

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

I

(Resoluções, recomendações e pareceres)

RESOLUÇÕES

PARLAMENTO EUROPEU

Realização do mercado interno do comércio electrónico

P7_TA(2010)0320

Resolução do Parlamento Europeu, de 21 de Setembro de 2010, sobre a realização do mercado interno do comércio electrónico (2010/2012(INI))

(2012/C 50 E/01)

O Parlamento Europeu,

- Tendo em conta os acórdãos do Tribunal de Justiça nos casos Google (Processos apensos C-236/08 a C-238/08, acórdão de 23 de Março de 2010) e BergSpechte (Processo C-278/08, acórdão de 25 de Março de 2010), que definem a noção de «utilizador da internet normalmente informado e razoavelmente atento» como sendo o consumidor padrão da internet,
- Tendo em conta a sua resolução de 9 de Março de 2010 sobre a protecção dos consumidores ⁽¹⁾,
- Tendo em conta o relatório anual de 2008 da SOLVIT sobre a evolução e resultados da rede SOLVIT (SEC(2009)0142), o documento de trabalho da Comissão de 8 de Maio de 2008, sobre um plano de acção relativo a uma abordagem integrada da prestação de serviços de assistência no mercado interno aos cidadãos e empresas (SEC(2008)1882), e a resolução do Parlamento de 9 de Março de 2010 sobre a SOLVIT ⁽²⁾,
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 3 de Março de 2010 intitulada «Europa 2020: estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo» (COM(2010)2020),
- Tendo em conta o documento de trabalho da Comissão de 3 de Dezembro de 2009 intitulado «Orientações sobre a implementação/aplicação da Directiva 2005/29/CE relativa às práticas comerciais desleais» (SEC(2009)1666),
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 22 de Outubro de 2009 sobre o comércio electrónico transfronteiras entre empresas e consumidores na UE (COM(2009)0557),
- Tendo em conta o «Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU», um estudo realizado por conta da Comissão Europeia, DG SANCO, pela YouGovPsychonomics e publicado a 20 de Outubro de 2009,

⁽¹⁾ Textos aprovados, P7_TA(2010)0046.

⁽²⁾ Textos aprovados, P7_TA(2010)0047.

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

- Tendo em conta o documento de trabalho da Comissão de 22 de Setembro de 2009 sobre o seguimento nos serviços financeiros a retalho do painel de avaliação dos mercados de consumo (SEC(2009)1251),
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 7 de Julho de 2009 sobre uma metodologia harmonizada para classificar e comunicar queixas e pedidos de informação dos consumidores (COM(2009)0346) e o projecto de recomendação da Comissão que a acompanha (SEC(2009)0949),
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 2 de Julho de 2009 sobre a aplicação do acervo relativo à defesa do consumidor (COM(2009)0330),
- Tendo em conta o relatório da Comissão de 2 de Julho de 2009 sobre a aplicação do Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de Outubro de 2004, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de defesa do consumidor (Regulamento relativo á cooperação no domínio da defesa do consumidor) (COM(2009)0336),
- Tendo em conta o documento de trabalho da Comissão de 5 de Março de 2009 intitulado «Relatório sobre o comércio electrónico transfronteiras na UE» (SEC(2009)0283),
- Tendo em conta a sua resolução de 5 de Fevereiro de 2009 sobre o comércio internacional e a internet ⁽¹⁾,
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 28 de Janeiro de 2009 intitulada «Acompanhamento dos resultados para os consumidores no mercado único: Segunda edição do painel de avaliação dos mercados de consumo» (COM(2009)0025) e o documento de trabalho da Comissão que a acompanha intitulado «Segundo painel de avaliação dos mercados de consumo» (SEC(2009)0076),
- Tendo em conta a sua resolução de 21 de Junho de 2007 sobre a confiança dos consumidores no ambiente digital ⁽²⁾,
- Tendo em conta o n.º 2 do artigo 20.º da Directiva 2006/123/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de Dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno ⁽³⁾,
- Tendo em conta a Directiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 12 de Dezembro de 2006 relativa à publicidade enganosa e comparativa (versão codificada) ⁽⁴⁾,
- Tendo em conta as suas resoluções de 23 de Março de 2006 sobre o direito europeu dos contratos e a revisão do acervo: o caminho a seguir ⁽⁵⁾ e de 7 de Setembro de 2006 sobre o direito europeu dos contratos ⁽⁶⁾,
- Tendo em conta a actual legislação comunitária no domínio da protecção dos consumidores, do comércio electrónico e do desenvolvimento da sociedade da informação,
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão relativa à revisão do quadro regulamentar comunitário das redes e serviços de comunicações electrónicas (COM(2006)0334),
- Tendo em conta o Primeiro Relatório de Aplicação, de 21 de Novembro de 2003, sobre a Directiva sobre comércio electrónico (COM(2003)0702),
- Tendo em conta a Directiva 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 23 de Setembro de 2002 relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores e que altera as Directivas 90/619/CEE do Conselho, 97/7/CE e 98/27/CE ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ JO C 67 E de 18.3.2010, p. 112.

⁽²⁾ JO C 146 E de 12.6.2008, p. 370.

⁽³⁾ JO L 376 de 27.12.2006, p. 36.

⁽⁴⁾ JO L 376 de 27.12.2006, p. 21.

⁽⁵⁾ JO C 292 E de 1.12.2006, p. 109.

⁽⁶⁾ JO C 305 E de 14.12.2006, p. 247.

⁽⁷⁾ JO L 271 de 9.10.2002, p. 16.

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

- Tendo em conta a Lei Modelo da UNCITRAL sobre o comércio electrónico 1996, a Lei Modelo da UNCITRAL sobre a assinatura electrónica de 2001 e a Convenção UNCITRAL sobre a utilização das comunicações electrónicas nos contratos internacionais de 2005 ⁽¹⁾,
 - Tendo em conta o artigo 11.º TFUE, o qual estipula que «as exigências em matéria de protecção do ambiente devem ser integradas na definição e execução das políticas e acções da União, em especial com o objectivo de promover um desenvolvimento sustentável»,
 - Tendo em conta o artigo 12.º TFUE, o qual estipula que «as exigências em matéria de defesa dos consumidores serão tomadas em conta na definição e execução das demais políticas e acções da União»,
 - Tendo em conta o artigo 14.º TFUE e o Protocolo 26 ao mesmo Tratado relativo aos serviços de interesse geral,
 - Tendo em conta o artigo 48.º do seu Regimento,
 - Tendo em conta o relatório da Comissão do Mercado Interno e da Protecção dos Consumidores e os pareceres da Comissão da Indústria, da Investigação e da Energia e da Comissão dos Assuntos Jurídicos (A7-0226/2010),
- A. Considerando que a Europa deveria não só procurar formas de dar continuidade ao desenvolvimento do mercado interno do comércio electrónico, mas também debruçar-se sobre o modo como o comércio electrónico poderá contribuir para o relançamento sustentável do mercado interno,
- B. Considerando que o relatório Mario Monti de 9 de Maio de 2010, intitulado «Uma nova estratégia para o mercado único» assinala que «o mercado único é cada vez menos popular, apesar de ser mais do que nunca necessário»; que o relatório assinala igualmente que o comércio electrónico, juntamente com serviços inovadores e indústrias ecológicas, gera os maiores dividendos de crescimento e emprego para o futuro e representa, por conseguinte, uma nova fronteira do mercado único,
- C. Considerando que o comércio electrónico é uma força vital da Internet e um catalisador importante para a realização dos objectivos da Estratégia UE 2020 no que respeita ao mercado interno; que é importante que todos os interessados cooperem para superar os obstáculos ainda subsistentes,
- D. Considerando que o comércio electrónico facilita e promove o desenvolvimento de novos nichos de mercado para as PME, que, de outro modo, não existiriam,
- E. Considerando que, para libertar o pleno potencial do mercado único da UE, os operadores de comércio electrónico deveriam ser incentivados a promover os seus produtos em todos os Estados-Membros da UE, recorrendo à publicidade directa ou a outras ferramentas de comunicação,
- F. Considerando que o comércio electrónico representa um mercado de importância fulcral para a União Europeia do século XXI e que o mesmo é susceptível de redefinir o mercado interno europeu, contribuir para a economia do conhecimento, conferir valor acrescentado e oportunidades às empresas e aos consumidores europeus neste período de restrição financeira e de surtir um importante impacto positivo no emprego e no crescimento; que o desenvolvimento do comércio electrónico pode melhorar a competitividade da economia da UE no âmbito da Estratégia UE 2020, apresentada pela Comissão, incluindo o desenvolvimento e a promoção de novas formas de empreendedorismo para as pequenas e médias empresas,
- G. Considerando que é crucial lograr o eficaz funcionamento do mercado interno, para atingir os objectivos da agenda de Lisboa de aumento do crescimento, do emprego, da concorrência e da criação de postos de trabalho inclusivos e competitivos para servir o bem-estar dos 500 milhões de consumidores da EU; que o comércio electrónico transfronteiras é portador de benefícios socioeconómicos para os consumidores europeus, nomeadamente um maior conforto e autonomia, o reforço dos seus direitos, uma maior transparência e concorrência, o acesso a uma gama mais vasta de produtos e serviços susceptíveis de serem comparados e um considerável potencial de realização de poupanças,

