



Briselē, 9.12.2015.
COM(2015) 633 final

**KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI UN EIROPAS
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI**

Digitālie līgumi Eiropai - e-komercijas potenciāla atraisīšana

1. KONTEKSTS

Eiropas e-komercijas tirgus kopējā mazumtirdzniecības sektorā pēdējos gados ir strauji audzis. Tas ir galvenais ES vispārējās izaugsmes virzītājspēks. Tomēr joprojām netiek izmantots liels tā potenciāls. Tā vietā, lai pilnībā izmantotu e-komercijas piedāvātās iespējas, uzņēmumi un patērētāji pārāk bieži ir spiesti izmantot tikai vietējo tirgu.

Galvenie rādītāji

E-komercija kā galvenais ES vispārējās izaugsmes virzītājspēks. E-komercijas mazumtirdzniecības vērtība Eiropas Savienībā 2014. gadā pieauga par 13,4 % salīdzinājumā ar 2013. gadu un kopā sasniedza 370 miljardus euro¹. Uzņēmumu mazumtirdzniecības e-komercijas apgrozījums procentos no kopējā mazumtirdzniecības apgrozījuma 2009.-2014. gada periodā ir pieaudzis par 85 %², kas liecina par daudz straujāku mazumtirdzniecības pieaugumu tiešsaistē nekā bezsaistē.

E-komercijas izaugsmes potenciāls joprojām lielā mērā netiek izmantots. E-komercijas īpatsvars kopējā mazumtirdzniecības sektorā Eiropā joprojām ir ievērojami mazāks nekā ASV. 2014. gadā e-komercijas īpatsvars kopējā mazumtirdzniecībā Eiropas Savienībā bija 7,2 % salīdzinājumā ar 11,6 % ASV³. Tajā pašā gadā tikai 12 % ES mazumtirgotāju veica pārdošanu tiešsaistē citu ES valstu patērētājiem, bet savā valstī — trīsreiz vairāk (37 %) ⁴. Tikai 15 % patērētāju iepirkās tiešsaistē kādā citā ES valstī, bet savā valstī — apmēram trīsreiz vairāk (44 %) ⁵.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Eiropas Komisija pieņēma digitālā vienotā tirgus stratēģiju⁶, kurā tā noteica digitālā vienotā tirgus izveidi par vienu no savām galvenajām prioritātēm, lai nodrošinātu papildu izaugsmi Eiropā. Digitālā vienotā tirgus stratēģijā ir ietverti visi galvenie šķēršļi, kas kavē pārrobežu e-komercijas attīstību ES. Ja kopīgi centīsimies novērst šos šķēršļus un uzlabot stāvokli uzņēmumiem un patērētājiem, tad spēsim panākt, ka atbilstoši gaidītajam tiek stiprināts digitālais vienotais tirgus un ES ekonomika kopumā.

Atšķirību starp pieprasījumu un piedāvājumu var samazināt. ES uzņēmumi varēs palielināt konkurētspēju, jo būs vieglāk pārdot vairāk patērētājiem arī citos tirgos, nevis tikai savas valsts vai pāris kaimiņvalstu tirgos. Lielāks piedāvājums arī stiprinās konkurenci. Tādējādi patērētājiem būs lielāka produktu izvēle par konkurētspējīgākām cenām. Ja patērētājiem tiks

1 European B2C E-commerce Report 2015. Ecommerce Europe. Izmērot Bulgāriju, Kipru, Horvātiju, Lietuvu, Luksemburgu, Maltu, Slovēniju un Slovākiju, par kurām nav pieejami dati. <http://www.ecommerce-europe.eu/>, 29. lpp. - Visi šajā paziņojumā minētie rādītāji ir pieejami arī Komisijas dienestu darba dokumentā, kurā ir ietekmes novērtējums, kas pievienots priekšlikumam Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvai par konkrētiem aspektiem, kuri attiecas uz līgumiem par digitālā satura piegādi, un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvai par konkrētiem aspektiem, kuri attiecas uz līgumiem par preču tiešsaistes un citu veidu distances pārdošanu, SWD (2015) 275.

