



PARLAMENTUL EUROPEAN

2009 - 2014

Document de ședință

A7-0226/2010

7.9.2010

RAPORT

referitor la realizarea pieței interne în ceea ce privește comerțul electronic
(2010/2012(INI))

Comisia pentru piața internă și protecția consumatorilor

Raportor: Pablo Arias Echeverría

CUPRINS

	Pagina
PROPUNERE DE REZOLUȚIE A PARLAMENTULUI EUROPEAN.....	3
EXPUNERE DE MOTIVE.....	23
AVIZ AL COMISIEI PENTRU INDUSTRIE, CERCETARE ȘI ENERGIE	27
AVIZ AL COMISIEI PENTRU AFACERI JURIDICE	34
REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE	39

PROPUNERE DE REZOLUȚIE A PARLAMENTULUI EUROPEAN

referitoare la realizarea pieței interne în ceea ce privește comerțul electronic (2010/2012(INI))

Parlamentul European,

- având în vedere hotărârile CEJ referitoare la Google (Hotărârea din 23 martie 2010 pronunțată în cauzele conexe C-236/08–C-238/08) și la BergSpechte (Hotărârea din 25 martie 2010 pronunțată în cauza C-278/08) care definesc „[utilizatorul] de internet normal informat și suficient de atent” ca fiind utilizatorul standard de internet,
- având în vedere Rezoluția sa din 9 martie 2010 referitoare la protecția consumatorilor¹,
- având în vedere raportul anual pe 2008 al SOLVIT cu privire la dezvoltarea și performanța rețelei SOLVIT (SEC(2009)0142), documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 8 mai 2008 cu privire la un plan de acțiune referitor la o abordare integrată pentru furnizarea de servicii de asistență pe piața unică cetățenilor și întreprinderilor (SEC(2008)1882) și Rezoluția Parlamentului din 9 martie 2010 referitoare la SOLVIT²,
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 3 martie 2010, intitulată „Europa 2020: O strategie europeană pentru o creștere inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii” (COM(2010)2020),
- având în vedere documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 3 decembrie 2009, intitulat „Orientări cu privire la implementarea/aplicarea Directivei 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale” (SEC(2009)1666),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 22 octombrie 2009 privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în Uniunea Europeană (COM(2009)0557),
- având în vedere studiul intitulat „Evaluare prin metoda clientului misterios a comerțului electronic transfrontalier din UE”, realizat pentru Comisia Europeană, DG SANCO, de YouGovPsychonomics și publicat la 20 octombrie 2009,
- având în vedere documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 22 septembrie 2009 privind măsurile luate în domeniul serviciilor financiare cu amănuntul ca urmare a graficului de realizări privind piețele de consum (SEC(2009)1251),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 7 iulie 2009 privind o metodă armonizată de clasificare și comunicare a reclamațiilor și cererilor de informații din partea consumatorilor (COM(2009)0346) și proiectul de recomandare aferent al Comisiei (SEC(2009)0949),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 2 iulie 2009 privind aplicarea acquis-ului în

¹ Texte adoptate la acea dată, P7_TA(2010)0046.

² Texte adoptate la acea dată, P7_TA-PROV(2010)0047.

domeniul protecției consumatorilor (COM(2009)0330),

- având în vedere Raportul Comisiei din 2 iulie 2009 cu privire la aplicarea Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 octombrie 2004 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului („Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului”) (COM(2009)0336),
- având în vedere documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 5 martie 2009, intitulat „Raport privind comerțul electronic transfrontalier din UE” (SEC(2009)0283),
- având în vedere Rezoluția sa din 5 februarie 2009 referitoare la comerțul internațional și internetul¹,
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 28 ianuarie 2009, intitulată „Monitorizarea rezultatelor privind consumatorii în interiorul pieței unice: A doua ediție a tabloului de bord al piețelor de consum” (COM(2009)0025), și documentul de lucru aferent al serviciilor Comisiei, intitulat „Al doilea tablou de bord al piețelor de consum” (SEC(2009)0076),
- având în vedere Rezoluția sa din 21 iunie 2007 privind încrederea consumatorilor în mediul digital²,
- având în vedere articolul 20 alineatul (2) din Directiva 2006/123/CE³ din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne,
- având în vedere Directiva 2006/114/CE⁴ a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă (versiune codificată),
- având în vedere Rezoluția sa din 23 martie 2006 referitoare la legislația europeană privind contractele și revizuirea acquis-ului: calea de urmat⁵ și Rezoluția sa din 7 septembrie 2006 referitoare la legislația europeană privind contractele⁶,
- având în vedere legislația comunitară actuală din domeniul protecției consumatorilor, al comerțului electronic și al dezvoltării societății informației,
- având în vedere Comunicarea Comisiei privind revizuirea cadrului de reglementare al UE pentru rețelele și serviciile de comunicații electronice (COM(2006)0334),
- având în vedere primul raport de aplicare din 21 noiembrie 2003 referitor la Directiva privind comerțul electronic (COM(2003)0702),
- având în vedere Directiva 2002/65/CE⁷ a Parlamentului European și a Consiliului din 23

¹ JO C 67 E, 18.3.2010, p. 112.

² JO C 146 E, 12.6.2008, p. 370.

³ JO L 376, 27.12.2006, p. 36.

⁴ JO L 376, 27.12.2006, p. 21.

⁵ JO C 292 E, 1.12.2006, p. 109.

⁶ JO C 305 E, 14.12.2006, p. 247.

⁷ JO L 271/16, 9.10.2002.

septembrie 2002 privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum și de modificare a Directivei 90/619/CEE a Consiliului și a Directivelor 97/7/CE și 98/27/CE,

- având în vedere legea tip a UNCITRAL din 1996 privind comerțul electronic, legea tip a UNCITRAL din 2001 privind semnăturile electronice și Convenția UNCITRAL din 2005 privind utilizarea mijloacelor electronice de comunicare în încheierea de contracte internaționale¹,
 - având în vedere articolul 11 din TFUE, care prevede că „[c]erințele de protecție a mediului trebuie integrate în definirea și punerea în aplicare a politicilor și acțiunilor Uniunii, în special pentru promovarea dezvoltării durabile”,
 - având în vedere articolul 12 din TFUE, care prevede că „[c]erințele din domeniul protecției consumatorilor se iau în considerare în definirea și punerea în aplicare a celorlalte politici și acțiuni ale Uniunii”,
 - având în vedere articolul 14 din TFUE și Protocolul 26 la acesta privind serviciile de interes (economic) general,
 - având în vedere articolul 48 din Regulamentul său de procedură,
 - având în vedere raportul Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor și avizul Comisiei pentru industrie, cercetare și energie, precum și cel al Comisiei pentru afaceri juridice (A7-0226/2010),
- A. întrucât Europa ar trebui nu numai să caute mijloace de dezvoltare în continuare a pieței unice în ceea ce privește comerțul electronic, ci și să examineze modul în care dezvoltarea în continuare a comerțului electronic ar putea contribui la o relansare durabilă a pieței interne;
- B. întrucât raportul lui Mario Monti din 9 mai 2010, „O nouă strategie pentru piața unică”, subliniază faptul că „piața unică este mai nepopulară ca niciodată și totuși mai necesară ca niciodată”; întrucât raportul sesizează și faptul că comerțul electronic, împreună cu serviciile inovatoare și industriile ecologice, deține potențialul cel mai mare în termeni de creștere și de ocupare a forței de muncă pentru viitor și, prin urmare, reprezintă o nouă frontieră a pieței unice;
- C. întrucât comerțul electronic este o forță vitală a internetului și reprezintă un catalizator important pentru realizarea obiectivelor strategiei UE 2020 în ceea ce privește piața internă; întrucât este important ca toate părțile interesate să coopereze pentru a elimina barierele rămase;
- D. întrucât comerțul electronic facilitează și promovează dezvoltarea unor noi nișe pe piață pentru IMM-uri care, altfel, nu ar exista;
- E. întrucât, pentru a debloca întregul potențial al pieței unice a UE, comercianții din sectorul comerțului electronic ar trebui să fie încurajați să își promoveze produsele în toate statele membre ale UE, folosind instrumente de marketing direct sau alte instrumente de comunicare;

¹ <http://www.un.or.at/unictral>

- F. întrucât comerțul electronic reprezintă o piață esențială a secolului 21 pentru Uniunea Europeană, având potențialul de a redefini piața internă europeană, de a contribui la economia bazată pe cunoaștere, de a oferi valoare și oportunități pentru consumatorii și întreprinderile europene în această perioadă de restricție financiară și de a influența în mod semnificativ și pozitiv crearea de locuri de muncă și creșterea economică; întrucât dezvoltarea comerțului electronic poate conduce la îmbunătățirea competitivității economiei UE în cadrul strategiei 2020 a Comisiei, incluzând dezvoltarea și promovarea unor noi forme de antreprenoriat pentru întreprinderile mici și mijlocii;
- G. întrucât funcționarea eficientă a pieței interne este un element esențial pentru îndeplinirea obiectivelor agendei de la Lisabona de a stimula creșterea economică, concurența și crearea de locuri de muncă inclusive și competitive în beneficiul celor 500 de milioane de consumatori din UE și pentru bunăstarea lor; întrucât comerțul electronic transfrontalier aduce beneficii socio-economice importante consumatorilor europeni, cum ar fi creșterea confortului și a capacităților acestora, consolidarea drepturilor consumatorilor, creșterea transparenței și a concurenței, accesul la o varietate mai largă de produse și servicii pe care le pot compara și alege, precum și un potențial considerabil de a face economii;
- H. întrucât, în timpul crizei economice recente, dezvoltarea societății digitale și realizarea pieței interne în domeniul tehnologiilor informației și comunicațiilor (TIC) au permis sectorului comerțului electronic să se dezvolte și să ofere locuri de muncă în continuare, ajutând întreprinderile on-line să rămână active din punct de vedere economic și consumatorii să profite de o mai mare varietate de oferte și de prețuri mai bune; întrucât comerțul electronic transfrontalier aduce beneficii semnificative societăților din UE, în special IMM-urilor, care pot furniza servicii și produse inovatoare, de înaltă calitate și favorabile consumatorilor în cadrul pieței interne electronice europene, consolidând poziția acestora și oferindu-le posibilitatea de a rămâne competitive în economia globală;
- I. întrucât comerțul electronic oferă consumatorilor o gamă mai largă de opțiuni, în special celor care locuiesc în zone mai puțin accesibile, îndepărtate sau periferice, precum și celor cu mobilitate redusă, care, altfel, nu ar avea acces la o gamă largă a ofertei de bunuri; întrucât comerțul electronic este deosebit de benefic pentru cetățenii din zonele rurale, îndepărtate și periferice, care, altfel, nu pot avea acces la o varietate largă de bunuri într-un mod atât de facil și la o astfel de valoare;
- J. întrucât cel de-al doilea raport de aplicare a Directivei privind comerțul electronic se află cu cinci ani în întârziere, publicarea sa fiind prevăzută pentru 2005 (articolul 21 din Directiva 2000/31/CE);
- K. întrucât Agenda digitală pentru Europa stabilește obiective de performanță rezonabile pentru acoperirea cu internet în bandă largă de mare viteză și ultrarapid și pentru răspândirea comerțului electronic;
- L. întrucât încrederea consumatorilor și a societăților din Europa în mediul digital este scăzută din cauza obstacolelor inutile în calea comerțului electronic, cum ar fi fragmentarea pieței UE, nesiguranța consumatorilor cu privire la confidențialitatea datelor, securitatea tranzacțiilor și drepturile consumatorilor în caz de probleme și întrucât, în anumite aspecte ale comerțului electronic, Europa este depășită de Statele Unite și de Asia; întrucât crearea „pieței unice digitale”, prin facilitarea tranzacțiilor transfrontaliere

într-un mediu on-line, pentru toți consumatorii din Uniunea Europeană, este un element important pentru revigorarea pieței unice, deoarece pune la dispoziția cetățenilor o gamă mai largă de produse și servicii; întrucât depășirea barierelor din calea comerțului electronic transfrontalier și creșterea încrederii consumatorilor sunt esențiale pentru realizarea unei piețe digitale unice atractive și integrate pentru Europa și pentru stimularea piețelor de consum și a economiei în ansamblu;

