

ЕВРОПЕЙСКИ ПАРЛАМЕНТ

2004



2009

Документ за разглеждане в заседание

ОКОНЧАТЕЛЕН
A6-0191/2007

16.5.2007

ДОКЛАД

за доверието на потребителите в цифровата среда
(2006/2048(INI))

Комисия по вътрешния пазар и защита на потребителите

Докладчик: Zuzana Roithová

СЪДЪРЖАНИЕ

	Страница
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РЕЗОЛЮЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ.....	3
EXPLANATORY STATEMENT	13
СТАНОВИЩЕ НА КОМИСИЯТА ПО ПРОМИШЛЕНОСТ, ИЗСЛЕДВАНИЯ И ЕНЕРГЕТИКА.....	17
ПРОЦЕДУРА.....	19

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РЕЗОЛЮЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ

относно доверието на потребителите в цифровата среда (2006/2048(INI))

Европейският парламент,

- като взе предвид Зелената книга на Комисията относно прегледа на достиженията на правото на Общността в областта на защитата на потребителите (COM(2006)0744) и Правилника на ЕО за потребителско право – Сравнителен анализ¹,
 - като взе предвид публичното изслушване (и експертните проучвания, представени на това изслушване) относно доверието на потребителите в цифровата среда, което бе проведено в Европейския парламент на 24 януари 2007 г.,
 - като взе предвид Договора за ЕО и по-специално членове 95 и 153 от него,
 - като взе предвид своите резолюции от 23 март 2006 г. относно Европейското договорно право и прегледа на достиженията на правото на Общността: пътят, който остава да се измине², както и своята резолюцията от 7 септември 2006 г. относно европейското договорно право³,
 - като взе предвид действащото общностно право в областта на защитата на потребителите, електронната търговия и развитието на информационното общество,
 - като взе предвид Хартата на германското председателство относно върховните права на потребителите в цифровата среда,
 - като взе предвид съобщението на Комисията относно електронните съобщения: борба срещу нежеланите рекламни съобщения (спам), компютърните програми-шпиони и зловреден софтуер (COM(2006)0688),
 - като взе предвид съобщението на Комисията относно прегледа на регулаторната рамка на ЕС за електронните съобщителни мрежи и услуги (COM(2006)0334),
 - като взе предвид член 45 от своя правилник,
 - като взе предвид доклада на комисия по вътрешния пазар и защита на потребителите и становището на комисия по промишленост, изследвания и енергетика (A6-0191/2007),
- A. като има предвид, че цифровите технологии са част от ежедневието; че индустрията на информационно-комуникационните технологии (ИКТ) играе главна роля в осигуряването на платформи, изделия, софтуерни продукти, информационни

¹ http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/comp_analysis_en.pdf

² ОВ С 292 Е, 1.12.2006 г., стр. 109.

³ *Приети текстове*, P6_TA(2006)0352.

услуги, стоки с комуникационен, развлекателен и културен характер; че разграничението между стоки и услуги е все по-условно; че се наблюдава конвергенция на различни форми на ИКТ, методите на покупка се разнообразяват, а потребителите във все по-голяма степен създават съдържание за продуктите или добавят стойност към тях; като има предвид също така че, в тази сложна нова структура е все по-трудно да се определи кой осигурява конкретна част от една услуга и да се разбере какво е влиянието на дадена специфична технология и на новите модели на бизнес,

- Б. като има предвид, че доверието на европейските потребители и фирми в цифровата среда е ниско и че в сравнение със Съединените Щати и Азия, Европа изостава в определени аспекти от електронната търговия,
- В. като има предвид, въпреки потенциала на цифровата комуникация, едва 6 % от потребителите участват в трансгранична електронна търговия на стоки, услуги и съдържание, но тази цифра нараства,
- Г. като има предвид, че въпреки потенциала за алтернативно разрешаване на спорове, подобни системи се използват редовно само от 3 % от търговците на дребно, а 41 % от тях не са информирани за възможностите да използват тези механизми,
- Д. като има предвид, че развитието на цифровия пазар на ЕС би увеличило значително конкурентноспособността на ЕС в световната търговия,
- Е. като има предвид, че неутралността на мрежата заслужава да бъде обект на задълбочен анализ и тясно наблюдение на европейско равнище, за да може да се освободи и използва пълноценно нейния потенциал да увеличава избора на потребителя, както и да се даде възможност на нови фирми да имат равен достъп до вътрешния пазар,
- Ж. като има предвид, че фрагментацията на част от електронния пазар в рамките на ЕС застрашава правата, залегнали в достиженията на правото на Общността,
- З. като има предвид, че цифровата пропаст има социален и географски характер, както и че изоставането в развитието на цифровите технологии е често налице в необлагодетелстваните и в селските региони,
- И. като има предвид, че европейските потребители и фирми разполагат с ограничена правна сигурност при трансгранична електронна търговия в рамките на ЕС в сравнение с операциите на националните пазари и операциите извън ЕС;
- Й. като има предвид, че една отделна електронна операция се урежда в множество правни разпоредби, съдържащи разминаващи се изисквания, което не осигурява нито на стопанските субекти, нито на потребителите ясни и лесно приложими правила,
- К. като има предвид, че бъдещето на информационното общество зависи до голяма степен от предизвикателството да се гарантира задоволителна защита на личните данни, както и висока степен на сигурност в електронната среда,

