



PARLAMENTO EUROPEO

2009 - 2014

Documento di seduta

A7-0024/2014

14.1.2014

RELAZIONE

su un mercato integrato della consegna dei pacchi per la crescita del
commercio elettronico nell'UE
(2013/2043(INI))

Commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori

Relatore: Pablo Arias Echeverría

INDICE

	Pagina
PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO	3
MOTIVAZIONE.....	12
PARERE DELLA COMMISSIONE PER L'OCCUPAZIONE E GLI AFFARI SOCIALI	16
PARERE DELLA COMMISSIONE PER I TRASPORTI E IL TURISMO	19
ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE.....	23

PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO

su un mercato integrato della consegna dei pacchi per la crescita del commercio elettronico nell'UE (2013/2043(INI))

Il Parlamento europeo,

- visto l'articolo 3, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE), che impegna l'Unione ad adoperarsi per "un'economia sociale di mercato fortemente competitiva, che mira alla piena occupazione e al progresso sociale, e [...] un elevato livello di tutela e di miglioramento della qualità dell'ambiente",
- visto l'articolo 9 del TFUE, che stabilisce che "nella definizione e nell'attuazione delle sue politiche e azioni, l'Unione tiene conto delle esigenze connesse con la promozione di un elevato livello di occupazione, la garanzia di un'adeguata protezione sociale, la lotta contro l'esclusione sociale e un elevato livello di istruzione, formazione e tutela della salute umana",
- visto l'articolo 11 del TFUE, che stabilisce che "le esigenze connesse con la tutela dell'ambiente devono essere integrate nella definizione e nell'attuazione delle politiche e azioni dell'Unione, in particolare nella prospettiva di promuovere lo sviluppo sostenibile",
- visto l'articolo 12 del TFUE, che stabilisce che "nella definizione e nell'attuazione di altre politiche o attività dell'Unione sono prese in considerazione le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori",
- visto l'articolo 14 TFUE e il relativo protocollo (n. 26) sui servizi di interesse (economico) generale,
- visto l'articolo 26 del TFUE che recita che "il mercato interno comporta uno spazio senza frontiere interne, nel quale è assicurata la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali secondo le disposizioni dei trattati",
- visto l'articolo 49 e l'articolo 56 del TFUE sulla libertà di stabilimento e la libera prestazione dei servizi in seno all'Unione,
- visto l'articolo 101 e l'articolo 102 del TFUE sulle regole di concorrenza applicabili alle imprese,
- visto l'articolo 169 del TFUE sulla promozione degli interessi dei consumatori e la garanzia di un livello elevato di protezione dei consumatori,
- vista la direttiva 97/67/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, modificata dalle direttive 2002/39/CE e 2008/6/CE sui servizi postali,
- vista la direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno,

- vista la direttiva 2013/11/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE,
- visto il regolamento (UE) n. 524/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 maggio 2013, relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori e che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2009/22/CE,
- vista la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio,
- visto il Libro verde della Commissione, del 29 novembre 2012, dal titolo "Un mercato integrato della consegna dei pacchi per la crescita del commercio elettronico nell'UE" (COM(2012)0698),
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione del 23 aprile 2013 dal titolo "Piano d'azione sul commercio elettronico 2012-2015 – Stato di avanzamento dei lavori 2013" (SWD(2013)0153),
- vista la comunicazione della Commissione, dell'11 gennaio 2012, dal titolo "Un quadro coerente per rafforzare la fiducia nel mercato unico digitale del commercio elettronico e dei servizi on-line" (COM(2011)0942),
- vista la comunicazione della Commissione, del 18 dicembre 2012, dal titolo "Agenda digitale per l'Europa – Le tecnologie digitali come motore della crescita europea" (COM(2012)0784),
- vista la comunicazione della Commissione, del 26 agosto 2010, intitolata "Un'agenda digitale europea" (COM(2010)0245),
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione, del 7 dicembre 2012, dal titolo "Quadro di valutazione dei mercati dei beni al consumo: far funzionare i mercati per i consumatori – Ottava edizione" (SWD(2012)0432),
- vista la comunicazione della Commissione del 22 maggio 2012 al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni dal titolo "Un'agenda europea dei consumatori – Stimolare la fiducia e la crescita" (COM(2012)0225),
- vista la comunicazione della Commissione del 23 febbraio 2011 dal titolo "Riesame dello 'Small Business Act' per l'Europa" (COM(2011)0078),
- vista la comunicazione della Commissione del 9 gennaio 2013 dal titolo "Piano d'azione imprenditorialità 2020 – Rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa" (COM(2012)0795),

- vista la comunicazione della Commissione del 9 novembre 2011 dal titolo "Piccole imprese, grande mondo – un nuovo partenariato per aiutare le PMI a cogliere le opportunità globali" (COM(2011)0702),
- vista la comunicazione della Commissione del 28 novembre 2012, dal titolo "Analisi annuale della crescita 2013" (COM(2012)0750),
- vista la comunicazione della Commissione del 3 marzo 2010 dal titolo "Europa 2020 – Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva" (COM(2010)2020),
- vista la comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni dell'11 novembre 2010 "Verso un atto per il mercato unico – Per un'economia sociale di mercato altamente competitiva – 50 proposte per lavorare, intraprendere e commerciare insieme in modo più adeguato" (COM(2010)0608),
- vista la comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, del 3 ottobre 2012, dal titolo "L'Atto per il mercato unico II" (COM(2012)0573),
- vista la comunicazione della Commissione, del 13 aprile 2011, al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni dal titolo "L'Atto per il mercato unico – Dodici leve per stimolare la crescita e rafforzare la fiducia" (COM(2011)0206),
- visto il Libro bianco della Commissione del 28 marzo 2011 dal titolo "Tabella di marcia verso uno spazio unico europeo dei trasporti" (COM(2011)0144),
- vista la comunicazione della Commissione del 18 ottobre 2007 dal titolo "L'Agenda dell'UE per il trasporto merci: rafforzare l'efficienza, l'integrazione e la sostenibilità del trasporto di merci in Europa" (COM(2007)0606),
- viste le conclusioni del Consiglio del 31 maggio 2012 su "Mercato unico digitale e governance del mercato unico",
- vista la sua risoluzione del 4 luglio 2013 sul completamento del mercato unico digitale¹,
- vista la sua risoluzione dell'11 dicembre 2012 sul completamento del mercato unico digitale²,
- vista la sua risoluzione del 21 settembre 2010 sul completamento del mercato interno per il commercio elettronico³,
- viste le sue risoluzioni del 6 aprile 2011 sul mercato unico per gli europei⁴, su un mercato

¹Testi approvati, P7_TA(2013)0327.