2 Eurostat, E-komercija uzņēmumos: kopsavilkums par ES agregātiem (NACE 2. red. darbības).

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

4 Eurobarometra zibensaptauja Nr. 396 (2014. gads) "Mazumtirgotāju attieksme pret pārrobežu tirdzniecību un patērētāju aizsardzību" (2015. gads), 27. lpp.

5 Eurostat pētījums par IKT izmantošanu mājāsaimniecībās un individuāli (2014. gads), isoc_ec_ibuy.

6 Komisijas paziņojums "Digitālā vienotā tirgus stratēģija Eiropai", COM (2015) 192 final, pieejams tīmekļa vietnē: <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>.

nodrošinātas vienādas tiesības un augsta līmeņa aizsardzība, tas viņus iedrošinās vairāk iepirkties ārzemēs.

2. PIRMAIS SVARĪGAIS SOLIS E-KOMERCIJAS POTENCIĀLA ATRAISĪŠANAI

Viens no digitālā vienotā tirgus stratēģijas trim galvenajiem mērķiem ir nodrošināt *"patērētājiem un uzņēmumiem labāku piekļuvi tiešsaistes precēm un pakalpojumiem visā Eiropā"*. Viens no stratēģijā identificētajiem šķēršļiem pārrobežu e-komercijai ir atšķirības dalībvalstu līgumtiesībās.

Lai izveidotu piemērotus apstākļus pārrobežu e-komercijas attīstībai, digitālā vienotā tirgus stratēģijā tika paziņoti tiesību aktu priekšlikumi par vienkāršām un efektīvām pārrobežu līgumtiesībām patērētājiem un uzņēmumiem, saskaņojot līgumu noteikumus par digitālā satura piegādi un preču pārdošanu tiešsaistē.

Saskaņā ar Komisijas 2015. gada darba programmā paziņoto Komisija šodien pieņem i) priekšlikumu direktīvai par konkrētiem aspektiem, kuri attiecas uz līgumiem par digitālā satura piegādi, un ii) priekšlikumu direktīvai par konkrētiem aspektiem, kuri attiecas uz līgumiem par preču tiešsaistes⁷ un citu veidu distances pārdošanu⁸. Minētie priekšlikumi un priekšlikums regulai par tiešsaistes satura pakalpojumu pārrobežu pārnēsāmību ir pirmās jaunās likumdošanas iniciatīvas, kas pieņemtas saskaņā ar digitālā vienotā tirgus stratēģiju.

Konkrēti, abās direktīvās tiks mērķtiecīgi pilnībā saskaņotas līgumu par digitālā satura piegādi un preču pārdošanu tiešsaistē pušu galvenās, obligātās tiesības un pienākumi⁹. Minētās direktīvas veicinās digitālā vienotā tirgus ātrāku izaugsmi:

- **samazinot izmaksas, kas izriet no līgumtiesību atšķirībām.** Galvenie patērētāju līgumtiesību noteikumi, kuri dažādās dalībvalstīs pašlaik atšķiras, rada šķēršļus digitālā satura un preču pārrobežu tirdzniecībai. Pašreizējie priekšlikumi nodrošinās to, ka šie noteikumi visās dalībvalstīs būs vienādi. ES mēroga noteikumi novērsīs juridiskas sadrumstalotības veidošanos digitālā satura jomā¹⁰ un likvidēs juridisku sadrumstalotību attiecībā uz precēm¹¹. Turklāt uzņēmumiem, veicot pārrobežu

7 Šajā paziņojumā atsaucas uz "pārdošanu tiešsaistē" saprot kā "tiešsaistes un citu veidu distances pārdošanu". Turpretī atsaucas uz "pārdošanu bezsaistē" saprot kā "pārdošanu klātienē".