- M. având în vedere Comunicarea Comisiei privind Agenda digitală, care recunoaște faptul că, adesea, consumatorii din UE aleg să facă tranzacții cu entități situate în afara UE, de pildă în SUA, ceea ce indică necesitatea dezvoltării unei politici pentru încurajarea unor forme globale de comerț electronic, precum și necesitatea de a promova importanța internaționalizării guvernantei internetului în conformitate cu Agenda de la Tunis; întrucât nici consumatorii, nici mediul de afaceri nu pot beneficia de o piață unică digitală, deoarece foarte puțini vânzători cu amănuntul își vând produsele sau serviciile în alte state membre, iar cea mai mare parte dintre aceștia vând numai într-un număr limitat de state membre; întrucât trebuie rezolvată problema discriminării consumatorilor, inclusiv în momentul plății, adoptând dispoziții referitoare la efectuarea și primirea plăților, precum și la livrarea produselor; întrucât comerțul electronic reprezintă, în prezent, o parte semnificativă a fluxului economic principal, iar întreprinderile și consumatorii utilizează din ce în ce mai mult atât practicile comerciale electronice, cât și pe cele neelectronice, în funcție de nevoile lor;
- N. întrucât comerțul electronic este internațional și nu poate fi limitat la granițele UE;
- O. întrucât Agenda digitală pentru Europa stabilește obiective de performanță rezonabile pentru acoperirea cu internet în bandă largă de mare viteză și ultrarapid și pentru răspândirea comerțului electronic;
- P. întrucât fragmentarea unei părți a pieței electronice din UE pune în pericol drepturile stipulate în acquis-ul comunitar;
- Q. întrucât consumatorii și întreprinderile europene nu dispun de o certitudine juridică solidă în ceea ce privește comerțul electronic transfrontalier, iar o singură tranzacție electronică face obiectul mai multor dispoziții juridice care prevăd cerințe diferite, ceea ce înseamnă că operatorii comerciali și clienții nu beneficiază de norme clare și ușor de aplicat;
- R. întrucât acest lucru este valabil și pentru comerțul electronic din afara Europei, deoarece consumatorii europeni adesea nu fac diferența între țări europene sau țări terțe atunci când cumpără sau vând on-line; întrucât există, prin urmare, necesitatea de a implica și țările terțe în eforturile de a face comerțul electronic mai transparent, mai fiabil și mai responsabil;
- S. întrucât dezvoltarea dimensiunii transfrontaliere a piețelor de consum aduce noi provocări pentru autoritățile de aplicare a legii, care se confruntă cu constrângeri legate de granițele jurisdicționale și de fragmentarea cadrului de reglementare;
- T. întrucât existența unor servicii on-line ilegale ridică obstacole serioase în calea dezvoltării piețelor legitime pentru anumite servicii digitale, în special pentru muzică, filme și, în măsură din ce în ce mai mare, cărți și reviste; întrucât proprietatea intelectuală joacă un rol

esențial în lumea digitală și întrucât protecția acesteia, în special pe internet, rămâne o provocare deosebită;

- U. întrucât utilizatorii comerțului electronic au dreptul la despăgubiri atunci când sunt afectați de practicile ilegale, dar, în realitate, aceștia se confruntă cu obstacole considerabile pentru a aduce aceste situații în fața instanței, din cauza necunoașterii legislațiilor aplicabile în diverse țări, din cauza procedurilor lungi și complexe și a riscurilor asociate litigiilor, în special în cauzele transfrontaliere, precum și din cauza costurilor ridicate;
- V. întrucât respectarea dreptului fundamental la viață privată și la protecția datelor cu caracter personal constituie o condiție importantă pentru comerțul electronic;
- W. întrucât, în pofida potențialului pe care îl prezintă mecanismele de soluționare alternativă a litigiilor, numai 5% dintre comercianții cu amănuntul le folosesc cu regularitate, iar 40% dintre aceștia nu cunosc posibilitățile de utilizare a acestor mecanisme;
- X. întrucât uniformizarea drepturilor de bază ale consumatorilor, precum și a costurilor poștale și bancare, a impozitării drepturilor de autor, a procedurilor în materie de TVA și a practicilor de protecție a datelor ar contribui semnificativ la crearea unei adevărate piețe unice pentru întreprinderi și consumatori; subliniază că statele membre trebuie să își păstreze competența în privința procedurilor legate de TVA;
- Y. întrucât trebuie simplificate și clarificate diferitele sisteme de impozitare a drepturilor de autor existente în statele membre, astfel încât furnizorii on-line să poată vinde produse și servicii și consumatorilor din alte state membre; întrucât această revizuire a sistemelor de impozitare a drepturilor de autor ar conferi furnizorilor de produse și servicii on-line o mai mare certitudine juridică atunci când oferă consumatorilor produse și servicii; întrucât garantarea unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor este absolut esențială pentru a promova încrederea în bunurile și serviciile on-line, asigurându-se faptul că piața digitală respectă practicile comerciale; întrucât există în continuare o serie de bariere structurale și de reglementare importante în calea unei piețe interne europene pentru comerțul electronic pe deplin funcționale, cum ar fi fragmentarea la nivel național în ceea ce privește normele de protecție a consumatorilor și normele privind TVA, taxele de reciclare și impozitele, precum și abuzurile în cazul normelor care reglementează acordurile de distribuție exclusivă și selectivă;
- Z. întrucât accesul la servicii poștale convenabile ca preț, fiabile și de înaltă calitate în Uniunea Europeană constituie o prioritate pentru realizarea unei piețe interne reale pentru comerțul electronic; întrucât actualele acorduri verticale de distribuție sunt adesea utilizate pentru a evita sau a restricționa vânzările on-line, împiedicând astfel accesul detailiștilor la piețe mai extinse, subminând dreptul consumatorilor la o gamă mai largă de opțiuni și la prețuri mai bune și creând astfel obstacole în calea extinderii comerțului; întrucât comerțul electronic transfrontalier între întreprinderi poate stimula competitivitatea societăților europene, permițându-le să își procure cu ușurință piese, servicii și know-how de pe întreaga piață internă (creând, de asemenea, noi economii de scară) și, mai mult decât atât, reprezintă o șansă pentru întreprinderi, în special pentru IMM-uri, de a-și internaționaliza clientela, fără a fi nevoite să investească în prezența fizică într-un alt stat membru;

- AA. întrucât comerțul electronic încurajează dezvoltarea unei piețe unice ecologice prin utilizarea tehnologiilor, standardelor, etichetelor, produselor și serviciilor ecologice și cu emisii scăzute de carbon;
- AB. întrucât protecția juridică și încrederea cumpărătorilor în comerțul electronic trebuie sporite, fără a se uita însă faptul că vânzătorii și oamenii de afaceri au și ei nevoie de protecție juridică;
- AC. întrucât flexibilitatea piețelor este modul cel mai eficace de a încuraja creșterea economică; solicită instituțiilor europene să se asigure că piețele on-line sunt cât mai flexibile posibil pentru a permite dezvoltarea spiritului antreprenorial în acest sector și extinderea acestuia; întrucât piața unică digitală poate fi realizată numai prin punerea corectă în aplicare, la nivelul tuturor statelor membre, a dispozițiilor legislative importante privind piața unică, inclusiv a Directivei privind serviciile; întrucât este esențial să fie asigurată certitudinea juridică și transparența procedurii de autorizare a drepturilor atunci când un vânzător cu amănuntul pe internet încarcă pe un site internet un conținut protejat de drepturile de autor; întrucât, în timp ce internetul este canalul de comercializare cu amănuntul cu cea mai mare creștere, iar comerțul electronic se intensifică în mod constant la nivel național, decalajul dintre comerțul electronic intern și cel transfrontalier în cadrul UE se mărește, iar consumatorii europeni din unele state membre se confruntă cu restricții geografice, tehnice și organizaționale care le limitează alegerile;
- AD. întrucât „Tabloul de bord al piețelor de consum” elaborat de Comisie este un bun instrument pentru monitorizarea situației comerțului electronic transfrontalier în UE, indicând în ce măsură consumatorii pot beneficia de bunuri și servicii pe piața internă;
- AE. întrucât extinderea serviciilor de internet în bandă largă în statele membre ale UE în cadrul obiectivului stabilit pentru 2013 este vitală pentru a oferi acces atât consumatorilor, cât și întreprinderilor la economia digitală,

Introducere

1. salută Comunicarea Comisiei din 22 octombrie 2009 privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în Uniunea Europeană;
2. salută Comunicarea Comisiei din 19 mai 2010 privind o Agendă digitală pentru Europa în care se prezintă strategia Comisiei destinată, printre altele, să faciliteze tranzacțiile on-line și să construiască încrederea în mediul digital;
3. invită Comisia să răspundă situației urgente prezentate în raportul Monti, „O nouă strategie pentru piața unică”, care conchide că UE ar trebui să găsească soluții de urgență la obstacolele care persistă în calea creării unei piețe paneuropene on-line cu amănuntul până în 2012, ca instrument esențial pentru viitorul pieței interne;
4. salută promovarea, prin strategia UE 2020, a unei economii bazate pe cunoaștere și încurajează Comisia să ia măsuri rapide în ceea ce privește creșterea vitezei serviciilor în bandă largă, precum și raționalizarea sarcinilor pentru astfel de servicii pe teritoriul

Uniunii, pentru a se realiza o piață unică mai eficace pentru comerțul electronic;

5. solicită Comisiei să armonizeze toate definițiile principale din acest domeniu într-o perioadă rezonabilă de timp, recunoscând în același timp eforturile considerabile deja depuse în domeniile relevante pentru comerțul electronic;
6. subliniază că realizarea pieței unice pentru comerțul electronic presupune o abordare orizontală din partea Comisiei, care să implice o coordonare efectivă între direcțiile generale; prin urmare, salută angajamentul recent al Comisiei de a constitui un „grup de comisari” (în raportul său privind o Agendă digitală pentru Europa) cu scopul de a asigura o politică comună eficace;
7. subliniază că comerțul electronic ar trebui să fie considerat un instrument în plus pentru a spori competitivitatea IMM-urilor și nu un țel în sine;
8. subliniază importanța utilizării la maximum a potențialului comerțului electronic ca parte a efortului de a crește competitivitatea UE pe plan mondial;
9. invită Comisia să trateze promovarea unei piețe unice digitale funcționale pentru bunuri și servicii ca o problemă urgentă, astfel încât să se poată beneficia de potențialul imens și neexploatat al acesteia în ceea ce privește creșterea și locurile de muncă;
10. subliniază necesitatea unei politici active care să permită cetățenilor și întreprinderilor să beneficieze de toate avantajele pieței interne și care oferă bunuri și servicii de calitate la prețuri competitive; consideră că, în contextul actualei crize economice, o astfel de politică este cu atât mai importantă ca mijloc de combatere a inegalităților în creștere și de protejare a consumatorilor vulnerabili, care locuiesc în regiuni îndepărtate sau au o mobilitate redusă, a categoriilor cu venituri scăzute, precum și a întreprinderilor mici și mijlocii care își manifestă în mod deosebit dorința de a folosi comerțul electronic;

Contracararea fragmentării de pe piața internă on-line

11. solicită o mai bună armonizare a informațiilor precontractuale în sectorul comerțului electronic în vederea asigurării unui grad ridicat de protecție a consumatorilor și în măsura în care această armonizare poate fi adaptată, pentru a se garanta o mai mare transparență și încredere între consumatori și vânzători, reținându-se însă o abordare de minimă armonizare pentru contractele încheiate în anumite sectoare;
12. reamintește că există diferențe majore între normele și practicile comercianților la distanță în ceea ce privește garanțiile și răspunderea pe care le oferă în interiorul și în afara granițelor naționale și beneficiile pe care armonizarea le-ar aduce pentru aceștia; solicită o analiză aprofundată a impactului consecințelor pe care îl poate avea pentru comerțul electronic o eventuală armonizare a normelor privind garanția legală de conformitate cu legislațiile naționale în vigoare;
13. solicită uniformizarea normelor și a practicilor pentru a permite comercianților la distanță să poată depăși granițele naționale în ceea ce privește garanțiile și răspunderea oferite;
14. încurajează elaborarea unui sistem adecvat, eficient, sigur și inovator de plăți on-line care

să poată oferi consumatorilor libertatea și posibilitatea de a alege modul de plată, care să nu implice taxe ce ar putea împiedica sau limita alegerea și care să asigure protecția datelor consumatorilor;

