



Брюксел, 9.12.2015 г.
COM(2015) 633 final

**СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА
И ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ**

**Цифрови договори за Европа - разгръщане на потенциала на електронната
търговия**

1. КОНТЕКСТ

През последните години европейският пазар за електронна търговия нарасна бързо в рамките на общия сектор на търговията на дребно. Електронната търговия е важен двигател за цялостния растеж в ЕС. При все това, тя все още има значителен неизползван потенциал. Вместо да се възползват напълно от възможностите на електронната търговия, предприятията и потребителите твърде често се ограничават до собствените си вътрешни пазари.

Ключови данни

Електронната търговия като основен двигател за растежа: електронната търговия на дребно в ЕС нарасна с 13,4% през 2014 г. в сравнение с 2013 г. и достигна до размер от общо 370 милиарда евро¹. Оборътът на предприятията от електронна търговия на дребно като дял от общия оборот от продажбите на дребно се е увеличил с 85 % от 2009 до 2014 г.², което показва, че растежът на търговията на дребно е много по-бърз онлайн, отколкото офлайн.

Все още неоползотворен потенциал за растеж на електронната търговия: Делът на електронната търговия в общата търговия на дребно остава значително по-нисък в Европа в сравнение със САЩ: през 2014 г. той възлизаше на 7,2 % в ЕС, докато в САЩ е бил 11,6 %³. През същата година едва 12 % от търговците на дребно в ЕС са извършвали онлайн продажби към потребители в други държави от ЕС, докато три пъти повече търговци (37%)⁴ са продавали онлайн на вътрешния си пазар. Само 15 % от потребителите са направили покупки онлайн от друга държава в ЕС, докато броят на хората, купили онлайн в собствената си държава, е бил приблизително три пъти по-голям (44 %) ⁵.

В този контекст Европейската комисия прие Стратегията за цифровия единен пазар⁶, в която създаването на цифров единен пазар се посочва като един от основните приоритети на Комисията за генериране на допълнителен растеж в Европа. В Стратегията за цифровия единен пазар се разглеждат всички основни пречки пред развитието на трансграничната електронна търговия в ЕС. Съвместното справяне с тези

1 European B2C E-commerce Report, 2015 г. Ecommerce Europe. Без България, Кипър, Литва, Люксембург, Малта, Словакия, Словения и Хърватия, за които няма данни. <http://www.ecommerce-europe.eu/home> стр.29 - Всички данни, които се съдържат в настоящото съобщение, могат да бъдат намерени и в работния документ на службите на Комисията, съдържащ оценката на въздействие, придружаваща предложенията за Директива на Европейския парламент и на Съвета относно някои аспекти, засягащи договорите за предоставяне на цифрово съдържание и Директива на Европейския парламент и на Съвета относно някои аспекти, засягащи договорите за онлайн продажби и други дистанционни продажби на стоки, SWD (2015) 275.

2 Евростат, E-commerce by enterprises: summary of EU aggregates (NACE Rev. 2 activity)

3 <http://www.retailresearch.org/onlinetailing.php>

4 Експресно проучване на Евробарометър № 396 (2014 г.), „Отношение на търговците на дребно към трансграничната търговия и защитата на потребителите“ (Retailers attitudes towards cross-border trade and consumer protection), 2015 г., стр. 27.

5 Статистическо изследване на Евростат относно употребата на ИКТ от домакинствата и от отделните лица (2014 г.), isoc_ec_ibuy

6 Съобщение на Комисията „Стратегия за цифров единен пазар за Европа“, COM (2015) 192 final, достъпно на адрес: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_bg.pdf

пречки, както и подобряването на положението за предприятията и потребителите ще доведе до очаквания тласък за цифровия единен пазар и икономиката на ЕС като цяло.