(1) <http://www.un.or.at/unictral>.

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

- H. Considerando que, durante a recente crise económica, o desenvolvimento da sociedade digital e a conclusão do mercado interno das TIC permitiram que o sector do comércio electrónico continuasse a crescer e a criar emprego, contribuindo para manter as empresas em linha economicamente activas e permitindo aos consumidores tirarem partido de uma maior escolha e melhores preços; que o comércio electrónico transfronteiras comporta inúmeros benefícios para as empresas da UE – nomeadamente para as PME – que podem prestar serviços e produtos inovadores, de elevada qualidade e conviviais para os consumidores no mercado interno europeu do comércio electrónico, reforçando a sua posição e permitindo-lhes continuarem a ser competitivas na economia global,
- I. Considerando que o comércio electrónico permite aos consumidores uma escolha mais ampla, nomeadamente aos cidadãos residentes em zonas menos acessíveis, periféricas ou ultraperiféricas, bem como aos afectados por uma mobilidade reduzida, que, de outra forma, não teriam acesso a um vasto leque de escolha de bens; que o comércio electrónico é portador de benefícios, sobretudo para os cidadãos das regiões rurais, remotas e periféricas, que, de outra forma, podem não ter acesso a uma vasta gama de bens de uma forma tão cómoda e a preços tais,
- J. Considerando que o Segundo Relatório de Aplicação da Directiva relativa ao comércio electrónico já deveria ter sido apresentado em 2005, ou seja, há cinco anos (artigo 21.º da Directiva 2000/31/CE),
- K. Considerando que a Agenda Digital para a Europa fixa objectivos de desempenho razoáveis para a cobertura de alta velocidade e de banda larga ultra-rápida, bem como para a adopção do comércio electrónico,
- L. Considerando que a confiança das empresas e consumidores europeus no ambiente digital é reduzida devido a barreiras desnecessárias ao comércio electrónico, como sejam a fragmentação do mercado da UE, a incerteza dos consumidores quanto à confidencialidade dos dados, à segurança das transacções e aos direitos do consumidor em caso de problemas, e que, em certos aspectos do comércio electrónico, a Europa está atrasada em relação aos Estados Unidos e à Ásia; que a criação de um Mercado Único Digital constitui um factor importante da revitalização do mercado único, uma vez que facilita as transacções para além das fronteiras nacionais num ambiente em linha para todos os consumidores da União Europeia, dado proporcionar aos cidadãos uma mais ampla escolha de produtos e serviços; que, para ultrapassar as barreiras ao comércio electrónico transfronteiras e reforçar a confiança dos consumidores, é essencial realizar um mercado interno digital integrado e atractivo na Europa e estimular os mercados de consumo e a economia em sentido amplo,
- M. Considerando que a Comunicação da Comissão Europeia «Uma agenda digital para a Europa», que reconhece que os consumidores da UE optam frequentemente por fazer transacções com empresas estabelecidas fora da UE, nomeadamente os EUA, factor este que ilustra a necessidade de desenvolver uma política para encorajar um comércio electrónico global, conjuntamente com a necessidade de promover a importância da internacionalização da governação da Internet em conformidade com a Agenda de Tunis; que nem os consumidores, nem as empresas podem colher os frutos de um Mercado Único Digital, já que só uma pequena percentagem dos retalhistas em linha vende os seus produtos ou serviços a outros Estados-Membros e que a maioria destes apenas os vende a um número limitado de Estados-Membros; que é necessário abordar a questão da discriminação do consumidor, incluindo na altura do pagamento, garantindo, para o efeito, a existência das disposições necessárias para fazer e receber pagamentos e entregas; que o comércio electrónico representa actualmente uma parte significativa da economia geral e que as empresas e os consumidores utilizam cada vez mais práticas comerciais em linha e tradicionais em seu máximo benefício,
- N. Considerando que o comércio electrónico é internacional e não pode ser confinado às fronteiras da UE,
- O. Considerando que a Agenda Digital para a Europa fixa objectivos de desempenho razoáveis para a cobertura de alta velocidade e banda larga ultra-rápida e para a adopção do comércio electrónico,
- P. Considerando que a fragmentação de parte do mercado electrónico na UE põe em perigo os direitos estabelecidos no acervo comunitário,
- Q. Considerando que as empresas e consumidores europeus têm pouca certeza jurídica no que respeita ao comércio electrónico transfronteiras, e que uma única transacção electrónica está sujeita a inúmeras disposições legais, que estabelecem requisitos divergentes, o que não proporciona, nem às empresas, nem aos consumidores regras claras e facilmente aplicáveis,