8 Gan digitālā satura piegādes, gan preču pārdošanas tiešsaistē galvenie aspekti ir balstīti uz Patēriņa preču pārdošanas direktīvu, un tāpēc tie ir tik saskaņoti, cik iespējams. Tomēr Komisija nolēma pieņemt divus likumdošanas instrumentus, ņemot vērā to, ka digitālā satura specifikas dēļ vairāki noteikumi ir regulējami citādāk nekā tie, kas attiecas uz precēm. Turklāt, ja notiks digitālā satura strauja tehnoloģiskā un komerciālā attīstība, tad būs jāpārskata šīs direktīvas piemērošana. Tāpēc digitālā satura noteikumu īstenošanu un piemērošanu, kā arī to pārskatīšanu vienkāršos, iekļaujot šos noteikumus vienā juridiskā instrumentā, proti, direktīvā par digitālā satura piegādi.

9 Piemēram, atbilstība līgumam, tiesiskās aizsardzības līdzekļu hierarhija un to piemērošana, patērētāja tiesības izbeigt līgumu.

10 Atsevišķas dalībvalstis nesen ir ieviesušas (UK, NL) vai sākušas izstrādāt (IE) specifiskus obligātos noteikumus par līgumiem par digitālā satura piegādi. Šie jaunie valstu tiesību akti atšķiras gan pēc to darbības jomas, gan būtības.

11 Ir tikai minimālie saskaņošanas noteikumi par jēdzienu "atbilstība līgumam" un par tiesiskās aizsardzības līdzekļiem attiecībā uz neatbilstošām precēm (saskaņā ar Patēriņa preču pārdošanas un garantiju direktīvu). Tā kā tie ir minimālie standarti, dalībvalstīm ir iespēja iet vēl tālāk un pievienot prasības patērētāju labā. Daudzas dalībvalstis ir izmantojušas šo iespēju dažādos aspektos un dažādā mērā;

pārdošanu, vairs nevajadzēs pielāgot līgumus atšķirīgiem noteikumiem, un tas ļaus izvairīties no papildu izmaksām;

- **radot juridisko noteiktību uzņēmumiem.** Atšķirībā no tā, kā ir šodien, kad uzņēmumi saskaras ar sarežģītu tiesisko regulējumu, tie varēs piegādāt digitālo saturu vai pārdod preces tiešsaistē patērētājiem visā ES, pamatojoties uz to pašu patērētāju līgumtiesību noteikumu kopumu, kas paredzēts ierosinātajās direktīvās. Tādējādi palielināsies juridiskā noteiktība un tiks radīta uzņēmējdarbībai labvēlīga tiesiskā vide, kas īpaši nāks par labu MVU;
- **veicinot to, lai patērētājiem būtu izdevīga pārrobežu iepirkšanās tiešsaistē Eiropas Savienībā.** Galvenais iemesls, kādēļ patērētāji neuzticas pārrobežu pirkumu veikšanai tiešsaistē, ir neskaidrība par galvenajām līgumtiesībām. Patērētājiem būs pilnībā saskaņotas, skaidri noteiktas tiesības visā ES, un tādējādi viņi ar lielāku pārliecību piekļūs digitālajam saturam vai veiks pārrobežu pirkumus. Ievērojami pieaugs arī patērētāju tiesību aizsardzības vispārējais līmenis ES. Tas īpaši attiecas uz preču pārdošanu tiešsaistē gadījumos, kad preces ir bojātas, uz termiņa pagarināšanu līdz diviem gadiem pierādīšanas pienākuma pārņemšanai, to saskaņojot ar divu gadu garantijas likumisko termiņu. Tādējādi palielināsies patērētāju aizsardzības līmenis visiem Eiropas patērētājiem, izņemot divas dalībvalstis, kurās tas nemainīsies. Šādi patērētājiem būs iespēja veikt pārrobežu pirkumus tiešsaistē, un viņiem būs arī vieglāk īstenot savas tiesības¹²;
- **samazinot patērētājiem nodarīto kaitējumu saistībā ar bojātu digitālo saturu.** Atšķirībā no pašreizējā stāvokļa, kad ES mērogā nav specifisku līguma noteikumu par digitālā satura piegādi, patērētājiem būs skaidras un konkrētas tiesības digitālajā jomā gadījumos, kad jāsaskaras ar digitālā satura problēmām. Pateicoties tām, viņiem būs iespēja izmantot tiesiskās aizsardzības līdzekļus un tādējādi samazināt kaitējumu, kāds viņiem tagad tiek nodarīts, iegādājoties bojātu digitālo saturu. Ņemot vērā šīs straujās tehnoloģiskās un komerciālās tirgus pārmaiņas, ES noteikumi ir tehnoloģijas ziņā neitrāli un nākotnes prasībām atbilstoši. Tāpēc tie nodrošinās vienlīdzīgus konkurences apstākļus visu attiecīgo veidu digitālajam saturam;
- **kopumā līdzsvarojošot patērētāju un uzņēmumu intereses.** Ņemot vērā tirgus tendences un veiksmīgi līdzsvarojošot dažādās intereses, abas direktīvas nodrošinās izdevīgus nosacījumus gan patērētājiem, gan uzņēmumiem un radīs apstākļus, kuros ekonomikas ziņā ieguvēji būs visi.

