

PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

Documento di seduta

A6-0020/2009

27.1.2009

RELAZIONE

su commercio internazionale e Internet
(2008/2204(INI))

Commissione per il commercio internazionale

Relatore: Georgios Papastamkos

INDICE

	Pagina
PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO	3
MOTIVAZIONE.....	13
PARERE DELLA COMMISSIONE PER L'INDUSTRIA, LA RICERCA E L'ENERGIA ..	16
PARERE DELLA COMMISSIONE PER IL MERCATO INTERNO E LA PROTEZIONE DEI CONSUMATORI.....	20
PARERE DELLA COMMISSIONE PER LA CULTURA E L'ISTRUZIONE	24
ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE.....	28

PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO

su commercio internazionale e Internet (2008/2204(INI))

Il Parlamento europeo,

- visto il punto 18 sul commercio dei prodotti delle tecnologie dell'informazione (noto anche come Accordo sulle tecnologie dell'informazione - ITA) della Dichiarazione ministeriale di Singapore adottata il 13 dicembre 1996 in occasione della prima sessione della Conferenza ministeriale dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC),
- vista la dichiarazione ministeriale di Ginevra sul commercio elettronico mondiale adottata il 20 maggio 1998 in occasione della seconda sessione della Conferenza ministeriale dell'OMC,
- visto il punto 46 sul commercio elettronico della Dichiarazione ministeriale di Hong Kong sul programma di lavoro di Doha, adottata il 18 dicembre 2005 in occasione della sesta sessione della Conferenza ministeriale dell'OMC,
- visto il punto 46 sul commercio elettronico della Dichiarazione ministeriale di Hong Kong sul programma di lavoro di Doha, adottata il 18 dicembre 2005 in occasione della sesta sessione della Conferenza ministeriale dell'OMC,
- viste la proposta di direttiva del Consiglio che modifica la direttiva 2002/38/CE del Consiglio relativamente al periodo di applicazione del regime di imposta sul valore aggiunto applicabile ai servizi di radiodiffusione e di televisione e a determinati servizi prestati tramite mezzi elettronici, nonché la relazione della Commissione al Consiglio sulla direttiva 2002/38/CE del Consiglio, del 7 maggio 2002, che modifica temporaneamente la direttiva 77/388/CEE per quanto riguarda il regime di imposta sul valore aggiunto applicabile ai servizi di radiodiffusione e di televisione e a determinati servizi prestati tramite mezzi elettronici (COM(2006) 210),
- vista la direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ("direttiva sul commercio elettronico")¹,
- visto il regolamento (CE) n. 792/2002 del Consiglio, del 7 maggio 2002, che modifica temporaneamente il regolamento (CEE) n. 218/92 concernente la cooperazione amministrativa nel settore delle imposte indirette (IVA) con riferimento a misure aggiuntive in materia di commercio elettronico²,
- vista la decisione 70/2008/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 gennaio 2008, concernente un ambiente privo di supporti cartacei per le dogane e il commercio³,

¹ GU L 178, del 17.7.2000, pag. 1.

² GU L 128, del 15.5.2002, pag. 1.

³ GU L 23, del 26.1.2008, pag. 21.

- viste la sua posizione del 24 settembre 2008 sulla proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la direttiva 2002/21/EC che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, la direttiva 2002/19/EC relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate e all'interconnessione delle medesime, la direttiva 2002/20/EC relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica¹, la direttiva 2002/58/EC del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (direttiva sulla vita privata e le comunicazioni elettroniche)² e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori (regolamento sulla cooperazione nell'ambito della tutela dei consumatori)³,
 - vista la sua risoluzione del 14 maggio 1998 sulla comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni, dal titolo "Un'iniziativa europea in materia di commercio elettronico"⁴,
 - vista la sua risoluzione del 21 giugno 2007 sulla fiducia dei consumatori nell'ambiente digitale⁵,
 - visto l'articolo 45 del suo regolamento,
 - visti la relazione della commissione per il commercio internazionale e i pareri della commissione per l'industria, la ricerca e l'energia, della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori e della commissione per la cultura e l'istruzione (A6-0020/2009),
- A. considerando che più di metà dei cittadini dell'UE e quasi 1,5 miliardi di persone in tutto il mondo hanno accesso a Internet, mentre nell'UE un cittadino su tre effettua acquisti online, ma che sono solo 30 milioni coloro che effettuano acquisti transfrontalieri nell'UE,
- B. considerando che, secondo l'OMC, per commercio elettronico s'intende "la produzione, la pubblicità, la vendita e la distribuzione di prodotti attraverso reti di telecomunicazione",
- C. considerando che è possibile operare una distinzione tra la fornitura di contenuti su supporti fisici e quella di contenuti codificati in formato digitale, trasmessi elettronicamente su Internet, su reti fisse o senza fili, senza quindi supporti fisici,
- D. considerando che il commercio elettronico può assumere la forma di transazioni tra imprese, oppure tra imprese e consumatori, o ancora tra consumatori, e che gli scambi commerciali attraverso le piattaforme Internet hanno modificato profondamente il modo in cui le persone commerciano beni e servizi, creando nuove opportunità, in particolare per le piccole e medie imprese (PMI), di raggiungere nuovi clienti oltre frontiera,

¹ Testi approvati, P6_TA(2008)0449.

² GU L 201, del 31.7.2002, pag. 37.

³ GU L 364 dell'9.12.2004, pag. 1.

⁴ GU C 167 del 1.6.1998, pag. 203.

⁵ GU C 146 del 12.6.2008, pag. 370.

- E. considerando che il mantenimento della struttura aperta di Internet rappresenta un prerequisito per il continuo sviluppo della Rete, dell'economia in generale e del commercio globale, che "funzionano" sempre più grazie alle tecnologie Internet,
- F. considerando che le PMI possono trarre dal commercio elettronico particolari benefici in termini di accesso ai mercati esterni; che tuttavia il pieno sviluppo di questi nuovi metodi di commercio elettronico incontra ancora diversi ostacoli per quanto concerne la loro applicazione pratica,
- G. considerando che il libero flusso d'informazioni è indispensabile per agevolare il commercio elettronico e che una rete aperta e sicura che consenta la diffusione e l'accesso alle informazioni presenti su Internet rappresenta il presupposto su cui si sta costruendo l'economia globale del XXI secolo,
- H. considerando l'onnipresenza delle tecnologie dell'informazione della comunicazione (TCI) in ambito economico, e il contemporaneo sviluppo e ampliamento di nuove piattaforme e reti; che sono necessari standard aperti i quali sono importanti per l'innovazione, la concorrenza e l'efficace scelta del consumatore;
- I. considerando che l'ulteriore sviluppo del nuovo ambiente commerciale "digitalizzato" ha già offerto e continuerà a offrire nuove opportunità per le transazioni commerciali sia tradizionali che moderne, a rafforzare la posizione del consumatore nella catena commerciale e a dar vita a modelli imprenditoriali totalmente nuovi in tema di relazioni tra consumatore e produttore,
- J. considerando che Internet offre ai consumatori la possibilità di prendere decisioni commerciali più informate in termini di qualità e di prezzi rispetto ai mezzi di acquisto tradizionali; che la pubblicità online è divenuta un importante strumento per semplificare gli scambi transfrontalieri per le imprese di ogni dimensione, che permette soprattutto alle PMI di raggiungere nuovi clienti,
- K. considerando che il crescente uso di Internet per gli scambi commerciali comporta notevoli opportunità, ma anche talune sfide,
- L. considerando che le aziende che offrono servizi di contenuti dovrebbero essere incoraggiate ad adottare modelli commerciali nuovi e innovativi che includano le opportunità offerte da Internet e dal commercio elettronico,
- M. considerando che la tecnologia e l'economia detteranno soluzioni giuridiche visto che l'attuale mosaico di quadri giuridici è evidentemente inadeguato,
- N. considerando che il commercio elettronico si basa generalmente sulla protezione della proprietà intellettuale e che è necessario un ambiente giuridico sicuro e prevedibile per la tutela della proprietà intellettuale, con opportuni limiti ed eccezioni, per promuovere l'innovazione tecnologica e il trasferimento/diffusione della tecnologia,
- O. considerando che è stato osservato come, secondo le leggi nazionali di importanti partner commerciali dell'UE, per fornire servizi di commercio elettronico è prima necessario ottenere una licenza di telecomunicazione e che ciò crea un inutile onere, specie se si considerano le complesse procedure necessarie per l'ottenimento di queste licenze,