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

- R. Considerando que o mesmo se aplica ao comércio electrónico extra-europeu, já que é frequente os consumidores europeus não diferenciarem entre países europeus e países terceiros ao comprarem e venderem em linha; que é, por conseguinte, necessário envolver também os países terceiros nos esforços de criação de um comércio electrónico mais transparente, fiável e responsável,
- S. Considerando que a crescente dimensão transfronteiras dos mercados de consumo origina novos desafios para as autoridades responsáveis pela aplicação da lei, que se encontram limitadas pelas fronteiras jurisdicionais e pela fragmentação do enquadramento regulamentar,
- T. Considerando que a existência de serviços ilegais em linha obsta seriamente ao desenvolvimento dos mercados legais de certos serviços digitais, nomeadamente no sector da música, dos filmes e, cada vez mais, dos livros e revistas; que a propriedade intelectual desempenha um papel determinante no mundo digital e que, por conseguinte, a sua protecção, nomeadamente na Internet, continua a ser um grande desafio,
- U. Considerando que os utilizadores do comércio electrónico têm direito a compensação quando afectados por práticas ilegais, mas que, na prática, enfrentam barreiras substanciais para levarem esses casos a tribunal, em virtude do desconhecimento da legislação aplicável nos diferentes Estados-Membros, de procedimentos morosos e complexos, dos riscos relacionados com os litígios, nomeadamente nos processos transfronteiras, e dos elevados custos,
- V. Considerando que a aplicação do direito fundamental à vida privada e à protecção dos dados pessoais constitui uma importante condição para o comércio electrónico,
- W. Considerando que, apesar do potencial de alternativas de resolução de litígios, esses sistemas só são regularmente utilizados por 5 % dos retalhistas, sendo que 40 % dos retalhistas desconhecem as possibilidades de utilização desses instrumentos,
- X. Considerando que a uniformização dos mais essenciais direitos dos consumidores, bem como dos custos postais e bancários, imposições de direitos de autor, procedimentos de IVA e práticas de protecção de dados constituiria um grande passo no sentido da criação de um mercado único genuíno para as empresas e os consumidores, salienta que os Estados-Membros devem manter as suas competências em matéria de procedimentos de IVA,
- Y. Considerando ser necessária a simplificação e clarificação dos diversos regimes de direitos de autor nos Estados-Membros, para que os fornecedores de bens e serviços em linha possam torná-los acessíveis aos consumidores de diferentes Estados-Membros; que esta revisão dos regimes de direitos de autor aumentaria a certeza jurídica dos fornecedores de bens e serviços em linha ao colocá-los à disposição dos consumidores; que é essencial assegurar um elevado nível de protecção do consumidor para promover a sua confiança nos bens e serviços em linha, garantindo que o mercado em linha respeite as práticas comerciais; que continua a subsistir uma série de sérias barreiras estruturais e regulamentares ao pleno funcionamento do mercado interno europeu do comércio electrónico, nomeadamente a fragmentação, a nível nacional, das normas de protecção dos consumidores e da regulamentação em matéria de IVA, bem como das taxas de reciclagem e impostos, e a utilização abusiva das normas que regem os acordos de distribuição exclusiva e selectiva,
- Z. Considerando que o acesso a serviços postais economicamente acessíveis, fiáveis e de grande qualidade na União Europeia constitui uma prioridade do ponto de vista da realização de um mercado interno do comércio electrónico eficaz; que os actuais acordos verticais de distribuição são frequentemente usados para evitar ou restringir as vendas em linha, negando, assim, o acesso dos retalhistas a mercados mais vastos e o direito dos consumidores a uma escolha mais vasta e melhores preços, o que cria entraves à expansão do comércio; que o comércio electrónico transfronteiras entre empresas é susceptível de promover a competitividade das empresas europeias, ao permitir-lhes abastecer-se facilmente de componentes, serviços e «know-how» em todo o mercado interno (criando também novas economias de escala) e representa também uma oportunidade para as empresas, nomeadamente as PME, internacionalizarem a sua clientela, sem terem de investir na presença física num outro Estado-Membro;
- AA. Considerando que o comércio electrónico encoraja o desenvolvimento de um mercado único ecológico através da utilização de tecnologias, normas, marcas, produtos e serviços ambientais e com baixas emissões de carbono,
- AB. Considerando que cumpre reforçar a protecção jurídica e a confiança dos compradores no comércio electrónico, mas que importa não esquecer que os vendedores e empresários necessitam igualmente de protecção jurídica,

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

- AC. Considerando que a flexibilidade dos mercados é a forma mais eficaz de incentivar o crescimento, exorta as Instituições europeias a garantirem a maior flexibilidade possível dos mercados em linha, por forma a permitir uma maior actividade e expansão neste sector; que um Mercado Único Digital só poderá ser concluído se a importante legislação respeitante ao mercado único, incluindo a Directiva relativa aos serviços, for correctamente implementada em todos os Estados-Membros da UE; que é essencial garantir a certeza jurídica e a transparência no processo de compensação de direitos, quando um retalhista do comércio electrónico coloque conteúdos protegidos por direitos de autor num sítio Internet; que, embora a Internet seja o canal retalhista que regista a expansão mais rápida e o comércio electrónico acuse um aumento constante a nível nacional, a discrepância entre comércio electrónico nacional e transfronteiras está a alargar na UE, e que os consumidores europeus enfrentam, em alguns Estados-Membros, restrições nas suas escolhas devido a factores de ordem geográfica, técnica e de organização,
- AD. Considerando que o «Painel do Mercado do Consumo» da Comissão constitui uma boa ferramenta de monitorização da situação do comércio electrónico transfronteiriço na UE, ao indicar em que medida os consumidores podem explorar bens e serviços no mercado único,
- AE. Considerando que a consecução do objectivo fixado de desenvolvimento dos serviços de banda larga da Internet nos Estados-Membros da UE até 2013 é essencial para facultar aos consumidores e às empresas o acesso à economia digital,

Introdução

1. Acolhe favoravelmente a Comunicação da Comissão de 22 de Outubro de 2009 sobre o comércio electrónico transfronteiras entre empresas e consumidores na UE;
2. Acolhe favoravelmente a Comunicação da Comissão, de 19 de Maio de 2010, sobre «Uma agenda digital para a Europa», que estabelece a estratégia da Comissão no sentido de, nomeadamente, tornar as transacções em linha mais simples e capazes de gerar confiança na tecnologia digital;
3. Convida a Comissão Europeia a dar resposta à urgência referida no relatório Monti «Uma nova estratégia para o mercado único», que conclui que, enquanto instrumento vital para o futuro do mercado interno, importa que a UE acometa com urgência os obstáculos ainda subsistentes à criação de um mercado retalhista pan-europeu em linha até 2012;
4. Acolhe favoravelmente a Estratégia UE 2020 de promoção de uma economia baseada no conhecimento e incentiva a Comissão a tomar medidas imediatas visando o aumento da velocidade dos serviços de banda larga, bem como uma maior racionalização dos custos desses serviços em toda a União, no sentido de lograr mais adequadamente a realização de um mercado único do comércio electrónico;
5. Exorta a Comissão a harmonizar as principais definições neste domínio num prazo razoável, reconhecendo, simultaneamente, o difícil trabalho já realizado em domínios relevantes para o comércio electrónico;
6. Assinala que a conclusão do mercado único do comércio electrónico exige uma abordagem transversal por parte da Comissão, que envolva uma efectiva coordenação entre Direcções-Gerais; acolhe, por conseguinte, favoravelmente o compromisso recentemente assumido pela Comissão (no seu relatório sobre a Agenda Digital para a Europa) no sentido de instituir um Grupo de Comissários incumbido de assegurar uma política comum eficaz;
7. Assinala que o comércio electrónico deve ser visto como uma ferramenta adicional para o aumento da competitividade das PME, não como um objectivo em si;
8. Salaria a importância da plena utilização do potencial do comércio electrónico para tornar a UE mais competitiva a nível mundial;
9. Convida a Comissão a ponderar com urgência a promoção de um mercado único digital eficiente de bens e serviços, a fim de beneficiar do seu enorme e inexplorado potencial de crescimento e emprego;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

10. Sublinha a necessidade de uma política activa que permita aos cidadãos e empresas beneficiarem integralmente do mercado interno, que ofereça bens de boa qualidade e serviços a preços competitivos; considera-o tanto mais essencial na actual crise económica como meio de combater as crescentes desigualdades e de proteger os consumidores vulneráveis, periféricos ou com menor mobilidade, os grupos de baixos rendimentos e as pequenas e médias empresas que demonstram uma grande apetência para aderir ao comércio electrónico;

