



Jak odblokować jednolity rynek cyfrowy i zachęcić konsumentów do transgranicznego korzystania z jego możliwości? KE przedstawiła wnioski, które z jednej strony mają lepiej chronić e-klientów w całej UE, z drugiej zaś pomogą firmom w rozszerzaniu oferty w internecie. - *Konsumenci odniosą korzyści dzięki prostym i nowoczesnym przepisom; natomiast przedsiębiorstwa - dzięki większej pewności prawnej* – powiedziała komisarz Vera Jourová.

Jednym z filarów strategii rynku cyfrowego jest zagwarantowanie konsumentom i przedsiębiorstwom lepszego dostępu do oferowanych w internecie towarów i usług w całej Europie. Mimo tego, że handel elektroniczny się stale rozwija, jego całkowita potencjał jest w dalszym ciągu niewykorzystany – zarówno jeżeli chodzi o przedsiębiorstwa, jak i konsumentów w całej Europie: jedynie 12 proc. sprzedawców detalicznych sprzedaje swoje towary w internecie konsumentom z innych państw UE, przy czym trzy razy więcej sprzedawców (37 proc.) sprzedaje towary na terytorium swojego kraju. Podobnie jedynie 15 proc. konsumentów kupuje w internecie towary z innego kraju UE, podczas gdy ok. trzy razy więcej konsumentów (44 proc.) kupuje na terytorium swojego kraju.

Komisja przyjęła dwa wnioski: pierwszy z nich dotyczy dostarczania treści cyfrowych (np. odtwarzania przesłanych strumieniowo plików muzycznych), zaś drugi – internetowej sprzedaży towarów (np. zakupu ubrań w internecie). Oba wnioski będą dotyczyły głównych przeszkód, z jakimi zmaga się transgraniczny handel elektroniczny w UE: rozdrobnienia prawnego w obszarze prawa umów konsumenckich i wynikających z tego wysokich kosztów ponoszonych przez przedsiębiorstwa (zwłaszcza MŚP) oraz niskiego zaufania konsumentów do realizacji zakupów w internecie w innym kraju.

**Andrus Ansip**, wiceprzewodniczący do spraw jednolitego rynku cyfrowego, powiedziała: - *Jeżeli pobieramy film lub piosenkę, musimy móc je odtworzyć. Jeżeli to niemożliwe, musimy mieć możliwość rozwiązania umowy i odzyskania swoich pieniędzy. Dzięki wnioskowi prawa konsumentów w internecie ulegną rozszerzeniu – konsumenci będą mogli z pełnym zaufaniem korzystać z produktów i usług pochodzących z innych krajów UE. Przedsiębiorstwa, zwłaszcza te najmniejsze, będą mogły się rozwijać i oferować swoje usługi poza granicami, ponosząc mniejsze koszty, opierając się na zestawie wspólnych przepisów UE, który zastąpi mozaikę przepisów krajowych. Jednolity rynek cyfrowy będzie się rozwijał, podnosząc jakością codziennego życia naszych obywateli, w którym cyfryzacja jest wszechobecna.*

**Vera Jourová**, komisarz do spraw sprawiedliwości, konsumentów i równouprawnienia płci, skomentowała: -*Konsumenci nabiorą zaufania do dokonywania zakupów ponad granicami, zaś przedsiębiorstwa, zwłaszcza MŚP, oferujące swoje towary i usługi w całej Europie, skorzystają z szeregu ułatwień. Internet zlikwiduje bariery technologiczne na drodze do jednolitego rynku cyfrowego, a z pomocą wniosków dotyczących prawa umów cyfrowych pragniemy usunąć bariery prawne. Ujednolicenie praw umownych w*

całej UE ułatwi dostarczanie zarówno towarów jak i treści cyfrowych w całej Europie. Konsumenci odniosą korzyści dzięki prostym i nowoczesnym przepisom; natomiast przedsiębiorstwa - dzięki większej pewności prawnej, tańszemu i prostszemu możliwościom rozszerzania swojej działalności. To z kolei sprawi, że konsumenci będą mieli większy wybór towarów po konkurencyjnych cenach.

Usuwanie barier wynikających z różnic w prawie umów powinno przynieść europejskiej gospodarce ogólne korzyści. Oczekuje się, że ponad 122 tys. przedsiębiorstw UE rozpocznie sprzedaż na rzecz konsumentów w innych państwach członkowskich; za znaczną liczbą konsumentów dokonujących zakupów w internecie w innych krajach UE może wynieść nawet 70 mln. Otworzy to nowe rynki, zwłaszcza dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), zwiększy konkurencję i pozytywnie wpłynie na wzrost gospodarczy: zakłada się, że dzięki niższym cenom wartość **konsumpcji** w UE wzrośnie o **18 mld euro**, zaś **PKB Unii** wzrośnie o **4 mld euro** w porównaniu z obecnym poziomem.

Konsumenci będą korzystać z lepszej ochrony, szerszego wyboru produktów po bardziej konkurencyjnych cenach:

- **Odwrócenie ciężaru dowodu:** jeżeli na przykład konsument woski stwierdzi dzisiaj, że produkt kupiony przez niego w internecie ponad 6 miesięcy wcześniej jest wadliwy i zwróci się do sprzedawcy o naprawę lub wymianę produktu, może zostać poproszony o wykazanie, że wada istniała w momencie dostawy. W myśli proponowanych przepisów konsument będzie mógł w ciągu dwuletniego okresu gwarancji zwrócić się o zastosowanie środków zaradczych bez konieczności udowadniania, że wada istniała w momencie dostawy.
- **Jasne i konkretne przepisy dotyczące treści cyfrowych:** przykładowo, konsument pobrał grę, która nie działa poprawnie w momencie pobrania. Dzisiaj może on otrzymać - jako rekompensatę - jedynie rabat na gry pobierane przez niego w przyszłości. Na podstawie proponowanej dyrektywy konsumenci będą mogli wystąpić o rozwiązanie takiego problemu; jeżeli natomiast nie jest to możliwe lub nie zostało wykonane poprawnie, mogą uzyskać obniżkę ceny lub odstąpić od umowy i otrzymać pełen zwrot kosztów.

Przedsiębiorstwa będą mogły dostarczać treści cyfrowe oraz sprzedawać towary w internecie konsumentom w całej UE, w oparciu o ten sam zestaw przepisów:

- **Pewność prawa oraz środowisko przyjazne dla biznesu:** obecnie przedsiębiorstwa muszą poświęcać czas i pieniądze na dostosowywanie się do prawa umów w państwach członkowskich, w których realizują sprzedaż. Na mocy proponowanych przepisów przedsiębiorstwa nie będą już musiały walczyć z tym rozdrobnieniem: będą mogły dostarczać treści cyfrowe oraz sprzedawać towary w internecie konsumentom we wszystkich państwach członkowskich, na podstawie tego samego zestawu kluczowych przepisów prawa umów.
- **Oszczędność dla przedsiębiorstw:** obecnie przedsiębiorstwa ponoszą jednorazowy

dotyczy dodatkowy koszt w wysokości 9 tys. euro związany z dostosowaniem się do krajowego prawa umów obowiązującego w każdym z państw członkowskich, w którym zamierzają realizować sprzedaż. Po wprowadzeniu nowych przepisów w całej Unii przedsiębiorstwa, które zamierzająby sprzedawać we wszystkich pozostałych 27 państwach członkowskich UE, mogłyby zaoszczędzić nawet 243 tys. euro.