Labāka dzīve ikdienā...

12 Šāda pierādīšanas pienākuma pārņemšana termiņa pagarināšana varētu arī sekmēt kvalitātes uzlabošanu un ilgtspējīgākus produktus saskaņā ar Eiropas Komisijas apřites ekonomikas tiesību aktu paketi, kas pieņemta 2015. gada 2. decembrī.

Direktīvas konkrēti uzlabos dzīvi ikdienā gan uzņēmumiem, gan patērētājiem Eiropā. Šodien uzņēmumiem, kuri veic pārrobežu pārdošanu, ir jātērē laiks un nauda, lai izpētītu ārvalstu patērētāju līgumtiesības un attiecīgi pielāgotu līgumus. Piemēram, dažādās dalībvalstīs var atšķirties laiks, cik ilgi tirgotājs var būt atbildīgs par datora bojājumiem, — no diviem gadiem līdz visam datora kalpošanas laikam. Nākotnē valstu tiesību akti attiecībā uz šādiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem visā ES būs vienādi. Ietaupīto laiku un līdzekļus varēs izmantot, lai izstrādātu jaunus produktus vai pārdotu par konkurētspējīgāku cenu.

Patērētāji varēs iepirkties tiešsaistē un piekļūt digitālajam saturam citās ES valstīs tikpat viegli un droši kā paši savā valstī. Patērētājiem, kuri aktīvi pērk preces no citas dalībvalsts tirgotāja, nākotnē ir jābūt tikpat aizsargātiem, cik tie ir saskaņā ar savas valsts tiesību aktiem. Turklāt šodien patērētājs, kurš nekvalitatīva video dēļ nevar tiešsaistē noskatīties filmu, par kuru ir samaksājis, bieži vien kā kompensāciju var saņemt tikai atlaidi, lai nākotnē skatītos filmas, iespējams, tikpat sliktā kvalitātē. Nākotnē patērētājam būs tiesības sagaidīt, ka šo problēmu atrisina, samazina cenu vai izbeidz līgumu un pilnībā atmaksā samaksāto naudu.

... un ieguvumi makroekonomikas jomā

Ja tiktu novērsti ar līgumtiesībām saistītie šķēršļi, aptuveni 122 000 uzņēmumu nodarbotos ar pārrobežu tirdzniecību tiešsaistē. ES pārrobežu tirdzniecības apjoms varētu palielināties aptuveni par 1 miljardu euro. Palielinoties konkurencei tiešsaistes mazumtirdzniecības jomā, samazināsies mazumtirdzniecības cenas visās dalībvalstīs, ES līmenī vidēji par -0,25 %, kas tieši palielinās mājāsaimniecību patēriņu ES aptuveni par 18 miljardiem euro. Turklāt lielāka produktu un pakalpojumu izvēle labvēlīgi ietekmēs patērētāju labklājību. To patērētāju skaits, kuri sāks veikt pārrobežu pirkumus tiešsaistē, pieaugs vēl par 7,8 līdz 13 miljoniem. Par EUR 40 palielināsies arī vidējā summa, ko gadā iztērē viens pārrobežu pircējs. Kopumā ir paredzams, ka reālais IKP ES pieaugs aptuveni par 4 miljardiem euro gadā¹³.