1. призовава Комисията да подкрепи създаването на подходяща рамка за развитие на електронна търговия, която да повиши настоящото ниско равнище на доверие на потребителите, да създаде по-привлекателна бизнес среда, да подобри качеството на законодателството, да укрепи правата на потребителите и положението на представителите на дребния бизнес на пазара и да спре фрагментацията на вътрешния пазар в цифровата среда; в тази връзка, приветства съобщението на Комисията относно стратегията на ЕС за политиката за защита на потребителите 2007-2013 г.: Увеличаване на правата на потребителите, повишаване на тяхното благосъстояние, осигуряване на ефективната им защита (COM(2007)0099);
2. призовава Комисията, в допълнение към усилията, които полага за подобряване на качеството на законодателството за защита на потребителите, да насочи вниманието си и към създаването на подходящи правила за трансгранична електронна търговия под формата на стандарти, към които притежателите на европейска марка за доверие за извършване на трансгранична електронна търговия ще се придържат доброволно;
3. призовава Комисията да предложи стратегия за повишаване на доверието на потребителите в цифровата среда като цяло, която да се основава на опита, натрупан в хода на инициативата за „електронно доверие“¹;
4. изразява убеждение, че е необходимо практическо и своевременно прилагане на инициативата за електронно приобщаване; следователно призовава Комисията настоятелно да прикани държавите-членки, подписали тази паневропейска инициатива, да предприемат действия за постигане на тази цел;
5. изразява убеждение, че определението за „потребители“ следва да се разшири и да се адаптира по-добре към информационното общество;
6. изразява убеждение, че представителите на дребния бизнес заслужават особена защита, за да укрепят своите позиции на пазарите в информационното общество;
7. подчертава наличието на фактори, които пораждат липсата на доверие на потребителите в цифровата среда, и следователно счита за необходимо провеждането на активна политика и подкрепянето на специални механизми за насърчаване доверието на потребителите чрез гарантиране на сигурното и правилно осъществяване на операциите в цифрова среда;
8. призовава Комисията, съгласно член 18 от Регламент (ЕО) № 2006/2004 относно сътрудничеството за защита на потребителите², да сключи с трети страни (в частност със страните от ОИСР) споразумения за сътрудничество за защита на потребителите, които биха подобрили прилагането на правата на потребителите в цифрова среда;
9. приветства инициативата на Комисията да извършва преглед и да актуализира

¹ Вж. работния документ на Комисията, озаглавен: „Доверие на потребителите в електронната търговия: заключения от инициативата за електронно доверие“.

² ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр.1.

достиганията на законодателството за защита на потребителите, и особено голямото внимание, което се отделя на електронната търговия;

Повишаване на доверието на потребителите в цифровата среда

10. счита, че една нова стратегия за доверие в електронната среда би допринесла за повишаване на доверието на потребителите, по-специално чрез постигане на напредък в следните области:

- създаване на програма за предоставяне на безвъзмездна помощ и използване на съществуващите финансови програми за проекти, насочени към повишаване на доверието на потребителите в цифровата среда, включително образователни и информационни кампании и проекти за практическа проверка на онлайн интернет услуги (като т. нар. „тайно пазаруване“),
- създаване на електронен модул за обучение, пряко свързан със защитата на потребителите и правата на потребителите в цифровата среда във връзка с проекта "Dolceta" (разработване на он-лайн инструмент за обучение на потребители, предназначен за възрастни), който същевременно да отчита специфичните интереси на младите потребители в цифровата среда,
- подкрепяне на образователни и информационни проекти, насочени към повишаване осведомеността на представителите на малките и средни предприятия за техните задължения при трансграничното предоставяне или доставка на стоки, услуги или съдържание в цифровата среда,
- засилване на традиционните инструменти за защита на потребителите, за да се гарантира, че те се използват ефективно и в цифровата среда, особено чрез разширяване на целите на Европейските потребителски центрове,
- премахване на пречките пред предприемачите, които извършват трансгранични операции в цифрова среда, например чрез стандартизиране на европейските правила, уреждащи трансграничното електронно фактуриране ('e-invoicing'),
- създаване на паневропейски експертен форум за обмен на най-добрите национални практики, което би представлявало същевременно дългосрочна законодателна и незаконодателна стратегия за повишаване на доверието на потребителите в цифровата среда,
- извършване на проучвания на въздействието върху всички законодателни предложения, свързани с вътрешния пазар, за да се оцени въздействието, което тези предложения ще имат върху потребителите в цифрова среда,
- координация и подкрепа на европейските кодекси за саморегулиране, които да са в съответствие с най-добрите практики и най-важните аспекти на ефективното саморегулиране (включително оценка на действителното им влияние за подобряване позициите на потребителите на пазара в цифрова среда),
- въвеждане на изискването за извършване на външен одит във връзка с някои

