a una scelta e a prezzi migliori, agendo così come un ostacolo alla crescita del commercio; e considerando che il commercio elettronico business-to-business transfrontaliero può aumentare la competitività delle imprese europee, consentendo loro di procurarsi facilmente componenti, servizi e conoscenza da tutto il mercato interno (anche realizzando nuove economie di scala) e rappresenta inoltre per le imprese, in particolare le PMI, un'opportunità per internazionalizzare la propria clientela senza dover investire nella presenza fisica in un altro Stato membro,
- AA. considerando che il commercio elettronico favorisce lo sviluppo di un mercato unico ecologico, attraverso l'uso di tecnologie, norme, etichette, prodotti e servizi ambientali e a bassa emissione di carbonio,
- AB. considerando che occorre rafforzare la protezione giuridica e la fiducia degli acquirenti nel commercio elettronico, ma al tempo stesso non va dimenticato che anche i rivenditori e gli esercenti necessitano di certezza giuridica,

Martedì 21 settembre 2010

- AC. considerando che la flessibilità dei mercati è il modo più efficace per incoraggiare la crescita; invita le istituzioni europee a garantire che i mercati on line siano il più flessibili possibile onde consentire la crescita delle attività commerciali e l'ampliamento di questo settore; che il mercato unico digitale può essere completato soltanto se l'importante legislazione che disciplina il mercato unico, compresa la direttiva sui servizi, trova una corretta applicazione in tutti gli Stati membri dell'UE; considerando che è essenziale garantire certezza giuridica e trasparenza nel processo di gestione dei diritti quando un dettagliante del commercio elettronico carica su un sito web contenuti protetti dal diritto d'autore; che, mentre Internet è il canale al dettaglio che cresce più rapidamente e il commercio elettronico sta progressivamente aumentando a livello nazionale, il divario tra commercio elettronico nazionale e transfrontaliero nell'UE va ampliandosi e i consumatori europei, in alcuni Stati membri, devono affrontare restrizioni geografiche, tecniche e logistiche che limitano le loro scelte,
- AD. considerando che il quadro di valutazione dei mercati dei beni di consumo elaborato dalla Commissione rappresenta uno strumento utile per monitorare la situazione del commercio elettronico transfrontaliero nell'UE in quanto indica la misura in cui i consumatori possono sfruttare i beni e i servizi nel mercato unico,
- AE. considerando che la diffusione dei servizi Internet a banda larga in tutti gli Stati membri dell'UE entro il termine stabilito del 2013 è fondamentale per consentire ai consumatori e alle imprese di accedere all'economia digitale,

Introduzione

1. accoglie con favore la comunicazione della Commissione del 22 ottobre 2009 sul commercio elettronico transfrontaliero tra imprese e consumatori nell'UE;
2. accoglie con favore la comunicazione della Commissione del 19 maggio 2010 intitolata «Un'agenda digitale europea», che stabilisce la strategia della Commissione diretta, tra l'altro, a semplificare le transazioni on line e a rafforzare la fiducia nel digitale;
3. invita la Commissione a rispondere all'urgenza sottolineata nel rapporto di Mario Monti intitolato «Una nuova strategia per il mercato unico», il quale conclude che l'UE deve eliminare quanto prima gli ostacoli che ancora si frappongono alla costituzione di un mercato al dettaglio on line paneuropeo entro il 2012, strumento vitale per il futuro del mercato interno;
4. accoglie con favore il fatto che la strategia UE2020 promuova lo sviluppo di un'economia basata sulla conoscenza e incoraggia la Commissione ad agire rapidamente per aumentare la velocità dei servizi a banda larga e per razionalizzare le spese per tali servizi in tutta l'Unione, onde poter raggiungere più efficacemente l'obiettivo di un mercato unico per il commercio elettronico;
5. invita la Commissione ad armonizzare tutte le definizioni principali in questo campo in un arco di tempo ragionevole, mentre riconosce il duro lavoro già svolto in settori rilevanti per il commercio elettronico;
6. sottolinea che il completamento del mercato unico del commercio elettronico richiede un approccio orizzontale da parte della Commissione, che includa un coordinamento efficace tra le direzioni generali; accoglie pertanto con favore il recente impegno della Commissione a istituire un «gruppo di Commissari» (nel contesto delle relazioni sull'agenda digitale europea) al fine di garantire politiche congiunte efficaci;
7. sottolinea che il commercio elettronico dovrebbe essere considerato come un ulteriore mezzo per accrescere la competitività delle PMI e non come un obiettivo a sé stante;
8. sottolinea l'importanza di utilizzare appieno le possibilità offerte dal commercio elettronico che contribuisce a rendere l'UE più competitiva a livello globale;
9. invita la Commissione a occuparsi con urgenza della promozione di un mercato unico digitale efficiente per beni e servizi onde sfruttare l'enorme potenziale di crescita e occupazione in gran parte inutilizzato;

Martedì 21 settembre 2010

10. sottolinea la necessità di una politica attiva per consentire ai cittadini e alle imprese di beneficiare pienamente del mercato interno, che offre prodotti e servizi di qualità a prezzi competitivi; ritiene che ciò sia indispensabile nel contesto dell'attuale crisi economica, come strumento di lotta contro le crescenti disuguaglianze e per proteggere i consumatori vulnerabili e periferici o a mobilità ridotta, le persone a basso reddito e le piccole e medie imprese che dimostrano una notevole disponibilità ad aderire al commercio elettronico;