² Testi approvati, P7_TA(2012)0468.

³ Testi approvati, P7_TA(2010)0320.

⁴ Testi approvati, P7_TA(2011)0145.

unico per le imprese e la crescita¹ e su governance e partenariato nel mercato unico²,

- vista la sua risoluzione dell'11 giugno 2013 su una nuova agenda per la politica europea dei consumatori³,
 - visto l'articolo 48 del suo regolamento,
 - visti la relazione della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori, il parere della commissione per l'occupazione e gli affari sociali e il parere della commissione per i trasporti e il turismo (A7-0024/2014),
- A. considerando che il commercio elettronico rappresenta un canale che racchiude un potenziale enorme per combattere la crisi economica e finanziaria, rafforzare il mercato unico e generare crescita economica e occupazione nell'Unione europea; che la comunicazione della Commissione sul commercio elettronico e i servizi on-line del gennaio 2012 indica la consegna di acquisti effettuati on-line quale una delle cinque priorità principali per stimolare il commercio elettronico entro il 2015 e che la sua importanza è stata ribadita dal Consiglio e dal Parlamento;
- B. considerando che il mercato del commercio elettronico nell'UE è cresciuto di oltre il 20% nel 2012; che si prevede, in particolare, che il commercio elettronico transfrontaliero quadruplichi; che il mercato della consegna pacchi attraversa una fase di trasformazioni radicali, con l'ingresso di nuovi soggetti, gli investimenti orientati verso l'innovazione e l'offerta di nuovi servizi;
- C. considerando che servizi di consegna efficienti e affidabili rappresentano un pilastro essenziale di un mercato unico digitale vero e proprio, con un impatto sostanziale in termini di promozione del commercio elettronico e rafforzamento della fiducia tra venditori e acquirenti;
- D. considerando che il 57% dei rivenditori considera un ostacolo la consegna oltre frontiera, mentre un consumatore su due ravvisa una fonte di preoccupazione nelle consegne nell'ambito delle transazioni transfrontaliere; che le preoccupazioni in merito alla consegna (incluse le restituzioni dei prodotti) e costi di consegna elevati costituiscono le due preoccupazioni principali dei consumatori in relazione agli acquisti on-line, che contribuiscono alla scarsa fiducia dei consumatori nel commercio elettronico transfrontaliero;
- E. considerando che, per superare tale situazione, è essenziale promuovere la fiducia dei consumatori negli operatori e nei servizi di consegna e nel mercato, nonché la conoscenza dei loro diritti e doveri, assicurando maggiore informazione, una più agevole comprensione e una maggiore trasparenza sulle condizioni di consegna;
- F. considerando che le PMI che cercano opportunità commerciali nell'UE sono esposti a costi più elevati, a maggiore complessità e si scontrano con una mancanza di trasparenza

¹ Testi approvati, P7_TA(2011)0146.

² Testi approvati, P7_TA(2011)0144.

³ Testi approvati, P7_TA(2013)0239.

per quanto riguarda le consegne oltre frontiera; che i prezzi delle consegne transfrontaliere sono da tre a cinque volte maggiori rispetto ai prezzi nazionali; che sistemi di consegna efficaci, semplici ed economicamente accessibili rappresentano un fattore chiave per la sostenibilità dei modelli aziendali delle PMI e la loro capacità di fornire prodotti ai consumatori;

Servizi di consegna integrati in Europa: un pilastro per il mercato unico digitale

1. sottolinea che la disponibilità di servizi di consegna accessibili, economicamente abbordabili, efficienti e di elevata qualità è un elemento fondamentale per gli acquisti on-line e che una concorrenza libera ed equa costituisce il miglior modo per promuovere tali servizi; rileva tuttavia che molti consumatori sono riluttanti a effettuare acquisti on-line, soprattutto in ambito transfrontaliero, a causa delle incertezze circa le opportunità di consegna disponibili, la consegna finale, i costi o l'affidabilità della consegna;
2. accoglie con favore il Libro verde proposto dalla Commissione per individuare possibili lacune del mercato europeo delle consegne; chiede alla Commissione di adottare azioni adeguate per affrontarle in modo da consentire alle imprese e ai consumatori di beneficiare pienamente delle opportunità che offre il mercato unico digitale; sottolinea che qualsiasi azione proposta deve tenere conto della sostenibilità del processo di consegna e cercare di ridurre al minimo l'impatto ambientale;
3. constata che la concorrenza tra gli operatori in alcuni Stati membri presenta carenze su scala transfrontaliera per quanto riguarda le consegne e deplora la mancanza di trasparenza in merito alle condizioni tariffarie e alle prestazioni fornite dai servizi interessati; ritiene, in particolare, che sia necessario mettere in atto strumenti per fornire informazioni sulle offerte di tutti gli operatori di consegna europei;

Porre gli interessi dei consumatori al centro del processo di consegna

4. sottolinea quanto sia importante incrementare la fiducia dei consumatori nel processo di consegna; ritiene che per i consumatori sia fondamentale beneficiare di una maggiore trasparenza, di informazioni più comparabili sulle opzioni di consegna disponibili, sui prezzi e le condizioni, in particolare per quanto riguarda le condizioni di spedizione degli acquisti e le procedure da seguire in caso di danneggiamento o smarrimento della merce o ritardi nella sua consegna o restituzione;
5. sottolinea che è necessario promuovere misure volte a garantire la scelta dei consumatori al momento dell'acquisto; prende atto del divario significativo esistente tra le aspettative dei consumatori e la disponibilità di servizi pratici e innovativi, come i punti di consegna, le paccoteche o i terminali, servizi 24 ore su 24 sempre disponibili, soluzioni di monitoraggio e tracciatura dei pacchi, luoghi e orari facilmente fruibili dal consumatore o procedure semplici per la restituzione degli acquisti;
6. sottolinea che l'affidabilità dei servizi di consegna è essenziale e che è fondamentale prevedere sistemi efficienti che garantiscano che i pacchi siano effettivamente inviati al giusto indirizzo, in tempi ragionevoli;