Šie priekšlikumi attiecas tikai uz līgumtiesību noteikumiem uzņēmumu un patērētāju savstarpējās darbībās. Ir atzīts, ka arī MVU, kuri ir vajākā puse ar mazāku spēju pārstāvēt savas intereses, saskaras ar grūtībām, kas saistītas ar līgumtiesībām, īpaši, kad tie lieto digitālo saturu. Tomēr, īpaši ņemot vērā ieinteresēto personu un dalībvalstu pausto nostāju, Komisija ir nolēmusi izskatīt šo jautājumu saistībā ar citām iniciatīvām, kas iekļautas digitālā vienotā tirgus stratēģijā.

Lai pilnībā izmantotu visas priekšrocības, ko piedāvā digitālā vienotā tirgus stratēģija, ir nepieciešama šo abu priekšlikumu pakete, kas sekmēs e-komercijas potenciāla pilnīgu atraisīšanu. Komisijai vienlaicīgi jārikojas gan preču, gan digitālā satura jomā. Šīs direktīvas papildinās citi digitālā vienotā tirgus stratēģijā paredzētie pasākumi, piemēram, saistībā ar

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.

PVN slogu, kvalitatīvu pakalpojumu izveidošanu pasta paku pārrobežu piegādes jomā vai mūsdienu prasībām atbilstošu autortiesību regulējumu. Citas ar patērētājiem saistītas iniciatīvas, piemēram, digitālā vienotā tirgus stratēģijas ietvaros paziņotās iniciatīvas par ģeogrāfiskās bloķēšanas novēršanu un regulas par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā¹⁴ pārskatīšanu, kā arī par tiešsaistes strīdu izšķiršanas platformas¹⁵ darbības sākšanu, vēl vairāk veicinās pārrobežu komerciālu un novērsīs citas svarīgas problēmas uzņēmumiem un patērētājiem, piemēram, efektīvas pārrobežu tiesiskās aizsardzības un tiesību īstenošanas nepieciešamību.

3. LĪDZŠINĒJĀS PIEREDZES MĀCĪBA: MĒRĶTIECĪGI VIRZĪTA PIEEJA

Komisijas priekšlikumos, ņemot vērā mācību, kas gūta no līdzšinējās pieredzes, un ieinteresēto personu viedokli, tiek piedāvāta vērienīga, taču reāla tālākā virzība ar mērķi novērst ar līgumtiesībām saistītos šķēršļus un tādējādi palīdzēt atraisīt e-komercijas potenciālu ES.

Šie priekšlikumi paredz visatbilstošāko iesaistīšanās līmeni.

Pirmkārt, priekšlikumos tiek risinātas reālas ikdienas problēmas, ko identificējušas ieinteresētās personas un dalībvalstis. Komisija ir centusies apkopot plašu un vienmērīgu viedokļu klāstu par šo jautājumu. Komisija ir rīkojusi gan plašas sabiedriskās, gan mērķtiecīgās apspriešanās, tādējādi nodrošinot plašu līdzdalību visā priekšlikumu sagatavošanas procesā un līdz ar to piedāvājot daudz iespēju visām ieinteresētajām personām (uzņēmumiem, patērētājiem, valsts iestādēm, juristiem un akadēmiķiem) izteikt viedokli.

Otrkārt, priekšlikumos ir īpaši ņemta vērā pieredze, kas gūta pēc iepriekšējiem mēģinājumiem saskaņot līgumtiesības. Pateicoties tam, Komisija ir koncentrējusies uz patērētāju obligāto tiesību mērķtiecīgu, pilnīgu saskaņošanu, kas novērsīs konkrētus galvenos šķēršļus pārrobežu tirdzniecībai un risinās neatliekamās problēmas tiešsaistes jomā, ko ir atzinis arī Eiropas Parlaments¹⁶. Turklāt direktīvas ir atbilstošākas par regulām, jo tās ļauj dalībvalstīm brīvi pielāgot īstenošanu savos tiesību aktos. Šāda uz problēmām vērsta, mērķtiecīga pieeja ir nozīmīgs rezultāts pēc apspriešanās ar ieinteresētajām personām.