Contrastare la frammentazione del mercato interno online

11. chiede un maggior ravvicinamento delle informazioni precontrattuali in materia di commercio elettronico, per un livello elevato di protezione dei consumatori, e nella misura in cui tale armonizzazione possa essere adattata per assicurare maggiore trasparenza e fiducia fra consumatori e venditori, al contempo mantenendo un approccio di armonizzazione minima per contratti in settori specifici;

12. rammenta che esistono differenze considerevoli nelle regole e nelle pratiche degli operatori a distanza per quanto riguarda le garanzie e le responsabilità offerte all'interno e all'esterno dei confini nazionali, e l'interesse che un'armonizzazione rivestirebbe per loro; chiede una dettagliata valutazione d'impatto delle conseguenze, per il commercio elettronico, di un'eventuale armonizzazione delle norme in materia di garanzia legale di conformità rispetto ai dispositivi nazionali esistenti;

13. chiede l'uniformazione delle regole e delle pratiche per consentire agli operatori a distanza di muoversi oltre i confini nazionali nelle garanzie e nella responsabilità offerte;

14. incoraggia lo sviluppo di modalità adeguate, efficienti, sicure e innovative di pagamenti on line che diano al consumatore la libertà e la possibilità di scegliere la forma di pagamento, che non impongano imposte che scoraggino o limitino tale scelta e che assicurino la protezione dei dati del consumatore;

15. sottolinea l'importanza di aumentare la fiducia nei sistemi di pagamento via Internet transfrontalieri (per esempio, carte di credito e di debito, portafogli elettronici), promuovendo tutta una serie di metodi di pagamento, potenziando l'interoperabilità e gli standard comuni, risolvendo gli ostacoli tecnici, sostenendo le tecnologie più sicure nel campo delle transazioni elettroniche, armonizzando e rafforzando la legislazione in materia di privacy e di sicurezza, contrastando le attività fraudolente e informando ed educando il pubblico;

16. invita la Commissione a presentare una proposta finalizzata all'istituzione di uno strumento finanziario europeo per le carte di credito e di debito, con l'obiettivo di facilitare il trattamento on line delle operazioni effettuate mediante carta;

17. ribadisce l'importanza del commercio elettronico transfrontaliero business-to-business come strumento attraverso il quale le aziende europee, in particolare le PMI, possono crescere, acquisire maggiore competitività e sviluppare prodotti e servizi più innovativi; invita la Commissione e gli Stati membri ad approntare un quadro normativo e giuridico caratterizzato da solidità e certezza, onde fornire alle aziende le garanzie necessarie per effettuare con fiducia operazioni transfrontaliere di commercio elettronico business-to-business;

18. accoglie con favore la proposta della Commissione sulla diffusione della fatturazione elettronica e invita il Consiglio a raggiungere rapidamente un'intesa con il Parlamento; invita inoltre la Commissione e gli Stati membri a proporre misure e a giungere ad accordi, rispettivamente per semplificare e per snellire gli obblighi di dichiarazione IVA nel caso del commercio elettronico transfrontaliero e semplificare le procedure di registrazione IVA;

19. plaude alla proposta della Commissione di una semplificazione dell'obbligo di dichiarazione IVA e di una «fatturazione semplificata» per la vendita per corrispondenza, e sottolinea che nell'ambito della normativa fiscale, riguardante fra l'altro l'imposta sul valore aggiunto (IVA), va rispettato il principio di sussidiarietà;

20. invita la Commissione a rendere disponibile un sistema integrato di riscossione dell'IVA, per incoraggiare le PMI a praticare il commercio transfrontaliero con minori costi amministrativi;