Contrariar a fragmentação do mercado interno em linha

11. Exorta a uma melhor aproximação das informações pré-contratuais no sector do comércio electrónico, visando um elevado nível de protecção dos consumidores e na medida em que esta harmonização possa ser adaptada, a fim de garantir uma maior transparência e confiança entre consumidores e vendedores, mantendo, simultaneamente, uma abordagem de harmonização mínima dos contratos em sectores específicos;

12. Recorda a existência de diferenças importantes nas regras e práticas dos comerciantes à distância quanto às garantias e responsabilidades que propõem no interior e além das suas fronteiras nacionais e o interesse que para eles representaria uma harmonização; solicita um estudo de análise de impacto exaustivo sobre as consequências, para o comércio electrónico, de qualquer harmonização das regras em matéria de garantia legal de conformidade com a legislação nacional em vigor;

13. Apela à uniformização de regras e práticas para permitir aos comerciantes à distância irem para além das suas fronteiras nacionais nas garantias e responsabilidades que oferecem;

14. Encoraja o desenvolvimento de uma modalidade apropriada, eficiente, segura e inovadora de pagamentos em linha, que dê ao consumidor liberdade e possibilidade de escolha na forma de pagamento, que não imponha taxas dissuasivas ou limitem esta escolha e que assegure a protecção dos dados do consumidor;

15. Destaca a importância de reforçar a confiança nos sistemas de pagamento transfronteiras na Internet (por exemplo, cartões de crédito e de débito e porta-moedas electrónicos) através da promoção de um vasto leque de métodos de pagamento, do reforço da interoperabilidade e da adopção de normas comuns, da supressão de entraves técnicos, de apoio às tecnologias mais seguras para as transacções electrónicas, de harmonização e reforço da legislação em matéria de respeito da vida privada e de segurança, de combate a actividades fraudulentas e de informação e sensibilização do público;

16. Exorta a Comissão a apresentar uma proposta que permita criar um instrumento financeiro europeu para os cartões de crédito e de débito, a fim de facilitar o processamento em linha das transacções com cartões;

17. Reafirma a importância do comércio electrónico transfronteiras entre empresas por constituir um meio de as empresas europeias, nomeadamente as PME, logrem crescimento e maior competitividade e criarem mais produtos e serviços inovadores; exorta a Comissão e os Estados-Membros a criarem um quadro regulamentar e legal sólido e seguro para dar às empresas as garantias de que necessitam para levarem a cabo de forma confiante transacções de comércio electrónico entre empresas a nível transfronteiras;

18. Acolhe favoravelmente a proposta da Comissão relativa à promoção do comércio electrónico e exorta o Conselho a alcançar rapidamente um acordo com o Parlamento; solicita à Comissão e aos Estados-Membros que proponham medidas e alcancem acordos, tendo, respectivamente, em vista simplificar e agilizar as obrigações de declaração de IVA para o comércio electrónico transfronteiras, bem como simplificar os procedimentos de registo no âmbito do IVA;

19. Congratula-se com a proposta da Comissão relativa à simplificação das obrigações de declaração do Imposto sobre o Valor acrescentado (IVA) e a uma «factura simplificada» para a venda à distância e destaca que, no domínio da legislação fiscal, incluindo o IVA, o princípio da subsidiariedade deve ser respeitado;

20. Exorta a Comissão a disponibilizar um sistema integrado de cobrança do IVA para incentivar as PME a praticarem o comércio transfronteiras com menores custos administrativos;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

21. Salaria a necessidade de clarificar o impacto do pacote do IVA nos serviços postais transfronteiras, a fim de precaver incertezas jurídicas e aumentos de preços; entende que a isenção de IVA para os serviços postais universais, de acordo com a Directiva «IVA» da EU, não deve ser afectada por uma nova regra fiscal, determinada pelo lugar do fornecimento dos serviços;
22. Exorta a Comissão a efectuar uma avaliação de impacto sobre a criação ou designação de uma autoridade nacional habilitada a tratar pedidos de registo para comércio electrónico transfronteiras em linha de empresas ou empresários dos respectivos Estados-Membros e de uma autoridade europeia que possa estabelecer um elo entre as autoridades nacionais, por forma a viabilizar a rápida conclusão do mercado interno;
23. Sublinha a necessidade de simplificar e disseminar medidas sobre os resíduos eléctricos e electrónicos, a gestão transfronteiras das imposições de direitos de autor sobre suportes virgens de comunicação e de registo, visando o licenciamento de conteúdos à escala da UE, e de regras UE sobre as encomendas electrónicas transfronteiras («e-encomendas») para as vendas à distância;
24. Apoia a simplificação do actual regime de direitos de autor, o qual coloca entraves significativos aos consumidores e ao funcionamento do Mercado Único;
25. Convida a Comissão a apresentar medidas de apoio à iniciativa «e-factura», a fim de assegurar a utilização de facturas electrónicas em toda a Europa até 2020;
26. Propõe a criação de um regime de «balcão único» europeu, que permita encontrar soluções transfronteiras para a gestão administrativa das diferentes regras e normas dos Estados-Membros, como a declaração e o pagamento de IVA ou outras taxas aplicáveis;
27. Convida a Comissão a explorar as opções de promoção da acessibilidade aos conteúdos criativos na Internet, como a música e as obras audiovisuais, e de resposta à procura, por parte dos cidadãos, de serviços transfronteiras conviviais para o consumidor;
28. Solicita aos Estados-Membros e à Comissão que integrem melhor os centros do mercado único incorporando a rede SOLVIT, os balcões únicos (como exigido pela Directiva «Serviços»), os centros de produto (previstos no Regulamento «Reconhecimento Mútuo»), e outras informações, nomeadamente os requisitos legais impostos às empresas para venderem os seus produtos para além fronteiras e através da Internet; salienta que o funcionamento deste «balcão único» é essencial para a realização do mercado único do comércio electrónico;
29. Recorda à Comissão que continuam a subsistir lacunas no quadro jurídico dos serviços em linha e exorta a Comissão a apresentar propostas legislativas específicas para reforçar o acesso do consumidor aos produtos e aos serviços negociados em linha, bem como a sua confiança nos mesmos, e oferecer-lhe uma abordagem simples baseada num balcão único;
30. Destaca a importância da simplificação das normas transfronteiras e da redução dos custos de conformidade para os retalhistas e para os empresários, encontrando soluções práticas para questões como a declaração e facturação do IVA, os resíduos electrónicos e as taxas de reciclagem, os direitos de autor, a protecção dos consumidores, a rotulagem e as normas sectoriais específicas; exorta, para o efeito, à criação de regimes de «balcão único» e à promoção de soluções transfronteiras de administração em linha, como a facturação e a adjudicação de contratos de direito público por via electrónica;
31. Lamenta que a Directiva «Serviços» ainda não tenha sido plenamente transposta em alguns Estados-Membros; exorta a Comissão e os Estados-Membros a porem termo à discriminação dos consumidores em razão do endereço electrónico ou da residência, assegurando a efectiva implementação do n.º 2 do artigo 20.º da Directiva «Serviços», bem como a correcta aplicação, pelas autoridades nacionais e pelos tribunais, das disposições nacionais de execução desta regra de não discriminação nos ordenamentos jurídicos dos Estados-Membros;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