15. subliniază importanța consolidării încrederii în sistemele transfrontaliere de plată prin internet (de exemplu, cărțile de credit și debit și portofelul electronic), prin promovarea unei game de metode de plată, creșterea interoperabilității și consolidarea standardelor comune, eliminarea barierelor tehnice, sprijinirea celor mai sigure tehnologii pentru tranzacții electronice, armonizarea și consolidarea legislației privind confidențialitatea și securitatea, combaterea activităților frauduloase, precum și prin informarea și educarea publicului;
16. invită Comisia să prezinte o propunere de creare a unui instrument financiar european privind cărțile de credit și de debit pentru a facilita procesarea tranzacțiilor electronice cu cărți bancare;
17. reafirmă importanța comerțului electronic transfrontalier între întreprinderi ca un mijloc pentru societățile europene, în special pentru IMM-uri, de a se dezvolta, de a fi mai competitive și de a crea mai multe produse și servicii inovatoare; invită Comisia și statele membre să creeze un cadru juridic și de reglementare sănătos și sigur pentru a oferi întreprinderilor europene garanțiile de care acestea au nevoie pentru a desfășura cu încredere tranzacții comerciale electronice transfrontaliere între întreprinderi;
18. salută propunerea Comisiei de a promova facturarea electronică și invită Consiliul să ajungă rapid la un acord cu Parlamentul; solicită, de asemenea, Comisiei și statelor membre să propună măsuri și să ajungă la acorduri în vederea simplificării și raționalizării obligațiilor de raportare în materie de TVA în cadrul comerțului electronic transfrontalier și în vederea simplificării procedurilor de declarare a TVA;
19. salută propunerea Comisiei de simplificare a obligațiilor de raportare în ceea ce privește taxa pe valoarea adăugată (TVA) și de realizare a unei „facturi simplificate” pentru vânzările la distanță și atrage atenția asupra faptului că în domeniul legislației fiscale, inclusiv în ceea ce privește TVA, principiul subsidiarității ar trebui respectat;
20. solicită Comisiei să pună la dispoziție un sistem integrat de colectare a TVA, pentru a încuraja IMM-urile să realizeze schimburi comerciale transfrontaliere la un cost administrativ mai scăzut;
21. subliniază necesitatea de a clarifica impactul pe care pachetul TVA îl are asupra serviciilor poștale transfrontaliere, în vederea evitării incertitudinilor juridice și a creșterii prețurilor; consideră că scutirea de TVA pentru serviciile poștale universale în conformitate cu Directiva UE privind TVA nu trebuie să fie afectată în urma stabilirii unei noi norme fiscale bazată pe locul de furnizare a serviciilor;
22. invită Comisia să realizeze o evaluare a impactului cu privire la crearea sau desemnarea unor autorități naționale care să gestioneze cererile de înregistrare pentru comerț electronic transfrontalier depuse de societăți sau antreprenori din respectivul stat membru și cu privire la o autoritate europeană care să coordoneze activitatea autorităților naționale pentru a permite realizarea rapidă a pieței interne;

23. subliniază necesitatea de a simplifica și raționaliza măsurile privind deșeurile electrice și electronice, managementul transfrontalier al impozitării drepturilor de autor pentru vânzările de suporturi media neînregistrate și de dispozitive de înregistrare, acordarea de licențe la nivelul UE pentru conținut, precum și normele UE care reglementează emiterea de facturi electronice transfrontaliere în cadrul operațiunilor de vânzare la distanță;
24. sprijină simplificarea sistemului actual de impozitare a drepturilor de autor, deoarece acesta generează importante impedimente pentru consumatori și constituie o barieră în calea pieței unice;
25. invită Comisia să prezinte măsuri pentru sprijinirea inițiativei privind facturile electronice pentru a garanta o utilizare a acestora la nivelul european până în 2020;
26. propune crearea unui regim de „ghișeu unic” la nivel european care să permită găsirea unor soluții transfrontaliere pentru aplicarea diferitelor reguli și norme ale statelor membre, la fel ca în cazul declarării și plății TVA sau a altor taxe aplicabile;
27. invită Comisia să examineze opțiunile privind o modalitate de a promova un acces mai bun la conținutul creativ pe internet, cum ar fi lucrările muzicale sau audiovizuale, și o modalitate de a răspunde cererii cetățenilor de servicii transfrontaliere ușor de utilizat de consumatori;
28. solicită statelor membre și Comisiei să integreze mai bine centrele pieței unice, incluzând SOLVIT, „ghișeele unice” (în conformitate cu Directiva privind serviciile), centrele de produse (prevăzute în Regulamentul privind recunoașterea reciprocă) și alte informații, inclusiv dispozițiile legale necesare întreprinderilor pentru a putea comercializa bunuri în afara frontierelor și pe internet; subliniază că funcționarea „ghișeului unic” este esențială pentru realizarea pieței unice pentru comerțul electronic;
29. reamintește Comisiei faptul că mai există încă diferențe la nivelul cadrului legislativ privind serviciile on-line și invită Comisia să inițieze propuneri legislative specifice pentru a crește încrederea consumatorilor în produsele și serviciile comercializate on-line, pentru a le facilita accesul la acestea și pentru a le oferi o abordare simplă, de tip „ghișeu unic”;
30. subliniază importanța simplificării normelor transfrontaliere și a reducerii costurilor legate de asigurarea conformității pentru comercianții cu amănuntul și antreprenori prin furnizarea unor soluții practice la aspecte cum ar fi declararea și facturarea TVA, taxele pentru deșeurile electronice și reciclare, impozitele pe drepturile de autor, protecția consumatorilor, normele privind etichetarea și cele specifice sectoarelor; în acest sens, solicită crearea unor sisteme de tip „ghișeu unic” și promovarea soluțiilor de administrare electronică transfrontalieră, cum ar fi facturarea electronică și achizițiile publice electronice;
31. regretă că Directiva privind serviciile nu a fost încă transpusă integral în anumite state membre; solicită Comisiei și statelor membre să elimine discriminarea împotriva consumatorilor bazată pe adresa electronică sau pe locul de reședință, să asigure punerea efectivă în aplicare a articolului 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile, precum și aplicarea corectă de către autoritățile și instanțele naționale, în sistemele juridice ale statelor membre, a dispozițiilor interne de punere în aplicare a regulii de nediscriminare;

32. subliniază importanța liberei circulații a bunurilor și serviciilor pentru continuarea dezvoltării comerțului electronic, în special principiul nediscriminării, în cadrul pieței interne, pe baza naționalității sau a locului de reședință al beneficiarului; reiterează faptul că principiul nediscriminării nu este compatibil cu impunerea unor cerințe juridice și administrative suplimentare resortisanților altor state membre care doresc să beneficieze de un serviciu sau de condiții sau prețuri mai avantajoase; invită, prin urmare, Comisia să ia măsuri împotriva unei astfel de forme de discriminare, în temeiul articolului 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile în cadrul pieței interne;
33. subliniază importanța eliminării discriminărilor împotriva consumatorilor și a țărilor de origine ale acestora în mediul on-line, instituind plata on-line din toate cele 27 de state membre ale UE, inclusiv oferind consumatorilor posibilitatea de a alege între diferite mijloace de plată on-line;
34. solicită o abordare politică integrată pentru realizarea pieței unice în domeniul transporturilor, care să acopere toate mijloacele de transport (inclusiv cabotajul rutier și transportul feroviar de marfă), precum și în ceea ce privește legislația din domeniul mediului, în vederea evitării ineficienței în lanțul de aprovizionare și a majorărilor inutile ale costurilor pentru vânzătorii la distanță și pentru clienții comerțului electronic;
35. consideră că reformarea sectorului poștei și promovarea interoperabilității și cooperării între sistemele și serviciile poștale pot avea un impact semnificativ asupra dezvoltării comerțului electronic transfrontalier, care necesită mecanisme ieftine și eficiente de distribuție și urmărire a produselor; subliniază, prin urmare, necesitatea unei aplicări rapide a celei de a treia Directive poștale (2008/6/CE);

Realizarea pieței interne cu ajutorul comerțului electronic

36. solicită luarea de măsuri pentru a contribui la creșterea numărului de utilizatori de internet și la îmbunătățirea calității, prețului și vitezei internetului în acele țări și regiuni din cadrul Uniunii care nu dispun de conexiuni de bună calitate, asigurând accesul în bandă largă pe întreg teritoriul UE până în 2013; subliniază nevoia de a asigura accesul fiecărui cetățean la internetul în bandă largă și subliniază că accesul la o conexiune rapidă de internet ar trebui să fie posibil și în zonele rurale, izolate sau periferice, acordându-se o atenție specială consumatorilor și întreprinderilor din zonele muntoase sau din regiunile insulare unde, pe lângă accesul mai restricționat la internet, taxele poștale sunt foarte ridicate, iar termenele de livrare foarte lungi pentru bunurile cumpărate sau vândute;
37. ia act de faptul că, în contextul revizuirii Directivei privind serviciul universal, dezvoltarea prioritară a accesului rapid și accesibil în bandă largă este esențială pentru dezvoltarea comerțului electronic, deoarece lipsa accesului la internet reprezintă în continuare una dintre cele mai importante bariere în calea utilizării comerțului electronic de către cetățenii europeni;
38. susține obiectivele Comisiei în materie de servicii în bandă largă pentru a permite accesul tuturor cetățenilor UE la serviciile de bază în bandă largă până în 2013 și la internetul în bandă largă de minimum 30Mbps până în 2020, urmând ca jumătate dintre cetățenii Uniunii Europene să aibă acces în bandă largă de 100Mbps, și solicită măsuri concrete pentru a se asigura că aceste obiective vor fi îndeplinite; subliniază că ar trebui să se

introducă măsuri specifice pentru protejarea copiilor și a tinerilor, în special prin dezvoltarea unor sisteme de verificare a vârstei și prin interzicerea practicilor de marketing on-line care au un impact negativ asupra comportamentului copiilor;

39. solicită Comisiei să demareze elaborarea de standarde europene pentru a facilita comerțul electronic transfrontalier, pentru a elimina diferențele dintre legile în vigoare în diferite state membre și pentru a suprima obligația, într-o rețea de distribuție selectivă, de a dispune de un magazin clasic înainte de a putea vinde on-line, atunci când se arată că o astfel de obligație este în contradicție cu dreptul concurenței ori nu se justifică prin natura contractului pentru bunurile și serviciile vândute, permițând astfel întreprinderilor mici și mijlocii și consumatorilor să exploateze la maximum potențialul pieței interne în mediul electronic; își exprimă îngrijorarea cu privire la decizia Comisiei de a elimina obligația de a avea un magazin clasic înainte de a putea vinde on-line, deoarece această cerință limitează în mod radical vânzările on-line;
40. consideră că platformele on-line au jucat un rol important în stimularea (mai ales transfrontalieră) a comerțului electronic în Europa, permițând accesul pe piață pentru sute de mii de IMM-uri și oferind consumatorilor o gamă mai largă de opțiuni, introducând totodată numeroase exemple de bune practici pentru a spori încrederea și informarea transparentă cu privire la drepturi și obligații și facilitând soluționarea la nevoie a litigiilor dintre părțile la o tranzacție on-line; invită platformele on-line să ofere bunuri și servicii tuturor consumatorilor europeni fără nicio discriminare teritorială în funcție de statul membru;
41. subliniază importanța unui format deschis de schimb de documente pentru interoperabilitatea afacerilor electronice și invită Comisia să ia măsuri concrete pentru a sprijini crearea și diseminarea acestuia;
42. subliniază importanța unei mai bune îndrumări și a accesibilității facilităților financiare pentru IMM-uri pentru a le ajuta să își creeze o dimensiune de comerț electronic în plus față de magazinul lor clasic;
43. subliniază importanța unui acces deschis și neutru la conexiuni internet de mare viteză fără de care comerțul electronic nu ar putea exista;
44. subliniază că realizarea pieței unice pentru comerțul electronic nu trebuie să se limiteze la măsuri și controale legislative, ci, mai mult, trebuie să fie însoțită de consolidarea altor domenii ale internetului, și anume guvernarea electronică și învățământul on-line;
45. subliniază necesitatea de a monitoriza aplicarea normelor adoptate recent în Regulamentul (UE) nr. 330/2010 al Comisiei din 20 aprilie 2010 privind distribuția exclusivă și selectivă, pe baza informațiilor despre piață din partea părților interesate și a autorităților naționale de concurență și, dacă este cazul, de a reduce obstacolele cu care se confruntă comerțul on-line; invită Comisia să înainteze propuneri de soluționare a acestor probleme înainte de sfârșitul lui 2011;
46. invită Comisia să consolideze dreptul la viață privată al consumatorilor și să se asigure că toate datele privind consumatorii, inclusiv datele privind cumpărarea și vizualizarea, sunt puse la dispoziția consumatorilor la cerere și sunt deținute de furnizori pentru o durată de timp acceptată în conformitate cu legislația UE;