Martedì 21 settembre 2010

21. sottolinea la necessità di chiarire l'impatto del pacchetto IVA sui servizi postali transfrontalieri per evitare dubbi giuridici e aumenti di prezzo; osserva che l'esenzione IVA dei servizi postali universali in conformità della direttiva IVA dell'UE non deve risentire di una nuova misura fiscale, determinata dal luogo della prestazione dei servizi;
22. invita la Commissione a condurre una valutazione d'impatto sull'istituzione o designazione di autorità nazionali che gestiscano le richieste di registrazione relative al commercio elettronico transfrontaliero on line da parte di aziende o imprenditori del rispettivo Stato membro, nonché di un'autorità europea che metta in relazione tra loro le autorità nazionali, così da consentire il rapido completamento del mercato interno;
23. sottolinea la necessità di semplificare e di razionalizzare le misure sui rifiuti elettrici ed elettronici, sulla gestione transfrontaliera dei diritti d'autore, sulle vendite di supporti vergini e di apparecchiature di registrazione, sulla concessione a livello europeo delle licenze sui contenuti e le norme UE in materia di fatturazione elettronica («e-invoicing») transfrontaliera per la vendita a distanza;
24. è favorevole a una semplificazione degli attuali diritti d'autore, in ragione del grave intralcio per i consumatori e delle barriere per il funzionamento del mercato unico che l'attuale sistema comporta;
25. invita la Commissione a presentare misure a sostegno dell'iniziativa «e-invoice», onde garantire la diffusione della fatturazione elettronica in tutta Europa entro il 2020;
26. suggerisce la creazione di uno «sportello unico» europeo che permetta di trovare soluzioni transfrontaliere per la gestione amministrativa delle diverse misure e norme degli Stati membri, come la dichiarazione ed il pagamento dell'IVA o altre imposte applicabili;
27. invita la Commissione a esaminare i possibili sistemi migliori di promozione dell'accessibilità ai contenuti creativi su Internet, per esempio le opere musicali e audiovisive, nonché a valutare come soddisfare la domanda di servizi transfrontalieri a misura di consumatore;
28. invita gli Stati membri e la Commissione a integrare meglio i diversi centri cui fa capo il mercato unico, fondendo SOLVIT, gli sportelli unici (previsti dalla direttiva sui servizi), i centri per i prodotti (previsti dal regolamento sul riconoscimento reciproco) e gli altri centri che forniscono le informazioni - compreso sugli obblighi legali - di cui le imprese hanno bisogno per vendere le loro merci a livello transfrontaliero e tramite Internet; sottolinea che il funzionamento di questo «one-stop shop» è essenziale per il completamento del mercato unico per il commercio elettronico;
29. rammenta alla Commissione che permangono tuttora lacune nel quadro giuridico per i servizi online e la invita a formulare proposte legislative mirate in modo da potenziare l'accesso dei consumatori ai prodotti e ai servizi commercializzati on-line e la loro fiducia in tali prodotti e servizi, offrendo ai consumatori un semplice approccio «one-stop shop»;
30. sottolinea l'importanza per i commercianti e gli imprenditori di semplificare le norme transfrontaliere e di ridurre i costi di conformità fornendo soluzioni pratiche a questioni quali la dichiarazione e la fatturazione dell'IVA, i rifiuti elettronici e i costi di riciclaggio, le tasse sul copyright, la protezione del consumatore, l'etichettatura e le norme settoriali specifiche; chiede, a questo scopo, l'istituzione di sistemi a «sportello unico» e la promozione di soluzioni transfrontaliere di e-government, come la fatturazione elettronica e gli appalti on line;
31. deplora che la direttiva Servizi non sia stata ancora pienamente recepita in alcuni Stati membri; chiede alla Commissione e agli Stati membri di porre fine alla discriminazione nei confronti dei consumatori in base all'indirizzo elettronico e alla residenza, assicurando l'efficace applicazione dell'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva Servizi, nonché l'adeguata attuazione, da parte delle autorità e dei tribunali nazionali, delle disposizioni nazionali che applicano tale principio di non discriminazione nel sistema giuridico degli Stati membri;

Martedì 21 settembre 2010

32. sottolinea il significato della libera circolazione dei prodotti e dei servizi per l'ulteriore sviluppo del commercio elettronico, con particolare attenzione al principio di non discriminazione nell'ambito del mercato interno sulla base della nazionalità o del luogo di residenza del destinatario; ribadisce che tale principio è incompatibile con l'imposizione di obblighi amministrativi e giuridici supplementari ai cittadini di altri Stati membri che cercano di fruire di un servizio o di condizioni o tariffe più vantaggiose; invita pertanto la Commissione a intervenire contro tale discriminazione, sulla base dell'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva sui servizi;

33. pone in rilievo l'importanza di eliminare la discriminazione nei confronti dei consumatori on-line e del loro paese di origine, mettendo in atto provvedimenti che assicurino il pagamento online da tutti i 27 Stati membri dell'UE, compresa la possibilità per i consumatori di avere la scelta tra diversi mezzi di pagamento on-line;

34. chiede un approccio politico integrato in merito al completamento del mercato interno dei trasporti relativamente a tutti i modi di trasporto (cabotaggio stradale e trasporto ferroviario di merci) e della legislazione ambientale al fine di evitare inefficienze nella catena di approvvigionamento e inutili aumenti dei costi per i venditori a distanza e i clienti del commercio elettronico;

35. ritiene che la riforma del settore postale e la promozione dell'interoperabilità e della cooperazione tra i diversi sistemi e servizi postali possa avere un impatto rilevante sullo sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero, che richiede un sistema efficace ed economico per la distribuzione e la localizzazione dei prodotti; sottolinea pertanto la necessità di attuare rapidamente la terza direttiva postale (2008/6/CE);

Completare il mercato interno con il commercio elettronico

36. chiede che siano adottate misure per contribuire ad un aumento del numero degli utenti di Internet e al miglioramento della qualità, del prezzo e della velocità della rete nei paesi e nelle regioni dell'Unione che non dispongono di buoni collegamenti, assicurando che l'accesso alla banda larga sia disponibile in tutta l'UE entro il 2013; sottolinea la necessità di mettere a disposizione di ciascun cittadino l'accesso alla banda larga e rileva che nelle aree rurali, remote e periferiche dovrebbe essere possibile l'accesso ad un collegamento Internet rapido, tenendo conto in particolare dei consumatori e degli imprenditori residenti in zone di montagna o nelle regioni insulari i quali, oltre a un pessimo accesso alla rete, hanno tempi e costi di spedizione postale dei beni acquistati o venduti molto alti;

37. osserva che, nel quadro della revisione della direttiva sul servizio universale, estendere ulteriormente, in via prioritaria, l'accesso rapido e a prezzi abbordabili alla banda larga è fondamentale per la crescita del commercio elettronico, dal momento che l'impossibilità di collegarsi a Internet rimane uno dei maggiori ostacoli all'utilizzo del commercio elettronico da parte dei cittadini europei;

38. sostiene gli obiettivi fissati dalla Commissione riguardo alla banda larga volti a fornire a tutti i cittadini dell'UE l'accesso alla banda larga di base entro il 2013 e l'accesso alla banda larga a una velocità minima di 30 Mbps entro il 2020, nonché a consentire a metà dei cittadini dell'UE l'accesso alla banda larga a 100 Mbps; chiede che siano adottate misure concrete per garantire che questi obiettivi siano raggiunti; sottolinea che devono essere adottate misure specifiche per la protezione dei minori, in particolare mediante lo sviluppo di sistemi di verifica dell'età e il divieto di pratiche di marketing on line che possono avere ripercussioni sul comportamento dei minori;