32. Destaca a importância da livre circulação de bens e serviços para o ulterior desenvolvimento do comércio electrónico, com particular ênfase no princípio da não discriminação no âmbito do mercado interno com base na nacionalidade ou no local de residência do beneficiário; reitera o facto de este princípio da não discriminação ser incompatível com a imposição de requisitos legais e administrativos adicionais aos nacionais de outros Estados-Membros que procuram beneficiar de um serviço ou de condições mais favoráveis ao nível dos preços; insta, por conseguinte, a Comissão a actuar, com base no disposto do n.º 2 do artigo 20.º da Directiva «Serviços», contra tal discriminação;

33. Frisa a importância de eliminar a discriminação dos consumidores em linha e do seu país de origem em linha, através de disposições que permitam o pagamento em linha a partir de qualquer um dos 27 Estados-Membros da UE, incluindo a possibilidade de os consumidores poderem escolher entre diferentes meios de pagamento em linha;

34. Exorta a uma abordagem política integrada a respeito da conclusão do mercado único dos transportes, que abranja todos os modos (incluindo a cabotagem rodoviária, transporte ferroviário de mercadorias), bem como da legislação ambiental, a fim de precaver ineficiências na cadeia de abastecimento ou aumentos desnecessários do custo para os vendedores à distância e clientes do comércio electrónico;

35. Entende que a reforma do sector postal e a promoção da interoperabilidade e da cooperação entre serviços e sistemas postais poderá surtir um impacto significativo no desenvolvimento do comércio electrónico transfronteiras, o que requer uma distribuição e localização de produtos de forma não onerosa e eficaz; destaca, por conseguinte, a necessidade de rápida aplicação da Terceira Directiva Postal (Directiva 2008/6/CE);

Completar o mercado interno através do comércio electrónico

36. Defende que sejam tomadas medidas, a fim de contribuir para um aumento do número de utilizadores da internet e a melhoria da qualidade, do preço e da velocidade da rede nos países e regiões na União que não dispõem de uma conexão de boa qualidade, assegurando o acesso à banda larga em toda a UE até 2013; salienta a necessidade de desenvolver a disponibilidade, para cada cidadão, do acesso à banda larga, e frisa que, nas zonas rurais, remotas ou periféricas, o acesso a uma ligação Internet rápida deve também ser possível, votando particular atenção aos consumidores e empresários que vivem nas zonas insulares ou de montanha, em que, para além de um acesso mais restrito à Internet, as taxas postais são muito elevadas e muito longos os prazos de entrega das mercadorias compradas ou vendidas;

37. Constata ser essencial, no contexto da revisão da Directiva relativa ao Serviço Universal, generalizar prioritariamente o acesso em banda larga rápido e acessível do ponto de vista financeiro, para o desenvolvimento do comércio electrónico, na medida em que a falta de acesso à Internet continua a constituir um dos mais importantes entraves à utilização do comércio electrónico pelos cidadãos europeus;

38. Apoia os objectivos fixados pela Comissão para a banda larga, nomeadamente, fazer chegar a banda larga básica a todos os cidadãos da UE até 2013, viabilizar o acesso de todos os cidadãos à banda larga a débitos de, no mínimo, 30 Mbps, até 2020, tendo metade dos cidadãos da EU acesso à banda larga com débitos de 100 Mbps, e exorta à tomada de medidas concretas que garantam a consecução destes objectivos; realça a necessidade de implementar medidas específicas de protecção das crianças e dos jovens, nomeadamente através do desenvolvimento de sistemas de verificação da idade e de proibição de práticas de comercialização em linha que tenham um impacto negativo no comportamento das crianças;

39. Exorta a Comissão a dar início à formulação de normas europeias que facilitem o comércio electrónico transfronteiras, permitam ultrapassar as variações entre a legislação em vigor nos diversos Estados-Membros e remover a obrigação, numa rede de distribuição selectiva, de ter um ponto de venda físico, antes de vender em linha, sempre que se demonstre que tal obrigação não é justificada pela natureza do contrato de bens e serviços vendidos, de forma a que tanto os consumidores como as pequenas e médias empresas possam explorar plenamente o potencial do mercado interno no ambiente electrónico; manifesta apreensão no tocante à decisão da Comissão relativa à obrigação de possuir um ponto de venda físico para poder efectuar vendas em linha, na medida em que este requisito obsta radicalmente às vendas em linha;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

40. Considera que as plataformas em linha desempenharam um papel importante na promoção do comércio electrónico (nomeadamente transfronteiriço) na Europa, permitindo o acesso ao mercado a centenas de milhar de PME e propiciando aos consumidores uma maior escolha, e que estas plataformas apresentaram simultaneamente muitos exemplos de boas práticas para reforçar a confiança e a informação transparente sobre direitos e obrigações e, quando necessário, para facilitar a resolução de litígios entre as partes numa transacção em linha; exorta à criação de plataformas em linha, para fornecer os seus bens e serviços a todos os consumidores europeus, sem qualquer discriminação territorial em razão dos Estados-Membros;
41. Salaria a importância, para a interoperacionalidade do comércio electrónico, de um formato aberto para o intercâmbio de documentos e convida a Comissão a tomar medidas concretas para apoiar a sua criação e difusão;
42. Sublinha a importância de uma melhor orientação e de um melhor acesso ao financiamento por parte das PME, a fim de as ajudar a desenvolver uma dimensão de comércio electrónico a par das suas instalações de comércio tradicional;
43. Salaria a importância de um acesso aberto e neutro a uma ligação Internet de alta velocidade, sem o que o comércio electrónico seria impossível;
44. Realça que a conclusão do mercado único do comércio electrónico não deve ficar limitada a medidas e controlos legislativos, devendo, antes, ser também acompanhada do reforço de outras áreas da Internet, designadamente as áreas do governo em linha (e-Government) e da aprendizagem em linha (e-Learning);
45. Sublinha a necessidade de monitorizar a aplicação das regras recentemente adoptadas no Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão de 20 de Abril de 2010 sobre a distribuição exclusiva e selectiva baseada na informação de mercado pelas partes interessadas e autoridades nacionais da concorrência e, quando necessário, rever tais regras, a fim de reduzir os obstáculos às vendas em linha; convida a Comissão a apresentar propostas para a resolução destes problemas até ao final de 2011;
46. Convida a Comissão a reforçar a privacidade dos consumidores e a garantir que todos os dados relativos aos consumidores, incluindo os dados relativos à compra e consulta de produtos, estejam disponíveis a pedido dos consumidores e sejam mantidos pelos fornecedores durante um período de tempo aceite ao abrigo da legislação da UE;
47. Convida ainda a Comissão a diligenciar no sentido da criação de regras e normas para evitar que a não interoperabilidade do suporte lógico em sítios comerciais ou redes de contactos sociais impeça os consumidores de modificar as suas opções de compra;
48. Salaria a importância das assinaturas electrónicas e da infra-estrutura pública de chave privada (PKI) para a segurança dos serviços de governo electrónicos pan-europeus e insta a Comissão a criar um portal para as autoridades de validação europeias, a fim de assegurar a interoperabilidade transfronteiras das assinaturas electrónicas;
49. Exorta a Comissão e os Estados-Membros, tendo em conta a importância de que se reveste a realização de todo o potencial do mercado interno, a assegurarem que, até 2015, pelo menos 50 % de todos os concursos públicos sejam conduzidos electronicamente, em conformidade com o estabelecido no Plano de Acção decidido na Conferência Ministerial sobre «administração em linha», realizada em Manchester, em 2005;
50. Considera que o comércio móvel («m-commerce») poderá representar uma parte significativa do comércio electrónico, na medida em que é acessível a milhões de cidadãos europeus que utilizam telefones portáteis, mas não dispõem de computadores pessoais, o que poderá contribuir para a convergência da Internet e das tecnologias móveis e para consolidar a liderança da UE no domínio das comunicações móveis;
51. Entende que é necessário apoiar o desenvolvimento de especificações e de normas técnicas e operacionais comuns e abertas (para a compatibilidade, a interoperabilidade, a acessibilidade, a segurança, a logística, a entrega, etc.), o que facilitará o comércio electrónico transfronteiras, protegendo os consumidores, especialmente os utilizadores informáticos pouco experientes ou vulneráveis, e quebrando as barreiras operacionais, técnicas, culturais e linguísticas que se erguem entre os vários Estados-Membros;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