47. solicită Comisiei, de asemenea, să depună eforturi pentru a crea noi norme și standarde, astfel încât non-interoperabilitatea programelor informatice aferente site-urilor comerciale și de socializare să nu împiedice consumatorii să își schimbe opțiunile de cumpărare;
48. subliniază importanța semnăturilor electronice și a infrastructurii de chei publice (PKI) pentru serviciile sigure de guvernare electronică paneuropeană și invită Comisia să înființeze un sistem european de autorități de validare cu scopul de a asigura interoperabilitatea transfrontalieră pentru semnăturile electronice;
49. invită Comisia și statele membre, având în vedere cât de importantă este exploatarea întregului potențial al pieței unice, să se asigure că, până în 2015, cel puțin 50% din achizițiile publice sunt efectuate prin mijloace electronice, astfel cum prevede planul de acțiune aprobat de Conferința ministerială privind guvernarea electronică, care a avut loc la Manchester în 2005;
50. consideră că o componentă semnificativă a comerțului electronic poate fi comerțul mobil („m-comerțul”), capabil să se adreseze milioane de cetățeni europeni care folosesc telefoane mobile, dar nu folosesc calculatoare personale, contribuind astfel la convergența internetului și a tehnologiilor mobile și consolidând poziția de lider a UE în domeniul comunicațiilor mobile;
51. consideră că dezvoltarea și sprijinirea specificațiilor și standardelor tehnice și operaționale comune și deschise (pentru compatibilitate, interoperabilitate, accesibilitate, securitate, logistică, livrare etc.) vor facilita comerțul electronic transfrontalier prin asistența oferită consumatorilor, în special utilizatorilor de calculatoare personale vulnerabili și neexperimentați, și prin înlăturarea barierelor operaționale, tehnice, culturale și lingvistice care există între diferitele state membre;
52. recunoaște provocările juridice deosebite legate de dezvoltarea unei piețe interne pentru comerțul mobil (m-comerț) care să fie capabilă să asigure confidențialitatea datelor, precum și protecția drepturilor consumatorilor și a clienților minori; invită Comisia să examineze în mod aprofundat acest aspect;
53. insistă asupra necesității de a mări transparența lanțului de aprovizionare din cadrul comerțului electronic, astfel încât consumatorul să cunoască în orice moment identitatea furnizorului, precum și denumirea comercială a acestuia, adresa geografică, datele de contact și numărul de înregistrare fiscală și să știe dacă acesta este un intermediar sau furnizorul final, lucru deosebit de important în contextul licitațiilor on-line;
54. invită Comisia să stabilească standardele clare necesare pentru comerțul electronic transfrontalier la nivelul UE, cum ar fi obligația unui comerciant de a furniza clienților și autorităților publice acces ușor, direct, permanent și gratuit la informațiile referitoare la numele și numărul de înregistrare al comerciantului sau al furnizorului de servicii, la prețurile bunurilor și serviciilor oferite și la orice costuri suplimentare de livrare care ar putea fi facturate;
55. invită Comisia să oblige întreprinzătorii care utilizează voluntar contracte standardizate, precum și termeni și condiții generale comerciale standardizate, să semnaleze dispozițiile care se abat de la acestea;

56. consideră că normele de reglementare a contractelor încheiate la distanță ar trebui să reglementeze și contractele dintre consumatori și comercianți profesioniști în cadrul licitațiilor on-line și solicită Comisiei să examineze și să evalueze în continuare normele care reglementează contractele la distanță specifice din domeniul serviciilor turistice (bilete de avion, cazare la hotel, închiriere de autoturisme, servicii pentru petrecerea timpului liber etc.) comandate individual pe internet, în special pentru a crește gradul de răspundere în cadrul licitațiilor on-line în vederea protejării mai eficace a drepturilor consumatorilor;
57. solicită Comisiei să clarifice normele privind oferirea (directă sau indirectă) de servicii nesolicitate efectuată din alte state membre prin intermediul internetului;

Consolidarea protecției juridice a utilizatorilor în sectorul comerțului electronic transfrontalier

58. solicită introducerea obligației de audit extern pentru anumite tipuri de servicii electronice specifice, în cazul cărora garantarea unei siguranțe depline este foarte importantă, pentru a proteja datele și informațiile personale (în cazul tranzacțiilor bancare prin internet, de exemplu);
59. subliniază că utilizatorii (consumatori și vânzători) au nevoie de securitate juridică când își desfășoară activitatea on-line și salută propunerea Comisiei din Comunicarea sa „O Agendă digitală pentru Europa” de actualizare a dispozițiilor privind răspunderea limitată a serviciilor societății informaționale pentru a fi în pas cu progresul tehnologic, în contextul Directivei privind comerțul electronic (a se vedea nota de subsol nr. 13 din comunicare);
60. îndeamnă Comisia să adopte măsuri pentru a asigura certitudinea juridică și pentru a elimina fragmentarea pronunțată existentă în procesul de autorizare a drepturilor și existența jurisdicțiilor multiple în statele membre în materie de încărcare a unui conținut media pe site-urile internet;
61. consideră că ar trebui acordată prioritate eliminării, până în 2013, a barierelor administrative și de reglementare din calea comerțului electronic transfrontalier, prin introducerea unui pachet de norme pentru consumatorii și întreprinderile din cele 27 de state membre ale UE care va crea un mediu digital favorabil, va oferi certitudine juridică atât întreprinderilor, cât și consumatorilor, va simplifica procedurile, va reduce costurile legate de asigurarea conformității, va diminua concurența neloială și va debloca potențialul pieței comerțului electronic din UE; subliniază că, în acest scop, interpretarea și aplicarea uniforme ale instrumentelor legislative, cum ar fi Directiva privind drepturile consumatorului, Directiva privind comerțul electronic (2000/31/CE), articolul 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile în cadrul pieței interne (2006/123/CE) și Directiva privind practicile comerciale neloiale (2005/29/CE), pot avea o importanță deosebită; invită, prin urmare, Comisia să accelereze evaluarea în curs de desfășurare a acquis-ului comunitar legat de piața unică digitală și să propună acțiuni legislative specifice, care să soluționeze principalele impedimente;
62. consideră că, pentru creșterea gradului de încredere a consumatorilor, este esențială consolidarea mecanismelor de supraveghere a pieței, a transparenței normelor și a

controlului aplicării legii, întrucât cheltuielile de consum vor fi un factor important pentru relansarea economiei; este de părere că autoritățile publice trebuie să dispună de mai multe resurse pentru anchetarea și, în cele din urmă, combaterea practicilor comerciale ilegale; solicită Comisiei să creeze un sistem european de avertizare timpurie, inclusiv o bază de date, pentru combaterea activităților frauduloase de pe piața digitală; solicită Comisiei să actualizeze RAPEX (sistemul de alertă rapidă), acolo unde este necesar; subliniază că astfel de inițiative trebuie să respecte normele privind protecția datelor;

63. solicită autorităților publice să acționeze rapid împotriva site-urilor internet dăunătoare, acordând o atenție sporită drepturilor consumatorilor, inclusiv prin intermediul măsurilor prin care se urmărește introducerea unor etichete pentru site-uri internet sigure și securizate, și garantând că societățile care oferă servicii de publicitate sponsorizate nu fac publicitate unor site-uri internet ilegale;
64. consideră că încrederea consumatorilor poate fi câștigată prin standarde și coduri de conduită care să permită furnizorilor on-line să țină pasul cu progresele rapide ale tehnologiei;
65. subliniază că selecția și crearea de profiluri on-line ar trebui să respecte pe deplin normele privind protecția datelor;
66. subliniază că este necesar să se asigure o interpretare uniformă a normelor UE referitoare la datele personale, pentru a se garanta protecția datelor și a se promova încrederea consumatorului în sistemele de plată on-line;
67. consideră că o îmbunătățire a regimului de protecție a consumatorilor în întreaga UE, inclusiv împotriva fraudării cărților de credit, poate asigura încrederea consumatorilor în tranzacțiile transfrontaliere efectuate on-line;
68. invită Comisia să se asigure că asigurarea consecventă a aplicării legislației în materie de drepturi de autor nu este eludată în sectorul comerțului electronic;
69. consideră că publicitatea și căutarea transfrontalieră pe internet ar trebui să ofere consumatorilor și comercianților informații de o calitate mai bună și să amelioreze capacitatea acestora de a face comparații și de a identifica ofertele; își exprimă îngrijorarea, în acest sens, cu privire la posibile denaturări ale concurenței cu care s-ar putea confrunta consumatorii și antreprenorii în anumite state membre ale UE; invită Comisia să remedieze, în cooperare cu acest sector, deficiențele legate de platformele de căutare și de publicitate pe internet și să încurajeze utilizarea acestora la nivel transfrontalier, de exemplu prin promovarea domeniilor .eu;
70. invită Comisia să se asigure prin monitorizare că aplicarea coerentă a legislației în materie de drepturi de autor nu este eludată în sectorul comerțului electronic;
71. solicită Comisiei să inițieze și să efectueze o evaluare urgentă de impact asupra celei mai bune metode de abordare a impozitării drepturilor de autor, incluzând posibilitatea de a aplica impozitul în momentul și în locul în care produsul este plasat pe piață prima dată în Uniunea Europeană, având în vedere faptul că părțile interesate nu pot ajunge la un acord;

72. împărtășește opinia Comisiei că mecanismele alternative de soluționare a litigiilor, cum ar fi medierea, arbitrarea sau soluționarea extrajudiciară a diferendelor, pot reprezenta o opțiune practică și atractivă pentru consumatori; constată că diverși actori privați, cum ar fi platformele on-line, au creat inițiative de succes pentru a crește încrederea consumatorilor, utilizând instrumente interne de soluționare a litigiilor; îndeamnă statele membre să încurajeze dezvoltarea acestor mecanisme pentru a consolida protecția consumatorilor și a maximiza respectarea legislației; reamintește experiențele pozitive ale SOLVIT și ale rețelei centrelor europene de consumatori; solicită crearea unui sistem de informare pentru utilizatorii europeni de comerț electronic, care să ofere orientări și informații detaliate cu privire la drepturi și obligații pe piața digitală; subliniază însă că aceste mecanisme ar trebui să vină în completarea căilor de atac judiciare și administrative și nu să se substituie acestora;
73. subliniază importanța creșterii nivelului în prezent redus de încredere a consumatorilor în tranzacțiile transfrontaliere, prin consolidarea aplicării on-line și transfrontaliere a normelor existente, prin responsabilizarea autorităților pentru protecția consumatorilor, prin promovarea cooperării între autoritățile publice și prin crearea unor mecanisme eficiente la nivelul UE de monitorizare a pieței și de realizare a auditurilor, de gestionare a plângerilor și de soluționare a litigiilor;
74. încurajează recurgerea la mecanisme alternative de soluționare a litigiilor, cu posibilitatea de a le folosi prin proceduri on-line, mecanisme care să fie accesibile fără întârziere prin portalul european e-Justice, din momentul în care acesta va fi disponibil;
75. subliniază necesitatea de a elabora și standardiza norme care să ofere un nivel înalt de protecție juridică pentru minori și încurajează lansarea de campanii de informare și de formare pentru părinți, profesori și tutori, vizând sensibilizarea acestora cu privire la responsabilitatea lor în educarea copiilor în ceea ce privește riscurile utilizării comerțului electronic și importanța supravegherii utilizării internetului de către copii;
76. solicită Comisiei și statelor membre să adopte măsuri rapide pentru a combate serviciile on-line ilegale, care nu respectă normele privind protecția consumatorilor, protecția minorilor, drepturile de autor, taxele și majoritatea celorlalte legi aplicabile;
77. subliniază că ar trebui să fie evitate riscurile provocate de produsele ilegale oferite pe internet, în special medicamentele contrafăcute și produsele de asistență medicală, prin promovarea competențelor în materie de sănătate și prin atenționarea, prin intermediul paginilor de internet specifice ale domeniilor .eu, cu privire la informațiile înșelătoare;
78. invită Comisa să propună măsuri adecvate sau sancțiuni în cazul comerțului electronic cu bunuri și medicamente contrafăcute, inclusiv etichete pentru site-uri internet sigure și securizate, cum ar fi sistemele de certificare pentru farmaciile autorizate;
79. subliniază necesitatea formării și educării corespunzătoare a funcționarilor publici și a autorităților judiciare în ceea ce privește normele UE în materie de protecție a consumatorilor;

