

## **Důvěra spotřebitelů v digitálním prostředí**

**MERGEFORMATU** usnesení Evropského parlamentu ze dne 21. června 2007 o důvěře spotřebitelů v digitálním prostředí (2006/2048(INI))

*Evropský parlament,*

- s ohledem na Zelenou knihu Komise o přezkumu spotřebitelského *acquis* (KOM(2006)0744) a Kompendium spotřebitelského práva ES – srovnávací analýza<sup>1</sup>,
  - s ohledem na veřejné slyšení, a na něm předložené odborné studie, o důvěře spotřebitelů v digitálním prostředí, které se konalo v Evropském parlamentu dne 24. ledna 2007,
  - s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství, zejména její články 95 a 153,
  - s ohledem na své usnesení ze dne 23. března 2006 o evropském smluvním právu a přezkumu *acquis*: cesta vpřed<sup>2</sup> a usnesení ze dne 7. září 2006 k evropskému smluvnímu právu<sup>3</sup>,
  - s ohledem na nyní platné právní předpisy Společenství upravující oblast ochrany spotřebitelů, elektronického obchodu a rozvoje informační společnosti,
  - s ohledem na chartu německého předsednictví o suverenitě spotřebitelů v digitálním světě,
  - s ohledem na sdělení Komise o boji proti spamu a špionážnímu („spyware“) a škodlivému softwaru („malicious software“) (KOM(2006)0688),
  - s ohledem na sdělení Komise o přezkumu předpisového rámce EU pro sítě a služby elektronických komunikací (KOM(2006)0334),
  - s ohledem na článek 45 jednacího řádu,
  - s ohledem na zprávu Výboru pro vnitřní trh a ochranu spotřebitelů a stanovisko Výboru pro průmysl, výzkum a energetiku (A6-0191/2007),
- A. vzhledem k tomu, že digitální technologie je součástí každodenního života, odvětví informačních a komunikačních technologií hraje důležitou roli při poskytování platform, zařízení, softwaru, informačních služeb, komunikace, zábavy a kultury, hranice mezi zbožím a službami se začíná stírat, různé formy informačních a komunikačních technologií konvergují, způsoby nákupu se diverzifikují a spotřebitelé stále více pro výrobky vytvářejí obsah nebo přidanou hodnotu; mimo to vzhledem k tomu, že v této složité nové struktuře je stále obtížnější určit, kdo poskytuje určitou část služby, a porozumět vlivu určitých technologií a nových obchodních modelů,

---

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_int/safe\\_shop/acquis/comp\\_analysis\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/acquis/comp_analysis_en.pdf)

<sup>2</sup> Úř. věst. C 292 E, 1.12.2006, s. 109.