7. sottolinea che il costo elevato delle consegne transfrontaliere o delle consegne nelle regioni remote o ultraperiferiche è una delle ragioni principali dell'insoddisfazione dei consumatori; evidenzia che opzioni di consegna economicamente più accessibili per i consumatori e i rivenditori, in particolare per le PMI, sono essenziali per incrementare le vendite e gli acquisti a lunga distanza e per poter parlare di un vero mercato unico;
8. sottolinea la necessità di migliorare la copertura geografica e l'accessibilità ai servizi universali per la consegna dei pacchi nelle zone rurali e remote;
9. ritiene che per realizzare un mercato unico integrato di consegna pacchi, è importante disporre di una dimensione sociale stabile e coerente, in cui i servizi di consegna rispettano i diritti in materia di lavoro, le condizioni di impiego e retributive nonché le norme sociali e ambientali; osserva, a tale proposito, che il lavoro sommerso e gli abusi rappresentano un rischio per il settore e che un'occupazione responsabile e di alta qualità, così come una formazione continua e adeguata del personale sono importanti per realizzare servizi di consegna qualitativamente elevati; sottolinea che il mantenimento della dimensione sociale e di una flessibilità adeguata che permetta al mercato delle consegne di svilupparsi e adattarsi alle innovazioni tecnologiche sono fondamentali per soddisfare integralmente le richieste e le aspettative dei consumatori, consentendo alle imprese di offrire loro i migliori prodotti che rispondano appieno alle loro esigenze e attese;
10. richiama l'attenzione sull'importanza della certezza del diritto per quanto concerne la fiducia dei consumatori; sottolinea, in tale contesto, l'importanza di una corretta informazione dei consumatori in merito alla legislazione applicabile;
11. ritiene che lo sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero dipenda anche dalla fiducia dei clienti e che la creazione di una rete europea di centri nazionali di risoluzione dei problemi quale Solvit contribuirebbe a assicurare i consumatori, al pari di un sistema di allarme quale RAPEX, al fine di allertare i consumatori sui siti che ricorrono a pratiche fraudolente;
12. prende atto che un crescente numero di consumatori utilizza i siti internet di confronto per raffrontare i prezzi, le caratteristiche o le condizioni di consegna di prodotti e servizi da parte dei corrieri, con particolare riferimento al commercio elettronico; invita la Commissione ad adottare linee guida dell'UE relative alle norme minime applicabili ai siti web di confronto e imperniate sui principi fondamentali della trasparenza, dell'imparzialità, della qualità, dell'eshaustività e della facilità di utilizzo;
13. invita la Commissione, in collaborazione con l'industria e le associazioni dei consumatori, a elaborare indicatori comuni sulla qualità dei servizi di consegna che consentano ai consumatori di confrontare meglio fra loro le diverse offerte;

Creazione di condizioni di parità per le PMI

14. mette in rilievo il ruolo essenziale delle PMI per creare crescita, innovazione e occupazione, in particolare nella lotta alla disoccupazione giovanile; sottolinea che i servizi di consegna sono estremamente importanti per le PMI europee e che un mercato

delle consegne integrato e competitivo, che preveda diverse opzioni di consegna e di supporto logistico a prezzi accessibili, rappresenta una condizione essenziale per accedere a nuovi mercati e raggiungere un maggior numero di consumatori nell'UE; sottolinea l'importanza di migliorare il flusso di informazioni verso le PMI riguardo alle possibilità di consolidamento dei propri volumi dei pacchi e a soluzioni di consegna e di ritiro innovative in grado di ridurre i costi dell'ultima fase dell'iter di consegna;

15. sottolinea che le imprese e le PMI in particolare devono poter rispondere alle esigenze e alle aspettative dei consumatori con servizi di consegna più semplici, veloci, accessibili economicamente, trasparenti, affidabili ed efficienti, nell'ambito del commercio elettronico transfrontaliero; sottolinea che soluzioni di consegna che non rispondono alle aspettative dei consumatori hanno un impatto diretto sul marchio, sull'immagine e sulla competitività di un'impresa;
16. rileva che lo sviluppo delle PMI in materia di commercio elettronico è limitato a livello transfrontaliero; incoraggia la collaborazione tra le PMI anche attraverso i loro organismi rappresentativi per negoziare prezzi di consegna più vantaggiosi, in particolare per mezzo dell'introduzione di piattaforme on-line comuni, e migliorare la qualità dei loro servizi;
17. esprime preoccupazione per gli svantaggi che incontrano le PMI a causa delle loro ridotte dimensioni; sottolinea che le PMI devono attualmente far fronte a costi maggiori, a una maggiore complessità in conseguenza della frammentazione del mercato europeo e alla mancanza di informazioni riguardo alle modalità e ai prezzi di consegna disponibili;

Verso soluzioni innovative e interoperative per un mercato delle consegne veramente europeo

18. constata la frammentazione del settore postale europeo in reti nazionali scarsamente interoperabili nonché la scarsa integrazione dei trasporti su strada, ferrovia e vie navigabili; accoglie con favore le iniziative già intraprese dagli operatori del mercato delle consegne al fine di introdurre soluzioni più orientate alle necessità di consumatori e commercianti al dettaglio on-line, come ad esempio modalità più flessibili per quanto attiene alle possibilità di consegna e restituzione; chiede alla Commissione di continuare a proporre misure per incoraggiare l'industria a migliorare l'interoperabilità e accelerare l'introduzione di processi semplificati di spedizione e ritiro volti a ridurre i costi, aumentare le economie di scala per i servizi di consegna, promuovere la concentrazione di più spedizioni di piccole dimensioni onde ottenere sconti per quantità a favore dei piccoli esercenti, migliorare la disponibilità e la qualità dei servizi di consegna e offrire tariffe flessibili e accessibili, tanto ai consumatori quanto alle imprese;
19. è del parere che, a tale riguardo, sia particolarmente importante la collaborazione in seno all'industria su sistemi di monitoraggio e tracciatura transfrontalieri interoperativi; esorta la Commissione a studiare ulteriormente il potenziale insito nello sviluppo di norme europee al fine di migliorare i sistemi di tracciatura integrati e promuovere la qualità, l'affidabilità e la sostenibilità dei servizi di logistica integrata applicati al commercio elettronico;
20. evidenzia che soluzioni più semplici per il ritiro e la restituzione incidono già significativamente sullo sviluppo del commercio elettronico e possono portare in futuro a

un calo dei prezzi e a un aumento della soddisfazione dei consumatori, in particolare nel caso di transazioni transfrontaliere; auspica un'ulteriore collaborazione per migliorare l'interoperabilità dei call centre che si occupano dei reclami dei consumatori;