- P. considerando che il ruolo del commercio elettronico tra i membri dell'OMC è cresciuto rapidamente in settori come quello bancario, delle telecomunicazioni, dell'industria informatica, della pubblicità, dei servizi di distribuzione e dei servizi di recapito espresso; che il numero di paesi che non limitano l'accesso transfrontaliero in tali settori è già elevato; che inoltre sono trascorsi dieci anni dall'avvio del programma di lavoro dell'OMC in materia di commercio elettronico,
- Q. considerando che i capisaldi dell'OMC, vale a dire la non discriminazione, la trasparenza e la progressiva liberalizzazione, devono essere applicati in modo tale da tenere in considerazione la velocità e la natura interattiva di Internet, i metodi di pagamento elettronico, la disintermediazione, l'accresciuta integrazione delle funzioni aziendali nell'ambito del sistema online, la maggiore flessibilità delle organizzazioni aziendali, nonché l'accresciuta frammentazione delle imprese,
1. sottolinea l'influenza positiva esercitata da Internet sui vari fattori e sulle diverse fasi del commercio transfrontaliero e internazionale di beni e servizi negli ultimi vent'anni; osserva che il carattere intrinsecamente internazionale del commercio elettronico necessita di comprensione e collaborazione universali;
 2. riconosce che l'innovazione e la creatività commerciale online stanno favorendo lo sviluppo di nuovi modelli di scambio commerciale, come il commercio tra consumatori; evidenzia che i mercati online fungono da nuovi intermediari, al fine di agevolare gli scambi, aumentare l'accesso alle informazioni a bassissimo costo e ampliare, in generale, l'ambito dei rapporti tra le imprese;
 3. ritiene che le PMI e i giovani imprenditori impegnati, interamente o in parte, in attività commerciali online, abbiano realmente a disposizione una piattaforma caratterizzata da costi amministrativi e commerciali relativamente bassi, attraverso la quale promuovere e vendere, per mezzo di pubblicità online mirata, i loro prodotti e servizi a una clientela globale in continua espansione, aggirando in tal modo barriere commerciali obsolete e penetrando in mercati che in passato erano distanti e inaccessibili;
 4. riconosce i problemi in materia di garanzia della qualità e sicurezza dei prodotti a causa dell'assenza delle consuete pratiche di controllo nella fase di distribuzione del commercio elettronico; ritiene che tale situazione vada affrontata con metodi innovativi, come la valutazione del livello di affidabilità dei venditori da parte dei clienti e la "verifica tra pari" da parte degli stessi;
 5. chiede un'analisi dettagliata sull'influenza del commercio online sui modelli e le attività commerciali tradizionali, al fine di acquisire consapevolezza in merito agli effetti avversi ed evitarli;
 6. rileva con preoccupazione che spesso consumatori e venditori che utilizzano le TIC sono soggetti a trattamento discriminatorio rispetto a consumatori e venditori che agiscono su mercati offline;
 7. si compiace del fatto che i consumatori stanno beneficiando dell'accesso a un assortimento di beni e servizi virtualmente illimitato, grazie all'effettiva abolizione di limitazioni legate alla geografia, alla distanza e allo spazio, nonché della possibilità di ottenere informazioni trasparenti e imparziali e operare un raffronto tra i prezzi, della

disponibilità di pubblicità online su misura, e della possibilità di beneficiare della comodità di "ricerche e acquisti" 24 ore al giorno, collegandosi a Internet da casa, dal lavoro o da qualsiasi altro luogo;

8. sottolinea che il mercato digitale emergente di beni e servizi immateriali supera già il commercio tradizionale e ha creato, inoltre, una nuova gamma di concetti commerciali e valori economici, come le proprietà immobiliari digitali (i nomi di dominio) e l'accesso alle informazioni (i motori di ricerca);
9. suggerisce che comportamenti illeciti come la contraffazione, la pirateria, le truffe, la violazione della sicurezza delle transazioni e la violazione dello spazio privato dei cittadini non vadano attribuiti alla natura del mezzo, ma debbano essere considerati manifestazioni di attività commerciali illecite già presenti nel mondo fisico e che sono stati favoriti e acuiti dall'abbondanza delle possibilità tecnologiche fornite, che si registrano soprattutto quando il mezzo non opera sulla base del rispetto delle norme in vigore per beneficiare di un regime di responsabilità limitata; ribadisce la necessità di creare meccanismi per l'adozione e il rafforzamento delle necessarie ed opportune misure di applicazione e di un coordinamento più efficace e concertato che consentiranno di combattere e di eliminare gli attuali comportamenti illeciti nel commercio elettronico, con particolare attenzione a quei casi che possono comportare rischi importanti per la salute pubblica, come i falsi medicinali, senza influenzare lo sviluppo del commercio elettronico internazionale;
10. sostiene il rispetto incondizionato della morale pubblica e dei valori etici degli Stati e dei popoli, ma si rammarica del crescente ricorso illecito alla censura nei confronti di servizi e prodotti online, la quale assume la funzione di una sorta di barriera commerciale occulta;
11. riconosce la necessità di ricorrere a standard di tipo aperto, e la loro importanza per l'innovazione, la concorrenza e una scelta efficace da parte dei consumatori; propone che gli accordi commerciali sottoscritti dalla CE promuovano l'uso ampio e generalizzato di Internet per il commercio elettronico, a condizione che i consumatori siano in grado di accedere e utilizzare i servizi e i prodotti digitali di loro scelta, purché non vietati dalle disposizioni nazionali di legge;
12. ritiene che l'ampiezza dell'aumento delle transazioni transfrontaliere, la difficoltà di identificare la natura, l'origine e la destinazione delle transazioni e l'assenza di rintracciabilità e di punti di leva metta in discussione il carattere territoriale dei regimi fiscali; sottolinea che esiste la possibilità di semplificare l'amministrazione fiscale, di sostituire i documenti cartacei con interscambi di dati elettronici e di compilare online le dichiarazioni dei redditi, oltre che di automatizzare il processo di riscossione delle imposte;
13. sottolinea la necessità di educare consumatori e imprese e di organizzare campagne d'informazione nei media sulle prospettive di sviluppo e sui diritti e gli obblighi di tutte le parti coinvolte nel commercio internazionale via Internet;
14. si rammarica del numero crescente di frodi e furti di dati personali e di denaro che avviene online; ritiene che la scarsa fiducia nella sicurezza delle transazioni e dei pagamenti costituisca il pericolo maggiore per il futuro del commercio elettronico; esorta