39. invita la Commissione a iniziare a formulare norme europee finalizzate a facilitare il commercio elettronico transfrontaliero, a compensare le diversità fra le normative in vigore nei vari Stati membri e ad eliminare l'obbligo, all'interno di una rete di distribuzione selettiva, di disporre di un negozio off-line prima di poter vendere on-line, quando è dimostrato che tale obbligo è in contrasto con il diritto di concorrenza o non è giustificato dalla natura dei beni o dei servizi venduti, permettendo così ai consumatori e alle medie e piccole imprese di sfruttare appieno il potenziale del mercato interno nel settore elettronico; è preoccupato per la decisione della Commissione sull'obbligo di avere un negozio off-line prima di poter vendere on-line, in quanto questa condizione ostacola in misura sostanziale le vendite on-line;

Martedì 21 settembre 2010

40. ritiene che le piattaforme on line abbiano svolto un ruolo importante nel sostenere il commercio elettronico in Europa (specialmente a livello transfrontaliero), permettendo a centinaia di migliaia di PMI di accedere al mercato e offrendo ai consumatori una scelta più ampia, introducendo al contempo molti esempi di buone pratiche per incoraggiare la fiducia e la trasparenza dell'informazione sui diritti e i doveri dei consumatori e, ove necessario, agevolare la composizione delle controversie tra le parti di una transazione elettronica; invita le piattaforme on line a offrire i propri prodotti e servizi a tutti i consumatori europei senza discriminazioni territoriali basate sugli Stati membri;
41. sottolinea l'importanza di un formato aperto per lo scambio di documenti ai fini dell'interoperabilità tra le aziende elettroniche e invita la Commissione a prendere misure concrete per sostenerne la creazione e la diffusione;
42. sottolinea l'importanza di offrire alle piccole e medie imprese orientamenti più chiari e strumenti finanziari accessibili per aiutarle ad avviare un'attività di commercio elettronico oltre ai punti vendita off line;
43. sottolinea l'importanza di un accesso aperto e neutrale alla rete ad alta velocità, senza il quale il commercio elettronico sarebbe impossibile;
44. sottolinea che il completamento del mercato unico del commercio elettronico non si deve limitare a misure e controlli legislativi, ma deve comprendere anche il rafforzamento di altri settori di Internet, specialmente quelli dell'e-government e dell'e-learning;
45. Sottolinea la necessità di monitorare l'applicazione delle norme recentemente adottate con il regolamento (UE) n. 330/2010 della Commissione del 20 aprile 2010 e relative alla distribuzione esclusiva e selettiva sulla base delle informazioni di mercato delle parti interessate e delle autorità nazionali per la concorrenza, e se necessario, di rivedere le norme al fine di ridurre gli intralci alla vendita on line; invita la Commissione ad avanzare proposte per risolvere questi problemi entro il 2011;
46. chiede alla Commissione di rafforzare la tutela della privacy dei consumatori e di assicurare che tutti i dati forniti dai consumatori, compresi i dati sugli acquisti e quelli visualizzati, siano a disposizione dei consumatori su loro richiesta e siano conservati dai fornitori per un periodo di tempo conformemente alla legislazione dell'UE;
47. invita la Commissione a impegnarsi anche a favore della creazione di norme e standard di modo che la non interoperabilità dei software sui siti web commerciali e sociali non impedisca ai consumatori di modificare le proprie opzioni di acquisto;
48. sottolinea l'importanza delle firme elettroniche e dell'infrastruttura a chiave pubblica per la sicurezza dei servizi paneuropei di e-government e invita la Commissione a istituire un portale europeo delle autorità di convalida per garantire l'interoperabilità transfrontaliera delle firme elettroniche;
49. invita la Commissione e gli Stati membri, data l'importanza di realizzare appieno le potenzialità del mercato unico, a provvedere affinché entro il 2015 almeno il 50 % di tutte le procedure di appalti pubblici siano condotte elettronicamente, in conformità del piano d'azione concordato dalla conferenza ministeriale sull'e-government tenutasi nel 2005 a Manchester;
50. reputa che il commercio mobile (m-commerce) possa costituire una parte significativa del commercio elettronico, poiché è in grado di raggiungere i milioni di cittadini europei che utilizzano i telefoni cellulari ma non i personal computer, favorendo in questo senso la convergenza di Internet e delle tecnologie mobili e consolidando la posizione di leader dell'UE nel settore delle comunicazioni mobili;
51. ritiene che lo sviluppo e la promozione di specifiche e standard tecnici e operativi comuni e aperti (per la compatibilità, l'interoperabilità, l'accessibilità, la sicurezza, la logistica, la consegna, ecc.) faciliteranno il commercio elettronico transfrontaliero assistendo i consumatori, in particolar modo gli utilizzatori di computer più vulnerabili e inesperti, e superando le barriere operative, tecniche, culturali e linguistiche esistenti tra i diversi Stati membri;

Martedì 21 settembre 2010

52. ravvisa le particolari sfide che si profilano, da un punto di vista giuridico, in relazione allo sviluppo di un mercato interno del commercio mobile (m-commerce) che sia in grado di garantire i diritti dei consumatori, la protezione dei dati personali e la tutela dei clienti minorenni; invita la Commissione a esaminare approfonditamente la questione;