21. invita la Commissione a creare piattaforme di cooperazione e scambio di informazioni fra i servizi di consegna, al fine di affrontare tempestivamente le lacune esistenti nei mercati delle consegne nell'UE in termini di innovazione, flessibilità, gestione delle scorte, trasporto, ritiro e restituzione dei pacchi, nel rispetto delle normative europee in materia di concorrenza e a valutare la possibilità di condivisione delle infrastrutture fra corrieri espressi e servizi postali a vantaggio reciproco delle parti;
22. invita la Commissione ad adoperarsi, di concerto con le imprese, per l'adozione di norme europee relative agli indirizzi e all'etichettatura, nonché a cassette delle lettere adatte al commercio elettronico;
23. chiede alla Commissione di valutare la possibilità di creare un logo di affidabilità paneuropeo per il commercio elettronico e di esaminare se tale logo possa anche contribuire a garantire la qualità e l'affidabilità per i servizi di consegna integrati, e che possa contribuire a rafforzare la fiducia dei consumatori nel commercio elettronico, incoraggiare i rivenditori on-line e le imprese di consegna ad aumentare la trasparenza e la certezza del diritto per i consumatori e le imprese nonché incrementare il vantaggio competitivo delle imprese, in particolare delle PMI, contribuendo in tal modo a una solida crescita economica e alla creazione di posti di lavoro; sottolinea che per essere efficace il logo dovrebbe essere basato su una serie di caratteristiche minime comuni, norme trasparenti per la tutela dei consumatori e in materia di informazioni, e stabilire le condizioni per la gestione dei reclami e le procedure per la risoluzione delle controversie;
24. sottolinea che la tutela dei dati personali di un individuo, e la tutela dei dati in generale, è di fondamentale importanza e che ogni nuova misura adottata dovrebbe essere soggetta alla normativa dell'UE sulla protezione dei dati e, segnatamente, alla direttiva 95/46/CE;

Monitoraggio degli sviluppi di mercato e miglioramento della vigilanza normativa

25. riconosce la natura dinamica del mercato della consegna pacchi, con la rapida comparsa di nuovi servizi e operatori; osserva che soluzioni innovative rispondenti alle necessità dei rivenditori e dei clienti on-line potrebbero diventare un fattore chiave di differenziazione dal punto di vista della concorrenza; ritiene che gli eventuali interventi legislativi debbano essere preventivamente valutati con attenzione per non compromettere la natura dinamica del mercato della consegna pacchi, il quale non va ostacolato mediante l'eccessiva regolamentazione; invita la Commissione a monitorare attentamente lo sviluppo del mercato, al fine di individuare ambiti di potenziale disfunzionamento del mercato, nei quali potrebbero rendersi necessarie in futuro ulteriori azioni; sottolinea a tale proposito che la vigilanza del mercato deve tenere conto non soltanto degli operatori postali tradizionali, ma anche dei nuovi fornitori;
26. rileva che già esiste un quadro normativo appropriato e chiede agli Stati membri e alla Commissione di garantire che il quadro normativo esistente sia recepito e attuato pienamente, prestando particolare attenzione alla direttiva sui servizi postali, alla normativa europea in materia di concorrenza e alla direttiva sulla risoluzione alternativa

delle controversie, alla direttiva sui diritti dei consumatori, in particolare per quanto concerne i requisiti formali dei contratti a distanza;

27. sottolinea che l'effettiva attuazione del quadro giuridico dipende anche dalla vigilanza da parte delle autorità nazionali preposte alla regolamentazione degli obblighi giuridici che incombono agli operatori postali, in particolare per quanto attiene all'obbligo di servizio universale ai sensi della direttiva 97/67/CE;
28. osserva che la complessità delle norme in materia di imposta sul valore aggiunto rappresenta un importante ostacolo per le piccole imprese che operano scambi transfrontalieri; invita la Commissione a presentare quanto prima la preannunciata proposta per l'introduzione di una dichiarazione IVA uniforme;
29. sottolinea che un diritto contrattuale europeo facoltativo per i contratti tra imprese e consumatori può comportare reali semplificazioni e convincere un maggior numero di PMI a spedire pacchi a livello transfrontaliero; invita gli Stati membri a proseguire in modo costruttivo i negoziati in corso per un diritto europeo della vendita ;
30. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione.

MOTIVAZIONE

Importanza delle consegne per la crescita del commercio elettronico in Europa

L'importanza economica dell'economia di Internet e, in particolare, del commercio elettronico, è stata ampiamente riconosciuta. Nel 2012, il mercato del commercio elettronico B2C nell'UE è cresciuto di circa il 20%, per un valore di circa 250 miliardi di EUR. Nel periodo 2013-2016 è previsto per la totalità della regione europea un incremento annuo del commercio elettronico pari a oltre il 10%. Ciononostante, i mercati del commercio elettronico variano enormemente nell'UE: mentre nel Regno Unito, ad esempio, oltre l'80% degli utenti di Internet nel 2012 ha effettuato acquisti on-line, tale percentuale in Romania è pari a solo all'11%. Nel contempo, il commercio elettronico transfrontaliero, sebbene in continua crescita, è ancora indietro rispetto alle vendite sul mercato nazionale in quasi tutta l'UE. Le cifre indicano che esiste un potenziale enorme per un incremento del commercio elettronico nell'UE, con previsioni che indicano che il commercio elettronico transfrontaliero quadruplicherà.

Tuttavia questo potenziale potrà essere realizzato soltanto se i servizi di consegna risponderanno alle esigenze degli acquirenti e dei rivenditori on-line, in modo da evitare che diventino un ostacolo. Servizi di consegna accessibili, economicamente abbordabili e di alta qualità a livello europeo rappresentano una condizione essenziale per realizzare il pieno potenziale del commercio elettronico.