O strategie de construire a încrederii în mediul electronic pentru utilizatorii serviciilor de comerț electronic

80. solicită elaborarea unui instrument juridic unic care să combine diversele texte aflate în vigoare pentru a clarifica normele aplicabile comerțului electronic; salută propunerea Comisiei de directivă privind drepturile consumatorilor și solicită, acolo unde este relevant, un nivel adecvat de armonizare a anumitor aspecte ale dreptului contractelor cu consumatorii, în special în ceea ce privește tratarea anumitor tipuri de solicitări de utilizare a garanției; consideră că acest lucru ar trebui să includă și alte directive, precum cea privind vânzarea la distanță de servicii financiare și cea privind comerțul electronic;
81. solicită Comisiei să evalueze dacă crearea unui portal pentru comerțul electronic, monitorizat de Comisie și la care să participe părțile interesate și statele membre, ar putea să contribuie mai bine la difuzarea celor mai bune practici și a informațiilor și, prin urmare, să consolideze încrederea consumatorilor și să intensifice comerțul electronic transfrontalier;
82. invită Comisia să analizeze în continuare motivele pentru care consumatorii resping comerțul electronic pentru a putea elabora orientări eficiente pentru o legislație adecvată și propune crearea unui grafic de realizări destinat exclusiv comerțului electronic cu scopul de a obține o imagine comportamentală a consumatorului de comerț electronic și de a identifica factorii care afectează și determină alegerile acestuia;
83. recunoaște că cetățenii nu vor interacționa, nu își vor exprima opiniile în deplină libertate și nu vor încheia tranzacții dacă nu au suficientă încredere în cadrul juridic al noului spațiu digital; întrucât garantarea și asigurarea respectării drepturilor fundamentale în acest context reprezintă o condiție esențială pentru câștigarea încrederii cetățenilor; întrucât garantarea protecției drepturilor de proprietate intelectuală (IPR) și a altor drepturi este o condiție esențială pentru câștigarea încrederii întreprinderilor;
84. invită Comisia să elimine obligația de a avea un magazin clasic înainte de a putea vinde on-line, deoarece această cerință limitează în mod radical vânzările on-line;
85. subliniază importanța, pentru continuarea dezvoltării comerțului electronic, a stabilirii unui cadru coerent la nivelul UE, în limitele acquis-ului comunitar, pentru protecția și punerea în aplicare a drepturilor de proprietate intelectuală, intensificând lupta împotriva bunurilor ilegale și contrafăcute și informând consumatorii europeni cu privire la aceste aspecte;
86. subliniază că este necesar să se introducă o legislație aplicabilă tuturor tranzacțiilor electronice, aceasta având un rol esențial în protejarea drepturilor utilizatorilor serviciilor de comerț electronic;
87. solicită dezvoltarea, în programele-cadru pentru cercetare, de proiecte de cercetare inovatoare, care să vizeze promovarea și unificarea pieței UE a comerțului electronic, prin creșterea încrederii, a responsabilizării și a numărului de opțiuni aflate la dispoziția consumatorilor în mediul electronic;
88. solicită monitorizarea eficientă a evoluțiilor juridice, tehnice și economice în comerțul electronic și subliniază necesitatea unei evaluări a impactului tuturor deciziilor care afectează piața digitală unică și societatea informațională; în acest scop, un grafic de realizări privind comerțul electronic ar fi un instrument util pentru evaluarea pieței on-

line europene;

89. consideră că încrederea consumatorilor poate fi câștigată prin înlăturarea barierelor în calea comerțului electronic transfrontalier, păstrând totodată cel mai înalt nivel de protecție a consumatorilor, iar această încredere poate fi construită cu ajutorul autorităților europene acreditate sau a mărcilor de încredere, care garantează fiabilitatea și calitatea bunurilor disponibile pe piața electronică transfrontalieră; consideră că trebuie creată o marcă europeană durabilă și de încredere, cu norme clare, transparente și monitorizate de către Comisie; întrucât un astfel de sistem de mărci europene de încredere trebuie să fie susținut de un control al standardelor sau de un mecanism de asigurare a aplicării, așa cum este cazul la nivel național în unele state membre; recunoaște că un sistem transfrontalier de mărci europene de încredere poate funcționa doar în contextul legislației UE pe care marca europeană de încredere se poate întemeia; consideră că orice sistem european de mărci de încredere trebuie să facă obiectul unei evaluări detaliate de impact și trebuie să fie implementat în cooperare cu mărcile de încredere existente în statele membre;
90. subliniază importanța promovării și aplicării de sigle, mărci de siguranță și mărci de calitate la nivelul UE, care vor ajuta consumatorii să identifice comercianții on-line cu o bună reputație, care vor răsplăti cele mai bune practici și vor încuraja inovațiile, sprijinind astfel eforturile societăților din UE de a depăși granițele piețelor naționale;
91. subliniază că în mediul on-line, în care vânzătorul și cumpărătorul nu se află în același loc, iar cumpărătorul nu poate evalua exact calitățile fizice ale produsului, accesul la informații corecte și clare este esențial pentru transparență;
92. subliniază efortul Comisiei și al autorităților naționale de reglementare în domeniul poștei pentru punerea în aplicare corectă și rapidă a celei de-a treia Directive privind serviciile poștale (2008/06/CE) în cele 27 de state membre pentru a obține o intensificare a concurenței, prețuri mai mici și servicii mai bune și pentru a îmbunătăți condițiile de livrare a bunurilor cumpărate prin intermediul comerțului electronic transfrontalier; subliniază în plus importanța asigurării disponibilității serviciilor de asigurare pentru livrarea coletelor;
93. solicită crearea unui program și utilizarea instrumentelor financiare existente pentru proiecte vizând sporirea încrederii utilizatorilor în comerțul electronic, inclusiv campanii educative și de informare, atât la nivel european, cât și național, și proiecte care verifică în practică nivelul de calitate a serviciilor on-line (cum ar fi metoda „clientului misterios”); subliniază necesitatea de a elabora instrumente on-line pentru instruirea consumatorilor cu privire la comerțul electronic și la noua tehnologie digitală (drepturile principale ale consumatorilor de internet, comerțul electronic, normele de protecție a datelor etc.), cum ar fi proiectul Dolceta (Development of On-Line Consumer Education Tools for Adults - Elaborarea de instrumente de instruire on-line a consumatorilor adulți), permițând astfel cetățenilor să își perfecționeze competențele digitale și cunoștințele cu privire la drepturile și obligațiile lor și să profite în mod responsabil și independent de avantajele comerțului electronic într-o societate digitală;
94. consideră că încrederea consumatorilor poate fi consolidată în continuare prin asigurarea încrederii publice în mediul electronic, prin soluționarea preocupărilor privind protecția datelor cu caracter personal, prin reglementarea colectării datelor, a marketingului

comportamental, a creării de profiluri și a publicității, precum și prin sensibilizarea publicului prin campanii educaționale și de informare; invită Comisia să prezinte o propunere privind adaptarea Directivei privind protecția datelor la actualul mediu digital;

95. subliniază necesitatea de a simplifica și mări transparența lanțului de aprovizionare și a termenilor și condițiilor tranzacțiilor comerciale on-line la nivel transfrontalier, prin stabilirea de norme privind inducerea în eroare sau informarea incompletă în legătură cu drepturile consumatorilor, costurile totale și datele de contact ale comerciantului, precum și prin promovarea celor mai bune și mai corecte practici, recomandări și orientări pentru magazinele electronice; recunoaște eforturile depuse în acest domeniu de UE pentru clarificarea termenilor, condițiilor și tarifelor pentru transportul aerian ca un exemplu pozitiv de urmat;
96. subliniază importanța aplicării rapide și eficiente a instrumentului european de microfinanțare Progress, operațional din iunie 2010, care ar putea da un nou imbold în vederea promovării întreprinderilor on-line, în special în rândurile persoanelor care și-au pierdut recent locurile de muncă;
97. consideră că sensibilizarea și cunoștințele în domeniul informaticii și al mass-media sunt esențiale pentru dezvoltarea mediului digital european; propune, prin urmare, lansarea unui „plan de acțiune pentru îmbunătățirea competențelor în domeniul digital și participarea la mediul digital” la nivelul UE și al statelor membre, care să conțină îndeosebi: oportunități specifice de formare în domeniul informatic pentru șomeri și grupurile confruntate cu riscul excluziunii, stimulente pentru inițiativele din sectorul privat care vizează să ofere tuturor angajaților formare în domeniul competențelor digitale, o inițiativă „Fii deștept on-line!”, la nivel european, prin care toți studenții, inclusiv cei angajați în procese de învățare de-a lungul întregii vieți și de formare profesională, să se familiarizeze cu utilizarea în siguranță a TIC și a serviciilor on-line și un sistem comun la nivel european de certificare în domeniul TIC;
98. salută angajamentul Comisiei de a publica până în 2012 un cod al drepturilor on-line în UE care să sintetizeze în mod clar și accesibil drepturile actuale în UE ale utilizatorului de mediu digital, completat de o examinare anuală a cazurilor de încălcare a legislației privind protecția consumatorilor on-line și a măsurilor adecvate de asigurare a aplicării, în colaborare cu rețeaua europeană a agențiilor de protecție a consumatorilor;
99. consideră că dezvoltarea unor coduri de conduită de autoreglementare de către organizațiile de comercianți, profesioniști și consumatori și aplicarea dispozițiilor din raportul Parlamentului European referitor la „o nouă agendă digitală pentru Europa: 2015.eu”, prin care se solicită crearea unei carte europene a drepturilor cetățenilor și consumatorilor în mediul digital și dezvoltarea unei „a cincea libertăți” care să permită libera circulație a conținutului și a cunoștințelor, ar consolida încrederea consumatorilor în comerțul electronic, prin clarificarea drepturilor și obligațiilor tuturor actorilor din cadrul societății informaționale;
100. invită Comisia să acționeze rapid și să prezinte un raport în 2012 cu privire la progresele înregistrate în combaterea celor zece obstacole în calea comerțului electronic transfrontalier, prezentate în Comunicarea din 22 octombrie 2009 privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în Uniunea Europeană

(COM(2009)0557); invită Comisia și statele membre să garanteze un nivel ridicat de protecție a consumatorilor în comerțul electronic și să se asigure de înlăturarea tuturor obstacolelor în calea dezvoltării comerțului electronic, identificate în comunicarea Comisiei din 2010 privind Agenda digitală și în cea din 2009 privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în Uniunea Europeană, atât prin mijloace legislative, cât și nelegislative; invită Comisia să lanseze un dialog între părțile interesate și SUA în vederea examinării mijloacelor de dezvoltare a unei piețe electronice transatlantice;

o o

101. încredințează Președintelui sarcina de a transmite prezenta rezoluție Consiliului, Comisiei, guvernelor și parlamentelor statelor membre.

EXPUNERE DE MOTIVE

Introducere

Comerțul electronic este o forță vitală a internetului și reprezintă un catalizator important pentru realizarea obiectivelor strategiei UE 2020 în ceea ce privește piața internă. Este important ca toate părțile interesate să coopereze pentru a elimina barierele rămase.

Lacunele pieței unice devin și mai evidente atunci când se analizează problema comerțului transfrontalier. Libera circulație a bunurilor în Europa este considerabil afectată de seturile fragmentate de reglementări naționale. Cifrele referitoare la situația comerțului electronic în UE arată că, în 2009, un consumator european din trei a cumpărat cel puțin un produs on-line, dar că numai 7% din consumatorii europeni au îndrăznit să cumpere on-line într-un alt stat membru. Cercetările realizate în secret de UE cu privire la practicile de comerț electronic au arătat că 60% dintre încercările clienților de a cumpăra produse în afara granițelor UE eșuează, tranzacția sau expedierea fiind refuzate de către vânzător, deși cumpărătorul ar fi putut economisi cel puțin 10% cumpărând on-line în străinătate (chiar și luând în calcul costurile de expediere) în jumătate dintre cele 11 000 de cazuri examinate.

Tratatul de la Lisabona, care este acum ratificat și vizează raționalizarea proceselor politice din cadrul UE, ar putea contribui la remedierea acestei fragmentări.

