



Brussel, 9.12.2015  
COM(2015) 633 final

**MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE  
RAAD EN HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ**

**Digitale overeenkomsten voor Europa - Het aanboren van het potentieel van  
elektronische handel**

## 1. ACHTERGROND

De Europese markt voor elektronische handel is de laatste jaren binnen de hele detailhandel snel gegroeid. Deze markt is een belangrijke aandrijver van de algehele groei in de EU. Een aanzienlijk potentieel ervan blijft echter nog onbenut. Te vaak maken ondernemingen en consumenten niet ten volle gebruik van de mogelijkheden die de elektronische handel biedt en beperken zij zich tot hun eigen binnenlandse markten.

### *Belangrijke cijfers*

Elektronische handel als een belangrijke aandrijver van groei: de waarde van de elektronische detailhandel in de EU nam in 2014 met 13,4 % toe ten opzichte van 2013 en kwam in totaal uit op 370 miljard EUR<sup>1</sup>. De omzet van ondernemingen uit de elektronische detailhandel als percentage van de totale detailhandelsomzet is met 85 % gestegen tussen 2009 en 2014<sup>2</sup>, waaruit blijkt dat de detailhandel veel sneller online dan offline groeit.

Nog onbenut groeipotentieel van elektronische handel: het aandeel van elektronische handel in de totale detailhandelssector blijft in Europa aanzienlijk lager dan in de VS: in 2014 was het aandeel van elektronische handel in de totale detailhandel in de EU 7,2 % tegenover 11,6 % in de VS<sup>3</sup>. In datzelfde jaar verkocht slechts 12 % van de detailhandelaren in de EU online aan consumenten in andere EU-landen, terwijl drie keer zoveel detailhandelaren (37 %) <sup>4</sup> in eigen land online aan consumenten verkochten. Slechts 15 % van de consumenten kocht online in een ander EU-land, terwijl ongeveer driemaal zoveel (44 %) dit in eigen land deed<sup>5</sup>.

Tegen deze achtergrond heeft de Europese Commissie de strategie voor de digitale eengemaakte markt goedgekeurd<sup>6</sup> waarbij zij de totstandbrenging van een digitale eengemaakte markt tot een van haar voornaamste prioriteiten maakte voor het realiseren van extra groei in Europa. De strategie voor de digitale eengemaakte markt pakt alle grote belemmeringen aan voor de ontwikkeling van grensoverschrijdende elektronisch handel in de EU. Het vereend aanpakken van deze belemmeringen en de verbetering van de situatie voor bedrijven en consumenten zullen de digitale eengemaakte markt en de algehele EU-economie de verwachte impuls geven.

---

1 European B2C E-commerce Report 2015 (Verslag 2015 Europese B2C e-handel). Ecommerce Europe. Met uitzondering van Bulgarije, Cyprus, Kroatië, Litouwen, Luxemburg, Malta, Slovenië en Slowakije, waarvoor geen gegevens beschikbaar zijn. <http://www.ecommerce-europe.eu/> blz. 29 - Alle cijfers in deze mededeling zijn ook beschikbaar in het werkdocument van de diensten van de Commissie met de effectbeoordeling bij de voorstellen voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten voor de levering van digitale inhoud en een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten voor de online-verkoop en andere verkoop op afstand van goederen, SWD (2015) 275.

2 Eurostat, E-commerce by enterprises: summary of EU aggregates (Eurostat, E-handel door ondernemingen: samenvatting van de EU-aggregaten) (NACE Rev. 2 activiteit)

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

4 Flash Eurobarometer 396 (2014) "Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection" (2015), blz.27

5 Enquête van Eurostat over het ICT-gebruik door gezinnen en individuele personen (2014), isoc\_ec\_ibuy

6 Mededeling van de Commissie "Strategie voor een digitale eengemaakte markt voor Europa", COM (2015) 192 final, beschikbaar op: <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>

De kloof tussen vraag en aanbod kan worden verkleind. Bedrijven in de EU zullen hun concurrentievermogen kunnen vergroten door gemakkelijker op meer dan alleen hun nationale of naburige nationale markten te kunnen verkopen. Een toegenomen aanbod zorgt ook voor sterkere concurrentie. Daarmee zullen de consumenten een ruimere keuze aan producten krijgen tegen concurrerende prijzen. Wanneer consumenten uniforme rechten krijgen met een hoog niveau van consumentenbescherming, zullen zij eerder in het buitenland durven kopen.

## **2. EEN EERSTE EN BELANGRIJKE STAP OP WEG NAAR HET AANBOREN VAN HET POTENTIEEL VAN ELEKTRONISCHE HANDEL**

Een van de drie belangrijkste doelstellingen van de strategie voor de digitale eengemaakte markt is het zorgen voor een *"betere toegang tot online-goederen en -diensten voor consumenten en ondernemingen in heel Europa"*. In de strategie zijn de verschillen in het overeenkomstenrecht tussen de lidstaten aangemerkt als een van de belemmeringen voor grensoverschrijdende elektronische handel.