53. sottolinea la necessità di rendere più trasparente la catena di approvvigionamento del commercio elettronico, affinché il consumatore conosca sempre l'identità del fornitore nonché la ragione sociale di quest'ultimo, l'indirizzo geografico, i dati di contatto e il codice fiscale, e sappia se si tratta di un intermediario o di un fornitore finale, fatto di particolare rilievo nel contesto delle aste on line;

54. invita la Commissione a stabilire, a livello di UE, le norme chiare necessarie per il commercio elettronico transfrontaliero, tra cui, ad esempio, l'obbligo per i commercianti di fornire ai propri clienti e alle autorità pubbliche un accesso semplice, diretto, costante e gratuito alle informazioni relative al nome e al numero di registrazione del commerciante o del fornitore di servizi, ai prezzi dei prodotti e dei servizi offerti e ad eventuali costi aggiuntivi di consegna che potrebbero essere applicati alla fattura;

55. chiede alla Commissione di imporre agli imprenditori che si avvalgono volontariamente dei contratti normalizzati e delle modalità e condizioni commerciali generali normalizzate, il requisito di evidenziare le disposizioni contrattuali che differiscono da tali contratti;

56. ritiene che le norme che disciplinano i contratti a distanza debbano essere estese anche ai contratti conclusi tra i consumatori e gli operatori professionali nelle vendite all'asta on line e invita la Commissione a esaminare e valutare ulteriormente le norme che disciplinano specificamente i contratti a distanza relativi ai servizi turistici (biglietti aerei, soggiorni in hotel, noleggio di veicoli, servizi per il tempo libero ecc.) ordinati individualmente su Internet, in modo particolare per accrescere la responsabilità nel caso delle aste on line a vantaggio di una maggiore protezione dei diritti dei consumatori;

57. invita la Commissione a chiarire le norme in materia di sollecitazione (diretta o indiretta) usando Internet in altri Stati membri;

Migliorare la tutela giuridica degli utenti nel commercio elettronico transfrontaliero

58. chiede l'introduzione dell'obbligo a far eseguire un audit esterno in merito a taluni tipi specifici di servizi elettronici nei casi in cui maggiore è l'esigenza di garantire che tali servizi siano pienamente sicuri, al fine di tutelare i dati e le informazioni personali (ad esempio nel caso dell'Internet banking);

59. sottolinea che gli utenti (consumatori e venditori) necessitano di certezza giuridica quando operano on line e accoglie con favore la proposta contenuta nella comunicazione «Un'agenda digitale per l'Europa» della Commissione di aggiornare alla luce del progresso tecnico le disposizioni relative alla responsabilità limitata dei servizi della società dell'informazione, nell'ambito della direttiva relativa al commercio elettronico (cfr. nota n. 13 della comunicazione);

60. sollecita la Commissione ad assumere iniziative per creare certezza giuridica e per cercare di porre rimedio alla grave frammentazione che esiste, quando si caricano contenuti mediatici su siti web, in relazione al processo di gestione dei diritti e alla molteplicità delle giurisdizioni degli Stati membri;

61. considera prioritario rimuovere gli ostacoli amministrativi e regolamentari al commercio elettronico transfrontaliero entro il 2013 tramite l'introduzione di un'unica serie di norme per tutti i consumatori e le aziende dei 27 Stati membri, creando un ambiente digitale favorevole, fornendo certezza giuridica a imprese e consumatori, semplificando le procedure, diminuendo i costi di conformità, riducendo la concorrenza sleale e liberando il potenziale del mercato del commercio elettronico dell'UE; sottolinea che, a tal fine, possono rivestire estrema importanza l'interpretazione e l'applicazione uniformi di strumenti legislativi quali una direttiva sui diritti dei consumatori, la direttiva sul commercio elettronico (2000/31/CE), l'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva sui servizi (2006/123/CE) e la direttiva sulle pratiche commerciali sleali (2005/29/CE); invita pertanto la Commissione ad avanzare nell'attuale revisione dell'acquis dell'Unione che incide sul mercato unico digitale e a proporre provvedimenti legislativi mirati concernenti i principali ostacoli;