Разликата между търсенето и предлагането може да бъде намалена. Предприятията от ЕС ще бъдат в състояние да увеличат конкурентоспособността си, ако продават по-лесно на повече пазари, а не само на собствения си или на тези на няколко съседни държави. Нарасналото предлагане ще засили и конкуренцията. Това ще донесе на потребителите по-широк избор от продукти на по-конкурентни цени. Предоставянето на потребителите на единен набор от права с високо равнище на защита ще повиши доверието им да пазаруват в чужбина.

2. ПЪРВА ВАЖНА СЪПКА КЪМ РАЗГРЪЩАНЕ НА ПОТЕНЦИАЛА НА ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ

Една от трите основни цели на Стратегията за единен цифров пазар е да осигури „*по-добър достъп на потребителите и бизнеса до онлайн стоки и услуги в Европа*“. В стратегията се посочва, че сред пречките пред трансграничната електронна търговия са и различията в договорното право на държавите членки.

Вследствие на това и за да се осигурят необходимите условия за развитието на трансграничната електронна търговия, в Стратегията за цифровия единен пазар бе обявено, че ще бъдат представени законодателни предложения за прости и ефективни трансгранични договорни правила за потребителите и предприятията за хармонизиране на правилата за договорите за предоставяне на цифрово съдържание и за онлайн продажби на стоки.

Както беше обявено в работната ѝ програма за 2015 г., Комисията приема днес (i) предложение за директива относно някои аспекти на договорите за доставка на цифрово съдържание, и (ii) предложение за директива относно някои аспекти, засягащи договорите за онлайн⁷ продажби и други дистанционни продажби на стоки⁸. Заедно с предложението за регламент относно трансграничната преносимост на услугите за онлайн съдържание, тези предложения са първите нови законодателни инициативи, приети по линия на Стратегията за цифровия единен пазар.

По-конкретно, двете директиви ще хармонизират напълно и целенасочено ключовите задължителни права и задължения на страните по договор за предоставяне на цифрово

⁷ За целите на настоящото съобщение, всяко позоваване на „онлайн продажби“ следва да се разбира като „онлайн продажби и други дистанционни продажби“. От друга страна, всяко позоваване на „офлайн продажби“ следва да се разбира като „преки продажби“.

⁸ Ключовите аспекти на предоставянето на цифрово съдържание и онлайн продажбите на стоки се основават на Директивата за продажба на потребителски стоки и следователно са съгласувани във възможно най-голяма степен с нея. Въпреки това Комисията реши да приеме два законодателни инструмента, като се има предвид, че специфичният характер на цифровото съдържание налага някои разпоредби да бъдат формулирани по различен начин от тези за стоките. Освен това бързото технологично и търговско развитие на цифровото съдържание ще наложи да се направи преглед на прилагането на посочената директива. Поради това, въвеждането и изпълнението на разпоредбите за цифровото съдържание, както и тяхното преразглеждане, ще бъде улеснено чрез включването им в единен правен инструмент, а именно Директивата за предоставяне на цифрово съдържание.

съдържание и онлайн продажби на стоки⁹. Те ще допринесат за по-бърз растеж на единния цифров пазар посредством:

- **намаляване на разходите, произтичащи от различията в договорното право:** основните норми на правото в областта на потребителските договори, които в момента са различни в отделните държави членки, създават пречки за трансграничната търговия с цифрово съдържание и стоки. Настоящите предложения ще гарантират, че тези норми ще бъдат едни и същи във всички държави членки. Уеднаквяването на правилата в целия ЕС ще предотврати появата на правна разпокъсаност в областта на цифровото съдържание¹⁰ и ще премахне съществуващата такава по отношение на стоките¹¹. Освен това предприятията вече няма да се налага да адаптират своите договори към различни правни норми, когато извършват трансгранични продажби, и по този начин ще избегнат допълнителни разходи;
- **създаване на правна сигурност за предприятията:** за разлика от положението в момента, при което предприятията са изправени пред сложна правна рамка, те ще могат да предоставят цифрово съдържание или да продават стоки онлайн на потребителите в целия ЕС въз основа на един и същ набор от договорни правила, предвидени в предложените директиви. Това ще повиши правната сигурност и ще създаде благоприятна за бизнеса правна среда, която ще е от особена полза за МСП;
- **подпомагане на потребителите да спечелят от предимствата, предлагани от онлайн пазаруването през граница в ЕС:** несигурността, свързана с основните договорни права, с които разполагат потребителите, е един от основните фактори за липсата на доверие у тях при пазаруване онлайн през граница. Потребителите ще разполагат с ясен и напълно хармонизиран набор от права в целия ЕС и следователно ще бъдат по-уверени при закупуването на цифрово съдържание или стоки през граница. Общото ниво на защитата на потребителите в ЕС също ще нарасне значително. При онлайн продажбата на стоки това ще се отнася по-специално за удължаването на срока за обръщане на тежестта на доказване до две години в случай на дефекти, с което той ще се изравни с двугодишния законен гаранционен срок. С изключение на две държави членки, в които равнището на защита ще остане същото, това ще увеличи защитата на потребителите за всички европейски потребители. Тази мярка ще увеличи

9 Например, съответствието с договора, йерархията на правните средства за защита и тяхното упражняване, правото на потребителя да прекрати договора.

10 Някои държави членки въведоха наскоро (UK, NL) или са започнали да подготвят (IE) задължителни правила, специфични за договорите за предоставяне на цифрово съдържание. Тези нови национални закони се различават както по отношение на своя обхват, така и по същество.

11 Съществуват само минимални правила за хармонизация на понятието за съответствие с договора и на правните средства за защита в случай на несъответствие на стоките с договора (предвидени в Директивата относно продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции). Тъй като това са минимални стандарти, държавите членки имат възможност да отидат по-далеч като добавят изисквания в полза на потребителите. Много държави членки са се възползвали от тази възможност по различни въпроси и в различна степен.

възможностите за потребителите да пазаруват онлайн през граница, както и да упражняват по-лесно правата си¹²;

- **намаляване на вредите, които потребителите понасят в случай на неизправно цифрово съдържание:** за разлика от положението в момента, при което не съществуват общоевропейски специални правила за договорите за предоставяне на цифрово съдържание, потребителите ще разполагат с ясни и конкретни права, когато се сблъскат с проблеми с цифровото съдържание. Това ще им даде възможност да ползват средства за правна защита в случай на проблеми, с което ще се намалят вредите, които те понасят понастоящем, когато придобиват неизправно цифрово съдържание. Като се има предвид бързото темпо на технологично и търговско развитие на този пазар, правилата на ЕС са технологично неутрални и ще издържат теста на времето; поради това те ще създадат условия на равнопоставеност за всички засегнати видове цифрово съдържание;
- **цялостно балансиране на интересите на потребителите и предприятията:** поради това, че следват пазарните тенденции и балансират различните интереси, двете директиви представляват добро решение както за потребителите, така и за предприятията, създавайки условия за икономически ползи за всички.

Подобряване на ежедневието на гражданите...

Директивите ще подобрят конкретно ежедневието както на предприятията, така и на потребителите в Европа. Понастоящем предприятията трябва да изразходват време и средства, за да проучат чуждото право в областта на потребителските договори, когато извършват продажби през граница, и да адаптират съответно своите договори. Така например срокът, за който търговец може да носи отговорност за дефекти на компютър, сега варира от две години до целия жизнен цикъл на компютъра, в зависимост от държавата членка. В близко бъдеще националното законодателство за тези договорни средства за правна защита ще бъде еднакво на цялата територия на ЕС — спестените време и пари могат да бъдат използвани за разработване на нови продукти или за продажби на по-конкурентни цени.