<sup>3</sup> Úř. věst. C 305 E, 14.12.2006, s. 247

- B. vzhledem k tomu, že důvěra evropských spotřebitelů a podnikatelů v digitální prostředí je nízká a v některých aspektech elektronického obchodu Evropa pokulhává za USA i Asii,
  - C. vzhledem k tomu, že nehledě na potenciál digitální komunikace, elektronický obchod se zbožím, službami a obsahem přeshraničně využívá pouze 6 % spotřebitelů, ačkoli toto číslo stoupá,
  - D. vzhledem k tomu, že přes potenciál alternativního řešení sporů (ADR) používají systémy alternativního řešení sporů pravidelně jen 3 % maloobchodníků a 41 % maloobchodníků neví o možnostech používat tyto nástroje,
  - E. vzhledem k tomu, že by rozvoj digitálního trhu EU také zásadně zvýšil konkurenceschopnost EU v globálním obchodu,
  - F. vzhledem k tomu, že neutralita sítí zasluhuje důkladné prošetření a podrobný dohled na evropské úrovni, aby mohl být uvolněn a plně využit její potenciál rozšířit možnost výběru ze strany spotřebitelů a umožnit rovný přístup na vnitřní trh i novým podnikům,
  - G. vzhledem k tomu, že fragmentace části elektronického trhu v rámci EU ohrožuje práva stanovená v *acquis communautaire*,
  - H. vzhledem k tomu, že digitální propast je sociální a geografické povahy, a vzhledem k tomu, že subjekty, které zaostávají za digitálním rozvojem, se mnohdy nacházejí ve znevýhodněných a venkovských oblastech,
  - I. vzhledem k tomu, že evropští spotřebitelé a podnikatelé mívají nižší právní jistotu pro přeshraniční elektronické obchody v rámci EU oproti transakcím vnitrostátním či vně EU,
  - J. vzhledem k tomu, že se na jedinou elektronickou transakci vztahuje více právních předpisů s odlišnými požadavky, což ani podnikatelům, ani spotřebitelům nedává jednoznačná a snadno vymahatelná pravidla,
  - K. vzhledem k tomu, že budoucnost informační společnosti do velké míry závisí na zajištění přiměřené ochrany osobních údajů, ale i vysoké úrovně zabezpečení v elektronickém prostředí,
1. vyzývá Komisi, aby podporovala vhodný rámec rozvoje elektronického obchodování, který zkvalitní současnou nízkou důvěru spotřebitelů, vytvoří příznivější podnikatelské prostředí, zkvalitní legislativu, posílí práva spotřebitelů a postavení malých podnikatelů na trzích a zamezí fragmentaci vnitřního trhu v digitálním prostředí; v tomto ohledu vítá sdělení Komise o strategii spotřebitelské politiky EU 2007–2013: Posílit postavení spotřebitelů, zvýšit jejich blahobyt a účinně je chránit (KOM(2007)0099);
  2. vyzývá Komisi, aby se kromě snahy o zkvalitnění spotřebitelské legislativy zaměřila na rozvoj vhodných pravidel pro přeshraniční elektronické obchodování ve formě standardů, které by dobrovolně dodržovali držitelé Evropské značky důvěry pro přeshraniční elektronický obchod;
  3. vyzývá Komisi, aby navrhla strategii k prohloubení důvěry spotřebitelů v celém digitálním prostředí, která bude vycházet ze zkušeností nabytých v rámci iniciativy

eConfidence<sup>4</sup>;

4. je přesvědčen, že je třeba bezodkladně v praxi uskutečnit iniciativu pro začlenění občanů do informační společnosti („e-inclusion“); vyzývá proto Komisi, aby naléhala na členské státy, jež jsou signatářskými státy této celoevropské iniciativy, aby za tímto účelem provedly opatření;
5. je přesvědčen, že by měla být přijata širší definice spotřebitele, která by lépe vyhovovala informační společnosti;
6. je přesvědčen, že malí podnikatelé zasluhují zvláštní ochranu za účelem zlepšení jejich postavení na trzích informační společnosti;
7. zdůrazňuje, že existují faktory způsobující nedůvěru spotřebitelů v digitálním prostředí, a právě z toho důvodu se domnívá, že je třeba provádět aktivní politiku a podporovat konkrétní mechanismy, které povedou k zvyšování důvěry spotřebitelů v tom směru, že transakce v digitálním prostředí mohou být bezpečně prováděny korektním způsobem;
8. vyzývá Komisi, aby v souladu s článkem 18 nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele („nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“)<sup>5</sup> vyjednala uzavření dohod o spolupráci při ochraně spotřebitele se třetími zeměmi (zejména se členy OECD), což by poskytlo lepší vymahatelnost spotřebitelských práv v digitálním prostředí;
9. vítá iniciativu Komise revidovat a aktualizovat spotřebitelské *acquis*, a zejména výrazné zaměření na elektronický obchod;

### ***Zvyšování důvěry spotřebitelů v digitálním prostředí***

10. domnívá se, že nová strategie eConfidence by přispěla ke zvýšení důvěry spotřebitelů zejména pokrokem v následujících oblastech:
  - vytvoření grantového programu a využití existujících finančních programů pro projekty cílené na posilování důvěry spotřebitelů v digitálním prostředí, včetně vzdělávacích a informačních kampaní či projektů ověřujících kvalitu on-line služeb v praxi (např. tzv. „mystery shopping“),
  - vytvoření elektronického vzdělávacího modulu cíleného přímo na ochranu spotřebitelů a práva uživatelů v digitálním prostředí v rámci projektu Dolceta (Development of On Line Consumer Education Tool for Adults), který by současně vzal v potaz i specifické zájmy mladých spotřebitelů v digitálním prostředí,
  - podpora vzdělávacích a informačních projektů cílených na zvýšení informovanosti malých a středních podniků o jejich povinnostech při poskytování zboží, služeb či obsahu přeshraničně v digitálním prostředí,
  - posílení tradičních nástrojů ochrany spotřebitele pro jejich efektivní využití i

---

<sup>4</sup> Viz: pracovní dokument útvarů Komise nazvaný „Důvěra spotřebitele v elektronický obchod: ponaučení z iniciativy eConfidence“.