Martedì 21 settembre 2010

62. ritiene essenziale rafforzare i meccanismi di vigilanza del mercato e di applicazione delle norme per promuovere la fiducia dei consumatori, dal momento che la spesa per i consumi costituirà un fattore importante per la ripresa economica; è del parere che occorra assegnare alle autorità pubbliche maggiori risorse per svolgere indagini e mettere fine alle pratiche commerciali illecite; invita la Commissione a creare un sistema europeo di allerta rapida, che includa una banca dati, per contrastare le attività fraudolente nell'ambiente digitale; invita la Commissione ad aggiornare RAPEX (sistema di allerta rapida) come necessario; ribadisce che tali iniziative devono rispettare le norme in materia di protezione dei dati;
63. invita le autorità pubbliche a intervenire rapidamente contro i «siti canaglia» dedicando maggiore attenzione ai diritti dei consumatori, anche adottando misure volte a introdurre un'etichettatura dei siti web sicuri e a garantire che le imprese che forniscono servizi pubblicitari sponsorizzati non pubblicizzino siti web illegali;
64. nutre la convinzione che la fiducia dei consumatori si possa costruire grazie a norme e codici di condotta che consentano ai fornitori di servizi online di rimanere al passo con gli sviluppi tecnologici in rapida evoluzione;
65. sottolinea che la creazione di obiettivi e profili on line deve rispettare pienamente le norme in materia di protezione dei dati;
66. sottolinea l'esigenza di garantire un'interpretazione coerente delle norme UE che disciplinano la riservatezza dei dati, in modo da garantire una migliore protezione dei dati nonché favorire la fiducia dei consumatori nei sistemi di pagamento online;
67. ritiene che un miglioramento dei sistemi di tutela dei consumatori nell'intera Unione europea, compresa la protezione contro le frodi con le carte di credito, possa garantire la fiducia da parte dei consumatori nelle transazioni online transfrontaliere;
68. invita la Commissione a provvedere affinché nel settore del commercio elettronico non sia eluso il pieno rispetto delle norme sul diritto d'autore;
69. ritiene che le attività di ricerca e pubblicità transfrontaliere via Internet debbano fornire migliori informazioni ai consumatori e ai commercianti e aumentare la loro capacità di effettuare paragoni e di individuare le offerte; esprime preoccupazione a tale riguardo per le possibili distorsioni della concorrenza che consumatori e imprenditori possono sperimentare in alcuni Stati membri dell'Unione europea; invita la Commissione, in cooperazione con il settore, ad affrontare le carenze delle piattaforme di ricerca e pubblicità via Internet e a incoraggiare la loro attività transfrontaliera, per esempio attraverso la promozione dei domini.eu;
70. chiede alla Commissione di vigilare affinché nell'ambito del commercio elettronico non sia elusa la coerente applicazione delle normative in materia di diritti d'autore;
71. chiede alla Commissione di prendere l'iniziativa e di condurre quanto prima una valutazione d'impatto sul metodo più appropriato per affrontare la questione dei diritti d'autore, compresa la possibilità di addebitare l'imposta nel momento e nel luogo in cui il prodotto è per la prima volta commercializzato nell'Unione europea, dato che i soggetti interessati non riescono a raggiungere un accordo;
72. condivide l'opinione della Commissione stando alla quale i meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie (RAC), come la mediazione e l'arbitrato o la composizione extragiudiziale, possono rappresentare un'alternativa interessante e rapida per i consumatori e rileva che vari attori privati, come le piattaforme on line, hanno realizzato iniziative di successo per aumentare la fiducia dei consumatori, utilizzando strumenti interni di risoluzione delle controversie; esorta gli Stati membri a promuovere lo sviluppo di meccanismi RAC per raggiungere un più elevato livello di protezione dei consumatori e conseguire il massimo rispetto delle norme; ricorda le esperienze positive di SOLVIT e della rete dei Centri europei dei consumatori; chiede la creazione di un sistema d'informazione europeo per il consumatore elettronico, che offra indicazioni dettagliate e informazioni sui diritti e gli obblighi nel mercato digitale, ma sottolinea che tali sistemi dovrebbero costituire un'integrazione, e non sostituirsi agli strumenti giudiziari o amministrativi preposti a garantire il rispetto della legislazione;
73. osserva l'importanza di consolidare il livello di fiducia del consumatore, oggi ancora basso, nelle transazioni transfrontaliere, intensificando l'applicazione on line e transfrontaliera delle norme esistenti, conferendo poteri alle autorità preposte alla protezione dei consumatori, promuovendo la cooperazione tra enti pubblici e istituendo meccanismi efficienti su scala UE per il monitoraggio del mercato e gli audit, la gestione dei reclami e la composizione delle controversie;

Martedì 21 settembre 2010

74. incoraggia il ricorso a meccanismi alternativi di risoluzione delle controversie, con la possibilità di ricorrere ad essi attraverso una procedura on-line, accessibile rapidamente attraverso il portale europeo di giustizia elettronica non appena sarà disponibile;
75. sottolinea la necessità di sviluppare e standardizzare le norme che offrono un elevato livello di protezione giuridica ai minori e incoraggia l'avvio di campagne d'informazione e di formazione per i genitori, gli insegnanti e i tutori, onde renderli consapevoli della loro responsabilità di educare i figli sui rischi dell'uso del commercio on line e sull'importanza di vigilare sull'uso di Internet da parte dei minori;
76. invita la Commissione e gli Stati membri a intervenire rapidamente per combattere i servizi on line illegali, che non rispettano le norme in materia di protezione dei consumatori e dei minori, diritti d'autore e fiscalità, nonché la maggior parte delle leggi applicabili;
77. sottolinea la necessità di evitare i rischi rappresentati dalle offerte di prodotti illegali sul web, in particolare prodotti medicinali e sanitari contraffatti, promuovendo l'alfabetizzazione sanitaria e utilizzando siti web specifici all'interno dei domini.eu per richiamare l'attenzione sulle informazioni fuorvianti;
78. chiede che la Commissione elabori una proposta volta a esaminare azioni o sanzioni appropriate nei confronti del commercio elettronico di beni e medicinali contraffatti, ivi comprese etichettature per i siti web sicuri, quali ad esempio sistemi di certificazione per le farmacie autorizzate;
79. sottolinea l'esigenza di un livello adeguato di formazione per i dipendenti dell'amministrazione pubblica e della magistratura relativamente alle norme in materia di protezione del consumatore europeo;

Una strategia e-confidence per aumentare la fiducia degli utenti del commercio elettronico