Потребителите ще могат да пазаруват онлайн и да имат достъп до цифрово съдържание в други страни от ЕС така лесно и уверено, както в собствената си страна. Потребителите, които проактивно купуват стоки от търговец в друга държава членка, скоро ще получават същата степен на защита, от която се ползват по националното си законодателство. Освен това днес потребител, който не може да гледа онлайн платения

¹² Увеличеният срок за обръщане на тежестта на доказване би могъл също така да допринесе за по-високо качество и по-трайни продукти, в съответствие с пакета на Европейската комисия за кръговата икономика, приет на 2 декември 2015 г.

от него филм поради лошо качество, често може да получи като обезщетение единствено отстъпка за бъдещо гледане на филми, които евентуално са със същото лошо качество. Утре той ще има право неговият проблем да бъде отстранен, да се намали цената на продукта или да се прекрати договора и цената да му бъде напълно възстановена.

... и внасяне на макроикономически ползи

Ако пречките, свързани с договорното право, бъдат премахнати, приблизително 122 000 повече предприятия биха продавали онлайн през граница. Трансграничната търговия в ЕС може да се увеличи с около 1 милиард евро. Нарасналата конкуренция в онлайн търговията на дребно ще доведе до намаляване на цените на дребно във всички държави членки, средно с -0,25 % на равнище ЕС, което ще увеличи пряко потреблението на домакинствата в ЕС с около €18 милиарда евро. Освен това по-големият избор от продукти и услуги ще доведе до повече ползи за потребителите. Между 7,8 и 13 милиона нови потребители ще започнат да купуват онлайн през граница. Средната сума, изразходвана ежегодно от всеки купувач през граница, също ще се увеличи с 40 евро. Общият реален БВП на ЕС се очаква да нараства с около 4 милиарда евро годишно¹³.

Предложенията на Комисията засягат само разпоредбите на договорното право, приложими за отношенията между търговци и потребители. Известно е, че МСП, като по-слаби страни с по-малко възможности за преговаряне, също са изправени пред трудности, свързани с договорното право, особено при използването на цифрово съдържание. При все това, като взе предвид по-специално позициите, изразени от заинтересованите страни и държавите членки, Комисията реши да се занимае с този въпрос в други инициативи, обявени в Стратегията за цифровия единен пазар.

За да станат реалност всички предимства, предлагани от цифровия единен пазар, е необходим този пакет от две предложения, който ще разгърне пълния потенциал на електронната търговия. Комисията трябва да предприеме едновременни действия по отношение както на стоките, така и на цифровото съдържание. Предложените директиви ще бъдат допълнени от другите мерки, предвидени в Стратегията за цифровия единен пазар, като например тези за тежестите, свързани с ДДС, създаването на висококачествени трансгранични услуги за доставка на колети или съвременна уредба за авторските права. Други инициативи, свързани с потребителите, като тези, обявени в Стратегията за цифровия единен пазар, относно премахването на блокирането на географски принцип и преразглеждането на регламента относно сътрудничеството в областта на защитата на потребителите¹⁴, както и пускането в

13 "The macro-economic impact of e-commerce in the EU Digital Single Market", Cardona M., N. Duch-Brown, J. Francois, B. Martens, F. Yang (2015), Digital Economy Working Paper, IPTS-JRC.

14 Регламент (ЕО) № 2006/2004 от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите.

действие на платформата за онлайн решаване на спорове¹⁵, ще дадат още по-силен тласък на трансграничната търговия и ще отстранят други важни проблеми пред предприятията и потребителите, като необходимостта от ефективна трансгранична правна защита и правоприлагане.

3. ПОУКИ ОТ НАТРУПАНИЯ ОПИТ — ПРЕДПРИЕМАНЕ НА ЦЕЛЕНАСОЧЕН ПОДХОД

Като взе предвид натрупания в тази област опит и след като изслуша заинтересованите страни, Комисията направи предложения за амбициозен, но реалистичен подход за отстраняване на пречките, свързани с договорното право, които по този начин спомагат за разгръщането на потенциала на електронната търговия в ЕС.

В тези предложения се предвижда най-подходящото равнище на интервенция.