<sup>5</sup> Úř. věst. L 364, 9.12.2004, s. 1.

v digitálním prostředí, zejména rozšířením zaměření Evropských center spotřebitelů,

- odstraňování překážek pro podnikatele působící přeshraničně v digitálním prostředí, např. standardizací evropských pravidel pro přeshraniční elektronickou fakturaci (tzv. e-invoicing),
  - vytvoření celoevropského fóra odborníků pro výměnu osvědčených národních postupů, které by zároveň předložilo dlouhodobou legislativní a nelegislativní strategii pro zvyšování důvěry spotřebitelů v digitálním prostředí,
  - provádění dopadových studií ke všem legislativním návrhům v oblasti vnitřního trhu, které by posoudily jejich účinek na spotřebitele v digitálním prostředí,
  - koordinace a podpory evropských samoregulačních kodexů, které respektují modely osvědčených postupů a nejdůležitější součásti efektivní samoregulace (včetně vyhodnocování jejich vlivu na zlepšování postavení spotřebitelů na trhu v digitálním prostředí),
  - zavedení povinnosti externích auditů pro některé specifické typy elektronických služeb, kde je zvýšený zájem o jejich plné zabezpečení, ochranu osobních údajů a dat (např. internetové bankovníctví) atd.,
  - podpora povinného používání nejbezpečnějších technologií pro on-line platební transakce,
  - vytvoření evropského systému včasného varování, včetně databáze, před podvodnými aktivitami v digitálním prostředí; tato databáze by měla zahrnovat možnost, aby spotřebitelé podvodné chování oznámili prostřednictvím vyplnění jednoduchého on-line formuláře,
  - výzva k zahájení evropské informační kampaně ohledně padělání léčiv prodávaných na internetu, která by zdůraznila závažná rizika, jež tato činnost představuje pro veřejné zdraví,
11. zdůrazňuje význam včasného a účinného provedení směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (směrnice o nekalých obchodních praktikách)<sup>6</sup> všemi členskými státy jakožto klíčového nástroje pro zajištění ochrany spotřebitelů v rámci přeshraničních transakcí;
  12. domnívá se rovněž, že by obnovená iniciativa eConfidence měla řešit nejen ochranu spotřebitelů, ale i koordinovaný postup pro celou šíři problematiky digitálního prostředí, včetně analýzy mimotržních faktorů, jako je např. ochrana soukromí, přístup občanů k informačním technologiím („e-inclusion“), bezpečnost internetu atd.;
  13. trvá na tom, že právo obyvatel Evropy na přístup k digitálnímu prostředí je prvořadé, a v tomto ohledu připomíná význam zavedení přiměřených finančních a právních nástrojů k podpoře začlenění občanů do informační společnosti („e-inclusion“), zejména

---

<sup>6</sup> Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.

vynucováním a případně rozšířením povinností všeobecných služeb v oblasti elektronických komunikací, jakož i poskytnutím finančních prostředků pro investice do rozvoje digitální komunikační infrastruktury;

14. je přesvědčen, že budoucí kroky musí být konzultovány se zainteresovanými stranami (zástupci průmyslu a spotřebitelské organizace);