80. chiede un unico strumento giuridico che comprenda i vari testi attualmente in vigore al fine di chiarire le norme applicabili al commercio elettronico; plaude alla proposta della Commissione di direttiva sui diritti dei consumatori e chiede, se del caso, un adeguato livello di armonizzazione di taluni aspetti del diritto contrattuale dei consumatori, soprattutto in relazione al trattamento di taluni tipi di richieste di garanzia; ritiene che ciò dovrebbe applicarsi anche ad altre direttive, quali quelle relative alla vendita a distanza di servizi finanziari e al commercio elettronico;
81. invita la Commissione a valutare se la creazione di un portale per il commercio elettronico controllato dalla Commissione stessa e cui partecipino i soggetti interessati e gli Stati membri potrebbe meglio contribuire alla diffusione delle migliori pratiche e delle informazioni, e quindi far crescere la fiducia dei consumatori e incrementare il commercio elettronico transfrontaliero;
82. invita la Commissione a continuare l'analisi delle ragioni per cui i consumatori rifiutano il commercio elettronico, con l'obiettivo di elaborare orientamenti efficaci per una legislazione adeguata e suggerisce la creazione di un «quadro di valutazione» dedicato esclusivamente al commercio elettronico, al fine di ottenere un quadro comportamentale del consumatore del commercio on line e di conoscere i fattori che influenzano e determinano le sue scelte;
83. riconosce che i cittadini eviteranno di partecipare, di esprimere liberamente la propria opinione e di effettuare transazioni se non nutriranno sufficiente fiducia nel quadro giuridico del nuovo spazio digitale; ritiene che la garanzia e l'applicazione dei diritti fondamentali in questo contesto costituiscano un presupposto fondamentale per ottenere la fiducia dei cittadini e che la garanzia della protezione dei diritti di proprietà intellettuale (DPI) e di altri diritti rappresenti un requisito imprescindibile per ottenere la fiducia delle imprese;
84. invita la Commissione ad abolire l'obbligo di possedere un punto vendita off line per poter effettuare vendite on line, poiché tale obbligo ostacola pesantemente tali vendite;
85. sottolinea l'importanza, per il futuro sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero, di istituire un quadro coerente a livello dell'UE, entro i limiti dell'acquis dell'Unione, per la tutela e l'applicazione dei diritti di proprietà intellettuale; sottolinea altresì l'importanza di progredire nella lotta ai beni illegali e contraffatti e di sensibilizzare i consumatori europei a tale riguardo;

Martedì 21 settembre 2010

86. sottolinea che è necessario introdurre una normativa applicabile a tutte le operazioni elettroniche, condizione essenziale per tutelare i diritti di quanti usufruiscono dei servizi del commercio elettronico;
87. chiede lo sviluppo, nell'ambito dei programmi quadro di ricerca, di progetti di ricerca innovativi volti a promuovere e ad armonizzare il mercato del commercio elettronico dell'UE aumentando la fiducia, l'autonomia e la scelta del consumatore nell'ambiente digitale;
88. chiede un controllo efficace degli sviluppi giuridici, tecnici ed economici del commercio elettronico e sottolinea la necessità di eseguire una valutazione d'impatto per tutte le decisioni che incidono sul mercato unico digitale e la società dell'informazione; ritiene che, a tal fine, un «quadro di valutazione del commercio elettronico» per la valutazione delle condizioni del mercato on line europeo costituirebbe uno strumento utile;
89. reputa che la fiducia dei consumatori possa essere incrementata attraverso la rimozione delle barriere che intralciano il commercio elettronico, nel rispetto del massimo livello di protezione dei consumatori e che possa essere costruita attraverso le autorità europee di fiducia o marchi di fiducia che garantiscono l'affidabilità e la qualità dei prodotti immessi sul mercato elettronico transfrontaliero; reputa necessario stabilire un marchio di fiducia europeo sostenibile con norme chiare, trasparenti e controllate dalla Commissione; osserva che questo sistema europeo di marchi di fiducia deve essere sostenuto da un meccanismo esecutivo o di controllo delle norme, come già avviene a livello nazionale in alcuni Stati membri; riconosce che un sistema transfrontaliero europeo di marchi di fiducia può funzionare solamente nel quadro della legislazione dell'UE su cui esso si basa; ritiene che un eventuale sistema europeo di marchi di fiducia debba essere sottoposto a un'approfondita valutazione d'impatto applicata in collaborazione con etichette di marchi di fiducia esistenti negli Stati membri;
90. sottolinea l'importanza di promuovere e applicare in tutta l'Unione europea loghi, marchi di fiducia e marchi di qualità che aiutino i consumatori a riconoscere i commercianti on line affidabili, ricompensino le migliori pratiche e incoraggino l'innovazione, in modo da sostenere le aziende dell'UE nello sforzo di superare i confini dei rispettivi mercati interni;
91. sottolinea che, in un contesto online, caratterizzato dalla distanza tra venditore e compratore e dalla limitata capacità del compratore di valutare la qualità fisica dei prodotti, risulta essenziale ai fini della trasparenza l'accesso a informazioni chiare e accurate;
92. sottolinea l'impegno della Commissione e degli enti postali nazionali a favore dell'attuazione corretta e tempestiva della terza direttiva sui servizi postali (2008/6/CE) nei 27 Stati membri al fine di accrescere la concorrenza, ridurre i prezzi più bassi e migliorare i servizi per perfezionare le condizioni di consegna dei beni acquisiti nel commercio elettronico transfrontaliero; ribadisce anche l'importanza di garantire la disponibilità di servizi assicurativi per la consegna dei pacchi;
93. chiede la creazione di un programma e il ricorso agli attuali strumenti finanziari per progetti mirati ad aumentare la fiducia degli utenti nel commercio elettronico, incluse campagne d'istruzione, a livello europeo e nazionale, di formazione e progetti di verifica pratica dei servizi on line (quali il «mystery shopping»); sottolinea la necessità di elaborare strumenti on line per formare i consumatori in materia di commercio elettronico e nuove tecnologie digitali (principali diritti dei consumatori su Internet, commercio elettronico, disposizioni relative alla protezione dei dati ecc.), come il progetto Dolceta (Development of Online Consumer Education Tools for Adults) per consentire ai cittadini di accrescere le proprie competenze digitali, le conoscenze relative ai propri diritti e obblighi e di approfittare dei vantaggi del commercio elettronico in una società digitale;
94. reputa che sia possibile accrescere ulteriormente la fiducia del consumatore garantendo un ambiente on line affidabile, affrontando le preoccupazioni per la tutela dei dati personali, regolamentando la raccolta di dati, le pratiche di targeting comportamentale, di definizione dei profili e la pubblicità, nonché sensibilizzando il consumatore attraverso campagne educative e d'informazione; invita la Commissione a presentare una proposta volta ad adeguare la direttiva sulla protezione dei dati all'attuale contesto digitale;
95. sottolinea la necessità di semplificare e rendere più trasparente la catena di approvvigionamento nonché i termini e le condizioni del commercio transfrontaliero on line tramite la definizione di norme sulla divulgazione di informazioni incomplete o ingannevoli sui diritti dei consumatori, sui costi totali e sui dati di contatto dei commercianti nonché tramite la promozione di pratiche eque e migliori, di raccomandazioni e linee guida per i negozi on line; riconosce gli sforzi messi in atto a tale riguardo dall'Unione europea al fine di chiarire i termini, le condizioni e i prezzi delle tariffe aeree e ritiene che costituiscano un esempio positivo da seguire;