На първо място, в предложенията се разглеждат практически проблеми, посочени от заинтересованите страни и държавите членки. Комисията имаше за цел да събере широка и балансирана гама от мнения по този въпрос. Чрез провеждането на обширни консултации, както публични, така и такива, насочени към конкретни целеви групи, Комисията осигури широко участие през целия процес на подготовка на предложенията и поради това предложи многобройни възможности за всички заинтересовани страни (предприятия, потребители, национални органи, адвокати и представители на академичните среди) да изразят своите мнения.

Второ, в предложенията се вземат по-конкретно предвид поуките, извлечени от предишни опити за сближаване на нормите на договорното право. В резултат на това Комисията се съсредоточава върху целенасочена пълна хармонизация на задължителни потребителски права, с която се преодоляват конкретни основни пречки пред трансграничната търговия и се дава отговор на спешната нужда от действия в онлайн сферата, призната и от Европейския парламент¹⁶. Освен това директивите са по-подходящи инструменти от регламентите, тъй като оставят на държавите членки свободата да адаптират прилагането им към националното си законодателство. Този целеви подход, насочен към решаването на конкретни проблеми, бе важен резултат от процеса на консултации със заинтересованите страни.

Накрая, по същество, предложенията създават нова динамика, тъй като чрез въвеждане на пълна хармонизация установяват подходящ баланс между едно високо равнище на защита на потребителите в ЕС и значително подобрените възможности за предприятията. Избраният подход запазва решения по същество, които са доказали

15 Регламент (ЕС) № 524/2013 от 21 май 2013 г. относно онлайн решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) № 2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО.

16 В своята законодателна резолюция от 26 февруари 2014 г. относно предложението за регламент на Европейския парламент и на Съвета за общо европейско право за продажбите (СОМ(2011)0635 — С7-0329/2011—2011/0284 (COD)) Европейският парламент реши да ограничи обхвата на ОЕПП спрямо онлайн и другите видове дистанционни продажби, както и да разшири правилата за цифровото съдържание, което се предоставя срещу непарична насрещна престация.

своята ефективност на практика (например продължителността на законоустановения гаранционен срок, йерархията на средствата за правна защита), като в същото време предлага, когато е необходимо, нови решения, подкрепяни от последните данни и тенденции в държавите членки (например удължаване на срока на действие на правилото за обръщане на тежестта на доказване)¹⁷. Предложенията ще повишат равнището и ефективността на защитата на потребителите¹⁸, ще осигурят по-голяма правна сигурност и ще намалят разходите за предприятията¹⁹. Като цяло, това ще доведе до увеличаване на доверието на потребителите и стимулиране на стопанската дейност в целия ЕС.

4. ПРЕДПРИЕМАНЕ НА ДЕЙСТВИЯ, ПРЕДИ ДА Е СТАНАЛО ТВЪРДЕ КЪСНО

Трябва да действаме сега в сферата на цифровите технологии...

Темпото на търговските и технологичните промени, дължащи се на цифровизацията, е много бързо, както в ЕС, така и в целия свят. ЕС трябва да действа сега, за да се гарантира, че търговските стандарти и правата на потребителите ще се определят в съответствие с общи правила на ЕС, които гарантират високо равнище на защита на потребителите и предоставят модерна и благоприятна за бизнеса среда. Особено важно е да се създаде рамка, която позволява да се реализират ползите, които носи цифровизацията, така че предприятията от ЕС да станат по-конкурентоспособни, а потребителите да имат доверие във високите стандарти за защитата на потребителите на ЕС. Ако предприеме действия сега, ЕС ще определи насоката на политиката и стандартите, по които тази важна част от цифровизацията ще се осъществи.