### ***Kultura elektronického obchodování***

15. vyzývá Komisi, aby iniciovala formulování dobrovolných evropských standardů podporujících snazší přeshraniční elektronický obchod, konkrétně evropských standardů překlenujících jazykové odlišnosti a rozdíly mezi vnitrostátními právními předpisy, což jsou faktory představující vážnou překážku pro spotřebitele a malé a střední podniky k plnému využití potenciálu vnitřního trhu v digitálním prostředí;
16. vyzývá Komisi, aby podpořila vznik nepovinných standardizovaných smluv a nepovinných standardizovaných všeobecných obchodních podmínek pro elektronický obchod, jež by zaručily vyvážený vztah s ohledem na to, že ani spotřebitelé, ani podnikatelé nebývají právními a technickými odborníky, jež by ale stranám nicméně ponechaly možnost volného uzavírání smluv založeného na občanskoprávní zásadě svobody uzavírat smlouvy;
17. vyzývá Komisi, aby nastolila podnikatelům, kteří standardizované smlouvy a standardizované všeobecné obchodní podmínky dobrovolně používají, povinnost zvýraznit ta smluvní ustanovení, která jsou od nich odlišná;
18. vyzývá Komisi k navržení toho, aby se změnila pravidla pro elektronické komunikace za účelem zlepšení transparentnosti a zveřejňování informací pro koncové uživatele;

### ***Evropská značka důvěry pro přeshraniční elektronický obchod***

19. vyzývá Komisi, aby po odstranění překážek integrace v maloobchodním segmentu vnitřního trhu posoudila možnost stanovení definice podmínek a loga Evropské značky důvěry garantující vyšší jistoty při přeshraničním elektronickém obchodu a aby v tomto ohledu zajistila obecný právní rámec pro dobrovolné značky důvěry tak, jak k tomu byla vyzvána směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (směrnice o elektronickém obchodu)<sup>7</sup>; v tomto směru doporučuje:
  - nenákladný systém,
  - nekonkurenci současným značkám důvěry či kvality,
  - nesení nákladů jen v případě sporu,
  - samoregulační princip (značka se neuděluje institucionálně, ale obchodník ji používá, doloží-li veřejně, že např. po vymezenou dobu již poskytoval povinně sdělované informace, používal doporučené smlouvy, bezodkladně vyřizoval

---

<sup>7</sup> Úř. věst. L 178, 17.7.2000, s. 1.

reklamace, využíval systémy alternativního řešení sporů nebo plnil další evropské standardy),

- sankce za neoprávněné použití;

20. bere však v potaz následující obtíže spojené se zaváděním účinných systémů značek důvěry:

- neochota zainteresovaných subjektů investovat do marketingu a prosazování těchto systémů,
- není-li prováděn náležitý dohled, existuje zvýšená možnost podvodného používání těchto značek;

21. je přesvědčen, že mezi nejúčinnější způsoby podněcování důvěry spotřebitelů patří:

- systémy zaměřené na jednotlivá odvětví, které podporuje a řídí obchodní orgán s podporou ze strany malých a velkých podniků z celého odvětví,
- kodexy chování poskytovatelů služeb zaměřené na jednotlivá odvětví, ke kterým vyzývá směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu<sup>8</sup> (směrnice o službách),
- nezávislé reference spotřebitelů uvedené na internetových stránkách, jež pomáhají spotřebitelům v rozhodování,

a vyzývá Komisi, aby v souvislosti s těmito systémy napomáhala výměně osvědčených postupů;

22. bere v potaz skutečnost, že se směrnice o nekalých obchodních praktikách zabývá podvodným používáním značek důvěry či jiných značek, ale i falešných referencí spotřebitelů; vyzývá členské státy, aby zajistily, že jsou jejich vnitrostátní centra ochrany spotřebitelů před takovým zneužíváním varována;

23. vyzývá Komisi ke zhodnocení zkušeností s již existujícími a úspěšnými známkami důvěry, zejména fungujícími ve více členských státech (např. Euro-Label), a k využití těchto zkušeností při přípravě značky důvěry EU pro přeshraniční elektronický obchod (včetně ověření, zda rozšíření značek důvěry v nových členských státech závisí na nedostatku finančních prostředků k zavedení těchto značek);

24. je přesvědčen, že značky důvěry nabízejí zvláště malým a středním podnikatelům významnou příležitost pro vybudování si důvěry spotřebitelů v digitálním prostředí;

#### *Evropská charta uživatelských práv v informační společnosti*

25. vyzývá Komisi, aby po konzultacích s organizacemi spotřebitelů, předložila Evropskou chartu uživatelských práv, která by vyjasnila práva a povinnosti aktérů informační společnosti včetně spotřebitelů, zejména práva uživatelů týkající se digitálního obsahu (tj. uživatelských práv a povinností při užití digitálního obsahu), uživatelská práva zajišťující základní standardy interoperability či práva zvláště znevýhodněných uživatelů (tj.