Visbeidzot, pēc būtības priekšlikumi piedāvā jaunu dinamiku, jo tie nodrošina pienācīgu līdzsvaru starp augsta līmeņa aizsardzību patērētājiem ES līmenī un daudz lielākām iespējām uzņēmumiem, pateicoties pilnīgai saskaņošanai. Izvēlētajā pieejā ir saglabāti būtiski risinājumi, kuri ir pierādījuši savu vērtību praksē (piemēram, garantijas likumiskais termiņš, tiesiskās aizsardzības līdzekļu hierarhija), vienlaikus vajadzības gadījumā ierosinot jaunus

14 Regula (EK) Nr. 2006/2004 (2004. gada 27. oktobris) par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā.

15 Regula (ES) Nr. 524/2013 (2013. gada 21. maijs) par patērētāju strīdu izšķiršanu tiešsaistē un ar ko groza Regulu (EK) Nr. 2006/2004 un Direktīvu 2009/22/EK.

16 Normatīvajā rezolūcijā (2014. gada 26. februāris) par priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes regulai par Vienotajiem Eiropas tirdzniecības noteikumiem (COM(2011)0635 – C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)) Eiropas Parlaments nolēma ierobežot Vienotos Eiropas tirdzniecības noteikumus, tos attiecinot tikai uz tiešsaistes un citu veidu distances pārdošanu, kā arī paplašināt noteikumus par digitālo saturu, ko piegādā uz cita līguma pienākumu izpildes pamata, nevis par naudu.

risinājumus, kas atbilst jaunākajiem datiem un tendencēm dalībvalstīs (piemēram, termiņa pagarināšana pierādīšanas pienākuma pārņemšanai)¹⁷. Šie priekšlikumi nodrošinās lielāku efektivitāti un patērētāju aizsardzību¹⁸, kā arī juridisko noteiktību un mazākas izmaksas uzņēmumiem¹⁹. Kopumā to ietekmē palielināsies patērētāju pašāvēība un tiks stimulēta saimnieciskā darbība visā ES.

4. RĪKOŠANĀS, PIRMS VĒL NAV PAR VĒLU

Mums jāpievēršas digitālajai dimensijai un jārīkojas tagad...

Digitalizācijas izraisītās komerciālās un tehnoloģiskās pārmaiņas ir ļoti straujas ne vien Eiropas Savienībā, bet visā pasaulē. ES ir nekavējoties jārīkojas, lai nodrošinātu, ka uzņēmējdarbības standarti un patērētāju tiesības tiktu noteiktas saskaņā ar kopīgiem ES noteikumiem, ievērojot augsta līmeņa aizsardzību patērētājiem un nodrošinot mūsdienīgai uzņēmējdarbībai labvēlīgu vidi. Ir ļoti nepieciešams izveidot regulējumu, kas dotu iespēju izmantot digitalizācijas priekšrocības, lai ES uzņēmumi varētu kļūt konkurētspējīgāki un patērētāji varētu pašauties uz augsta līmeņa aizsardzības standartiem ES patērētājiem. Ja ES rīkosies tagad, tā noteiks politikas tendenci un standartus, saskaņā ar kuriem norisināsies ievērojama digitalizācijas daļa.

Uzņēmumiem, tiesiskā regulējuma vienkāršošana ir galvenais to konkurētspējas un aktīvas līdzdalības priekšnoteikums digitālajos tirgos visā Savienībā. Patērētāju pašāvēība ir īpaši svarīga tiešsaistes vidē, lai samazinātu ar attālinātību saistītos riskus šādos darījumos (nav iespējas tieši sazināties ar pārdevēju, nevar "aptaustīt" produktu). Ja nenotiks tūlītēja rīcība, pārmaiņas var būt novēlotas un iespējas var tikt zaudētas. Lai ātri stiprinātu ES uzņēmumu konkurētspēju un veicinātu ES izaugsmi, Komisija kā prioritāti izskata mazumtirdzniecības digitālo dimensiju, proti, digitālā satura piegādi un preču pirkšanu tiešsaistē. Abi šie digitālās dimensijas aspekti ir fundamentāli. Ir skaidrs, ka ir jānovērš šķēršļi digitālā satura piegādei, jo digitālā satura piegādei ir īpaši spēcīgs izaugsmes potenciāls²⁰. Jebkāda kavēšanās saistībā ar digitālo saturu ietver juridiskas sadrumstalotības veidošanās risku, kas rada šķēršļus gan patērētājiem, gan piegādātājiem, kuri piedalās pārrobežu darījumos. Savukārt preču īpatsvars tiešsaistes tirgū joprojām ir vislielākais: no aprēķinātā 231 miljarda euro vērtā digitālā vienotā