52. Reconhece os desafios jurídicos particulares ligados ao desenvolvimento de um mercado interno do comércio móvel (capaz de salvaguardar os direitos dos consumidores, a privacidade e a protecção dos consumidores menores; exorta a Comissão a examinar circunstanciadamente esta questão;
53. Realça a necessidade de tornar a cadeia de fornecimento de comércio electrónico mais transparente, de modo a que o consumidor conheça sempre a identidade do fornecedor, bem como a sua designação comercial, o endereço geográfico, os dados de contacto e o número fiscal de contribuinte, e saiba se o fornecedor é um intermediário ou um fornecedor final, o que é especialmente importante no contexto dos leilões em linha;
54. Convida a Comissão a estabelecer, a nível da UE, uma série de normas claras aplicáveis ao comércio electrónico transfronteiras em linha, como, por exemplo, a obrigação de os comerciantes fornecerem aos seus próprios clientes e às autoridades públicas um acesso simples, directo, permanente e sem encargos às informações relativas ao nome e ao número de registo do comerciante ou do fornecedor de serviços, aos preços dos bens e serviços oferecidos e a quaisquer custos adicionais de entrega a adicionar eventualmente à factura;
55. Apela à Comissão para que estabeleça a exigência, para os empresários que voluntariamente utilizem contratos-tipo e termos e condições comerciais gerais normalizadas, de realçar as disposições que divirjam dessas regras normalizadas;
56. Considera que as regras que regem os contratos à distância devem cobrir igualmente os contratos celebrados entre consumidores e comerciantes profissionais nos leilões em linha e convida a Comissão a examinar e avaliar melhor as normas que regem os aspectos específicos dos contratos à distância relativos a serviços turísticos (bilhetes de avião, reservas de hotel, aluguer de viaturas, serviços de lazer, etc.) encomendados individualmente pela internet, sobretudo para aumentar a responsabilidade dos leilões em linha, a fim de mais bem proteger os direitos dos consumidores;
57. Solicita à Comissão que clarifique as regras sobre a oferta (directa ou indirecta) de serviços que utilizem a internet noutros Estados-Membros;

Reforçar a protecção jurídica dos utilizadores no comércio electrónico transfronteiras

58. Defende a introdução do requisito de que seja efectuada uma auditoria externa a certos tipos específicos de serviços electrónicos em que existe uma maior necessidade de assegurar que os serviços sejam completamente seguros, para proteger informações e dados pessoais (no caso, por exemplo, da actividade bancária na internet);
59. Sublinha que os utilizadores (consumidores e vendedores) necessitam de ter segurança jurídica ao operarem em linha, saudando a sugestão da Comissão Europeia na Comunicação «Uma Agenda Digital para a Europa» de actualizar certas disposições relativas à responsabilidade limitada dos serviços da sociedade de informação, acompanhando o progresso tecnológico, no âmbito da Directiva relativa ao comércio electrónico (cf. Comunicação, nota de rodapé n.º 13);
60. Insta a Comissão a tomar medidas tendentes a criar segurança jurídica e combater a grave fragmentação existente no que diz respeito ao processo de compensação de direitos e à multiplicidade de jurisdições dos Estados-Membros no tocante à colocação de conteúdos «media» nos sítios da rede;
61. Entende que deve ser dada prioridade à supressão das barreiras administrativas e regulamentares ao comércio electrónico transfronteiras até 2013 através da introdução de uma série uniforme de normas aplicáveis aos consumidores e empresas nos 27 Estados-Membros, o que permitirá criar um ambiente digital favorável, garantir certeza jurídica às empresas e aos consumidores, simplificar os procedimentos, reduzir os custos de conformidade, contribuir para reduzir a concorrência desleal e promover o potencial do comércio electrónico na UE; considera, para este efeito, que a interpretação e aplicação uniformes de instrumentos legislativos como a Directiva relativa aos direitos do consumidor, a Directiva relativa ao comércio electrónico (2000/31/CE), o n.º 2 do artigo 20.º da Directiva «Serviços» (2006/123/CE) e a Directiva relativa a práticas comerciais desleais (2005/29/CE) podem assumir importância fulcral; convida, assim, a Comissão a prosseguir a sua avaliação em curso do acervo comunitário aplicável ao mercado único digital e a propor uma acção legislativa específica que vise os principais entraves;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

62. Considera que é crucial melhorar a vigilância dos mercados, a transparência das regras e os mecanismos de aplicação, a fim de encorajar a confiança dos utilizadores, dado que as despesas de consumo serão um importante factor na recuperação económica; é de opinião que devem ser atribuídos mais recursos às autoridades públicas para investigar e pôr termo às práticas comerciais ilegais; apela à Comissão para que crie um sistema de alerta precoce europeu, incluindo uma base de dados, para combater actividades fraudulentas no mercado digital; solicita à Comissão que actualize o RAPEX (sistema de alerta rápido), conforme necessário; sublinha que estas iniciativas devem respeitar as normas de protecção dos dados;
63. Solicita às autoridades públicas que actuem rapidamente contra sítios desonestos, prestando uma maior atenção aos direitos do consumidor, nomeadamente adoptando medidas com vista à criação de rótulos para os sítios da rede seguros e garantindo que as empresas que prestam serviços de publicidade patrocinada não promovam sítios ilegais;
64. Considera que é possível cimentar a confiança do consumidor através de normas e códigos de conduta que permitam aos fornecedores de serviços em linha manterem-se a par da rápida evolução tecnológica;
65. Sublinha que o reconhecimento e a identificação em linha devem respeitar integralmente as regras de protecção dos dados pessoais;
66. Assinala a necessidade de assegurar uma interpretação coerente das normas da UE que regem a privacidade dos dados pessoais, para garantir uma maior protecção dos mesmos e promover a confiança do consumidor nos sistemas de pagamento em linha;
67. Considera que a melhoria dos sistemas de protecção do consumidor em toda a UE pode garantir a confiança do consumidor nas transacções transfronteiras em linha, incluindo a protecção contra a fraude relativa aos cartões de crédito;
68. Solicita à Comissão que vele por que, no domínio do comércio electrónico, a aplicação coerente da legislação em matéria de direitos de autor não seja contornada;
69. Considera que importa encorajar a pesquisa e a publicidade transfronteiras na Internet, por forma a que consumidores e comerciantes sejam informados de forma mais adequada e possam facilmente efectuar comparações e identificar as ofertas; manifesta, neste contexto, a sua apreensão em relação às eventuais distorções da concorrência, que os consumidores e os empresários poderão sentir em alguns Estados-Membros da UE; exorta a Comissão, em cooperação com a indústria, a fazer face às deficiências das plataformas de busca e de publicidade na Internet e a encorajar a sua operação transfronteiras, por exemplo, mediante a promoção dos domínios «.eu»;
70. Exorta a Comissão a garantir, mediante vigilância, que a coerente aplicação do direito em matéria de propriedade intelectual não seja contornada no âmbito do comércio electrónico;
71. Exorta a Comissão a tomar a iniciativa e a proceder urgentemente a uma avaliação de impacto, a fim de decidir qual o método mais adequado de gestão dos direitos de autor, incluindo a possibilidade de cobrança dos direitos no momento e no local em que o produto é pela primeira vez colocado no mercado na União Europeia, dado que as partes interessadas são incapazes de chegar a acordo;
72. Partilha a opinião da Comissão segundo a qual os procedimentos alternativos de resolução de litígios (PARL), como a mediação e a arbitragem ou as transacções extrajudiciais, podem ser uma opção conveniente e atraente para os consumidores; regista que alguns operadores privados, como as plataformas em linha, estabeleceram iniciativas bem sucedidas para impulsionar a confiança dos consumidores, usando instrumentos internos de resolução de litígios; insta os Estados-Membros a encorajarem o desenvolvimento de PARL para melhorar o nível de protecção dos consumidores e otimizar a observância da legislação; relembra as experiências positivas da SOLVIT e da rede de Centros Europeus de Consumidores; apela à criação de um sistema europeu electrónico de informação do consumidor que ofereça orientações e informações detalhadas sobre os direitos e obrigações no mercado digital, salienta, porém, que esses mecanismos devem complementar, e não substituir, os meios judiciais ou administrativos;
73. Regista a importância de que se reveste a melhoria do actual baixo nível de confiança dos consumidores nas transacções transfronteiras mediante o reforço da aplicação das normas em vigor em matéria de comércio electrónico e transfronteiras, da atribuição de uma maior autonomia às autoridades de protecção dos consumidores, da promoção da cooperação entre autoridades públicas e da criação de mecanismos eficazes, a nível da UE, de controlo e auditoria do mercado, tratamento de queixas e resolução de litígios;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