la Commissione a indagarne le cause e a moltiplicare gli sforzi per creare meccanismi atti a rafforzare la fiducia delle imprese e dei privati nei sistemi internazionali di pagamento elettronico nonché a istituire idonei strumenti per risolvere le dispute connesse alle pratiche commerciali illegali;

15. evidenzia che la sicurezza e la credibilità delle transazioni legate ai beni o ai servizi culturali online sono essenziali;
16. rileva che la fiducia non dipende soltanto da modalità di utilizzo di Internet semplici, affidabili e sicure, ma dipende, tra l'altro, anche dalla qualità di beni e servizi e dalla disponibilità di adeguati mezzi di tutela;
17. sottolinea la necessità di una cooperazione internazionale a livello normativo, se si vuole che il commercio elettronico internazionale sviluppi appieno le sue potenzialità; ritiene che sia necessario un approccio nuovo e moderno nei confronti di settori problematici del commercio elettronico, per far sì che i consumatori beneficino della tutela della loro vita privata e dei costi inferiori e delle nuove opportunità per il commercio che derivano da Internet;
18. ritiene che il dibattito sulle sfide future e presenti del commercio mondiale su Internet debba avvenire in un quadro di cooperazione strutturato e basato sul sostegno reciproco, che poggi su sistemi di regole istituzionalizzati tra soggetti interdipendenti, consentendo in tal modo un processo di governance di tipo "multistakeholder" moderno e inclusivo, come illustrato dal Forum sulla governance di Internet; sottolinea che le attuali modalità di governo di Internet sono caratterizzate dalla loro natura ibrida, priva di strumenti di guida gerarchici funzionali e normativi;
19. lamenta l'assenza di progressi nell'ambito dei negoziati dell'OMC sull'importante questione della classificazione dei cosiddetti "prodotti digitali", il fatto che l'agenda di Doha per lo sviluppo non preveda negoziati specifici sul commercio elettronico, nonché la mancanza di progressi in merito all'adozione di una moratoria permanente dell'OMC sui dazi doganali applicati alle trasmissioni elettroniche; sottolinea che vi è ancora incertezza circa il corretto inquadramento doganale dei prodotti digitali e che manca ancora un accordo su quali regole e obblighi (Accordo generale sulle tariffe doganali e sul commercio (GATT), Accordo generale sugli scambi di servizi (GATS) o Diritti di proprietà intellettuale connessi al commercio) debbano essere applicati ai prodotti forniti in formato digitale;
20. accoglie con favore la proposta della Commissione all'OMC di aggiornare e ampliare la citata dichiarazione ministeriale (ITA), che definisce un calendario serrato per stimolare ulteriormente il commercio di tali prodotti, attrarre un maggior numero di partecipanti, trattare la questione delle barriere non tariffarie e affrontare le sfide sempre più imponenti dello sviluppo e della convergenza tecnologici; deplora tuttavia le diverse interpretazioni date all'ITA dalle parti ed invita la Commissione ad applicare pienamente la lettera e lo spirito dell'attuale ITA e a sostenere un approccio moderno e realistico per ogni futuro accordo, in linea con la richiesta di più prodotti della tecnologia delle informazioni esenti da dazi di importazione;
21. accoglie con favore il progresso già conseguito nel quadro del GATS, dei trattati internet dell'Organizzazione mondiale per la proprietà intellettuale (OMPI), della legge tipo della

Commissione delle Nazioni Unite sul diritto commerciale internazionale (CNUDCI), e dell'ampia politica quadro adottata in occasione della riunione ministeriale dell'OCSE svoltasi a Seoul nel 2008, e del Vertice mondiale sulla società dell'informazione;

22. evidenzia l'importanza della Convenzione dell'UNESCO (Organizzazione delle Nazioni Unite in materia di educazione, scientifica e culturale) sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali quale strumento essenziale per garantire il mantenimento dell'eccezione culturale nelle transazioni commerciali internazionali di beni e servizi di natura culturale e creativa, nel quadro internazionale dell'OMC; invita il Consiglio e la Commissione ad attuarla rapidamente sia nelle politiche interne che in quelle esterne dell'Unione europea;
23. sottolinea il fatto che accordi di libero scambio bilaterali e regionali non sono in grado di fornire soluzioni complete per un accesso su vasta scala al mercato; invita l'UE a includere sistematicamente nei suoi accordi commerciali bilaterali e regionali disposizioni esplicite in merito ad un uso di Internet aperto e generalizzato per il commercio elettronico di beni, servizi e flussi di informazioni non soggetti a vincoli, in modo da astenersi dall'imporre o mantenere inutili ostacoli ai flussi di informazione transfrontalieri e applicando alle transazioni via Internet i principi di una disciplina non discriminatoria, trasparente e il meno restrittiva possibile per gli scambi commerciali; sostiene gli sforzi compiuti dall'UE per instaurare un dialogo di cooperazione sulle questioni normative nell'ambito degli accordi commerciali bilaterali con i partner commerciali dei paesi terzi; esorta le istituzioni comunitarie e gli Stati membri interessati, una volta raggiunti questi accordi, a essere pronti a contribuire a questi dialoghi di cooperazione;
24. esorta la Commissione a riesaminare l'applicabilità degli strumenti commerciali in maniera da armonizzare e aprire l'uso dello spettro e promuovere in tal modo l'accesso mobile ai servizi Internet che sono di stimolo per l'innovazione, la crescita e la concorrenza;
25. sottolinea la necessità di provvedere affinché la fornitura di servizi online, compreso il commercio elettronico, non sia soggetta a inutili procedure di autorizzazione non necessarie, sia nell'UE che nei paesi dei nostri partner commerciali, che rappresenterebbero un ostacolo de facto alla fornitura di tali servizi;
26. ritiene che, nel contesto degli appalti pubblici internazionali, dove le nuove tecnologie consentono il commercio elettronico transfrontaliero, le nuove forme, ad esempio, di aste combinatorie per consorzi di PMI e di pubblicazione e pubblicità di offerte on-line consentano un notevole aumento degli appalti commerciali non soltanto nell'ambito dell'UE ma anche a livello globale, favorendo il commercio elettronico transfrontaliero;
27. rammenta che la conclusione dell'accordo commerciale anticontraffazione deve creare un equilibrio tra la protezione effettiva dei diritti di proprietà intellettuale (DPI) e la tutela dei diritti fondamentali dei consumatori e contribuire ad un'ulteriore innovazione, flussi di informazione e uso di servizi legittimi nell'ambiente commerciale online;
28. invita la Commissione a organizzare campagne di informazione e istruzione utilizzando strumenti tradizionali e basati su Internet, al fine di sensibilizzare maggiormente i consumatori sui loro diritti allo scopo di rafforzare la loro fiducia nel commercio online;