За предприятията опростяването на нормативната уредба е ключова предпоставка за тяхната конкурентоспособност и за активното им участие на цифровите пазари в ЕС. За потребителите доверието и защитата са от особено значение в онлайн средата, за да се намалят рисковете, свързани с географската отдалеченост (липса на личен контакт с продавача, продуктът не може да бъде видян на живо), присъщи за тези сделки. Ако не се предприемат незабавни действия, промяната може да се случи прекалено късно и да бъдат изпуснати възможности. За да укрепи бързо конкурентоспособността на предприятията и да стимулира растежа в ЕС, Комисията се зае приоритетно с

17 „Проучване на потребителския пазар относно функционирането на законоустановените и търговските гаранции за потребителите в ЕС“ (Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU) (2015 г.): В действителност, в рамките на целия 2-годишен законоустановен гаранционен срок, само малка част от фирмите настояват потребителите да докажат отговорността на търговеца и има много малка промяна в поведението на търговците по този въпрос 6 месеца преди или след този момент. Две държави членки на ЕС (FR, PT) вече са приели национално законодателство, предвиждащо 2-годишен срок за обръщане на тежестта на доказване.

18 Например, за цифрово съдържание законовият гаранционен срок ще бъде неограничен и от потребителите няма да се изисква да доказват източника на дефекта, като това тяхно право няма да е ограничено във времето. Потребителите ще могат да развалят дългосрочни договори и договори, при които доставчикът внася съществени промени. При закупуването на стоки онлайн, всички потребители в ЕС ще бъдат в състояние да поискат мерки по прилагане средства за правна защита по отношение на дефектни стоки, без да трябва да доказват в двугодишен срок, че дефектът е съществувал по време на доставката. Потребителите в ЕС няма да губят правата си, ако не са уведомили продавача за дефекта в рамките на определен срок.

19 Разходите, които правят предприятията, за да адаптират договорите си към законодателството на друга държава членка, се оценяват на около 9 000 евро. За повече подробности вж. приложение 5 към Работен документ на службите на Комисията, съдържащ оценката на въздействието, придружаваща предложенията, SWD (2015) 275.

цифровото измерение на търговията на дребно, а именно доставката на цифрово съдържание и онлайн покупката на стоки. И двата аспекта на цифровото измерение са от основно значение. Пречките пред предоставянето на цифрово съдържание несъмнено трябва да бъдат отстранени, тъй като в предоставянето на цифрово съдържание има особено голям потенциал за растеж²⁰. Всяко забавяне по отношение на цифровото съдържание води до риск от нововъзникваща правна разпокъсаност, която създава пречки както за потребителите, така и за доставчиците, участващи в трансгранични сделки. Стоките все още заемат най-голям дял от онлайн пазара: от общия размер на цифровия единен пазар, който се оценява на 231 милиарда евро, стойността на търговията на дребно със стоки се равнява на около 212 милиарда евро. Пълният потенциал на цифровия единен пазар няма обаче да се разгърне, ако се решат проблемите само в един от двата аспекта.

Важна тенденция, която се оформи в различните консултации със заинтересованите страни, бе виждането, че правилата относно цифровото съдържание следва да се основават, доколкото е възможно, на правилата за продажбите на стоки, като отклонения от този принцип са оправдани единствено, за да се отчетат специфичните характеристики на цифровото съдържание. Това показва също, че е важно по време на междуинституционалния процес дискусиата на двата набора от правила да се извършва доколкото е възможно едновременно.

Поради тези ключови причини предложенията относно цифровото съдържание и онлайн продажбите на стоки се представят заедно и в настоящия момент.

... и да осигурим съгласуваност между правилата онлайн и офлайн

Предвид нарастващото значение на модела за многоканална дистрибуция (т.е. продажби едновременно онлайн и офлайн), Комисията ще предприеме всички необходими мерки, за да сближи правилата за онлайн и офлайн продажбите на стоки. Комисията ще гарантира, че потребителите и предприятията могат да разчитат на съгласувана правна рамка, която може лесно да се прилага навсякъде в Европа.