---

<sup>8</sup> Úř. věst. L 376, 27.12.2006, s. 36.

zlepšení přístupnosti internetových stránek pro osoby s postižením); pokud by nebylo dočasně možné chartu připravit v důsledku dynamického rozvoje v této oblasti, vyzývá Komisi, aby vypracovala pokyny s vysvětlením práv a povinností všech aktérů informační společnosti podle stávajícího acquis;

26. vyzývá Komisi, aby v informační společnosti zavedla základní svobody a práva uživatelů; v tomto ohledu se domnívá, že by měly být některé svobody a práva uživatelů již zavedeny v rámci připravovaného sdělení o obsahu on-line na jednotném trhu;
27. je toho názoru, že on-line prostředí a digitální technologie umožňují nabízet spotřebitelům širokou škálu nových produktů a služeb a že duševní vlastnictví vytváří opravdový základ takových služeb; domnívá se, že spotřebitelé – aby mohli takových služeb plně využívat a aby se naplnila jejich očekávání – potřebují jednoznačné informace o tom, co mohou a co nesmí dělat, pokud jde o záležitosti týkající se digitálního obsahu, správy digitálních práv a opatření pro technologickou ochranu; je přesvědčen, že spotřebitelé by měli mít právo na interoperabilní řešení;
28. vyzývá Komisi, aby Evropskou chartu uživatelských práv šířila a aby podněcovala členské státy a příslušné organizace k jejímu rozšiřování mezi všemi uživateli internetu, aby znali svá práva a měli prostředky k jejich prosazování;

### ***Fragmentace vnitřního trhu v digitálním prostředí***

29. vyzývá Komisi, aby navrhla opatření k zamezení fragmentace vnitřního trhu v digitálním prostředí (tj. blokování přístupu k poskytovanému zboží, službám či obsahu přeshraničně), která významně dopadá na spotřebitele zejména z nových či malých členských států jen na základě jejich občanství, místa pobytu či držení platební karty pocházející z určitého členského státu, a pravidelně informovala Parlament o postupu v této oblasti;
30. je přesvědčen, že praxe některých podnikatelů prodávajících zboží či poskytujících služby a obsah přes internet v několika členských státech, která brání spotřebitelům v přístupu na jejich stránky v jiných členských státech a nutí je k použití jejich stránek ve státě dle místa pobytu (resp. občanství) spotřebitele, je nepřijatelná;
31. vyzývá Komisi, aby navrhla ustanovení týkající se přístupu k výrobkům dodávaným přes hranice v souladu s článkem 20 směrnice o službách;
32. vyzývá Komisi, aby podrobně monitorovala účinnost článku 20 směrnice o službách, zejména s ohledem na objektivní měřítko;
33. vítá skutečnost, že Komise prošetřuje, jak je praxe udělování licencí pro jednotlivá území nebo uzavírání výhradních smluv pro jednotlivá území v rozporu s vnitřním trhem; v tomto jednání Komisi podporuje a vyzývá ji, aby Parlament o závěrech tohoto vyšetřování zevrubně informovala;
34. zdůrazňuje, že je důležité zajistit, aby evropští podnikatelé v digitálním prostředí měli náležitou motivaci poskytovat zboží, služby či obsah přeshraničně pro celý vnitřní trh;
35. konstatuje, že interoperabilita je zásadním hospodářským faktorem a zdůrazňuje význam přístupných a interoperabilních standardů na technické a právní úrovni vycházejících

z jednotlivých odvětví, které by umožňovaly úspory z rozsahu, zajistily nediskriminační přístup spotřebitelů k zařízením, službám a obsahu, podporovaly rozšíření technologií a přispívaly k zabránění fragmentace trhu; zdůrazňuje, že by měla být podporována skutečná interoperabilita zařízení, služeb a obsahu alespoň na úrovni spotřebitele (koncového uživatele);

