



COMISSÃO EUROPEIA – COMUNICADO DE IMPRENSA

Apoio ao crescimento e ao emprego: um plano de ação com vista a duplicar o volume do comércio eletrónico até 2015

Bruxelas, 11 de janeiro de 2012 – O desenvolvimento do comércio eletrónico representa um potencial considerável, que produz efeitos benéficos a nível económico, social e societal. A economia da Internet cria 2,6 postos de trabalho por cada posto de trabalho «fora de linha» que é suprimido e proporciona aos consumidores uma melhor escolha, nomeadamente nas zonas rurais ou isoladas. Os benefícios decorrentes do facto de os preços praticados em linha serem inferiores e a escolha de produtos disponíveis ser mais ampla, estimam-se em 11,7 mil milhões de euros, o que equivale a 0,12% do PIB europeu. Se o comércio eletrónico representasse 15% do comércio de retalho e os entraves ao mercado interno fossem eliminados, os benefícios para os consumidores poderiam ascender a 204 mil milhões de euros, ou seja, 1,7% do PIB europeu¹. A Comissão Europeia constatou no entanto que existem muitos problemas que constituem um obstáculo a que os consumidores e as empresas se invistam plenamente nos serviços em linha: as regras aplicáveis são com frequência ignoradas ou incertas, as ofertas são pouco transparentes e dificilmente comparáveis, e os pagamentos, assim como as modalidades de entrega, são frequentemente onerosos e inadequados².

¹http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm

² *Intra-Community cross-border Parcel delivery*, FTI Consulting, dezembro de 2011

Por esse motivo a Comissão adotou hoje, no âmbito da Agenda Digital³ e do Ato para o Mercado Único⁴, e em resposta ao pedido do Conselho Europeu no sentido de apresentar um roteiro para a conclusão do Mercado Interno digital até 2015, uma comunicação que apresenta 16 ações concretas destinadas a duplicar, até 2015, a quota-parte do comércio eletrónico nas vendas de retalho (atualmente de 3,4%) bem como a da economia da Internet no PIB europeu (atualmente inferior a 3%). O comércio e os serviços em linha poderiam representar mais de 20% do crescimento e da criação líquida de emprego em determinados Estados-Membros (por exemplo a França, a Alemanha, o Reino Unido ou a Suécia,⁵ até 2015.

Os Comissários Michel Barnier, responsável pelo Mercado Interno, Neelie Kroes, Vice-Presidente para a Agenda Digital e John Dalli, Comissário responsável pela política dos consumidores, exprimiram as suas ambições sublinhando que: «*No contexto difícil que a Europa vive, é urgente aproveitar todos os filões de atividade e de emprego suplementares. O plano de ação que hoje apresentamos criará novas oportunidades para os cidadãos e as empresas, e proporcionará à Europa o crescimento e o emprego de que tanto necessita. Tem por objetivo eliminar os obstáculos que até agora têm dificultado o desenvolvimento da economia europeia da Internet*».

Conteúdo da Comunicação:

Em consonância com o Ato para o Mercado único e com a Agenda Digital, a Comunicação apresenta um plano de ação que facilitará o acesso transfronteiras aos produtos e conteúdos em linha; sanará a médio prazo os problemas ligados aos pagamentos e às entregas, bem como à proteção e informação dos consumidores; facilitará a resolução de litígios e a remoção dos conteúdos ilegais, contribuindo assim para o desenvolvimento de uma Internet mais segura e respeitadora dos direitos e liberdades fundamentais. Trata-se de criar um ambiente mais propício ao desenvolvimento de um Mercado único digital dinâmico, fazendo face aos problemas que a tal se opõem e favorecendo simultaneamente o investimento na conectividade sem fios e em infraestruturas fixas da nova geração, permitindo o desenvolvimento dos serviços informáticos em nuvem.

A Comunicação identifica o potencial do comércio eletrónico e dos serviços em linha como podendo vir a representar até 20% do crescimento e do emprego nos próximos cinco anos. O acesso aos bens e serviços por parte das pessoas isoladas geograficamente ou vulneráveis será também facilitado, contribuindo desse modo para a coesão do território europeu.

A Comunicação identifica igualmente os obstáculos com que se defronta o desenvolvimento da economia da Internet : ofertas legais transfronteiras demasiado limitadas, uma informação e proteção dos consumidores pouco satisfatória, entregas e pagamentos pouco eficazes; conteúdos ilegais ainda demasiado difíceis de tratar e riscos de propagação do «*cyber crime*».

³ http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm

⁴ [COM/2011/0206 final](#)

⁵ *Internet matters, the net's sweeping impact on growth, jobs and prosperity* ", McKinsey Global Institute, maio de 2011, e *L'impact d'Internet sur l'économie française*, McKinsey. Março de 2011

Contexto

Os consumidores não têm frequentemente confiança no comércio ou nos serviços em linha, e têm receios quanto ao respeito dos seus direitos, nomeadamente na eventualidade de surgir um problema. Sentem-se por vezes também frustrados pelo facto de alguns serviços não serem oferecidos no seu país ou ainda pelo facto de não poderem fazer aquisições em outros Estados-Membros, em virtude por exemplo de ser recusada a entrega no seu país de residência ou de não serem aceites cartões de pagamento estrangeiros. Por fim, estão por vezes privados do acesso às redes de banda larga e são confrontados com um crescimento do «*cyber crime*».

A [Diretiva Comércio Eletrónico \(2000/31/CE\)](#) contém regras que facilitam a prestação de serviços em linha na União Europeia e que asseguram que esses serviços satisfazem determinados critérios. Este texto legislativo lança as bases para o desenvolvimento transfronteiras dos serviços em linha. Sendo neutra do ponto de vista tecnológico, esta diretiva foi reconhecida pelas partes interessadas, aquando da consulta pública organizada em 2010⁶, como a pedra angular do mercado único digital. Trata-se, pois, de a completar, não se entendendo ser necessária a sua revisão.

A Diretiva prevê igualmente que os prestadores de serviços em linha devem, em princípio, respeitar as regras do país em que se encontram estabelecidos. Contém também disposições de proteção dos consumidores. Prevê por exemplo a obrigatoriedade de os prestadores de serviços indicarem as suas coordenadas nos sítios Internet, garante que a publicidade possa ser facilmente identificada como tal e prevê a proteção contra o spam. Além disso, a Diretiva prevê, em determinadas condições, isenções de responsabilidade para os prestadores intermediários quando acolhem ou transmitem conteúdos em linha disponibilizados por terceiros.

Ver igualmente [MEMO/12/5](#)

Mais informações

http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm

http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/index_en.htm

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm

Contactos :

[Chantal Hughes](#) (+32 2 296 44 50)

[Ryan Heath](#) (+32 2 296 17 16)

[Frédéric Vincent](#) (+32 2 298 71 66)

[Carmel Dunne](#) (+32 2 299 88 94)

[Linda Cain](#) (+32 2 299 90 19)

[Aikaterini Apostola](#) (+32 2 298 76 24)

⁶ http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/e-commerce_fr.htm