специфични видове електронни услуги, при наличието на по-голяма нужда от гарантиране на пълната им сигурност, за защита на личните данни и информацията (например при интернет банкирането) и др.,

- подкрепа за най-сигурните технологии за извършване на електронни разплащания,
- създаване на европейска система за ранно известяване, включително и база данни, за борба с измамите в цифровата среда; тази база данни следва да включва възможността потребителят да докладва за измами с помощта на обикновен формуляр онлайн,
- призив за стартиране на европейска информационна кампания срещу фалшифицирането на лекарства, продавани по интернет, като подчертава, че това представлява сериозна опасност за общественото здраве;

11. подчертава значението на навременното и ефективно транспониране на директивата за нелоялните търговски практики от всички държави-членки, като основен инструмент, гарантиращ защитата на потребителите при трансгранични операции;
12. счита също така, че подновената инициатива за доверие в електронната среда следва да е насочена не само към защитата на потребителите, но също и да въведе един координиран подход към въпроса за цифровата среда като цяло, включително и анализ на непазарни фактори, като например защитата на неприкосновеността на личния живот, достъпа на широката общественост до информационни технологии ('e-inclusion'), сигурност в интернет и т.н.;
13. настоява, че правото на европейското население на достъп до цифровата среда е изключително важно и в тази връзка припомня значението на прилагането на подходящи финансови и законодателни инструменти, с цел насърчаване на електронното приобщаване, особено чрез въвеждане, и при необходимост, разширяване обхвата на задълженията по доставката на универсална услуга в областта на електронните съобщения, както и предоставяне на финансови средства за инвестиции в развитието на цифровата съобщителна инфраструктура;
14. изразява увереност за това, че трябва да се потърси мнението на заинтересованите страни (представители на промишлеността и на потребителски организации) относно бъдещи действия;

Култура на електронната търговия

15. призовава Комисията да започне изготвянето на доброволни европейски стандарти, насочени към улесняване на трансграничната търговия, т.е. европейски стандарти, които ще спомогнат за преодоляване на езиковите различия и разминаванията между действащото законодателство на различните държави-членки, тъй като този фактор представлява сериозна пречка, възпрепятстваща потребителите и малките и средни предприятия от пълното използване на потенциала на вътрешния пазар в цифрова среда;

16. призовава Комисията да подкрепи създаването на доброволни стандартизирани договори и доброволни стандартизирани общи условия на търговия за електронната търговия, за да се гарантират балансирано взаимоотношения, с оглед на факта, че нито потребителите, нито фирмите са правни и технически експерти, като въпреки това, предоставя възможност за избор на страните за свободно сключване на договори на базата на основния принцип в гражданското право за свобода на сключване на договори;
17. призовава Комисията да определи изискване за предприемачите, които използват доброволно стандартизирани договори и стандартизирани общи условия на търговия, да посочат ясно договорните разпоредби, които се различават от стандартните;
18. призовава Комисията да предложи изменението на правилата, уреждащи електронните съобщения, за да се подобри прозрачността и публикуването на информация, предназначена за крайните потребители;

Европейски марки за доверие за трансгранична електронна търговия

19. призовава Комисията да излезе с инициатива за определяне на условия и лого за европейска марка за доверие, за да се гарантира по-голяма сигурност в областта на трансграничната електронна търговия и в тази връзка да осигури обща законова рамка за доброволните марки за доверие, съгласно с отправления към нея призив в директивата за електронната търговия; препоръчва това да включва:
 - система, която не предполага високи разходи,
 - неконкуренция със съществуващи марки за доверие или марки за качество,
 - поемане на разходи единствено в случай на спор,
 - принципът на саморегулация (марката не се получава от определена институция, а търговците я използват, ако докажат публично, че са предоставили задължителната информация в рамките на определения срок, използвали са препоръчаните договори, отговаряли са на жалбите без забава, използвали са системи за алтернативно уреждане на спорове (ADR) или са спазвали други европейски стандарти),
 - санкции за злоупотреба;
20. отбелязва при все това, следните проблеми при въвеждането на ефективни схеми за марките за доверие:
 - нежелание на заинтересованите страни да инвестират в пускането на пазара и рекламата на такива схеми,
 - възможностите за измамна употреба, освен ако не се осъществява надлежен контрол,