29. deplora la frammentazione del mercato online dell'UE, causata da disposizioni normative che consentono o rendono obbligatoria la divisione del mercato su base geografica e ostacolano o impediscono la fornitura online di beni o servizi, da limitazioni contrattuali alla distribuzione, dall'incertezza giuridica, dalla mancanza di fiducia da parte dei consumatori nei confronti dei sistemi di pagamento elettronici, dai costi elevati di accesso a Internet e da altri limiti alla disponibilità di opzioni di consegna;
30. invita la Commissione a pubblicare sul suo sito web informazioni sui diritti dei consumatori in materia di commercio internazionale su internet, incentrandosi in particolare sulle questioni contrattuali, la protezione dei consumatori contro le pratiche commerciali sleali, la vita privata e i diritti d'autore;
31. ritiene che le carenze normative nel mercato online dell'UE stiano ostacolando lo sviluppo di un ambiente industriale e commerciale europeo online stabile e solido il che comporta livelli insoddisfacenti di partecipazione dei consumatori europei alle transazioni commerciali nell'UE e a livello internazionale e frena la creatività e l'innovazione dell'attività commerciale; si rammarica del fatto che il numero di società con sede nell'UE che forniscono unicamente servizi online è estremamente ridotto;
32. prende atto della proposta della Commissione per una direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sui diritti dei consumatori, dell'8 ottobre 2008 (COM (2008)0614) che, si auspica, comporterà un maggior grado di certezza del diritto, trasparenza e tutela per il numero crescente di consumatori che acquistano via Internet, in particolare per quanto riguarda la consegna, il trasferimento del rischio, la conformità contrattuale e le garanzie commerciali;
33. ricorda che, per utilizzare appieno le possibilità offerte dal commercio elettronico, la fiducia è di vitale importanza, in particolare per i consumatori e le PMI, come sottolineato nella sua risoluzione del 21 giugno 2007 ;
34. invita la Commissione e gli Stati membri a cogliere tutte le opportunità per contribuire a rafforzare la fiducia attraverso iniziative assunte nelle competenti istanze internazionali, come l'OMC, e ad adoperarsi per raggiungere standard e norme globali che tengano conto delle migliori prassi europee;
35. esorta la Commissione a migliorare l'interoperabilità giuridica dei servizi Internet attraverso lo sviluppo di modelli di licenze e altre soluzioni legali compatibili con gli ordinamenti giuridici in cui il diritto privato non è stato armonizzato, in particolare per l'aspetto dell'indennizzo volontario riguardo ai brevetti connessi agli standard online internazionali, e a diffondere gli attuali deliverable europei per l'interoperabilità giuridica, come mezzo per ridurre i costi delle transazioni e l'incertezza giuridica dei fornitori online;
36. esorta la Commissione a elaborare, se del caso in collaborazione con l'OCSE, uno studio dettagliato che includa le statistiche relative al commercio elettronico internazionale;
37. invita la Commissione a mettere a punto una strategia completa per rimuovere gli ostacoli al commercio elettronico che tutt'ora interessano le PMI (accesso alle TIC, costi connessi allo sviluppo e al mantenimento dei sistemi di commercio elettronico, mancanza di fiducia, carenza di informazioni, incertezza giuridica nelle dispute transnazionali, ecc.), e

raccomandazioni strategiche che comprendano l'offerta di incentivi alle PMI, onde incrementare la partecipazione al commercio online di prodotti e servizi; incoraggia al riguardo la creazione di un database, concepito per fornire supporto informativo e orientamenti gestionali ai nuovi partecipanti e a quelli che muovono i primi passi nel commercio online e la conduzione di un'analisi economica comparativa dei benefici del commercio elettronico e della pubblicità online per le PMI, e a presentare analisi di casi di PMI dell'UE dedicatesi con successo al commercio online;

38. chiede alla Commissione e agli Stati membri di incentivare le PMI ad "andare online" e a organizzare piattaforme di condivisione delle informazioni e di scambio delle buone pratiche; raccomanda alla Commissione e agli Stati membri di utilizzare le tecnologie elettroniche nella promozione degli appalti pubblici prestando grande attenzione a garantire l'accessibilità elettronica;
39. accoglie favorevolmente l'iniziativa della Commissione di avviare un dialogo pubblico attraverso i suoi documenti di analisi dal titolo "Opportunities in Online Goods and Services" (opportunità nell'ambito dei beni e servizi online) e con l'istituzione di un gruppo di consulenti che collabori all'elaborazione di una relazione sulle questioni pertinenti;
40. evidenzia che Internet ha introdotto un nuovo approccio alla produzione, al consumo e alla diffusione di beni e servizi culturali che può contribuire alla comprensione interculturale sulla base di un accesso libero ed equo alle nuove TIC e del rispetto delle diversità culturali e linguistiche;
41. sottolinea che i prodotti e i servizi culturali e artistici sono caratterizzati da una doppia natura, economica e culturale, e che è essenziale mantenere questa comprensione nell'ambito dei negoziati e degli accordi commerciali internazionali e attraverso reti globali dando attuazione alla Convenzione UNESCO in forma giuridicamente vincolante;
42. esorta la Commissione e il Consiglio a garantire che le industrie culturali europee sfruttino appieno le nuove opportunità introdotte dal commercio elettronico, in particolare nei settori audiovisivo, musicale ed editoriale, ed offrano nel contempo un'efficace protezione contro il traffico illecito e il plagio; sottolinea tuttavia che ciò non deve incidere sulla politica della Comunità, chiaramente specificata nel mandato negoziale, di astenersi dal fare offerte o accettare richieste di liberalizzazione nel settore audiovisivo e culturale;
43. ritiene che Internet stia diventando il mezzo più efficiente per colmare il divario tra nord e sud; considera inoltre che Internet stia aprendo nuovi canali commerciali in grado di collegare i paesi meno sviluppati e in via di sviluppo ai sistemi commerciali avanzati e centrali, aumentando il loro flusso di esportazioni e consentendo di superare gli svantaggi delle pratiche commerciali tradizionali;
44. ritiene che la partecipazione dei paesi meno sviluppati e di altri paesi in via di sviluppo al commercio internazionale attraverso Internet debba essere sostenuta attraverso un aumento degli investimenti, principalmente in infrastrutture di base, come le reti di telecomunicazione e i dispositivi di accesso; sottolinea la necessità di disporre di servizi Internet a basso costo e di qualità più elevata; riconosce che la liberalizzazione delle telecomunicazioni ha portato a ulteriori investimenti in infrastrutture, servizi migliori e

innovazione;

45. riconosce che in vari paesi gli utenti accedono a Internet attraverso dispositivi mobili;
46. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione, nonché ai governi e ai parlamenti degli Stati membri.