Като част от своята „Програма за пригодност и резултатност на регулаторната рамка“ (REFIT) Комисията ще разгледа съществуващото законодателство на ЕС в областта на защитата на потребителите. Тази проверка за пригодност ще бъде с много по-широк обхват от този на настоящите предложения и ще засегне редица директиви относно потребителите²¹, включително Директивата относно продажбата на потребителски

20 Наред с увеличаването на разпространението на интернет и използването му (80 % или 317 милиона европейци са използвали интернет през 2014 г.), все по-големият брой на смартфони, таблети и електронни четци подхранва търсенето на цифрово съдържание. Като се има предвид, че съгласно Експресно проучване на Евробарометър № 411 „Трансграничен достъп до цифрово съдържание“ (2015 г.), огромното мнозинство от потребителите на интернет в ЕС, на възраст от 15 до 24 години, понастоящем имат достъп до някакъв вид цифрово съдържание онлайн (87 % имат достъп до музика онлайн, 80 % гледат аудио-визуално съдържание онлайн, а 58 % изтеглят или играят игри онлайн), може да се очаква това увеличение да стане факт в близко бъдеще.

21 Директива 93/13/ЕИО относно неравноправните клаузи в потребителските договори; Директива 1999/44/ЕО относно някои аспекти на продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции; Директива 2005/29/ЕО относно неелайни търговски практики от страна на търговци към потребители на

стоки и свързаните с тях гаранции (чиито разпоредби по отношение на онлайн продажбите ще бъдат заменени от предложението за продажбата на стоки).

Широките консултации, предприети с оглед на изготвянето на представените законодателни предложения, установиха редица въпроси, които са от значение както за онлайн, така и за офлайн продажбите на стоки. По този начин голяма част от работата по анализа на въпросите, която трябва да се извърши в рамките на програмата REFIT във връзка с Директивата относно продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции, вече бе извършена при изготвянето на предложението за онлайн продажби на стоки.

Този анализ ще бъде допълнен от данните, изведени от проверката за пригодност на прилагането на Директивата относно продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции по отношение на продажбите на стоки, които се очакват през 2016 г. Тези данни и следователно резултатите от програмата REFIT по този въпрос все още не са на разположение. Ако резултатите от програмата REFIT потвърдят предварителните резултати от извършвания понастоящем анализ — който сякаш сочи, че е нужна инициатива на Комисията във връзка с офлайн продажбите на стоки — направените заключения биха могли да са от полза за съзаконодателите в процеса на разглеждане на предложението за онлайн продажбите на стоки, например чрез разширяване на неговия обхват. Въпреки че действията за преодоляване на основните пречки, които възпрепятстват трансграничната онлайн търговия са спешни и неизбежни, целта на Комисията е да осигури правна рамка от съгласувани правила, които да се прилагат в целия ЕС, както за онлайн, така и за офлайн продажбите.

5. ПРЕВЪРЩАНЕ НА НАМЕРЕНИЯТА В РЕАЛНОСТ

Предложенията за цифровите договори са *„амбициозни политически мерки в посока създаването на свързан цифров единен пазар, по-специално [...] чрез модернизиране и опростяване на правилата за защита на потребителите за онлайн и цифрови покупки“*, както бе обявено в насоките на председателя Юнкер²². Те са измежду първите резултати по Стратегията за цифровия единен пазар, като превръщат тези насоки в конкретна политика. Тези предложения са първите стъпки към създаването на икономически растеж чрез осигуряване на благоприятна бизнес среда и силно доверие на потребителите в един истински цифров единен пазар. Сега е ред на съзаконодателите да превърнат тази цел в реалност за европейските потребители и предприятия. Комисията ще продължи да работи в тясно сътрудничество с Европейския парламент и Съвета, за да може това да се случи.

вътрешния пазар; Директива 98/6/ЕО относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на стоките, предлагани на потребителите; Директива 2006/114/ЕО относно заблуждаващата и сравнителната реклама; Директива 2009/22/ЕО относно исконете за преустановяване на нарушения с цел защита на интересите на потребителите.

²² http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_bg.pdf