21. изразява убеждението, че най-ефективните начини за насърчаване на доверието на

потребителите са:

- секторни схеми, които се подкрепят и контролират строго от професионална организация, обединяваща малки и големи предприятия от целия сектор;
- секторни кодекси за поведение на доставчиците на услуги, както се предлага в Директива 2006/123/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 г. за услугите на вътрешния пазар¹ („директива за услугите“);
- независима информация за потребителите, публикувана на електронни страници, с цел помагане на новите потребители при избора им;

призовава Комисията да улесни обмена на най-добри практики за такива схеми;

22. отбелязва че директивата за универсалните търговски практики разглежда използването с цел измама на марки за доверие и други марки, както и на невярна информация за потребителите; призовава държавите-членки да гарантират, че техните националните центрове за защита на потребителите са информирани за подобни злоупотреби;
23. призовава Комисията да оцени натрупания вече опит със съществуващи и успешни марки за доверие, и по-специално марки, разпространени в повече от една държава-членка (напр. европейските етикети) и да използва този опит при създаване на марката за доверие на ЕС за трансгранична електронна търговия (включително и проверка на това, дали разпространението на марките за доверие в новите държави-членки се възпрепятства от липсата на достатъчно средства за финансиране за въвеждането на тези марки);
24. твърдо вярва, че марките за доверие предлагат по-специално на малките и средни предприятия голяма възможност за създаване на доверие у потребителите в цифровата среда;

Европейската харта за правата на ползвателите в информационното общество

25. призовава Комисията да предложи Европейска харта за правата на потребителите, която да изясни правата и задълженията на участниците в информационното общество, включително и на потребителите, и по-специално правата на потребителите по отношение на цифровото съдържание (т.е. разясняване на правата и задълженията на потребителите при използването интелектуална собственост), права на потребителите, гарантиращи основни стандарти за оперативна съвместимост, както и правата на особено уязвими потребители (т.е. подобряване на достъпността на интернет страниците за хора с увреждания);
26. призовава Комисията да определи основни права и свободи на ползвателите в информационното общество (в тази връзка някои основни права и свободи на ползвателите следва вече да са определени в рамките на съобщението на Комисията, което предстои да бъде публикувано, относно онлайн съдържанието в рамките на

¹ ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 36.

единния пазар);

27. счита, че онлайн средата и цифровите технологии дават възможност да се предлагат на потребителите широка гама от нови продукти и услуги и че интелектуалната собственост може бъде съвместима с очакванията на потребителите, но счита също така, че интересите на потребителите по отношение на правата на интелектуална собственост са от все по-голямо значение, докато същевременно правата им по отношение на използването на цифровите произведения все още са неясни, а настоящите тенденции в областта на защитата на интелектуалната собственост, управлението на цифровите права и мерките за технологична защита следва да отчитат надлежно правата на потребителите;
28. призовава Комисията да разпространи тази харта и да насърчи държавите-членки и заинтересованите организации да осигурят нейното широко разпространение до всички ползватели на интернет, така че те да знаят правата си и разполагат със средства за тяхното отстояване;

Фрагментиране на вътрешния пазар в цифровата среда

29. призовава Комисията да предложи мерки за спиране на фрагментацията на вътрешния пазар в цифровата среда (т.е. отказът за достъп до стоки, услуги и съдържание, предлагани в трансграничен контекст), което засяга значително потребителите основно в новите и малките държави-членки единствено въз основа на тяхната националност, местоживеене или притежаването на разплащателна карта, издадена в определена държава-членка, и да информира Парламента редовно за постигнатия в тази област напредък;
30. определено счита за неприемлив факта, че някои предприемачи, които доставят стоки или предоставят услуги и съдържание през интернет едновременно в няколко държави-членки, отказват на потребителите достъп до свои електронни страници в други държави-членки и ги принуждават да използват електронните страници в страната, в която пребивават за постоянно или чиито граждани са;
31. призовава Комисията да предложи разпоредба, уреждаща достъпа до трансгранична доставка на продукти в съответствие с член 20 от директивата за услугите;
32. призовава Комисията да следи отблизо за ефективното прилагане на член 20 от директивата за услугите, и по-специално по отношение на обективните критерии;
33. приветства факта, че Комисията извършва проучване относно условията, при които териториалното лицензиране или сключването на изключителни териториални договори влиза в противоречие с вътрешния пазар, насърчава усилията ѝ и я призовава да информира подробно Парламента за резултатите от гореспоменатите проучвания;
34. подчертава значението на това, да се гарантира наличието на сериозни основания за трансгранично предлагане от страна на европейските предприемачи в цифровата среда на стоки, услуги и съдържание на целия европейския вътрешен пазар;