17 "Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU" (2015). Faktiski visā 2 gadus ilgajā garantijas likumiskajā termiņā tikai neliela daļa uzņēmumu prasa patērētājiem pierādīt tirgotāja atbildību, un tirgotāju uzvedība pirms vai pēc 6 mēnešiem šajā ziņā ir ļoti maz mainījusies. Divas ES dalībvalstis (FR, PT) jau ir pieņēmušas valsts tiesību aktus, kas paredz 2 gadu termiņu pierādīšanas pienākuma pārņemšanai.

18 Piemēram, digitālajam saturam garantijas likumiskais termiņš būs neierobežots un patērētājiem nebūs jāpierāda defekta cēlonis neierobežotu laiku. Patērētāji varēs izbeigt ilgtermiņa līgumus un līgumus, kuros piegādātājs ir veicis būtiskas izmaiņas. Pērkot preces tiešsaistē, visi ES patērētāji varēs pieprasīt kompensāciju par bojātu produktu, un viņiem nebūs divu gadu laikā jāpierāda, ka produkts bijis bojāts jau piegādes brīdī. ES patērētāji nezaudēs savas tiesības, ja noteiktā laika periodā nebūs paziņojuši pārdevējam par defektu.

19 Ir aprēķināts, ka līgumu pielāgošana citas dalībvalsts tiesību aktiem uzņēmumiem izmaksā aptuveni EUR 9000. Sīkāku informāciju skatīt Komisijas dienestu darba dokumenta 5. pielikumā, kurā ietverts priekšlikumiem pievienotais ietekmes novērtējums, SWD (2015) 275.

20 Pieprasījumu pēc digitālā satura veicina gan tas, ka ir palielinājusies interneta izplatība un izmantošana (2014. gadā internetu izmantoja 80 % jeb 317 miljoni eiropiešu), gan strauji pieaugošais viedtālrunu, e-grāmatu lasītāju un planšetdatoru skaits. Ņemot vērā to, ka saskaņā ar Eurobarometra zibensaptauja Nr. 411 "Pārrobežu piekļuve digitālajam saturam" (2015) lielākā daļa ES interneta lietotāju vecumā no 15 līdz 24 gadiem pašlaik piekļūst kādam digitālā satura veidam tiešsaistē (87 % piekļūst mūzikai tiešsaistē, 80 % skatās audiovizuālo saturu tiešsaistē un 58 % lejupielādē vai spēlē spēles tiešsaistē), var pamatoti prognozēt šādu palielinājumu tuvākajā nākotnē.

tirgus kopējā apjoma aptuveni 212 miljardi euro ir no preču mazumtirdzniecības. Ja tiks risināts tikai viens no abiem aspektiem, visu digitālā vienotā tirgus potenciālu nevarēs pilnībā atraisīt.

Apspriežoties ar dažādām ieinteresētajām personām, iezīmējās būtiska tendence, ka noteikumiem par digitālo saturu vajadzētu būt, cik iespējams, balstītiem uz noteikumiem par preču pārdošanu, un novirzes ir pamatotas tikai, lai ņemtu vērā digitālā satura īpašo specifiku. Tas arī apliecina, ka ir svarīgi iestāžu procesā apspriest abus noteikumu kopumus vienlaikus.

Šie ir galvenie iemesli, kāpēc priekšlikumi par digitālo saturu un preču pārdošanu tiešsaistē tiek ierosināti reizē un tagad.