Martedì 21 settembre 2010

96. sottolinea l'importanza di un'attuazione rapida ed efficace dello strumento europeo di microfinanziamento Progress, operativo da giugno 2010, che potrebbe dare un nuovo impulso alla promozione delle imprese on line, specialmente tra quanti recentemente hanno perso il posto di lavoro;

97. reputa che la sensibilizzazione e l'alfabetizzazione informatiche e mediatiche siano fondamentali nello sviluppo di un ambiente digitale europeo; chiede, pertanto, il lancio di un «piano d'azione per l'alfabetizzazione e l'inclusione digitale» a livello dell'UE e degli Stati membri, che comprenda in particolare specifiche opportunità di formazione inerenti all'alfabetizzazione digitale per disoccupati e gruppi a rischio di esclusione, incentivi per iniziative del settore privato volte a fornire a tutti i dipendenti una formazione per acquisire competenze digitali, un'iniziativa europea «Be smart on line!» per familiarizzare tutti gli studenti, compresi quelli impegnati nell'apprendimento permanente e nella formazione professionale, con un uso sicuro delle TIC e dei servizi on line, nonché un sistema comune di certificazione TIC a livello di UE;

98. accoglie con favore l'impegno della Commissione a pubblicare un Codice dei diritti on line nell'UE entro il 2012 che riassume in modo chiaro e accessibile i diritti e gli obblighi degli utenti digitali nell'UE, integrato da una revisione annuale delle infrazioni delle leggi a tutela dei consumatori on line e da misure di esecuzione adeguate, in coordinamento con la rete europea delle associazioni per la tutela dei consumatori;

99. ritiene che lo sviluppo di codici di condotta autoregolamentati da parte di associazioni commerciali, professionali o dei consumatori nonché l'attuazione di quanto previsto nella relazione del Parlamento sulla nuova Agenda europea del digitale: 2015.eu – in ordine all'elaborazione di una Carta europea dei diritti dei cittadini e dei consumatori in ambito digitale e allo sviluppo di una «quinta libertà» che consenta la libera circolazione dei contenuti e delle conoscenze – accrescerebbero la fiducia del consumatore nel commercio elettronico precisando i diritti e i doveri di tutti gli attori della società dell'informazione;

100. invita la Commissione a intervenire prontamente e a riferire nel 2012 sui progressi compiuti nell'affrontare i dieci ostacoli al commercio elettronico transfrontaliero, come indicato nella comunicazione del 22 ottobre 2009 sul commercio elettronico transfrontaliero tra imprese e consumatori nell'UE (COM(2009)0557); invita la Commissione e gli Stati membri a garantire un livello elevato di protezione dei consumatori nel commercio elettronico e l'eliminazione, attraverso strumenti legislativi e non legislativi, degli ostacoli allo sviluppo del commercio elettronico individuati nella comunicazione della Commissione «L'agenda digitale europea» del 2010 e nella sua comunicazione sul commercio elettronico transfrontaliero tra imprese e consumatori nell'UE del 2009; invita la Commissione a stabilire un dialogo tra le parti interessate e gli USA per analizzare le possibilità di sviluppo di un mercato elettronico transatlantico;

*

* *

101. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio, alla Commissione nonché ai governi e ai parlamenti degli Stati membri.

Relazioni commerciali ed economiche con la Turchia

P7_TA(2010)0324

Risoluzione del Parlamento europeo del 21 settembre 2010 sulle relazioni economiche e commerciali con la Turchia (2009/2200(INI))

(2012/C 50 E/02)

Il Parlamento europeo,

— vista la relazione della Commissione sui progressi compiuti dalla Turchia nel 2009 (SEC(2009)1334),

— visto l'accordo del 12 settembre 1963 che istituisce una associazione tra la Comunità economica europea e la Turchia,