35. отбелязва, че оперативната съвместимост е важен икономически фактор и подчертава значението, на техническо и правно равнище, на дефинирани от индустрията, прозрачни, взаимно оперативни стандарти, които да позволяват икономии от мащаба, да гарантират недискриминационен достъп на потребителите до изделия, услуги и съдържание, да насърчават бързото разгръщане на технологиите и да допринасят за избягване на фрагментацията на пазара; подчертава, че трябва да се насърчава оперативната съвместимост на изделия, услуги и съдържание, най-малко на равнището на потребителя (крайния ползвател);

Засилване на правната защита на потребителите в цифровата среда

36. изразява убеждението, че създаването на по-голямо доверие на потребителите в цифровата среда може да стане възможно чрез въвеждане на по-ясно и подобро законодателство на Общността в областта на защитата на потребителите, насочено към хоризонтални правни инструменти и хармонизиране на някои аспекти на потребителското договорно право; това следва да включва и други директиви, като директивите за дистанционната продажба на финансови услуги и за електронната търговия;

37. приветства предложението, направено от Комисията в Зелената книга за преразглеждане на достиженията на правото на Общността за защита на потребителите (СОМ(2006)0744) цифровите файлове да бъдат включени в обхвата на Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 25 май 1999 г. относно някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции¹;

38. изразява убеждението, че прилагането на правилата за несправедливи договорни условия би трябвало да бъде засилено в областта на лицензионните споразумения с крайни потребители и да включва „технически договорни условия“;

39. призовава Комисията да предложи разширяване на правилата, регулиращи дистанционните договори, така че да включват договорите, сключени между потребители и професионални търговци при он-лайн търгове и договори за туристически услуги (самолетни билети, настаняване в хотели, даване на коли под наем, услуги за свободното време и др.), поръчвани индивидуално по интернет;

40. призовава Комисията да опрости и стандартизира изискванията за задължителната информация, предоставяна от продавача на купувача при електронната търговия и в контекста на тази информация да се даде приоритет на основната задължителна информация;

41. призовава Комисията да направи веригата на доставките в цифровата среда по-прозрачна, така че да се гарантира това, потребителят да е винаги информиран за самоличността на доставчика и за това, дали той е посредник или краен доставчик;

42. изразява твърдото убеждение, че е неприемливо купувачите да се пренасочват от страницата на продавача към друга интернет страница, без да бъдат предупредени

¹ ОВ L 171, 7.7.1999 г., стр. 12.

по подходящ начин, тъй като това води до скриване от потребителя на истинската самоличност на действителния доставчик на стоки, услуги и съдържание;

43. призовава Комисията да засили защитата на потребителите в случаите, когато потребителят поема всички договорни рискове, напр. чрез авансово плащане, и по-специално при сключването на електронни договори;
44. призовава Комисията да ускори разглеждането на действията във връзка с колективните механизми за обжалване при трансгранични спорове между фирми и потребители в цифрова среда;
45. като припомня положителния опит от SOLVIT и от мрежата от европейски потребителски центрове, призовава за създаване на европейска информационна система за електронни потребители, която да предлага на всички европейски електронни потребители подробни насоки и информация за правата и задълженията на потребителите и фирмите в цифрова среда, практически насоки за възможностите за алтернативни методи за разрешаване на спорове, както общо, така и в отделни случаи;
46. призовава Комисията да гарантира ефективната защита на потребителите от посегателства срещу тяхната сигурност и неприкосновеност на личния живот в цифровата среда, както чрез регулаторни, така и чрез технически мерки;
47. призовава Комисията да следи отблизо тенденциите в областта на защитата на потребителите в рамките на електронната търговия посредством мобилни телефони, като наред с другото се отделя особено внимание на защитата на младите потребители;
48. призовава държавите-членки да си сътрудничат в борбата за постигане на целта за високо равнище на защита на потребителите в цифровата среда на целия вътрешен пазар на ЕС;
49. призовава Комисията да уведомява Парламента периодично (в идеалния случай веднъж годишно) за постигнатия напредък по отношение на защита на потребителите в цифрова среда (включително и за практическите мерки за изпълнение на настоящата резолюция);

o

o o

50. възлага на своя председател да предаде настоящата резолюция на Съвета и на Комисията както и на правителствата и парламентите на държавите-членки.