Studi recenti hanno evidenziato che i problemi connessi ai servizi di consegna sono uno dei motivi principali che fanno desistere dall'acquistare on-line: quasi la metà dei consumatori motiva la scelta di non acquistare on-line con preoccupazioni sulla possibilità di una mancata consegna, merce danneggiata o incertezza circa le politiche di restituzione delle merci. Problemi legati alla consegna (ad esempio, costi di consegna inaspettatamente alti o tempi di consegna prolungati) sono la causa di circa il 70% delle transazioni on-line abbandonate. Allo stesso modo, le PMI esprimono insoddisfazione per la mancanza di trasparenza, la qualità dei servizi di consegna e il costo elevato delle consegne oltre frontiera, considerato un ostacolo significativo al loro sviluppo nel mercato unico digitale.

La relazione riconosce che il mercato della consegna pacchi in Europa sta attraversando una fase di rapidi cambiamenti, con la comparsa di nuovi servizi e l'ingresso sul mercato di nuovi operatori. Ciononostante, i dati dimostrano che permangono ostacoli significativi, che minacciano di rallentare il potenziale di crescita del commercio elettronico europeo. Il relatore esorta pertanto gli Stati membri e la Commissione a dare la priorità alla rimozione di tutti i principali ostacoli allo sviluppo di un mercato integrato della consegna pacchi, che deve essere considerato un pilastro fondamentale per la costruzione del mercato unico digitale.

Porre gli interessi dei consumatori al centro del processo di consegna

È giunto il momento di porre i consumatori al centro del processo di consegna e superare il divario tra le aspettative dei consumatori e la realtà cui sono effettivamente confrontati. È giunto il momento di assicurare maggiore trasparenza, migliore qualità, prezzi più accessibili e maggiore disponibilità.

I consumatori si aspettano maggiore trasparenza e migliori informazioni sulle opzioni di

consegna disponibili e sulle condizioni del processo di consegna, ivi compreso sulla spedizione degli ordini e su cosa fare in caso di ritardo, danneggiamento o smarrimento di un pacco. Maggiore trasparenza e raffrontabilità sono altresì necessarie in relazione con le tariffe e i diversi operatori presenti sul mercato. In secondo luogo, i consumatori presumono di poter scegliere fra varie opzioni di spedizione (ivi compreso ad esempio dove e quando un pacco deve essere consegnato) al momento dell'acquisto. Troppo spesso i consumatori non hanno voce in capitolo a tale riguardo e ciò provoca ulteriore frustrazione.

I consumatori si aspettano servizi di migliore qualità in termini di affidabilità, velocità e convenienza. I pacchi devono effettivamente raggiungere la destinazione richiesta entro tempi ragionevoli, al fine di rendere gli acquisti on-line allettanti e sicuri per i consumatori. Esistono soluzioni innovative convenienti, ivi comprese politiche semplici per la restituzione degli acquisti, sistemi di monitoraggio e tracciatura o la presenza di punti di consegna/paccoteche per semplificare la raccolta dei pacchi degli operatori di consegna. Assicurare l'ampia adozione di queste soluzioni non solo risponderebbe alle esigenze dei consumatori, ma rappresenterebbe anche una misura fondamentale per ridurre i costi e abbassare i prezzi.

Il costo elevato della consegna, in particolare oltre frontiera, continua a essere una delle ragioni principali dell'insoddisfazione dei consumatori rispetto agli acquisti on-line, ed è considerato uno degli ostacoli principali al commercio elettronico transfrontaliero.

Infine, i dati indicano chiaramente che vi sono differenze notevoli in termini di disponibilità dei servizi di consegna tra i diversi Stati membri dell'UE e le diverse regioni all'interno di un medesimo Stato membro, a scapito dei consumatori che abitano nelle zone periferiche di più difficile accesso. Tale squilibrio rischia di mettere a repentaglio i potenziali effetti sociali positivi del commercio elettronico, ossia l'accesso a una pletora di beni e servizi per persone che altrimenti non beneficerebbero alla stessa maniera del mercato unico.

Creazione di condizioni di parità per le PMI

Le piccole e medie imprese sono la base dell'economia dell'UE. Se l'Europa vuole sbloccare il potenziale di crescita che il mercato unico digitale può offrire, è essenziale fare in modo che esistano le giuste condizioni quadro per incoraggiare le PMI a crescere ed espandersi nell'UE. Le PMI in particolare dipendono dalla disponibilità del settore logistico per assicurare soluzioni a prezzi contenuti, in modo conveniente, al fine di rispondere alle aspettative dei consumatori. La qualità dei servizi di consegna ha un impatto diretto sulla reputazione e sul successo di un'azienda nel mondo on-line. Le PMI in particolare sono svantaggiate giacché non dispongono né del potere contrattuale per ottenere sconti sostanziali dagli operatori di consegna, né la capacità per investire in reti logistiche proprie.

Inoltre, la capacità delle PMI di assicurare servizi di consegna che tengano conto del consumatore dipende dalla loro ubicazione e da dove vendono i loro prodotti. Vi sono notevoli differenze tra i servizi nazionali e quelli transfrontalieri e molti servizi accessori privilegiati, quali monitoraggio e tracciatura, punti di consegna e paccoteche, notifiche elettroniche o assicurazioni legate alla consegna, sono forniti soltanto per il mercato nazionale (e talvolta nemmeno su tutto il territorio). I prezzi delle consegne transfrontaliere sono spesso da tre a cinque volte più alti rispetto a quelli delle consegne nazionali, laddove i clienti che possono acquistare spedizioni in grandi quantità beneficiano di sconti significativi e i piccoli rivenditori solitamente sostengono prezzi di consegna molto superiori, tali da impedire loro di

praticare il commercio elettronico.

Il relatore sottolinea quanto sia importante consentire alle PMI del mercato unico digitale di competere a condizioni analoghe con i grandi operatori del commercio elettronico. A tal fine, è essenziale affrontare le sfide dei costi più elevati delle spedizioni oltre frontiera, la maggiore complessità del processo, risultante ad esempio dalla mancanza di procedure standardizzate per l'etichettatura, i codici postali, i codici a barre o il formato degli indirizzi e la mancanza di trasparenza nell'attuale mercato delle consegne, all'interno del quale è sempre più difficile per i piccoli operatori conoscere le diverse soluzioni logistiche disponibili.