MOTIVAZIONE

Obiettivo della relazione è mettere in luce i settori del commercio internazionale nei quali Internet ha agito da catalizzatore, creando nuove condizioni per lo sviluppo del commercio a livello mondiale.

La relazione rivolge in primo luogo l'attenzione ai seguenti ambiti: il modo in cui Internet ha facilitato i metodi tradizionali di esecuzione delle transazioni commerciali, le nuove opportunità e i nuovi mercati ("mercati senza confini") creati dalla natura stessa di Internet e dal suo sviluppo tecnologico, i problemi e i rischi a cui si trova di fronte il commercio internazionale, il quadro istituzionale e normativo per le transazioni commerciali online, il funzionamento del commercio elettronico nell'UE e su scala mondiale e le sfide affrontate dai paesi in via di sviluppo.

Il commercio internazionale e Internet si influenzano reciprocamente e in modo molto evidente. Internet sta diventando il mezzo più efficace e più popolare per gli scambi commerciali, mentre le transazioni commerciali costituiscono una percentuale significativa dell'uso complessivo di Internet. Considerato che Internet è, per sua stessa natura, un mezzo internazionale di comunicazione, il commercio internazionale e Internet, intesi come processi, sono indissolubilmente legati e si sostengono a vicenda. Tuttavia, problemi come la sicurezza, l'accessibilità, la legalità, il trattamento fiscale e l'affidabilità delle transazioni commerciali elettroniche richiedono negoziati e concertazione a livello internazionale, considerato che Internet non conosce i tradizionali confini geografici.

Internet ha creato nuovi mercati e consente di accedere a mercati che in passato erano chiusi, ha accelerato gli scambi commerciali più di qualunque altro mezzo in passato e ha reso pressoché automatica la consegna di alcuni beni e servizi. Si sono avuti, inoltre, cambiamenti sorprendenti in tutte le fasi delle transazioni commerciali, ma in particolare nella trasmissione o consegna di beni o servizi, dato che ora lo stesso contenuto può essere fornito su un supporto tradizionale (per esempio il software di un computer o un CD), oppure scaricato in formato digitale.

Mentre Internet ha avuto un effetto determinante sugli scambi commerciali di beni e servizi, il grado di cambiamento, misurato in termini quantitativi e qualitativi, varia da un settore all'altro. Per quanto riguarda i beni, Internet ha consentito ai mercati mondiali di emergere, indipendentemente dall'origine e dalla specializzazione. In merito ai servizi, lo straordinario aumento della velocità di trasmissione dei dati attraverso le reti di telecomunicazione ha agito da catalizzatore, tra l'altro, sulla forma e sul contenuto delle transazioni finanziarie, delle libere professioni e del settore della cultura.

Internet riduce le distanze, diminuisce i costi legati alla pubblicità e all'informazione, intensifica la concorrenza a livello globale, rende il prezzo finale di un prodotto o di un servizio più invogliante ed elimina gli ostacoli fisici dello spazio di stoccaggio limitato, delle reti di distribuzione tradizionali e dei confini geografici. Gli operatori commerciali tradizionali non sono in grado di controllare i mercati attraverso i sistemi di distribuzione esclusiva e di divisione del mercato su base geografica. Grazie all'impiego delle piattaforme Internet, ora i consumatori possono vendere beni e servizi ad altri consumatori.

Le condizioni per le piccole e medie imprese sono particolarmente favorevoli, dato che esse hanno a disposizione molte più opportunità di penetrare nei sistemi commerciali esistenti rispetto a quante potevano averne dieci anni fa. Inoltre, il costo di accesso alla catena commerciale sta diminuendo e gli ostacoli giuridici, tecnici e istituzionali legati allo spostamento dei beni e dei servizi sono in fase di superamento. Le imprese possono creare i loro punti vendita su Internet facilmente, rapidamente e a basso costo, ottenendo in tal modo un grado elevato di competitività e la massima penetrazione nei mercati tradizionali.

I vantaggi principali per i consumatori, sia a livello nazionale ed europeo che mondiale, sono la scelta molto vasta di beni e servizi, i prezzi competitivi, un costo della vita inferiore e una migliore qualità della vita. Ora i consumatori hanno la possibilità di confrontare meglio prodotti e servizi, grazie alla disponibilità di maggiori informazioni. L'accesso è possibile 24 ore su 24, da casa o dal luogo di lavoro.

Gli acquisti su Internet fanno nascere nuove sfide per la tutela della sfera privata dei cittadini e dei consumatori. Le preferenze e gli acquisti dei consumatori su Internet sono scrutati da occhi "invisibili". Utenti ignari sono spesso ingannati e sono vittima di truffe. Il furto di denaro elettronico o dei codici PIN delle carte di credito, oppure l'accesso fraudolento ai conti bancari sono alcuni dei reati più frequenti commessi su Internet. Tutti questi fenomeni hanno eroso la fiducia degli utenti nei confronti del commercio elettronico.

Gli scambi commerciali illeciti hanno trovato nuovi canali attraverso i quali potersi diffondere liberamente. Il relatore ritiene che la contraffazione di marchi commerciali, il furto della proprietà intellettuale e la pirateria di opere musicali, cinematografiche e audiovisive siano fenomeni che si estendono anche al commercio su Internet, ma esistevano già nel mondo fisico.

Invocando la tutela dei loro alti principi morali, gli Stati impongono censure dirette o indirette le quali, tuttavia, costituiscono una forma occulta di barriera commerciale.

Le attuali strutture di governo di Internet sono caratterizzate da strumenti gerarchici funzionali e normativi di gestione inadeguati. In ragione del loro carattere ibrido, le sfide attuali e future del commercio globale su Internet devono essere affrontate in un quadro di cooperazione strutturato e basato sul sostegno reciproco, che poggia su sistemi di regole istituzionalizzati.

I negoziati sul commercio elettronico nell'ambito dell'OMC, incentrati sulla controversia riguardante i prodotti il cui contenuto è fornito in formato digitale, in particolare per quanto attiene alla loro classificazione giuridica e all'applicabilità del GATT o del GATS nei loro confronti, non hanno ancora prodotto risultati. La questione della giurisdizione fiscale è anch'essa tutt'ora irrisolta, considerato che non esistono regimi/accordi internazionali in materia di imposizione fiscale applicabili al commercio elettronico.

Gli accordi commerciali plurilaterali, interregionali e bilaterali devono contenere clausole che agevolino il commercio elettronico (una pratica già adottata dai concorrenti commerciali dell'UE). Le reazioni all'ACTA (accordo commerciale anticontraffazione) sono state contrastanti.

Oltre il 50% di tutti i cittadini dell'UE ha, in misura maggiore o minore, beneficiato dei vantaggi offerti dall'accesso Internet a mercati commerciali di piccole, medie o grandi dimensioni. L'UE si è dotata di un quadro normativo che comprende il commercio elettronico, sta attualmente discutendo una revisione del quadro delle telecomunicazioni e mantiene con fermezza la propria posizione, nell'ambito dei negoziati dell'OMC, in merito alla designazione e classificazione del commercio elettronico in conformità ai singoli accordi dell'OMC. L'UE è alla ricerca di partner mondiali per garantire che la dimensione Internet del commercio internazionale sia soggetta a discipline e regole aventi come scopo preminente la liberalizzazione e lo sviluppo di una sana concorrenza e la promozione della sicurezza del commercio mondiale.