EXPLANATORY STATEMENT

The report on consumer confidence in the digital environment deals with the very broad issue of confidence when using information and communication technologies for e-commerce, information services, digital communication and entertainment; in other words, the report relates to the everyday life of a majority of European consumers and business operators in the 21st century. New technologies provide great opportunities for consumers and business operators alike to take full advantage of the internal market. However, users in the information society are sometimes also confronted with a range of obstacles that make the use of the online environment more complicated than carrying out the same activity (e.g. a commercial transaction) would be in a traditional offline environment. The Union must actively and systematically seek to remove these obstacles and to strike the right balance between legal protection of consumers and business operators (with emphasis on the specific characteristics of small and medium-sized businesses). This report, taking into account the forthcoming review of the *acquis* on consumer protection, e-commerce, contract law and the protection of intellectual property, is a timely political appeal by Parliament to the Commission and the Member States. Taking into account also the public hearing on consumer confidence in the digital environment held on 24 January 2007, Parliament considers that Europe is at crucial stage that will determine whether the EU will transform the internal market in the globalised and virtually border-free digital environment into a comparative advantage over other world competitors or whether the internal market and the (currently 27) isolated national markets in the digital environment will represent more of an obstacle for the EU to fully developing the information society and the Lisbon strategy.

The need for a report on consumer confidence in the digital environment is evidenced also by the figures provided by a range of statistics.

According to a Eurobarometer survey, 33 % of consumers stated that businesses had refused to sell or to provide goods or services because the consumer was not resident in the same country. Although 48 % of retailers from the EU would be prepared to engage in cross-border trade, only 29 % of companies actually sell cross-border to at least one other EU country; similarly, while 18 % of European retailers state that they would be prepared to engage in cross-border trade with 10 or more Member States, only 5 % of companies currently do so. According to the survey, 57 % of retailers in the EU sell over the internet. The biggest obstacles to cross-border commerce were considered to be uncertainty over transactions (61 % of respondents), different accounting rules (58 %), the complicated nature of complaint and dispute resolution (57 %), divergent national consumer protection legislation (55 %), difficulty providing after-sales service (55 %), excessive costs arising from cross-border deliveries (51 %) and translation costs (43 %). Half of retailers believe that if uniform legislation on transactions with consumers existed throughout the EU, then their cross-border sales would increase. Significantly, 62 % of retailers in the EU do not know where to obtain information on the consumer protection legislation in force in other Member States.

The Eurobarometer survey also reveals that 6 % of consumers made purchases by internet from a supplier in another Member State. One reason to this is that as many as 45 % of the consumers feel less confident in making purchases on the internet from businesses located abroad (in one Member State this figure amounted to 73 %). In general terms, 56 % of

consumers were of the opinion that, when purchasing goods and services from businesses in other Member States, businesses are less likely to respect consumer protection laws. 71 % of consumers believed it is harder to resolve problems such as complaints, returns, price reductions, guarantees etc. when purchasing from businesses in other Member States. 65 % of consumers considered it to be more problematic returning a product bought by distance selling within the cooling-off period when purchasing from a supplier in a different Member State. Studies have shown that one reason for consumers being reluctant to make cross-border purchases is that consumers cannot be sure that the level of protection that they enjoy at home will apply when they buy cross-border.

Generally, it can be said that European consumer and business confidence in the digital environment is low and that, in some aspects of e-commerce, Europe is lagging behind the United States and Asia. However, this applies also to other forms of distance commerce (e.g. via mobile telephones). The fragmentation of the electronic market within the EU in certain areas of the provision of goods, services or content jeopardises the common objectives of the internal market, damages consumer confidence and even threatens the rights and freedoms laid down in the *acquis communautaire*. In the light of the lack of confidence of European consumers in the digital environment and the many factors that limit cross-border e-commerce, it is regrettable that the EU currently has no strategy of its own that would help resolve the situation. Sadly, European consumers and business operators often do not enjoy above-standard certainty and protection for cross-border e-commerce within the EU, even compared with carrying out the same transaction with entities outside the EU. While the contribution of EU legislation to the global development of legal regulation of e-commerce is to be valued, it must at the same time be acknowledged that current European legislation does not take sufficient account of the newest trends in the digital environment, and in certain areas it is even more of a hindrance; e.g. one single electronic transaction is usually subject to several legal provisions setting divergent requirements, meaning that neither business operators nor consumers have clear and easily enforceable rules.

The rapporteur believes that an important step towards improving consumer confidence in the digital environment is to adopt a strategy containing in particular the following conditions:

- the creation of an attractive business environment for cross-border e-commerce,
- the creation of European standards enhancing e-commerce culture,
- clarification of the rights and obligations of consumers and businesses in the digital environment,
- halting the fragmentation of the internal market in the digital environment,
- strengthening, and improving the enforceability of, the legal protection of consumers in the digital environment.

In direct connection with this, the rapporteur considers it appropriate to continue the activities already drawn up, and the Commission should therefore relaunch, and modernise in the way set out above, the e-confidence initiative proposed in the form of a Commission staff document.