... un mēs nodrošināsim tiešsaistes un bezsaistes noteikumu saskaņotību

Ņemot vērā to, ka arvien vairāk pieaug izplatīšanas pa visiem kanāliem modeļa (t. i., pārdošana vienlaikus tiešsaistē un bezsaistē) nozīme, Komisija veiks visus nepieciešamos pasākumus, lai saskaņotu noteikumus par preču pārdošanu tiešsaistē un bezsaistē. Tādējādi tiks nodrošināts, ka patērētāji un uzņēmumi varēs paļauties uz saskaņotu tiesisko regulējumu, ko ir viegli piemērot visā Eiropā.

Normatīvās atbilstības un izpildes programmas (*REFIT*) ietvaros Komisija pārbaudīs spēkā esošos ES tiesību aktus patērētāju aizsardzības jomā. Šī atbilstības pārbaude būs daudz plašāka par pašreizējiem priekšlikumiem un attieksies uz vairākām patērētāju tiesību aizsardzības direktīvām²¹, ieskaitot Patēriņa preču pārdošanas un garantiju direktīvu (kuras noteikumus attiecībā uz pārdošanu tiešsaistē aizstās ar priekšlikumu par precēm).

Plašajā apspriešanās, kas sāka par ierosinātajiem tiesību aktiem, ir identificēti daudzi jautājumi, kas ir svarīgi gan attiecībā uz preču pārdošanu tiešsaistē, gan bezsaistē. Tādējādi liela daļa darba pie problēmu analīzes, kas *REFIT* ietvaros jāveic attiecībā uz Patēriņa preču pārdošanas un garantiju direktīvu, jau ir paveikta, izstrādājot ierosinātos noteikumus par preču pārdošanu tiešsaistē.

Šī analīze tiks papildināta ar datiem, ko iegūs 2016. gadā paredzētajā atbilstības pārbaudes analīzē par Patēriņa preču pārdošanas un garantiju direktīvas piemērošanu preču pārdošanai. Šie dati un līdz ar to arī Normatīvās atbilstības un izpildes programmas rezultāti šajā jomā vēl nav pieejami. Ja Normatīvās atbilstības un izpildes programmas rezultāti apstiprinās pašreizējās analīzes provizoriskos rezultātus, kas varētu liecināt par to, ka ir nepieciešama Komisijas iniciatīva par preču pārdošanu bezsaistē, abi likumdevēji varētu šos secinājumus izmantot darbā, ko tie veic saistībā ar priekšlikumu par preču pārdošanu tiešsaistē, piemēram,

²¹ Direktīvu 93/13/EEK par negodīgiem noteikumiem patērētāju līgumos; Direktīvu 1999/44/EK par dažiem patēriņa preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām; Direktīvu 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem; Direktīvu 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas; Direktīvu 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu; Direktīvu 2009/22/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību.

paplašinot tā darbības jomu. Tomēr rīcība, lai novērstu galvenos šķēršļus, kas kavē pārrobežu tirdzniecību tiešsaistē, ir neatliekama un nenovēršama, — Komisijas mērķis ir nodrošināt tiesisko regulējumu ar saskaņotiem noteikumiem, ko piemērotu pārdošanai tiešsaistē un bezsaistē visā Eiropas Savienībā.

5. NODOMA ĪSTENOŠANA DZĪVĒ

Priekšlikumi par digitāliem līgumiem ir *"vērienīgi likumdošanas pasākumi ar mērķi izveidot savienotu digitālo vienoto tirgu, proti, ... modernizējot un vienkāršojot patērētāju tiesību aizsardzības noteikumus attiecībā uz iepirkšanos tiešsaistē un digitālā vidē"*, kā paziņots Komisijas priekšsēdētāja Žana Kloda Junkera pamatnostādņēs²². Tie ir digitālā vienotā tirgus stratēģijas pirmie rezultāti, kuri pārvērs šīs pamatnostādnes konkrētā politikā. Tie ir pirmie soļi ceļā uz ekonomisko izaugsmi, veidojot uzņēmējdarbībai labvēlīgu vidi un stiprinot patērētāju uzticēšanos patiesam digitālajam vienotajam tirgum. Tagad tas ir abu likumdevēju ziņā — īstenot šo nodomu Eiropas patērētāju un uzņēmumu dzīvē. Komisija turpinās cieši sadarboties ar Eiropas Parlamentu un Padomi, lai tas notiktu.

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