### ***Posilování právní ochrany spotřebitelů v digitálním prostředí***

36. je přesvědčen, že vyšší důvěru spotřebitelů v digitálním prostředí umožní jednoznačnější a zlepšené spotřebitelské *acquis communautaire* orientované na horizontální právní nástroje a harmonizaci určitých aspektů spotřebitelského smluvního práva; vyzývá Komisi, aby předložila Parlamentu a Radě zprávu o provádění směrnice o elektronickém obchodu poukazující na otázky, které souvisejí s důvěrou spotřebitelů;
37. vítá návrh Komise, který předložila v Zelené knize o přezkumu spotřebitelského *acquis*, aby byly do působnosti směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES ze dne 25. května 1999 o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží<sup>9</sup> zahrnuty digitální soubory;
38. je přesvědčen, že by se mělo podporovat uplatňování režimu nepřiměřených podmínek ve spotřebitelských smlouvách v oblasti licenčních smluv s koncovými uživateli a že by mělo zahrnovat tzv. technické smluvní podmínky;
39. vyzývá Komisi, aby navrhla rozšíření použití pravidel upravujících smlouvy uzavírané na dálku na smlouvy uzavřené mezi spotřebitelem a profesionálním obchodníkem při on-line aukčních obchodech a smlouvy o turistických službách (letenky, ubytování v hotelu, pronájem vozidel, služby v oblasti volného času atd.) objednávaných individuálně přes internet;
40. vyzývá Komisi, aby zjednodušila a sjednotila požadavky na povinné informace poskytované prodejcem kupujícímu při elektronickém obchodu a v rámci těchto informací provedla prioritizaci podstatných povinných informací;
41. vyzývá Komisi, aby zprůhlednila dodavatelské řetězce v digitálním prostředí tak, aby spotřebitel vždy znal totožnost dodavatele a to, zda dodavatel je zprostředkovatelem či koncovým poskytovatelem;
42. je přesvědčen, že je nepřijatelné, aby byl spotřebitel přesměrován z internetové stránky prodejce na jinou internetovou stránku bez výrazného upozornění, jelikož pak je spotřebiteli zastírána pravá identita skutečného dodavatele zboží, služeb či obsahu;
43. vyzývá Komisi k posílení ochrany spotřebitele pro případ, kdy spotřebitel přebírá veškerá smluvní rizika, např. platbou předem, zejména u elektronických smluv;
44. vyzývá Komisi, aby uspořádala zvažování kroků, které se mají podniknout v souvislosti s mechanismy kolektivního domáhání se práv v přeshraničních sporech mezi podnikem a spotřebitelem v digitálním prostředí;
45. připomíná kladné zkušenosti spojené se sítí SOLVIT a se sítí evropských spotřebitelských

---

<sup>9</sup> Úř. věst. L 171, 7.7.1999, s. 12.



center a vyzývá v této souvislosti k vytvoření evropského informačního systému pro spotřebitele využívající elektronické služby, který by poskytoval všem evropským spotřebitelům využívajícím elektronické služby podrobné pokyny a informace o právech a povinnostech spotřebitelů a podniků v digitálním prostředí a praktické pokyny týkající se možností alternativního řešení sporů jak na všeobecné úrovni, tak eventuelně i v individuálních případech;

46. vyzývá Komisi, aby zajistila, že jsou spotřebitelé účinně chráněni před útoky ohrožujícími jejich bezpečnost a soukromí v digitálním prostředí pomocí jak regulačních, tak i technických opatření;
47. vyzývá Komisi k podrobnému monitorování trendů ochrany spotřebitele v elektronickém obchodu prováděném prostřednictvím mobilních telefonů, včetně důrazu na úroveň ochrany mladých spotřebitelů;
48. vyzývá členské státy, aby spolupracovaly při naplňování cíle vysoké úrovně ochrany spotřebitelů v digitálním prostředí napříč celým vnitřním trhem;
49. vyzývá Komisi, aby informovala Parlament o pokroku na poli ochrany spotřebitele v digitálním prostředí, včetně konkrétních kroků k naplnění tohoto usnesení, v pravidelných intervalech (nejlépe každoročně);

o

o o

50. pověřuje svého předsedu, aby předal toto usnesení Radě, Komisi a vládám a parlamentům členských států.