Verso soluzioni innovative e interoperative per un mercato delle consegne veramente europeo

Il relatore ritiene che, al fine di rispondere alle esigenze dei consumatori e delle imprese, sia essenziale promuovere lo sviluppo di soluzioni interoperative ed efficaci in rapporto ai costi. Occorre incoraggiare gli operatori logistici e i prestatori di servizi di consegna ad accelerare l'introduzione delle soluzioni innovative esistenti e lo sviluppo di nuovi servizi. Pur nel rispetto dei principi della politica di concorrenza, la Commissione deve incoraggiare l'industria a cooperare per presentare un insieme di misure volte a promuovere lo sviluppo di un mercato europeo delle consegne veramente integrato, basato su processi più semplici ed efficienti che aiutino a ridurre i costi e migliorare la qualità. Questo insieme di misure deve coprire i seguenti aspetti:

- monitoraggio e tracciatura: promuovere la collaborazione dell'industria su sistemi di tracciatura transfrontalieri integrati
- soluzioni semplici per il ritiro e la restituzione, in particolare a livello transfrontaliero
- etichettatura
- interoperabilità dei call centre per i reclami dei consumatori
- piattaforma di informazione sui servizi di consegna disponibili per incrementare la trasparenza per le PMI e per i consumatori

Inoltre, il relatore esorta la Commissione europea a valutare il valore aggiunto che rappresenterebbe l'introduzione di norme europee in materia di apposizione degli indirizzi ed etichettatura, nonché norme comuni per le cassette delle lettere che agevolino il commercio elettronico, al fine di ridurre la complessità e il costo del processo di consegna. Un'altra proposta di azione di seguito presentata nel progetto di relazione è quella di basarsi sui siti web per il raffronto dei prezzi esistenti e inserire i "requisiti di consegna" (quali requisiti connessi con l'esito della consegna e la fornitura di informazioni trasparenti e di facile accesso) nei programmi relativi ai marchi di fiducia europei esistenti, al fine di migliorare la trasparenza e la concorrenza.

Monitoraggio degli sviluppi del mercato e miglioramento della vigilanza normativa

Con la crescita del commercio elettronico, il mercato della consegna pacchi sta subendo radicali trasformazioni, con l'ingresso sul mercato di nuovi prestatori di servizi, nuove

tipologie di servizi e un generale incremento della concorrenza. Soluzioni innovative rispondenti alle necessità dei rivenditori e dei clienti on-line potrebbero diventare un fattore chiave di differenziazione dal punto di vista della concorrenza. In questo ambiente dinamico, qualsiasi intervento legislativo deve essere gestito con la massima cautela. Il relatore ritiene pertanto che, oltre a sostenere lo sviluppo di soluzioni guidate dall'industria, in questa fase sia necessario porre l'accento su due misure ulteriori: (1) attuazione del quadro normativo esistente e (2) miglioramento del monitoraggio del mercato onde individuare le incidenze dei disfunzionamenti nell'ambito dei quali potrebbero essere necessari ulteriori interventi.

È chiara la necessità di ulteriori informazioni e che il monitoraggio del mercato non deve incentrarsi solo sul mercato nazionale ma occorre che esso comprenda anche la dimensione transfrontaliera, interessandosi non solo agli operatori postali tradizionali ma anche ai nuovi prestatori di servizi.

In tale contesto, il relatore sottolinea l'importanza di individuare qualsiasi ostacolo strutturale all'accesso al mercato o casi di abuso di posizione dominante, attraverso le strategie dei prezzi o altri mezzi utilizzati per precludere il mercato alla concorrenza, e sottolinea la necessità di migliorare la cooperazione amministrativa tra le autorità nazionali di regolamentazione, in particolare in relazione con le consegne transfrontaliere.

Infine, la relazione chiede agli Stati membri e alla Commissione di assicurare la piena applicazione del quadro normativo esistente. In particolare la direttiva sui servizi postali, il diritto UE in materia di concorrenza e la direttiva sui diritti dei consumatori.

26.11.2013

PARERE DELLA COMMISSIONE PER L'OCCUPAZIONE E GLI AFFARI SOCIALI

destinato alla commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori

su un mercato integrato della consegna dei pacchi per la crescita del commercio elettronico nell'UE
(2013/2043(INI))

Relatore per parere: Jutta Steinruck

SUGGERIMENTI

La commissione per l'occupazione e gli affari sociali invita la commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori, competente per il merito, a includere nella proposta di risoluzione che approverà i seguenti suggerimenti:

1. sottolinea la necessità di controllare il rispetto dei tempi di guida e di riposo prescritti dalla legge e gli orari di lavoro legalmente autorizzati, di includere nei tempi di lavoro tutti i compiti collegati all'attività e di vigilare sul rispetto delle norme europee in materia di tutela del lavoro e della salute per tutte le persone incaricate di effettuare le consegne, a prescindere dalla loro situazione occupazionale;
2. si compiace dell'impegno della Commissione a favore di una semplificazione dei servizi di consegna transfrontaliera per i consumatori e le imprese, grazie a una maggiore trasparenza del processo di consegna, alla tracciabilità e a norme di qualità per la creazione di un mercato comune europeo dei servizi di consegna;
3. riconosce che il commercio elettronico è un importante mercato in crescita che occorre promuovere a livello europeo attraverso un mercato interno dei servizi di consegna ben funzionante, senza che vengano calpestate le norme sociali e occupazionali degli Stati membri o creati svantaggi per le PMI e le imprese di nuova costituzione; ammonisce che la crescente concorrenza nel settore non dovrebbe andare a scapito delle condizioni occupazionali e di lavoro;
4. è del parere che lo sviluppo di sistemi di informazione compatibili e la formazione e il perfezionamento professionale dei lavoratori siano tra i fattori essenziali per mettere in atto utili misure di ristrutturazione e di adattamento; ritiene che sia compito del datore di lavoro assicurare che i lavoratori acquisiscano conoscenze sufficienti in merito alle nuove

tecnologie, che possono essere di aiuto a fronte della crescente portata e complessità delle consegne online; ritiene che, nel caso dei contratti temporanei, il datore di lavoro debba fornire una preparazione e una formazione adeguate;