74. Incentiva a utilização de mecanismos alternativos de resolução de litígios, com a opção de recurso aos mesmos através de um processo em linha, acessível de imediato, através do portal europeu «Justiça electrónica», logo que este esteja disponível;
75. Realça a necessidade de desenvolver e normalizar as regras que oferecem um elevado nível de protecção legal aos menores, e encoraja o lançamento de campanhas de informação e formação destinadas aos pais, professores e responsáveis, a fim de os consciencializar da sua responsabilidade na educação das crianças quanto aos riscos da utilização do comércio electrónico e da importância da vigilância no respeitante à utilização da Internet pelas crianças;
76. Convida a Comissão e os Estados-Membros a tomarem rapidamente medidas de combate aos serviços em linha ilegais, que não respeitam as normas em matéria de protecção do consumidor, protecção dos menores, direitos de autor, impostos e muitas outras regulamentações aplicáveis;
77. Realça que é necessário tomar providências para evitar os riscos decorrentes de ofertas de produtos ilegais na Internet, nomeadamente medicamentos e produtos sanitários objecto de contrafacção, através da promoção de literacia em matéria de saúde e da utilização de sítios Internet específicos do domínio «.eu», para chamar a atenção para informação enganosa;
78. Incita a Comissão a apresentar uma proposta a fim de apurar as acções ou sanções adequadas no que respeita ao comércio electrónico de bens e medicamentos falsificados, incluindo rótulos para os sítios da rede seguros, tais como sistemas de certificação das farmácias autorizadas;
79. Sublinha a necessidade de uma formação e educação adequada dos funcionários públicos e das autoridades judiciais no que respeita às regras de protecção dos consumidores da UE;

Uma estratégia de confiança electrónica para aumentar a confiança dos utilizadores do comércio electrónico

80. Requer a elaboração de um instrumento jurídico único que faça uma compilação dos diferentes textos em vigor a fim de tornar mais claras as regras aplicáveis ao comércio electrónico; acolhe favoravelmente a proposta da Comissão de uma Directiva relativa aos direitos dos consumidores e exorta, quando relevante, a um nível apropriado de harmonização de determinados aspectos do direito contratual aplicável aos consumidores, especialmente em matéria de tratamento de certos tipos de reclamação ao abrigo da garantia; considera que tal deverá incluir outras directivas, como as referentes à venda à distância de serviços financeiros e ao comércio electrónico;
81. Solicita à Comissão que avalie se a criação de um portal para o comércio electrónico, supervisionado pela Comissão e associando as partes interessadas e os Estados-Membros, poderia prestar um melhor contributo para a difusão das melhores práticas e informações e, por conseguinte, reforçar a confiança dos consumidores e aumentar o comércio electrónico transfronteiras;
82. Convida a Comissão Europeia a prosseguir estudos sobre as razões determinantes da rejeição do comércio electrónico por parte dos consumidores, com vista a elaborar directrizes eficazes para uma legislação adequada, e sugere a criação de um «Scoreboard» dedicado em exclusivo ao comércio electrónico, com a finalidade de obter um quadro comportamental do consumidor de comércio em linha e conhecer os factores que afectam e determinam as suas escolhas;
83. Reconhece que os cidadãos se absterão de interagir, manifestar livremente as suas opiniões e efectuar transacções, se não tiverem confiança suficiente no enquadramento jurídico do novo espaço digital; entende que a garantia e execução dos direitos fundamentais neste contexto é condição essencial para conquistar a confiança dos cidadãos e que a garantia da protecção dos direitos de propriedade intelectual (DPI) e dos restantes direitos é uma condição essencial para a confiança das empresas;
84. Exorta a Comissão a eliminar a obrigação de possuir um ponto de venda físico como condição para efectuar vendas em linha, na medida em que esta obrigação obsta radicalmente às vendas em linha;
85. Destaca a importância, para o ulterior desenvolvimento do comércio electrónico transfronteiras, de definir um quadro coerente a nível da EU, nos limites do acervo comunitário, para a protecção e aplicação dos direitos de propriedade intelectual, de intensificar a luta contra as mercadorias ilegais e objecto de contrafacção e de promover a sensibilização dos consumidores europeus para estas questões;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