În contextul actualei crize economice, este cu atât mai important ca Europa să depună eforturi serioase pentru a elimina rapid aceste bariere. Piața unică a UE numără peste 500 de milioane de consumatori. Acest lucru este mai puțin evident atunci când încercăm să facem cumpărături on-line. În prezent, piața unică își dezamăgește consumatorii, în special pe aceia care recurg la comerțul electronic. Comerțul electronic transfrontalier nu cunoaște o dezvoltare la fel de rapidă ca și comerțul electronic național din cauza mai multor obstacole:

- Numeroase site-uri web nu permit efectuarea de cumpărături on-line în cazul clienților care locuiesc într-o anumită țară. Conform unui studiu, 61% dintre tranzacțiile transfrontaliere nu pot fi încheiate deoarece magazinele on-line nu livrează în țara din care provine consumatorul. Trebuie create stimulente și pentru comercianți.
- Chiar dacă jumătate dintre gospodăriile din UE dispun de o conexiune de mare viteză la internet, lipsa de încredere a consumatorilor îi împiedică totuși pe aceștia să cumpere on-line. Un alt studiu a arătat că numai 12% dintre utilizatorii de internet din UE **consideră că nu își asumă riscuri atunci când efectuează tranzacții pe internet**. Aspectul încurajator aici este că există o dorință puternică de a profita de avantajele pieței unice. O treime dintre consumatori ia în calcul posibilitatea de a cumpăra on-line într-o altă țară deoarece ar avea astfel acces la produse mai ieftine sau mai bune. Din păcate, numai 7% fac într-adevăr acest lucru. Consolidând încrederea consumatorilor, am putea debloca întregul potențial economic al pieței unice europene on-line, care reprezintă peste 100 de miliarde EUR sub formă de venituri.
- **Lipsesc mecanismele eficace de atac și de asigurare a respectării normelor**, care sunt esențiale pentru buna funcționare a piețelor. Diferențele majore dintre statele membre în ceea ce privește rezolvarea problemelor în cadrul comerțului electronic transfrontalier provoacă nemulțumirea consumatorilor.

Pentru a consolida încrederea tuturor operatorilor prezenți pe piața comerțului electronic este

necesară o ameliorare rapidă a punerii în aplicare a legislației europene, în beneficiul tuturor consumatorilor și comercianților cu amănuntul din UE. Este esențial ca liderii și factorii de decizie din UE să analizeze actualul cadru de reglementare privind acordurile de distribuție, normele privind mărcile și dispozițiile referitoare la servicii și consumatori pentru a se asigura că acestea corespund pe deplin cerințelor pieței secolului 21 și oferă beneficii atât pentru consumatori, cât și pentru comercianții cu amănuntul.

Principala provocare cu care ne confruntăm astăzi este realizarea unei adevărate piețe unice on-line pentru Europa. Acest obiectiv poate fi atins numai adaptând economia Europei la piața internațională competitivă a secolului 21. Trebuie creată o piață europeană puternică, de natură să permită UE să concureze pe piața internațională. Europa trebuie să se echipeze cu un set coerent de norme care să consolideze încrederea consumatorilor și a comercianților cu amănuntul și care să permită ocuparea unei poziții de lider internațional în domeniul economiei digitale. În acest scop, este important ca utilizatorii serviciilor de comerț electronic să dispună de recomandări clare, în special în ceea ce privește caracteristicile principale ale divulgării de informații și practicile comerciale loiale pe care întreprinderile ar trebui să le aplice și la care consumatorii ar trebui să se aștepte în contextul comerțului electronic.

Este important să fie depuse eforturi serioase pentru a promova comerțul electronic și pentru a-i încuraja pe utilizatori să dea dovadă de mai multă încredere, informându-i cu privire la drepturile lor și la modul de asigurare a respectării acestora în sectorul comerțului electronic.

Atât Comisia, cât și autoritățile naționale responsabile cu asigurarea respectării normelor trebuie deci să își intensifice eforturile pentru a obține un nivel ridicat de protecție a utilizatorilor serviciilor de comerț electronic și pentru a le insufla acestora încrederea de care au nevoie pentru a exploata pe deplin potențialul pieței unice. Consolidarea mecanismelor de supraveghere a pieței și de asigurare a respectării normelor pentru a insufla încredere producătorilor și consumatorilor reprezintă un aspect esențial al comerțului electronic transfrontalier. Acest lucru ar determina consumatorii să cheltuiască mai mult, element crucial pentru redresarea economică.

Raportorul salută cele 13 recomandări de acțiune pentru dezvoltarea politicilor și practicilor din domeniul comerțului electronic transfrontalier, identificate în comunicarea Comisiei. Raportorul susține o analiză critică mai aprofundată a posibilelor opțiuni de urmat în cele șase domenii de acțiune prioritară care, în opinia sa, sunt esențiale pentru dezvoltarea și consolidarea comerțului electronic transfrontalier:

1. **Accesul utilizatorilor europeni la internet ar trebui consolidat.** Pentru a putea cumpăra on-line, consumatorii trebuie să dispună de un acces de calitate la internet. Ar trebui întreprinse anumite acțiuni pentru a contribui la creșterea numărului de utilizatori de internet și la îmbunătățirea calității și vitezei internetului în acele țări și regiuni din cadrul Uniunii care nu dispun de conexiuni de bună calitate.
2. **Trebuie remediată problema fragmentării pieței on-line.** Numeroși vânzători impun bariere pentru piețele transnaționale, unele servicii nefiind disponibile on-line pentru persoane din anumite regiuni sau țări din UE. Această problemă este cauzată uneori de faptul că utilizatorii sunt redirecționați către site-urile web naționale atunci când este detectată o adresă IP provenită dintr-o altă țară sau, pur și simplu, de faptul

că vânzătorii refuză să vândă consumatorilor din anumite țări. Prin urmare, este necesar să se consolideze punerea în aplicare a articolului 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile, care interzice discriminarea clienților pe bază de naționalitate sau loc de reședință.

3. **Trebuie remediată problema fragmentării normelor în materie de protecție a consumatorilor.** Aplicarea noii directive privind drepturile consumatorilor va reprezenta un progres în ceea ce privește semnarea contractelor și ar putea contribui la depășirea problemelor potențiale dintre cumpărător și vânzător, care fac obiectul aceleiași reglementări.
4. **Este necesar să se consolideze încrederea consumatorilor care cumpără on-line.** Numeroși consumatori nu cumpără on-line deoarece nu au încredere în siguranța oferită de această piață, din mai multe motive. Unii consumatori se simt lipsiți de apărare atunci când cumpără de la o persoană pe care nu o pot vedea, deoarece consideră că aceste persoane îi pot înșela sau le pot oferi un produs cu defecte ori un produs diferit de cel pe care îl văd pe ecranul calculatorului lor. Pentru a consolida încrederea consumatorilor pe piața on-line, trebuie luate anumite măsuri:
 - crearea și punerea în aplicare a unei mărci europene de încredere;
 - consolidarea vigilenței pe internet și a supravegherii acestuia;
 - trebuie elaborate campanii vizând informarea consumatorilor cu privire la drepturile lor, la elementele pe care un site web trebuie să le aibă pentru a fi demn de încredere, la formele sigure de plată etc.;
 - asigurarea protecției consumatorilor prin intermediul securității și al protecției datelor personale. .
5. **Trebuie elaborate inițiative pentru a stimula comerțului să își desfășoare activitatea pe internet.** Numeroși comercianți nu propun servicii de comerț electronic din cauza inconvenientelor majore cu care s-ar putea confrunța. Anumite norme, legate de taxe, gestionarea deșeurilor etc. diferă extrem de mult de la o piață națională la alta, ceea ce creează un mediu de afaceri complex, costisitor și imprevizibil. De aceea, este esențial să se adopte propuneri normative care să stimuleze comerțului cu amănuntul să promoveze acest tip de comerț și care vor crea astfel oportunități pentru consumatori:
 - simplificarea obligațiilor de raportare a TVA pentru vânzătorii la distanță;
 - îmbunătățirea mecanismelor de plată utilizate on-line;
 - uniformizarea costurilor bancare și poștale în UE;
 - găsirea de soluții practice la problemele legate de plăți și drepturile de proprietate intelectuală, astfel încât furnizorii să nu fie obligați să plătească în țări diferite pentru aceleași bunuri;
 - reglementarea la nivel european a volumului de publicitate difuzată pe internet;
 - îmbunătățirea mecanismelor de soluționare a disputelor dintre furnizor și consumator.
6. **Trebuie depuse eforturi pentru a garanta securitatea minorilor care utilizează internetul.** Trebuie create la nivel european mecanisme eficiente pentru a împiedica

accesul minorilor la conținuturi dăunătoare pentru ei, inclusiv pornografie, cumpărarea de tutun sau alcool, pariuri on-line, conversații cu străini și utilizarea rețelelor sociale.

Raportorul consideră că elementele esențiale în acest context sunt punerea în aplicare și adaptarea normelor europene existente pentru comerțul off-line la piața on-line pentru a realiza o veritabilă piață unică europeană, pregătită să facă față provocărilor economiei mondiale a secolului 21.

4.6.2010

AVIZ AL COMISIEI PENTRU INDUSTRIE, CERCETARE ȘI ENERGIE

destinat Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor

referitor la realizarea pieței interne pentru comerțul electronic
(2010/2012(INI))

Raportor: Ioannis A. Tsoukalas

SUGESTII

Comisia pentru industrie, cercetare și energie recomandă Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor, competentă în fond, includerea următoarelor sugestii în propunerea de rezoluție ce urmează a fi adoptată:

- A. întrucât comerțul electronic reprezintă o piață esențială a secolului XXI pentru Uniunea Europeană, care are potențialul de a redefini piața internă europeană, de a contribui la economia bazată pe cunoaștere, de a oferi valoare și oportunități pentru consumatorii și întreprinderile europene în această perioadă de restriște financiară și de a influența în mod semnificativ și pozitiv crearea de locuri de muncă și creșterea economică;
- B. întrucât comerțul electronic transfrontalier aduce beneficii socio-economice importante consumatorilor europeni, cum ar fi creșterea confortului și a responsabilizării acestora, consolidarea drepturilor consumatorilor, creșterea transparenței și a concurenței, accesul la o varietate mai largă de produse și servicii pe care le pot compara și alege, precum și un potențial considerabil de a face economii;
- C. întrucât comerțul electronic este deosebit de benefic pentru cetățenii din zonele rurale, îndepărtate și periferice care, altfel, nu pot avea acces la o varietate largă de bunuri într-un mod atât de comod și la o astfel de valoare;
- D. întrucât, în timpul crizei economice recente, dezvoltarea societății digitale și realizarea pieței interne în domeniul TIC au permis sectorului comerțului electronic să se dezvolte și să ofere locuri de muncă în continuare, ajutând întreprinderile online să rămână active din

punct de vedere economic și consumatorii să profite de a mai mare varietate și de prețuri mai bune;