5. ritiene necessario che i lavoratori del settore abbiano accesso ad adeguate opportunità di formazione e perfezionamento professionale e siano retribuiti conformemente agli accordi collettivi di lavoro e/o al diritto o alle prassi vigenti negli Stati membri; deplora che il Libro verde della Commissione evidenzi in misura insufficiente il ruolo importante delle parti sociali in questo contesto; osserva che una regolamentazione economica deve essere accompagnata da una regolamentazione sociale, in particolare per quanto riguarda i modelli occupazionali basati sul lavoro autonomo, il lavoro a tempo determinato e il lavoro a tempo parziale;
6. evidenzia che le imprese di spedizione esternalizzano una quota estremamente importante del loro lavoro; ritiene che l'esternalizzazione non debba tradursi nel mancato rispetto delle norme in materia di retribuzione e delle condizioni occupazionali e di lavoro da parte delle imprese; richiama l'attenzione sulle implicazioni a lungo termine del precariato per i sistemi previdenziali degli Stati membri;
7. incoraggia le parti sociali a concludere accordi collettivi riguardanti i servizi di consegna; si aspetta che gli Stati membri intensifichino i controlli sugli operatori di servizi di consegna e i loro subappaltatori in merito alle condizioni occupazionali e di lavoro; sottolinea al riguardo il principio della parità di retribuzione per uno stesso lavoro svolto nel medesimo luogo nel caso di lavoratori con la stessa esperienza, le stesse competenze e la stessa anzianità lavorativa;
8. sottolinea l'importanza del commercio elettronico e dei relativi servizi di consegna dei pacchi per le PMI, le imprese di nuova costituzione e i lavoratori occupati nel settore.
9. sottolinea inoltre che il rallentamento della crescita del commercio elettronico transfrontaliero non è complessivamente riconducibile alle carenze nei servizi di consegna, quanto piuttosto all'incertezza circa i diritti dei consumatori e la protezione giuridica nell'ambito del commercio elettronico transfrontaliero; invita pertanto la Commissione a intervenire nel contesto della protezione dei consumatori, in modo da agevolare ulteriormente il commercio online.

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	26.11.2013
Esito della votazione finale	+ : 31 - : 4 0 : 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Heinz K. Becker, Phil Bennion, Pervenche Berès, Vilija Blinkevičiūtė, Alejandro Cercas, Derek Roland Clark, Minodora Cliveti, Emer Costello, Frédéric Daerden, Sari Essayah, Richard Falbr, Nadja Hirsch, Stephen Hughes, Ádám Kósa, Jean Lambert, Patrick Le Hyaric, Verónica Lope Fontagné, Olle Ludvigsson, Csaba Óry, Konstantinos Poupakis, Sylvana Rapti, Elisabeth Schroedter, Nicole Sinclair, Jutta Steinruck, Ruža Tomašić, Traian Ungureanu
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Georges Bach, Jürgen Creutzmann, Liisa Jaakonsaari, Jelko Kacin, Martin Kastler, Anthea McIntyre, Birgit Sippel, Csaba Sógor
Supplenti (art. 187, par. 2) presenti al momento della votazione finale	Maurice Ponga

6.11.2013

PARERE DELLA COMMISSIONE PER I TRASPORTI E IL TURISMO

destinato alla commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori

su un mercato integrato della consegna dei pacchi per la crescita del commercio elettronico nell'UE
(2013/2043(INI))

Relatore per parere: Michel Dantin

SUGGERIMENTI

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

1. sottolinea che il commercio elettronico è un settore in rapida crescita e che una delle sue principali componenti di successo è la qualità dei servizi di consegna; evidenzia che i corrieri dovrebbero pertanto impegnarsi ad attuare migliorie innovative nelle opzioni di consegna (ad esempio in materia di punti di raccolta dei pacchi ai punti di transito e nell'ambito delle comunicazioni per via elettronica) e a ottimizzare nonché attuare le catene logistiche ecologiche; ritiene, inoltre, che sia opportuno non vincolare la crescita costante nel settore a un ampliamento del quadro normativo;
2. ritiene che lo sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero dipenda anche dalla fiducia dei clienti e che la creazione di una rete europea di centri nazionali di risoluzione dei problemi quale Solvit contribuirebbe a assicurare i consumatori, al pari di un sistema di allarme quale RAPEX, al fine di allertare i consumatori sui siti che ricorrono a pratiche fraudolente;
3. rileva che lo sviluppo delle PMI in materia di commercio elettronico è limitato a livello transfrontaliero; incoraggia la collaborazione tra le PMI anche attraverso i loro organismi rappresentativi per negoziare prezzi di consegna più vantaggiosi, in particolare per mezzo dell'introduzione di piattaforme on-line comuni, e le incoraggia a migliorare la qualità dei loro servizi;
4. constata che chi dà l'ordine di consegna è il commerciante on-line che dovrebbe quindi assumersi la responsabilità dell'informazione sulle condizioni di consegna dei pacchi secondo le diverse opzioni che propone, segnatamente per quanto concerne il prezzo, i

tempi medi di consegna, le garanzie di consegna e le possibilità di tracciatura e di restituzione; chiede, a tale riguardo, di rafforzare le norme sull'informazione e la trasparenza, segnatamente attraverso la corretta applicazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori e in particolare delle clausole ivi menzionate in materia di contratti a distanza che definiscono le responsabilità dei commercianti on-line;