In line with its resolutions referred to above, the European Parliament maintains that the current definition of 'consumer' is too narrow, given the growing needs of the information society, which puts small businesses (of one person) in the same position as consumers in

cross-border trade but without comparable protection (guarantee periods, right of withdrawal etc.).

The digital environment transcends national and continental borders, and it is therefore also crucial to improve the level of protection afforded to European consumers when making electronic purchases in third countries. Therefore, the rapporteur is of the opinion that it is necessary to agree on the conclusion of consumer protection cooperation agreements with countries outside the EU (particularly those within the OECD and countries geographically close to Europe).

This call to work on a new and considerably broader e-confidence initiative with a view to increasing consumer confidence in the digital environment provides the opportunity to include a range of measures (particularly non-legislative measures, such as financing targeted educational and information campaigns involving consumer organisations), as well as greater coordination of individual activities by the Commission and the Member States (e.g. increasing the powers of European Consumer Centres to increase their effectiveness in the digital environment and creating pan-European expert forums for the exchange of best national practice). However, the emphasis must be placed on ensuring that interested parties (industry representatives, consumer organisations, and suchlike) are consulted on future measures in this dynamic area and that such measures are supported also by ‘soft law’ measures (e.g. self-regulatory codes and the proposal of standards by the Commission for a greater e-commerce culture within the EU). As studies and statistics show that fraudulent activities on the internet (e.g. ‘phishing’) are currently the greatest threat (greater than unsolicited commercial messages – ‘spam’), a European early-warning system (including database) should be set up to combat fraudulent activities in the digital environment. Greater consumer confidence in the digital environment can also be achieved by prompt and proper resolution of claims, complaints and disputes, which can best be achieved by online alternative dispute resolution systems. The Commission should also ensure that the new e-confidence initiative is not limited only to consumer protection but that it also sets out a coordinated approach for the whole issue of the digital environment (including analyses of non-market factors). As most consumers and business operators are not legal and technical experts, the Commission should support the creation of standardised e-commerce contracts, which would guarantee a fair approach for both parties.

As there is no specialised trustmark for cross-border electronic transactions, the rapporteur recommends the introduction of a European trustmark system (which would, of course, require the fulfilment of a range of conditions, including costs being borne only in the event of the dispute (i.e. the European trustmark would be obtained and operated free of charge)). The objective of the European trustmark, among other measures, is to reach the critical mass of satisfied customers required for cross-border e-commerce to work.

Another important tool for increasing consumer confidence in the digital environment will, in the view of the rapporteur, be provided by the creation of a European charter of users’ rights in the information society that would clarify not only the current rights and obligations of information society actors, including consumers, but would also put forward new European rights and obligations (e.g. users’ rights relating to digital content, i.e. clarification of users’ rights when using intellectual property, users’ rights guaranteeing basic interoperability standards, and the rights of particularly vulnerable users, i.e. improving accessibility of

internet pages for handicapped persons).

The rapporteur warns of the increasing fragmentation of the internal market in the digital environment (i.e. the refusal of access to goods, services and content provided in a cross-border context), which significantly affects consumers particularly from new and small Member States solely on the basis of their nationality, place of residence and whether they own a payment card issued in a certain Member State. It is the rapporteur's view that such conduct needs to be confronted effectively.

A clearer and more transparent *acquis communautaire* in the area of consumer protection in the digital environment, particularly if it is oriented towards horizontal legal measures and a revision of consumer contract law, can contribute towards higher consumer confidence. In the rapporteur's view, current shortcomings in the consumer *acquis* must be resolved at least in the following areas: end-user licence agreements and 'technical contract terms' should be subject to the rules on unfair contract terms; contracts concluded between consumers and professional traders in online auction sales, as well as contracts for tourists services (airline tickets, hotel accommodation, car rental, leisure time services etc.) ordered individually over the internet, should be subject to the rules on distance selling; the information that the vendor must provide to the purchaser in an electronic transaction should be simplified and standardised; the transparency of the supply chain in the digital environment on the vendor's side should be increased to ensure that the consumer knows the actual identity of the supplier (including whether it is an intermediary or an end supplier); an effective consumer protection tool should be created for cases where the consumer assumes all contractual risks (including financial risks, e.g. when there is a requirement to pay in advance), particularly in the context of cross-border e-commerce.