Tuttavia, vi sono problemi innati nell'UE che influenzano gli scambi commerciali online, come per esempio la ripartizione del mercato su base geografica, l'imposizione di limitazioni contrattuali alla rete di distribuzione, l'assenza di un regime fiscale comune e l'esistenza di quadri normativi che preservano e favoriscono le pratiche di distribuzione tradizionali. In ragione del coordinamento inadeguato del commercio elettronico europeo, l'UE non occupa una posizione globale all'altezza della sua attuale forza commerciale. Basti menzionare il fatto che solo un piccolo numero di imprese che operano su Internet ha sede nell'UE.

Internet potrebbe costituire il mezzo per colmare il divario tra nord e sud, aprire nuovi canali che mettano in contatto i paesi in via di sviluppo con i sistemi commerciali avanzati, aumentare i loro flussi di esportazioni e superare gli svantaggi tipici legati alle pratiche commerciali tradizionali. I paesi in via di sviluppo, privi di un accesso diretto alle strutture commerciali tradizionali, possono trarre un enorme beneficio dall'uso di Internet. Quello che occorre è aumentare gli investimenti in infrastrutture fisiche e tecniche (computer, software e reti di telecomunicazioni) e gli interventi tesi a superare i punti deboli intrinseci (per esempio i monopoli nel settore delle telecomunicazioni che portano a servizi di scarsa qualità, ma con costi elevati, l'analfabetismo digitale e la mancanza di accesso ai canali internazionali del commercio elettronico), al fine di agevolare l'integrazione armoniosa dei paesi in via di sviluppo nel sistema mondiale degli scambi commerciali.

5.12.2008

PARERE DELLA COMMISSIONE PER L'INDUSTRIA, LA RICERCA E L'ENERGIA

destinato alla commissione per il commercio internazionale

sul commercio internazionale e internet
(2008/2204(INI))

Relatrice per parere: Silvia-Adriana Țicău

SUGGERIMENTI

La commissione per l'industria, la ricerca e l'energia invita la commissione per il commercio internazionale, competente per il merito, a includere nella proposta di risoluzione che approverà i seguenti suggerimenti:

1. accoglie con favore il progresso già conseguito nel quadro del GATS, dei trattati internet OMPI, della legge tipo del CNUDCI, della vasta attività dell'OCSE e dell'ampia politica quadro adottata in occasione della recente riunione ministeriale a Seoul nel 2008, e del WSIS;
2. rammenta le possibilità offerte dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TCI) in quanto strumenti in grado di agevolare il commercio di beni e servizi, e di contribuire allo sviluppo di nuovi servizi elettronici;
3. ricorda che internet ha creato enormi nuove opportunità sia per i consumatori (con una maggiore scelta e prezzi più bassi) che per le imprese (con nuovi canali di accesso al mercato globale);
4. sottolinea il fatto che internet presenta interessanti opportunità per le imprese, sia piccole che grandi, urbane e rurali, nella vendita di prodotti on-line; sottolinea inoltre che i servizi esistenti possono essere sempre più forniti on-line; e che, grazie in particolare all'avvento di tecnologie energetiche accessibili, di comunicazioni di alta qualità in voce e video, le persone sono in grado di comunicare facilmente ovunque siano nel mondo, compresa la possibilità di ricevere il pagamento per servizi forniti interamente a distanza;
5. sottolinea il fatto che internet consente la distribuzione di beni immateriali in modo innovativo;

6. ribadisce l'onnipresenza delle TCI in ambito economico, e il contemporaneo sviluppo e ampliamento di nuove piattaforme e reti; riconosce la necessità di standard aperti e la loro importanza per l'innovazione, la concorrenza e l'effettiva scelta del consumatore;
7. ricorda che l'enorme successo di internet si basa sul concetto di rete "libera" in cui la protezione della vita privata e il libero flusso di informazioni sono elementi chiave; internet deve essere tenuta come uno spazio creativo che consenta il fiorire di nuovi modelli commerciali;
8. sottolinea che preservare l'apertura e la neutralità di internet all'interno e all'esterno dell'Europa costituisce un requisito per la sua continua crescita, nonché per l'economia più ampia e il commercio globale che "viaggiano" sempre di più sulle tecnologie Internet;
9. sottolinea che la fiducia dei consumatori e dei partner commerciali è uno dei fattori principali per lo sviluppo futuro del commercio elettronico, e che la sicurezza delle reti, la lotta alle frodi e il rispetto della vita privata, dei dati personali e dei DPI sono fondamentali per la creazione di tale fiducia;
10. prende atto con preoccupazione che spesso consumatori e venditori che utilizzano le TIC sono soggetti a trattamento discriminatorio rispetto a consumatori e venditori che agiscono su mercati offline;
11. reputa che il potenziale del commercio elettronico per le PMI non sia stato ancora pienamente sfruttato e che vi sia ancora molto da fare per realizzare un unico mercato elettronico europeo per i prodotti e i servizi ove le PMI potrebbero svolgere un ruolo di primo piano per l'ulteriore integrazione dei mercati europei; sottolinea che il pieno potenziale del commercio elettronico, delle comunicazioni elettroniche e della società dell'informazione in quanto tale non è stato ancora pienamente sfruttato, in particolare dalle PMI e che questi sviluppi presentano enormi opportunità per le comunità svantaggiate, superando i confini tradizionali e le distanze;
12. ritiene che, nel contesto di appalti pubblici internazionali, dove le nuove tecnologie consentono il commercio elettronico transfrontaliero, le nuove forme, ad esempio, di aste combinatorie per consorzi di PMI e di pubblicazione e pubblicità di offerte on-line consentono un notevole aumento degli appalti commerciali non soltanto nell'ambito dell'Unione europea ma a livello globale favorendo il commercio elettronico transfrontaliero;
13. ritiene che gran parte del futuro del commercio e dei mercati d'esportazione per l'Unione europea sia nei servizi sociali come alcuni servizi di assistenza sanitaria e di istruzione che possono sempre più essere offerti attraverso Internet e che dipendono da quadri e accordi commerciali internazionali coerenti e chiari;
14. chiede alla Commissione e agli Stati membri di continuare ad adoperarsi in favore dell'adozione di politiche coordinate e dell'applicazione di un contesto normativo internazionale che affronti obsoleti ostacoli normativi che impediscono ad internet di realizzare appieno il proprio potenziale, sostenga le transazioni digitali e sia governato da principi comuni riconosciuti in tutti gli Stati membri, con particolare riguardo alla regolamentazione dei pagamenti elettronici e del commercio digitale;