86. Assinala a necessidade de adoptar legislação aplicável a todas as transacções electrónicas, elemento essencial para a protecção dos direitos dos utilizadores de serviços de comércio electrónico;
87. Exorta ao desenvolvimento, no quadro dos programas-quadro de investigação, de projectos de investigação inovadores destinados a promover e a harmonizar o mercado do comércio electrónico da UE mediante o reforço da confiança e autonomia dos consumidores e do alargamento do seu leque de escolhas num ambiente digital;
88. Exorta a uma eficaz supervisão da evolução jurídica, técnica e económica no comércio electrónico e destaca a necessidade de uma avaliação de impacto de todas as decisões que afectam o mercado interno digital e a sociedade da informação; considera que, para este fim, um «painel de avaliação do comércio electrónico» para a avaliação do ambiente do mercado digital europeu em linha constituiria um importante instrumento;
89. Está convicto de que a confiança dos consumidores pode ser desenvolvida mediante a remoção de obstáculos ao comércio electrónico transfronteiras, preservando simultaneamente o nível mais elevado de defesa do consumidor, e de que esta pode ser aumentada através de autoridades ou marcas de confiança europeias, que garantam a fiabilidade e qualidade dos bens colocados no mercado electrónico transfronteiras; considera que deve ser criada uma marca europeia de confiança sustentável, com regras claras e transparentes e supervisionada pela Comissão; considera, porém, que importa que esse regime de marca de confiança seja apoiado por um mecanismo de controlo das normas ou de execução, como já é o caso a nível nacional em alguns Estados-Membros; reconhece que um regime transfronteiras europeu de marcas de confiança só pode funcionar no contexto da legislação da UE em que a marca de confiança europeia pode assentar; entende que qualquer regime europeu de marcas de confiança deve ser sujeito a uma cabal avaliação de impacto e ser implementado em cooperação com os regimes de marcas de confiança existentes nos Estados-Membros;
90. Insiste na importância da promoção e aplicação de logótipos, de marcas de confiança e de marcas de qualidade à escala europeia, as quais ajudarão os consumidores a identificar os vendedores electrónicos merecedores de confiança, premiarão as melhores práticas e encorajarão a inovação, e permitirão apoiar os esforços envidados pelas empresas para ultrapassar as fronteiras do seu mercado nacional;
91. Sublinha que, num ambiente em linha, em que o comprador e o vendedor se encontram geograficamente distantes e o comprador tem uma capacidade limitada de avaliar a qualidade material dos produtos, o acesso a informações precisas e claras é essencial para assegurar a transparência;
92. Destaca os esforços da Comissão e das autoridades reguladoras nacionais para o sector postal no que respeita à aplicação correcta e atempada da Terceira Directiva relativa aos serviços postais (2008/6/CE) nos 27 Estados-Membros, a fim de obter o aumento da concorrência, preços inferiores e melhores serviços e de melhorar as condições de entrega dos produtos adquiridos no âmbito do comércio electrónico transfronteiras; destaca, ainda, a importância de garantir a disponibilidade de serviços de seguros para a entrega de encomendas;
93. Exorta à criação de um programa de subsídios e à utilização dos instrumentos financeiros existentes para projectos destinados a aumentar a confiança dos utilizadores no comércio electrónico, incluindo campanhas educativas e de informação, tanto a nível europeu, como a nível nacional, e projectos que verifiquem na prática os serviços em linha (como as «compras mistério»); sublinha a necessidade de desenvolver ferramentas em linha para a formação dos consumidores no domínio do comércio electrónico e das novas tecnologias digitais (principais direitos dos consumidores na Internet, comércio electrónico, disposições relativas à protecção dos dados ...), tais como o projecto Dolceta («Development of On-Line Consumer Education Tools for Adults»), permitindo-lhes, assim, aumentar as suas competências digitais e o seu conhecimento sobre os seus direitos e obrigações e tirar partido das vantagens do comércio electrónico numa sociedade digital;
94. Entende que a confiança dos consumidores poderá ser reforçada garantindo a confiança do público no ambiente digital, respondendo às preocupações relativas à protecção dos dados pessoais, regulamentando a recolha de dados e as medidas ligadas à triagem, à criação de perfis e à publicidade com base em determinados comportamentos e sensibilizando os consumidores através de campanhas de educação e de informação; exorta a Comissão a apresentar uma proposta de adaptação da Directiva relativa à protecção de dados ao actual ambiente digital;
95. Salienta a necessidade de simplificar a cadeia de abastecimento e as condições que regem o comércio electrónico transfronteiras tornando-as mais transparentes, definindo regras relativas a informações enganosas ou incompletas relativas aos direitos dos consumidores, os custos totais e as coordenadas dos comerciantes e promovendo práticas mais adequadas e mais equitativas, bem como a adopção de recomendações e de orientações para as lojas electrónicas; reconhece os esforços efectuados neste domínio pela UE para clarificar os termos, as condições e os preços das tarifas aéreas como um exemplo positivo a seguir;

Terça-feira, 21 de setembro de 2010

96. Destaca a importância de uma aplicação rápida e efectiva de um mecanismo de microfinanciamento europeu Progress, operacional a partir de Junho de 2010, que poderia ser portador de um novo ímpeto para a promoção de empresas em linha, especialmente para os recém-desempregados;

97. Entende que a educação e a sensibilização mediática e informática são essenciais ao desenvolvimento do ambiente digital europeu; exorta, por conseguinte, ao lançamento de um «Plano de acção para a inclusão e a literacia digital» a nível da UE e dos Estados-Membros, que inclua, nomeadamente, oportunidades específicas de formação em matéria de literacia digital para os desempregados e os grupos em risco de exclusão, incentivos a iniciativas do sector privado para oferecer formação visando a obtenção de competências digitais destinado a todos os trabalhadores, uma iniciativa à escala europeia «Seja inteligente na Internet!», para familiarizar todos os estudantes, incluindo os envolvidos na aprendizagem ao longo da vida e na formação profissional, sobre a utilização segura das TIC e dos serviços em linha e um sistema de certificação comum das TIC a nível da EU;

98. Acolhe favoravelmente o compromisso da Comissão de publicar, até 2012, um Código dos Direitos em Linha na EU, que sintetize, de modo claro e acessível, os actuais direitos do utilizador digital na UE, complementado por um rastreio anual das violações da legislação em matéria de protecção dos consumidores em linha e por medidas coercivas adequadas, em coordenação com a Rede Europeia de Agências de Protecção dos Consumidores;

99. Entende que a elaboração, numa base voluntária, de códigos de conduta pelas associações comerciais, profissionais e de consumidores e a aplicação das disposições do relatório do Parlamento sobre «uma nova agenda digital para a Europa: 2015.eu», na qual se exorta à criação de uma carta europeia dos direitos dos cidadãos e dos consumidores no ambiente digital e se desenvolve uma «quinta liberdade» para permitir a livre circulação de conteúdos e de conhecimentos, reforçaria a confiança dos consumidores no comércio electrónico, através da clarificação dos direitos e das obrigações de todos os intervenientes na sociedade da informação;

100. Exorta a Comissão a agir rapidamente e a fornecer informações, em 2012, sobre os progressos obtidos na abordagem dos dez entraves ao comércio electrónico transfronteiras, referidos na sua Comunicação, de 22 de Outubro de 2009, sobre o comércio electrónico transfronteiras entre empresas e consumidores na UE (COM(2009)0557); convida a Comissão e os Estados Membros a assegurarem um elevado nível de protecção dos consumidores no comércio electrónico e a garantirem a eliminação dos entraves ao desenvolvimento do comércio electrónico identificados na Comunicação da Comissão de 2010 sobre a Agenda Digital e na Comunicação de 2009 sobre o comércio electrónico transfronteiras entre empresas e consumidores na UE, através de meios legislativos e não legislativos; convida a Comissão a lançar um diálogo entre as partes interessadas e os EUA, para examinar as vias de desenvolvimento de um mercado electrónico transatlântico;

*

* *

101. Encarrega o seu Presidente de transmitir a presente resolução ao Conselho, à Comissão e aos governos e parlamentos dos Estados-Membros.

Relações comerciais e económicas com a Turquia

P7_TA(2010)0324

Resolução do Parlamento Europeu, de 21 de Setembro de 2010, sobre as relações comerciais e económicas com a Turquia (2009/2200(INI))

(2012/C 50 E/02)

O Parlamento Europeu,

- Tendo em conta o relatório de 2009 da Comissão referente aos progressos realizados pela Turquia (SEC(2009)1334),
- Tendo em conta o Acordo de 12 de Setembro de 1963 que cria uma Associação entre a Comunidade Económica Europeia e a Turquia,