- E. întrucât comerțul electronic transfrontalier aduce beneficii semnificative societăților din UE, în special IMM-urilor, care pot furniza servicii și produse inovatoare, de înaltă calitate și favorabile consumatorilor în cadrul pieței interne electronice europene, consolidând poziția acestora și oferindu-le posibilitatea de a rămâne competitive în economia globală;
- F. întrucât comerțul electronic reprezintă, în prezent, o parte semnificativă a fluxului economic principal, iar întreprinderile și consumatorii utilizează din ce în ce mai mult atât practicile comerciale electronice, cât și pe cele neelectronice, în funcție de necesitățile lor;
- G. întrucât există în continuare o serie de bariere structurale și de reglementare importante în calea unei piețe interne europene pentru comerțul electronic pe deplin funcționale, cum ar fi fragmentarea la nivel național în privința normelor de protecție a consumatorilor și a normelor privind TVA, taxelor de reciclare și impozitelor, precum și abuzurile în cazul normelor care reglementează acordurile de distribuție exclusivă și selectivă;
- H. întrucât comerțul electronic transfrontalier între întreprinderi poate stimula competitivitatea societăților europene, permițându-le să determine cu ușurință sursa componentelor, serviciilor și cunoștințelor din întreaga piață internă (creând, de asemenea, noi economii de scară) și, mai mult decât atât, reprezintă o șansă pentru întreprinderi, în special pentru IMM-uri, de a-și internaționaliza clientela, fără a fi nevoite să investească în prezența fizică într-un alt stat membru;
- I. întrucât, în timp ce internetul este canalul de comercializare cu amănuntul cu cea mai mare creștere și comerțul electronic crește în mod constant la nivel național, decalajul între comerțul electronic intern și cel transfrontalier în cadrul UE se mărește, iar consumatorii europeni din unele state membre se confruntă cu restricții geografice, tehnice și organizaționale care le limitează alegerile;
- J. întrucât depășirea barierelor din calea comerțului electronic transfrontalier și creșterea încrederii consumatorilor sunt esențiale pentru realizarea unei piețe electronice unice atractive și integrate pentru Europa și pentru stimularea piețelor de consum și a economiei în ansamblu,
 - 1. consideră că ar trebui acordată prioritate eliminării, până în 2013, a barierelor administrative și de reglementare din calea comerțului electronic transfrontalier, prin introducerea unui pachet de norme pentru consumatorii și întreprinderile din cele 27 de state membre ale UE care va crea un cadru electronic favorabil, va oferi certitudine juridică atât întreprinderilor, cât și consumatorilor, va simplifica procedurile, va reduce costurile legate de asigurarea conformității, va diminua concurența neloială și va debloca potențialul pieței comerciale electronice a UE; subliniază că, în acest scop, interpretarea și aplicarea uniforme ale instrumentelor legislative, cum ar fi Directiva privind drepturile consumatorului, Directiva privind comerțul electronic (2000/31/CE), articolul 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile în cadrul pieței interne (2006/123/CE) și Directiva privind practicile comerciale neloiale (2005/29/CE), pot avea o deosebită importanță; invită, prin urmare, Comisia să accelereze evaluarea în curs de desfășurare a

- acquis-ului comunitar care afectează piața unică digitală și să propună acțiuni legislative specifice, care să soluționeze principalele impedimente;
2. subliniază importanța liberei circulații a bunurilor și serviciilor pentru continuarea dezvoltării comerțului electronic, în special principiul nediscriminării, în cadrul pieței interne, pe baza naționalității sau a locului de reședință al beneficiarului; reiterează faptul că principiul nediscriminării nu este compatibil cu impunerea unor cerințe legale și administrative suplimentare resortisanților altor state membre care doresc să beneficieze de un serviciu sau de condiții sau prețuri mai avantajoase; invită, prin urmare, Comisia să ia măsuri împotriva unei astfel de forme de discriminare, în baza articolului 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile în cadrul pieței interne;
 3. subliniază importanța simplificării normelor transfrontaliere și a reducerii costurilor legate de asigurarea conformității pentru comercianții cu amănuntul și antreprenori, prin furnizarea unor soluții practice la aspecte cum ar fi raportarea și facturarea TVA, taxele pentru deșeurile electronice și reciclare, impozitele pe drepturile de autor, protecția consumatorilor, normele privind etichetarea și cele specifice sectorului; în acest sens, solicită crearea unor sisteme de tip „ghișeu unic” și promovarea unor soluții transfrontaliere de administrație online, cum ar fi facturarea electronică și achizițiile publice electronice;
 4. invită Comisia să elimine obligația de a avea un magazin offline înainte de a putea vinde online, deoarece această cerință limitează în mod radical vânzările online;
 5. subliniază importanța creșterii nivelului în prezent redus de încredere a consumatorilor în tranzacțiile transfrontaliere, prin consolidarea aplicării online și transfrontaliere a normelor existente, responsabilizarea autorităților pentru protecția consumatorilor, promovarea cooperării între autoritățile publice și crearea unor mecanisme eficiente la nivelul UE de monitorizare a pieței și de realizare a auditurilor, de gestionare a plângerilor și de soluționare a litigiilor;
 6. invită Comisia să realizeze o evaluare a impactului privind crearea sau desemnarea unor autorități naționale care să gestioneze cererile de înregistrare pentru comerț electronic transfrontalier depuse de societăți sau antreprenori din respectivul stat membru și privind o autoritate europeană care să coordoneze activitatea autorităților naționale pentru a permite realizarea rapidă a pieței interne;
 7. invită Comisia să stabilească standardele clare necesare pentru comerțul electronic transfrontalier la nivelul UE, cum ar fi obligația unui comerciant de a furniza clienților și autorităților publice acces ușor, direct, permanent și gratuit la informațiile referitoare la numele și numărul de înregistrare al comerciantului sau al furnizorului de servicii, la prețurile bunurilor și serviciilor oferite și la orice costuri suplimentare de livrare care ar putea fi facturate;
 8. consideră că încrederea consumatorilor poate fi consolidată în continuare prin asigurarea încrederii publice în mediul electronic, prin soluționarea preocupărilor privind protecția datelor cu caracter personal, prin reglementarea colectării datelor, prin orientarea comportamentală, prin crearea de profiluri și publicitate, precum și prin sensibilizarea publicului prin campanii educaționale și de informare; invită Comisia să prezinte o propunere privind adaptarea Directivei privind protecția datelor la actualul mediu digital;

9. reiterează faptul că respectarea dreptului fundamental la confidențialitate și protecția datelor este un factor esențial pentru facilitarea comerțului electronic;
10. subliniază necesitatea de a simplifica și mări transparența lanțului de aprovizionare și a termenilor și condițiilor tranzacțiilor comerciale online la nivel transfrontalier, prin stabilirea de norme privind inducerea în eroare sau informarea incompletă în legătură cu drepturile consumatorilor, costurile totale și datele de contact ale comerciantului, precum și prin promovarea celor mai bune și mai corecte practici, recomandări și orientări pentru magazinele electronice; recunoaște eforturile depuse în acest domeniu de UE pentru clarificarea termenilor, condițiilor și tarifelor pentru transportul aerian ca un exemplu pozitiv de urmat;
11. consideră că dezvoltarea unor coduri de conduită de autoreglementare de către organizațiile de comercianți, profesioniști și consumatori și aplicarea dispozițiilor din raportul Parlamentului European referitor la „o nouă agendă digitală pentru Europa: 2015.eu”, prin care se solicită crearea unei carte europene a drepturilor cetățenilor și consumatorilor în mediul digital și dezvoltarea unei „a cincea libertăți” care să permită libera circulație a conținutului și a cunoștințelor, ar consolida încrederea consumatorilor în comerțul electronic, prin clarificarea drepturilor și obligațiilor tuturor actorilor din cadrul societății informaționale;
12. subliniază importanța promovării și aplicării de sigle, mărci de siguranță și mărci de calitate la nivelul UE care vor ajuta consumatorii să identifice comercianții online cu o bună reputație, care vor răsplăti cele mai bune practici și vor încuraja inovațiile, sprijinind astfel eforturile societăților din UE de a depăși granițele piețelor naționale;
13. subliniază importanța consolidării încrederii în sistemele transfrontaliere de plată prin internet (de exemplu, cărțile de credit și debit și portofelul electronic), prin promovarea unei game de metode de plată, creșterea interoperabilității și consolidarea standardelor comune, eliminarea barierelor tehnice, sprijinirea celor mai sigure tehnologii pentru tranzacții electronice, armonizarea și consolidarea legislației privind confidențialitatea și securitatea, combaterea activităților frauduloase, precum și prin informarea și educarea publicului;
14. invită Comisia să prezinte o propunere de creare a unui instrument financiar european privind cărțile de credit și de debit pentru a facilita procesarea tranzacțiilor electronice cu cărți de credit;
15. consideră că reformarea sectorului poștei și promovarea interoperabilității și cooperării între sistemele și serviciile poștale pot avea un impact semnificativ asupra dezvoltării comerțului electronic transfrontalier, care necesită modalități de distribuție și urmărire a produselor ieftine și eficiente; subliniază, prin urmare, necesitatea unei aplicări rapide a celei de-a treia directive privind serviciile poștale (2008/6/CE);
16. subliniază importanța semnăturilor electronice și a infrastructurii cu chei publice (PKI) pentru serviciile sigure de guvernare electronică paneuropeană și invită Comisia să înființeze un sistem european de autorități de validare cu scopul de a asigura interoperabilitatea transfrontalieră pentru semnăturile electronice;

17. invită Comisia să prezinte măsuri pentru sprijinirea inițiativei privind facturile electronice pentru a garanta o utilizare a acestora la nivelul întregii Europe până în 2020;
18. având în vedere cât de importantă este exploatarea întregului potențial al pieței unice, invită Comisia și statele membre să se asigure că, până în 2015, cel puțin 50% din achizițiile publice sunt efectuate prin mijloace electronice, astfel cum prevede planul de acțiune stabilit la Conferința ministerială privind administrația electronică, care a avut loc la Manchester, în 2005;
19. consideră că o componentă semnificativă a comerțului electronic poate fi comerțul mobil („m-comerțul”), capabil să se adreseze milioane de cetățeni europeni care folosesc telefoane mobile, dar nu folosesc calculatoare personale, crescând astfel convergența internetului și a tehnologiilor mobile și susținând calitatea UE de lider în domeniul comunicațiilor mobile;
20. consideră că dezvoltarea și sprijinirea specificațiilor și standardelor tehnice și operaționale comune și deschise (pentru compatibilitate, interoperabilitate, accesibilitate, securitate, logistică, livrare etc.) vor facilita comerțul electronic transfrontalier prin asistența oferită consumatorilor, în special utilizatorilor de calculatoare personale vulnerabili și neexperimentați, și prin înlăturarea barierelor operaționale, tehnice, culturale și lingvistice care există între diferitele state membre;
21. recunoaște provocările juridice deosebite legate de dezvoltarea unei piețe interne pentru comerțul mobil (m-comerț) care să fie capabilă să asigure confidențialitatea datelor, precum și protecția drepturilor consumatorilor și a clienților minori; invită Comisia să examineze în mod aprofundat acest aspect;
22. consideră că publicitatea și căutarea transfrontaliere pe internet ar trebui să ofere consumatorilor și comercianților informații de o calitate mai bună și să amelioreze capacitatea acestora de a face comparații și de a identifica ofertele; își exprimă îngrijorarea, în acest sens, cu privire la posibile denaturări ale concurenței cu care s-ar putea confrunta consumatorii și antreprenorii în anumite state membre ale UE; invită Comisia să remedieze, în cooperare cu acest sector, deficiențele legate de platformele de căutare și de publicitate pe internet și să încurajeze utilizarea acestora la nivel transfrontalier, de exemplu prin promovarea domeniilor .eu;
23. subliniază importanța, pentru continuarea dezvoltării comerțului electronic, a stabilirii unui cadru coerent la nivelul UE, în limitele acquis-ului comunitar, pentru protecția și punerea în aplicare a drepturilor de proprietate intelectuală, a intensificării combaterii bunurilor ilegale și contrafăcute și a sensibilizării consumatorilor europeni în legătură cu aceste aspecte;
24. subliniază importanța aplicării rapide și eficiente a instrumentului european de microfinanțare Progress, operațional din iunie 2010, care ar putea da un nou imbold în vederea promovării întreprinderilor online, în special în rândurile persoanelor care și-au pierdut recent locurile de muncă;
25. subliniază că ar trebui să fie evitate riscurile provocate de produsele ilegale oferite pe internet, în special medicamentele contrafăcute și produsele de asistență medicală, prin

promovarea competențelor în materie de sănătate și prin atenționarea, prin intermediul paginilor de internet specifice ale domeniilor .eu, cu privire la informațiile înșelătoare;

26. subliniază că este necesar să se introducă o legislație aplicabilă tuturor tranzacțiilor electronice, aceasta având un rol esențial în vederea protejării drepturilor utilizatorilor serviciilor din domeniul comerțului electronic;
27. solicită dezvoltarea, în programele-cadru pentru cercetare, de proiecte de cercetare inovatoare, care să vizeze promovarea și unificarea pieței UE a comerțului electronic, prin creșterea încrederii, responsabilizării și a numărului de opțiuni ale consumatorilor în mediul electronic;
28. consideră că sensibilizarea și cunoștințele în domeniul informaticii și al mass-media sunt esențiale pentru dezvoltarea mediului digital european și solicită, prin urmare, lansarea unui „plan de acțiune pentru îmbunătățirea competențelor în domeniul digital și pentru integrare” la nivelul UE și al statelor membre, care să conțină îndeosebi: oportunități specifice de formare în domeniul competențelor digitale pentru șomeri și pentru grupurile care riscă să fie excluse, stimulente pentru inițiativele din sectorul privat care vizează să ofere tuturor angajaților formare în domeniul abilităților digitale, o inițiativă „Fii deștept online!” la nivel european, prin care toți studenții, inclusiv cei angajați în învățarea continuă și în formarea profesională, să se familiarizeze cu utilizarea în siguranță a TIC și a serviciilor online și un sistem comun la nivelul UE de certificare în domeniul TIC;
29. solicită monitorizarea eficientă a evoluțiilor juridice, tehnice și economice în comerțul electronic și subliniază necesitatea unei evaluări a impactului tuturor deciziilor care afectează piața digitală unică și societatea informațională; în acest scop, „o tabelă de marcaj privind comerțul electronic” ar fi un instrument util pentru evaluarea pieței online europene;
30. reafirmă importanța comerțului electronic transfrontalier între întreprinderi ca un instrument pentru societățile europene, în special pentru IMM-uri, de a se dezvolta, de a fi mai competitive și de a crea mai multe produse și servicii inovatoare; invită Comisia și statele membre să creeze un cadru juridic și de reglementare sănătos și sigur pentru a oferi întreprinderilor europene garanțiile de care acestea au nevoie pentru a desfășura cu încredere tranzacții comerciale electronice transfrontaliere între întreprinderi;
31. ia act de faptul că, în contextul revizuirii directivei privind serviciul universal, dezvoltarea prioritară a accesului în bandă largă rapid și accesibil este esențială pentru dezvoltarea comerțului electronic, deoarece lipsa accesului la internet reprezintă în continuare una dintre barierele cele mai importante în calea utilizării comerțului electronic de către cetățenii europeni.

REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE

Data adoptării	1.6.2010
Rezultatul votului final	+: 47 -: 1 0: 1
Membri titulari prezenți la votul final	Jean-Pierre Audy, Zigmantas Balčytis, Ivo Belet, Bendt Bendtsen, Jan Březina, Maria Da Graça Carvalho, Giles Chichester, Pilar del Castillo Vera, Christian Ehler, Lena Ek, Ioan Enciu, Gaston Franco, Adam Gierek, Robert Goebbels, Fiona Hall, Jacky Hénin, Oriol Junqueras Vies, Arturs Krišjānis Kariņš, Philippe Lamberts, Bogdan Kazimierz Marcinkiewicz, Marisa Matias, Judith A. Merkies, Jaroslav Paška, Aldo Patriciello, Anni Podimata, Miloslav Ransdorf, Herbert Reul, Paul Rübig, Amalia Sartori, Francisco Sosa Wagner, Evžen Tošenovský, Ioannis A. Tsoukalas, Claude Turmes, Niki Tzavela, Vladimir Urutchev, Kathleen Van Brempt, Alejo Vidal-Quadras
Membri supleanți prezenți la votul final	António Fernando Correia De Campos, Francesco De Angelis, Françoise Grossetête, Oriol Junqueras Vies, Ivailo Kalfin, Ivari Padar, Vladko Todorov Panayotov, Markus Pieper, Mario Pirillo, Catherine Trautmann
Membri supleanți (articolul 187 alineatul (2)) prezenți la votul final	Jürgen Creutzmann, Ramona Nicole Mănescu, László Surján

2.6.2010

AVIZ AL COMISIEI PENTRU AFACERI JURIDICE

destinat Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor

referitor la realizarea pieței interne pentru comerțul electronic
(2010/2012(INI))

Raportor pentru aviz: Sajjad Karim

SUGESTII

Comisia pentru afaceri juridice recomandă Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor, competentă în fond, includerea următoarelor sugestii în propunerea de rezoluție ce urmează a fi adoptată:

- A. întrucât dezvoltarea comerțului electronic poate conduce la îmbunătățirea competitivității economiei UE în cadrul Strategiei 2020 a Comisiei, incluzând dezvoltarea și promovarea unor noi modalități de antreprenariat pentru întreprinderile mici și mijlocii;
- B. întrucât crearea „pieței unice digitale”, prin facilitarea tranzacțiilor transfrontaliere într-un mediu on-line, pentru toți consumatorii din Uniunea Europeană, va conduce într-o mare măsură la revigorarea pieței unice, deoarece pune la dispoziția cetățenilor o gamă mai largă de produse și servicii,
- C. întrucât piața unică digitală poate fi realizată numai prin implementarea corectă, la nivelul tuturor statelor membre, a unei bune părți a legislației pieței unice, inclusiv a Directivei privind serviciile,
- D. întrucât nici consumatorii, nici mediul de afaceri nu pot beneficia de o piață unică digitală, deoarece sunt foarte puțini vânzătorii cu amănuntul care își vând produsele sau serviciile altor state membre, iar cea mai mare parte dintre aceștia vând numai unui număr limitat de state membre,
- E. întrucât proprietatea intelectuală joacă un rol cheie în lumea digitală, protecția acesteia, în special pe internet, fiind în continuare o provocare deosebită,
- F. întrucât trebuie simplificate și clarificate diferitele tipuri de impozitare a drepturilor de autor existente în statele membre, astfel încât furnizorii de produse și servicii on-line să le

poată vinde și consumatorilor din alte state membre,

- G. întrucât această revizuire a sistemelor de impozitare a drepturilor de autor ar conferi furnizorilor de produse și servicii on-line o mai mare certitudine juridică atunci când oferă consumatorilor produse și servicii,
- H. întrucât este esențial să fie asigurată certitudinea juridică și transparența procedurii de autorizare a drepturilor, atunci când un vânzător cu amănuntul pe internet încarcă pe un site internet un conținut protejat de drepturile de autor,
- I. întrucât garantarea unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor este absolut esențială, pentru a se promova încrederea în bunurile și serviciile on-line, asigurându-se că piața digitală respectă practicile comerciale,
- J. întrucât trebuie rezolvată problema discriminării consumatorilor, inclusiv în momentul plății, adoptând dispoziții referitoare la efectuarea și primirea plăților, precum și a produselor,
 1. se declară în sprijinul simplificării sistemului actual de impozitare a drepturilor de autor, deoarece acesta generează importante impedimente pentru consumatori și constituie o barieră în calea pieței unice;
 2. solicită statelor membre și Comisiei să integreze mai bine centrele pieței unice, incluzând SOLVIT, „ghișeele unice” (în conformitate cu Directiva privind serviciile), centrele de produse (prevăzute în regulamentul privind recunoașterea reciprocă) și alte informații, inclusiv dispozițiile legale necesare întreprinderilor pentru a putea comercializa bunuri în afara frontierelor și pe internet; subliniază că funcționarea „ghișeului unic” este esențială pentru realizarea pieței unice pentru comerțul electronic;
 3. solicită Comisiei să inițieze și să efectueze o evaluare urgentă de impact asupra celei mai bune metode de abordare a impozitării drepturilor de autor, incluzând posibilitatea de a aplica impozitul în momentul și în locul unde produsul este plasat pe piață prima dată în Uniunea Europeană, deoarece părțile interesate nu pot ajunge la un acord;
 4. reiterează faptul că respectarea dreptului fundamental la confidențialitate și la protecția datelor este un factor esențial pentru dezvoltarea comerțului electronic;
 5. subliniază că este necesar să se asigure o interpretare uniformă a normelor UE referitoare la datele personale, pentru a se garanta protecția datelor și a promova încrederea consumatorilor în sistemele de plată on-line;
 6. consideră că o îmbunătățire a regimului de protecție a consumatorilor în întreaga UE, inclusiv împotriva fraudării cărților de credit, poate asigura încrederea consumatorilor în tranzacțiile transfrontaliere efectuate on-line;
 7. subliniază că în mediul on-line, în care vânzătorul și cumpărătorul sunt la distanță, iar cumpărătorul nu poate evalua exact calitățile fizice ale produsului, accesul la informații corecte și clare este esențial pentru transparență;

8. solicită autorităților publice să acționeze rapid împotriva site-urilor internet dăunătoare, acordând o atenție sporită drepturilor consumatorilor, inclusiv prin intermediul măsurilor prin care se urmărește introducerea unor etichete pentru site-uri internet sigure și securizate și garantând că societățile care oferă servicii de publicitate sponsorizate nu fac publicitate unor site-uri internet ilegale;
9. invită Comisa să propună măsuri adecvate sau sancțiuni în cazul comerțului electronic cu bunuri și medicamente contrafăcute, inclusiv etichete pentru site-uri internet sigure și securizate, cum ar fi sisteme de certificare pentru farmaciile autorizate;
10. invită Comisia să se asigure că aplicarea coerentă a legislației în materia drepturilor de autor nu este eludată în domeniul comerțului electronic;
11. salută propunerea Comisiei de simplificare a obligației de declarare a taxei pe valoarea adăugată (TVA) și de realizare a unei „facturi simplificate” pentru vânzările prin corespondență și atrage atenția asupra faptului că în domeniul legislației fiscale, inclusiv în ceea ce privește TVA, principiul subsidiarității ar trebui respectat;
12. solicită Comisiei să furnizeze un sistem integrat de colectare a TVA, pentru a încuraja IMM-urile să realizeze schimburi comerciale transfrontaliere la un cost administrativ mai scăzut;
13. subliniază importanța eliminării discriminărilor împotriva consumatorilor on-line și a țării de origine on-line a acestora, instituind plata on-line din toate cele 27 de state membre ale UE, inclusiv dând consumatorilor posibilitatea de a alege între diferite mijloace de plată online;
14. îndeamnă Comisia să adopte măsuri pentru a asigura certitudinea juridică și pentru a aborda fragmentarea pronunțată existentă în procesul de autorizare a drepturilor și existența jurisdicțiilor multiple în statele membre în materie de încărcare a unui conținut media pe site-urile internet;
15. reamintește Comisiei faptul că mai există încă diferențe la nivelul cadrului legislativ privind serviciile on-line și invită Comisia să inițieze propuneri legislative specifice pentru a crește încrederea consumatorilor în produse și servicii comercializate on-line și accesul la acestea și pentru a le oferi o abordare simplă, pe baza ghișeului unic;
16. își exprimă îngrijorarea cu privire la decizia Comisiei de a elimina obligația de a avea un magazin off-line înainte de a putea vinde on-line, deoarece această cerință limitează în mod radical vânzările on-line;
17. consideră că încrederea consumatorilor poate fi câștigată prin standarde și coduri de conduită care să permită furnizorilor on-line să țină pasul cu progresele rapide ale tehnologiei;
18. solicită Comisiei să evalueze dacă crearea unui portal pentru comerțul electronic, supravegheat de Comisie și la care să participe părțile interesate și statele membre, ar putea să contribuie mai bine la difuzarea celor mai bune practici și a informațiilor și, prin urmare, să consolideze încrederea consumatorilor și să intensifice comerțul electronic

transfrontalier;

19. încurajează recurgerea la mecanisme alternative de soluționare a litigiilor, cu posibilitatea de a le folosi prin proceduri on-line, accesibile fără întârziere prin portalul european e - Justice, din momentul în care acesta va fi disponibil.

REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE

Data adoptării	1.6.2010
Rezultatul votului final	+: 23 -: 0 0: 0
Membri titulari prezenți la votul final	Raffaele Baldassarre, Luigi Berlinguer, Sebastian Valentin Bodu, Françoise Castex, Christian Engström, Marielle Gallo, Gerald Häfner, Daniel Hannan, Klaus-Heiner Lehne, Antonio Masip Hidalgo, Alajos Mészáros, Evelyn Regner, Dimitar Stoyanov, Alexandra Thein, Diana Wallis, Rainer Wieland, Cecilia Wikström, Zbigniew Ziobro, Tadeusz Zwiefka
Membri supleanți prezenți la votul final	Piotr Borys, Kurt Lechner, Angelika Niebler
Membri supleanți (articolul 187 alineatul (2)) prezenți la votul final	Mara Bizzotto, Jutta Steinruck

REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE

Data adoptării	24.6.2010
Rezultatul votului final	+: 32 -: 0 0: 0
Membri titulari prezenți la votul final	Pablo Arias Echeverría, Cristian Silviu Bușoi, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia De Campos, Jürgen Creutzmann, Christian Engström, Evelyne Gebhardt, Louis Grech, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Philippe Juvin, Sandra Kalniete, Edvard Kožušník, Kurt Lechner, Toine Manders, Hans-Peter Mayer, Mitro Repo, Robert Rochefort, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Kyriacos Triantaphyllides, Emilie Turunen, Bernadette Vergnaud
Membri supleanți prezenți la votul final	Cornelis de Jong, Othmar Karas, Emma McClarkin, Rafał Trzaskowski, Wim van de Camp