20.3.2007

СТАНОВИЩЕ НА КОМИСИЯТА ПО ПРОМИШЛЕНОСТ, ИЗСЛЕДВАНИЯ И ЕНЕРГЕТИКА

на вниманието на комисията по вътрешния пазар и защита на потребителите

по доверието на потребителите в цифровата среда
(2006/2048(INI))

Докладчик по становище: David Hammerstein Mintz

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Комисията по промишленост, изследвания и енергетика приканва водещата комисия по вътрешния пазар и защита на потребителите да включи в предложението за резолюция, което ще приеме, следните предложения:

1. отчита, че цифровите технологии са част от ежедневието; индустрията на информационно-комуникационните технологии (ИКТ) играе главна роля в осигуряването на платформи, изделия, софтуерни продукти, информационни услуги, стоки с комуникационен, развлекателен и културен характер; разграничението между стоки и услуги е все по-условно, наблюдава се конвергенция на различни форми на ИКТ, методите на покупка се разнообразяват, а потребителите във все по-голяма степен създават съдържание за продуктите или добавят стойност към тях; отбелязва, че в тази сложна нова структура е все по-трудно да се определи кой осигурява конкретна част от една услуга и да се разбере какво е влиянието на една специфична технология и на новите модели на бизнес.
2. подчертава, че потребители могат да бъдат не само отделни лица, но и малки и средни предприятия; въпреки това отбелязва, че техническите проблеми при търговията чрез онлайн платформи, несигурният произход на стоките и незаконното поведение от страна на някои партньори могат да бъдат някои от факторите, създаващи недоверие; смята, че за тази цел, трябва да се насърчава доверието, като се даде уверение на потребителите, че сделките могат да се извършват безопасно по честен и прозрачен начин;
3. споделя мнението, че интересите на потребителите имат все по-голямо значение по отношение на правата на интелектуална собственост, като в същото време тяхното право да използват цифрови произведения остава неясно, а настоящите тенденции в

областта на интелектуалната собственост, управлението на цифрови права и мерките за технологична защита не отчитат надлежно правата на потребителите;

4. приветства инициативи за стимулиране на доверието в и надеждността на електронната търговия и насочва вниманието към вече съществуващи, успешни означения на качеството (напр. Euro-Label); въпреки това обръща внимание, че точно в новите държави-членки често липсват финансовите средства за въвеждане на тези системи; счита, че специално за малките и средни предприятия означенията са важна възможност за изграждане на доверие и компенсиране на недостатъка на по-ограниченото присъствие в рекламата спрямо големите онлайн платформи и магазини в интернет;
5. отбелязва, че оперативната съвместимост е икономически фактор от решаващо значение: стандартите следва да гарантират интероперативност и да спомагат за избягване на фрагментацията на пазара; отбелязва също така, че безплатните софтуерни продукти са ключов елемент за улесняване на оперативната съвместимост и допринасят за сигурността, тъй като липсата на патентовани или криптирани кодове и алгоритми разрешава да се проверява тяхната надеждност, а лица с техническа подготовка могат да допринасят за развитието на софтуерните продукти и технологии;
6. подчертава, че пазарът за творческо цифрово съдържание е все още в начален етап на развитие и кодексите за саморегулиране биха могли да играят важна роля.

ПРОЦЕДУРА

Заглавие	Доверие на потребителите в цифровата среда
Процедурен номер	2006/2048(INI)
Водеща комисия	IMCO
Становище на Дата на обявяване в заседание	ITRE 16.3.2006 г.
Засилено сътрудничество – дата на обявяване в заседание	
Докладчик по становище Дата на назначаване	David Hammerstein Mintz 25.4.2006 г.
Предишен докладчик по становище	
Разглеждане в комисия	25.9.2006 г. 30.1.2007 г.
Дата на приемане	20.3.2007 г.
Резултат от окончателното гласуване	+: 22 –: 19 0: 0
Депутати, присъстващи на окончателното гласуване	Renato Brunetta, Philippe Busquin, Jerzy Buzek, Giles Chichester, Den Dover, Nicole Fontaine, Adam Gierek, Norbert Glante, András Gyürk, David Hammerstein Mintz, Rebecca Harms, Erna Hennicot-Schoepges, Mary Honeyball, Ján Hudacký, Romana Jordan Cizelj, Werner Langen, Eugenijus Maldeikis, Eluned Morgan, Angelika Niebler, Reino Paasilinna, Atanas Papparizov, Francisca Pleguezuelos Aguilar, Herbert Reul, Paul Rübig, Andres Tarand, Britta Thomsen, Radu Țîrle, Patrizia Toia, Catherine Trautmann, Claude Turmes, Nikolaos Vakalis, Alejo Vidal-Quadras, Dominique Vlasto
Заместник(ци), присъстващ(и) на окончателното гласуване	Alexander Alvaro, Pilar Ayuso, Danutė Budreikaitė, Zdzisław Kazimierz Chmielewski, Edit Herczog, Esko Seppänen, Dirk Sterckx, Hannes Swoboda
Заместник(ци) (чл. 178, пар. 2), присъстващ(и) на окончателното гласуване	
Забележки (само на един език)	...