15. invita le società che forniscono contenuti a sfruttare appieno le possibilità offerte da internet impegnandosi, ove possibile, in aziende commerciali innovative;
16. chiede alla Commissione e agli SM di garantire che le nuove barriere del commercio digitale (infrastrutture fisiche, capacità umana e giuridica, barriere non tariffarie, come censura e restrizioni alla libertà di informazione) siano riconosciute in anticipo e contrastate adeguatamente attraverso gli impegni attuali e futuri; in tale contesto, ritiene opportuno affrontare l'interoperabilità, l'interconnettività e le tematiche legate alla gestione di Internet; invita inoltre la Commissione e gli Stati membri a garantire che l'impegno volto a ridurre le barriere commerciali occulte inizi quanto prima dal completamento del mercato unico per le comunicazioni elettroniche e il contenuto digitale e rafforzando il commercio elettronico nei servizi audiovisivi, nell'interesse dei consumatori e della competitività dell'industria europea;
17. raccomanda di bilanciare le esigenze di sicurezza con il rispetto delle libertà fondamentali e la promozione della creatività e dalla diffusione della conoscenza;
18. chiede alla Commissione e agli SM di incentivare le PMI a investire nella propria presenza in internet e a organizzare piattaforme di condivisione delle informazioni e di scambio delle buone prassi; raccomanda infine alla Commissione e agli Stati membri di utilizzare le tecnologie elettroniche nella promozione degli appalti pubblici prestando grande attenzione a garantire l'accessibilità elettronica;
19. invita la Commissione a rivedere e ad esaminare gli accordi commerciali multilaterali e bilaterali esistenti, in fase di preparazione, che vigono o che sono in fase di negoziato al fine di stabilire una chiara serie di priorità su che cosa incoraggiare e che cosa evitare in futuri negoziati di accordi commerciali e della relativa applicazione. Ritiene che questo processo debba essere trasparente e aperto e garantire il massimo impegno multilaterale.

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	2.12.2008
Esito della votazione finale	+: 38 -: 0 0: 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Šarūnas Birutis, Jan Březina, Jerzy Buzek, Jorgo Chatzimarkakis, Giles Chichester, Dragoș Florin David, Den Dover, Nicole Fontaine, Adam Gierek, Norbert Glante, David Hammerstein, Erna Hennicot-Schoepges, Mary Honeyball, Ján Hudacký, Werner Langen, Anne Laperrouze, Pia Elda Locatelli, Eluned Morgan, Antonio Mussa, Angelika Niebler, Reino Paasilinna, Aldo Patriciello, Miloslav Ransdorf, Vladimír Remek, Teresa Riera Madurell, Mechtild Rothe, Paul Rübig, Britta Thomsen, Patrizia Toia, Claude Turmes, Nikolaos Vakalis, Adina-Ioana Vălean
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Gabriele Albertini, Alexander Alvaro, Pierre Pribetich, John Purvis, Silvia-Adriana Țicău, Vladimir Urutchev

3.12.2008

PARERE DELLA COMMISSIONE PER IL MERCATO INTERNO E LA PROTEZIONE DEI CONSUMATORI

destinato alla commissione per il commercio internazionale

sul commercio internazionale e internet
(2008/2204(INI))

Relatore per parere: Marian Zlotea

SUGGERIMENTI

La commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori invita la commissione per il commercio internazionale, competente per il merito, a includere nella proposta di risoluzione che approverà i seguenti suggerimenti:

1. rileva che la possibilità offerta ai cittadini europei di effettuare scambi di beni e servizi a livello internazionale tramite internet andrebbe sostenuta, poiché amplia la gamma di offerte per i consumatori, intensifica la concorrenza, consente di migliorare la qualità di beni e servizi e fornisce nuove opportunità di mercato;
2. prende atto della proposta della Commissione per una direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio sui diritti dei consumatori, dell'8 ottobre 2008 (COM(2008)0614) che, si auspica, comporterà un maggior grado di certezza giuridica, trasparenza e tutela per il crescente numero di consumatori che acquistano via Internet, in particolare per quanto riguarda la consegna, il trasferimento del rischio, la conformità con il contratto e le garanzie commerciali;
3. ricorda che per utilizzare appieno le possibilità offerte dal commercio elettronico la fiducia è di vitale importanza, in particolare per i consumatori e le piccole e medie imprese (PMI), come sottolineato nella sua risoluzione del 21 giugno 2007 sulla fiducia dei consumatori nell'ambiente digitale¹;
4. sottolinea che il volume di merci di scarsa qualità provenienti da paesi terzi, comprese le imitazioni di beni protetti da diritti di proprietà intellettuale e i medicinali contraffatti,

¹ GU C 146 E, del 12.6.2008, pag. 370.

venduti su internet, è in aumento e che occorre prendere misure efficaci, fra l'altro in cooperazione con paesi terzi, per far fronte a questo problema;

5. rileva che vi sono notevoli ostacoli al commercio elettronico transfrontaliero, in particolare per quanto riguarda la certezza contrattuale e giuridica delle vendite transfrontaliere e la tutela di diritti d'autore e licenze;
6. sottolinea che internet offre alle PMI ampie opportunità di sviluppare le proprie attività commerciali mediante la partecipazione sui mercati internazionali a costi molto contenuti rispetto ai metodi tradizionali; e che, in tale prospettiva, la Commissione e gli Stati membri dovrebbero istituire un quadro normativo per eliminare ostacoli e barriere pur mantenendo un elevato livello di tutela del consumatore;
7. sottolinea che, sebbene ai sensi dell'articolo 18 del regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione fra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori ("regolamento in materia di cooperazione per la tutela dei consumatori")¹ la Commissione ha il potere di concludere accordi con i paesi terzi su una cooperazione rafforzata al fine proteggere i consumatori, nessun accordo di questo tipo è ancora stato concluso con un paese terzo; invita pertanto la Commissione ad avviare negoziati e a concludere quanto prima tali accordi, in particolare con i paesi dell'OCSE e con i principali partner commerciali dell'Unione europea, dal momento che ciò garantirà una maggiore applicabilità dei diritti dei consumatori;
8. rileva che la fiducia non dipende soltanto da modalità di utilizzo di Internet semplici, affidabili e sicure, ma dipende, tra l'altro, anche dalla qualità di beni e servizi e dalla disponibilità di adeguati mezzi di tutela;
9. invita la Commissione e gli Stati membri a cogliere tutte le opportunità per contribuire a rafforzare la fiducia attraverso iniziative assunte nelle competenti istanze internazionali, come l'Organizzazione mondiale del commercio e ad adoperarsi per raggiungere standard e norme globali che tengano conto delle migliori prassi europee;
10. invita la Commissione e gli Stati membri a garantire il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale nel contesto del commercio internazionale su internet, nonché la corretta applicazione della normativa doganale e fiscale;
11. rileva che le disparità tra le normative nazionali in materia di commercio elettronico, ivi comprese le carenze nell'applicazione e attuazione della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000 relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi delle società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno (direttiva sul commercio elettronico)² da un lato, impediscono il pieno sviluppo del mercato interno, dall'altro, indeboliscono la capacità UE a livello internazionale; invita la Commissione a monitorare potenziali ostacoli al funzionamento del mercato interno la cui origine può essere attribuita alle legislazioni nazionali che dissuadono i fornitori di paesi terzi dall'offrire beni e servizi su internet negli Stati

¹ GUL 364, del 9.12.2004, pag. 1.