5. constata che i consumatori vorrebbero poter disporre di diverse opzioni di consegna, pertanto i commercianti on-line dovrebbero sforzarsi di proporre diverse opzioni, anche per le vendite transfrontaliere, inoltre i corrieri e gli operatori postali dovrebbero impegnarsi a proporre una gamma di servizi e di tariffe all'interno dell'Unione quanto più ampia possibile, che includa anche offerte in termini di tracciatura e di resi e preveda diverse possibilità in materia di punti di consegna;
6. deplora la frammentazione del settore postale europeo in reti nazionali interoperabili nonché la scarsa integrazione dei trasporti su strada, ferrovia e vie navigabili; chiede alla Commissione europea di adottare misure e collaborare con le imprese, basandosi se del caso sull'attività svolta da diversi operatori del settore, onde incoraggiare i corrieri e i commercianti on-line a collaborare e a intensificare i loro sforzi per rafforzare l'interoperabilità, anche per quanto concerne i sistemi di etichettatura e di tracciabilità;
7. richiama l'attenzione sull'importanza della certezza del diritto per quanto concerne la fiducia dei consumatori; sottolinea, in tale contesto, l'importanza di una corretta informazione dei consumatori in merito alla legislazione applicabile;
8. constata che la concorrenza tra gli operatori in alcuni Stati membri presenta carenze su scala transfrontaliera per quanto riguarda le consegne e deplora la mancanza di trasparenza in merito alle condizioni tariffarie e alle prestazioni fornite dai servizi interessati; ritiene, in particolare, che sia necessario mettere in atto strumenti per fornire informazioni sulle offerte di tutti gli operatori di consegna europei;
9. invita gli Stati membri e la Commissione a garantire che siano effettuati in modo corretto il recepimento e l'attuazione del quadro normativo vigente in materia di protezione dei consumatori, qualità dei servizi di consegna, diritto unionale della concorrenza e risoluzione alternativa delle controversie; ritiene che il ruolo delle autorità di regolamentazione sia fondamentale per garantire il conseguimento di tali obiettivi e sottolinea pertanto la necessità di fornire loro le risorse finanziarie, materiali e umane di cui necessitano per svolgere efficacemente i loro compiti;
10. incoraggia lo sviluppo di etichette e certificati per i servizi di consegna che siano riconoscibili a livello europeo, i quali coprano l'intera catena di consegna degli operatori e siano emessi dalle autorità competenti, incoraggiando in questo modo le imprese a migliorare le loro prestazioni, che comprendano anche i requisiti sulle procedure in materia di gestione dei reclami e risoluzione delle controversie, le condizioni sociali e gli aspetti ambientali, affinché i consumatori abbiano fiducia nella qualità, nell'affidabilità e nella integrità sociale e ambientale dei servizi offerti, incentivandoli altresì a scegliere metodi di consegna più sostenibili, dato che tale evoluzione favorisce una sana crescita economica e la creazione di posti di lavoro; ritiene che la certificazione dei siti di commercio elettronico contribuisca ad accrescere la fiducia dei consumatori nei confronti del commercio elettronico e, implicitamente, del processo di consegna dei pacchi;

11. sottolinea la necessità di definire quadri e principi comuni in materia di ordini di pacchi per via elettronica, creando una piattaforma europea per lo scambio e la comunicazione di informazioni circa i diritti dei consumatori;
12. chiede che le politiche interessate tengano conto dell'impatto che la consegna dei pacchi del commercio elettronico esercita sul traffico urbano e sull'inquinamento atmosferico derivante dal forte aumento del numero di consegne individuali, senza condurre allo sviluppo di aspetti in contraddizione con gli obiettivi sociali o ambientali dell'UE; invita la Commissione a discutere con le parti interessate sulla necessità di attuare una logistica ecologica, in particolare sulla questione dell'"ultimo miglio" nelle zone urbane, tenendo conto degli aspetti legati all'ambiente, alle modalità di trasporto, all'urbanistica, alla qualità e alla scelta dei servizi, nonché alle regole di concorrenza;
13. ritiene che l'importanza di una revisione della direttiva 2008/6/CE, al fine di rispondere alle sfide attuali, possa essere valutata solo dopo un'analisi del rapporto di valutazione sulla sua attuazione e alla luce degli sforzi compiuti dalle parti interessate; ritiene che qualsiasi riflessione sull'estensione della regolamentazione a questo mercato competitivo debba basarsi su elementi concreti e valutare in quale misura un'ulteriore regolamentazione avrebbe ripercussioni sulle operazioni di mercato e sulla crescita del mercato;
14. chiede agli Stati membri di contrastare il lavoro sommerso e di provvedere a che i lavoratori del settore consegne beneficino di condizioni d'impiego ragionevoli, di condizioni di lavoro e di retribuzioni eque e dignitose, di una formazione e un'istruzione innovative e globali, dato che i corrieri sono soggetti a termini di consegna e a pressioni di redditività che possono indurli a ricorrere a pratiche d'impiego precarie e a stabilire condizioni di lavoro inaccettabili quali l'impiego eccessivo di subappalti e l'utilizzo di lavoratori autonomi; invita gli Stati membri ad agire nell'ottica di garantire una concorrenza equa tra gli operatori e a incrementare i controlli sui lavori in subappalto al fine di soddisfare i termini d'impiego legali e collettivi;
15. sottolinea che la tutela dei dati personali di un individuo e la tutela dei dati in generale sono di fondamentale importanza e che ogni nuova misura adottata dovrebbe essere soggetta alla normativa dell'UE sulla protezione dei dati e, segnatamente, alla direttiva 95/46/CE.

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	5.11.2013
Esito della votazione finale	+: 37 -: 0 0: 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Georges Bach, Izaskun Bilbao Barandica, Philip Bradbourn, Michael Cramer, Philippe De Backer, Luis de Grandes Pascual, Christine De Veyrac, Saïd El Khadraoui, Ismail Ertug, Knut Fleckenstein, Jacqueline Foster, Franco Frigo, Mathieu Grosch, Jim Higgins, Juozas Imbrasas, Dieter-Lebrecht Koch, Georgios Koumoutsakos, Werner Kuhn, Jörg Leichtfried, Gesine Meissner, Dominique Riquet, Petri Sarvamaa, Vilja Savisaar-Toomast, Brian Simpson, Keith Taylor, Giommara Uggias, Peter van Dalen, Dominique Vlasto, Artur Zasada
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Jean-Jacob Bicep, Michel Dantin, Markus Ferber, Zita Gurmai, Bogdan Kazimierz Marcinkiewicz, Geoffrey Van Orden, Bernadette Vergnaud
Supplenti (art. 187, par. 2) presenti al momento della votazione finale	Traian Ungureanu

ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

Approvazione	17.12.2013
Esito della votazione finale	+ : 33 - : 0 0 : 0
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Pablo Arias Echeverría, Preslav Borissov, Birgit Collin-Langen, Lara Comi, António Fernando Correia de Campos, Vicente Miguel Garcés Ramón, Malcolm Harbour, Philippe Juvin, Toine Manders, Hans-Peter Mayer, Sirpa Pietikäinen, Phil Prendergast, Mitro Repo, Robert Rochefort, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Catherine Stihler, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Bernadette Vergnaud, Barbara Weiler
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Jürgen Creutzmann, Ildikó Gáll-Pelcz, Emma McClarkin, Roberta Metsola, Konstantinos Poupakis, Sylvana Rapti, Olle Schmidt, Jutta Steinruck, Marc Tarabella, Kerstin Westphal
Supplenti (art. 187, par. 2) presenti al momento della votazione finale	Małgorzata Handzlik