² GUL 178 del 17.7.2000, pag. 1.

membri interessati;

12. invita la Commissione ad adoperarsi per raggiungere il massimo grado possibile di protezione dei consumatori per quanto riguarda il commercio internazionale su Internet, riconoscendo al contempo che negli Stati membri vi sono diversi livelli di tutela dei consumatori e che un livello elevato di tutela dei consumatori non dovrebbe essere considerato come un ostacolo al funzionamento del mercato interno;
13. invita la Commissione e gli Stati membri a promuovere la conoscenza delle norme comunitarie in materia di libera circolazione delle merci, anche nell'ambito delle norme applicabili e della marcatura CE;
14. invita gli Stati membri a collaborare con la Commissione per lo sviluppo e l'attuazione di programmi di cooperazione internazionale tra le autorità di vigilanza del mercato;
15. invita la Commissione a organizzare campagne di informazione e istruzione utilizzando strumenti tradizionali e basati su Internet, al fine di sensibilizzare i consumatori sui loro diritti e rafforzare la loro fiducia nel commercio online;
16. invita la Commissione a pubblicare sul suo sito web informazioni sui diritti dei consumatori in materia di commercio internazionale su internet, incentrate in particolare sulle questioni contrattuali, la protezione dei consumatori contro le pratiche commerciali sleali, la privacy e i diritti d'autore.

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	2.12.2008
Esito della votazione finale	+: 29 -: 1 0: 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Gabriela Crețu, Janelly Fourtou, Evelyne Gebhardt, Martí Grau i Segú, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Christopher Heaton-Harris, Anna Hedh, Edit Herczog, Eija-Riitta Korhola, Lasse Lehtinen, Toine Manders, Catuscia Marini, Arlene McCarthy, Catherine Neris, Bill Newton Dunn, Zita Pleštinská, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Leopold Józef Rutowicz, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Marianne Thyssen, Jacques Toubon, Barbara Weiler
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Emmanouil Angelakas, Brigitte Fouré, Joel Hasse Ferreira, Anja Weisgerber
Supplenti (art. 178, par. 2) presenti al momento della votazione finale	Maddalena Calia

8.12.2008

PARERE DELLA COMMISSIONE PER LA CULTURA E L'ISTRUZIONE

destinato alla commissione per il commercio internazionale

sul commercio internazionale e Internet
(2008/2204(INI))

Relatrice per parere: Maria Badia i Cutchet

SUGGERIMENTI

La commissione per la cultura e l'istruzione invita la commissione per il commercio internazionale, competente per il merito, a includere nella proposta di risoluzione che approverà i seguenti suggerimenti:

1. riconosce che Internet può diventare strumento di promozione delle culture e delle lingue, sviluppando un'industria culturale e creativa soprattutto nei paesi in via di sviluppo; insiste pertanto sull'importanza di promuovere la parità di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) per far sì che sia possibile creare una società dell'informazione inclusiva, nonché di rimuovere le diverse barriere esistenti - fra le altre, le inadeguate infrastrutture o formazione - per consentire potenziali scambi commerciali e garantire pieni diritti di cittadinanza;
2. pone in rilievo che Internet ha introdotto un nuovo approccio alla produzione, al consumo e alla diffusione di beni e servizi culturali che può contribuire alla comprensione interculturale sulla base di un accesso libero ed equo alle nuove TIC e del rispetto delle diversità culturali e linguistiche;
3. evidenzia che la sicurezza e la credibilità delle transazioni legate ai beni o ai servizi culturali online sono essenziali;
4. mette in luce l'importanza della Convenzione dell'UNESCO sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali quale strumento essenziale per garantire il mantenimento dell'eccezione culturale nelle transazioni commerciali internazionali di beni e servizi di natura culturale e creativa, nel quadro internazionale dell'OMC; invita il Consiglio e la Commissione ad attuarla rapidamente sia nelle politiche interne che in quelle esterne dell'Unione europea;

5. sottolinea che i prodotti e i servizi culturali e artistici sono caratterizzati da una doppia natura, economica e culturale, e che è essenziale mantenere questa comprensione nell'ambito dei negoziati e degli accordi commerciali internazionali e attraverso reti globali dando attuazione alla Convenzione UNESCO in forma giuridicamente vincolante;
6. ritiene che Internet e le nuove TIC svolgano un ruolo chiave nella strategia europea di istruzione on-line o attraverso Internet (e-learning), nel contesto della politica europea sull'apprendimento permanente, che è particolarmente importante in quanto contribuisce ad allargare l'accesso all'istruzione in generale, per consentire la realizzazione degli obiettivi di Lisbona;
7. esorta la Commissione e il Consiglio ad agire affinché le norme che disciplinano il commercio internazionale permettano all'industria culturale europea di sfruttare appieno le nuove opportunità introdotte dal commercio elettronico, in particolare nei settori audiovisivo, musicale ed editoriale, ed offrano nel contempo un'efficace protezione contro il traffico illecito e il plagio; sottolinea tuttavia che ciò non deve incidere sulla politica della Comunità europea, chiaramente specificata nel mandato negoziale, di astenersi dal fare offerte o accettare richieste di liberalizzazione nel settore audiovisivo e culturale;
8. sottolinea la necessità di educare consumatori e imprese e di organizzare campagne d'informazione nei media sulle prospettive di sviluppo e sui diritti e gli obblighi di tutte le parti coinvolte nel commercio internazionale via Internet;
9. ribadisce che ogni presente o futura, potenziale liberalizzazione dei servizi di trasmissione non deve incidere sulla posizione della Commissione in merito alle norme riguardanti i contenuti.

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	2.12.2008
Esito della votazione finale	+: 21 -: 1 0: 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Maria Badia i Cutchet, Katerina Batzeli, Ivo Belet, Guy Bono, Marie-Hélène Descamps, Věra Flasarová, Milan Gaľa, Vasco Graça Moura, Luis Herrero-Tejedor, Ruth Hieronymi, Manolis Mavrommatis, Doris Pack, Zdzisław Zbigniew Podkański, Christa Prets, Karin Resetarits, Hannu Takkula, Helga Trüpel, Thomas Wise
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Nina Škottová, László Tóké, Ewa Tomaszewska, Cornelis Visser

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	20.1.2009
Esito della votazione finale	+: 18 -: 0 0: 5
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Francisco Assis, Carlos Carnero González, Daniel Caspary, Christofer Fjellner, Glyn Ford, Béla Glattfelder, Ignasi Guardans Cambó, Syed Kamall, Alain Lipietz, Caroline Lucas, Marusya Ivanova Lyubcheva, Erika Mann, Helmuth Markov, David Martin, Georgios Papastamkos, Godelieve Quisthoudt-Rowohl, Peter Šťastný, Iuliu Winkler, Corien Wortmann-Kool
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Ole Christensen, Guntars Krasts, Rovana Plumb, Leopold Józef Rutowicz, Zbigniew Zaleski