Om de juiste voorwaarden tot stand te brengen voor de opbloei van de grensoverschrijdende elektronische handel zijn daarom in de strategie voor de digitale eengemaakte markt wetgevingsvoorstellen aangekondigd voor eenvoudige en doeltreffende regels voor grensoverschrijdende overeenkomsten voor consumenten en bedrijven in de vorm van de harmonisatie van de contractregels voor de levering van digitale inhoud en de online-verkoop van goederen.

Zoals aangekondigd door de Commissie in haar werkprogramma voor 2015, stelt de Commissie vandaag i) een voorstel voor een richtlijn betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten voor de levering van digitale inhoud, en ii) een voorstel voor een richtlijn betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten voor de online-verkoop<sup>7</sup> en andere verkoop op afstand van goederen, vast<sup>8</sup>. Samen met het voorstel voor een verordening betreffende de grensoverschrijdende overdraagbaarheid van diensten inzake online-inhoud, vormen deze voorstellen de eerste nieuwe wetgevingsinitiatieven die in het kader van de strategie voor de digitale eengemaakte markt zijn goedgekeurd.

De twee richtlijnen zullen op gerichte wijze de voornaamste dwingende rechten en verplichtingen van partijen bij een overeenkomst inzake de levering van digitale inhoud en de

---

<sup>7</sup> In het kader van deze mededeling moet iedere verwijzing naar "online-verkoop" worden gelezen als een verwijzing naar "online-verkoop en andere verkoop op afstand".

<sup>8</sup> Daarentegen moet iedere verwijzing naar "offline-verkoop" worden gelezen als een verwijzing naar verkoop van hand tot hand". De voornaamste aspecten van zowel de levering van digitale inhoud als de online-verkoop van goederen zijn gebaseerd op de richtlijn inzake de verkoop van consumptiegoederen en zijn daarom zo coherent mogelijk. De Commissie heeft echter besloten om twee wetgevingsinstrumenten vast te stellen, omdat het specifieke karakter van digitale inhoud het nodig maakt een aantal regels anders vorm te geven dan de regels voor goederen. Bovendien zullen de snelle technologische en commerciële ontwikkeling van digitale inhoud ertoe nopen deze richtlijn te herzien. De uitvoering en de toepassing van de bepalingen inzake digitale inhoud en hun herziening zullen derhalve worden vergemakkelijkt door deze op te nemen in één enkel juridisch instrument, namelijk de richtlijn betreffende de levering van digitale inhoud.

online-verkoop van goederen volledig harmoniseren<sup>9</sup>. Zij zullen bijdragen tot een snellere groei van de digitale eengemaakte markt door:

- **de kosten te verminderen die voortvloeien uit verschillen in overeenkomstenrecht:** de voornaamste regels op het gebied van overeenkomstenrecht voor consumenten die thans tussen de lidstaten verschillen, belemmeren de grensoverschrijdende handel in digitale inhoud en goederen. De huidige voorstellen zullen ervoor zorgen dat deze regels in alle lidstaten identiek zijn. Regels die voor de gehele EU gelden, voorkomen dat er op het gebied van digitale inhoud juridische versnippering ontstaat<sup>10</sup> en maken deze versnippering op het gebied van goederen ongedaan<sup>11</sup>. Bovendien zullen de ondernemingen bij grensoverschrijdende verkoop hun overeenkomsten niet langer hoeven aan te passen aan verschillende regels en zo extra kosten vermijden.
- **rechtszekerheid te creëren voor ondernemingen:** in tegenstelling tot de huidige situatie, waarin zij met een ingewikkeld rechtskader te maken hebben, zullen ondernemingen in de hele EU aan consumenten digitale inhoud kunnen leveren of online goederen kunnen verkopen op grond van dezelfde reeks regels van overeenkomstenrecht voor consumenten waarin de voorgestelde richtlijnen voorzien. Dit zal de rechtszekerheid vergroten en een ondernemingsvriendelijke juridische omgeving scheppen, die met name kmo's ten goede zal komen.
- **consumenten te helpen profiteren van online grensoverschrijdend winkelen in de EU:** de onzekerheid over hun voornaamste contractuele rechten is een van de belangrijkste redenen waarom consumenten niet grensoverschrijdend online durven te winkelen. Consumenten zullen in de hele EU een reeks volledig geharmoniseerde en duidelijke reeks rechten genieten en zullen daarom meer vertrouwen hebben in de toegang tot digitale inhoud of de aankoop van goederen over de grenzen heen. Het algehele niveau van consumentenbescherming in de EU zal ook aanzienlijk stijgen. Wat de online-verkoop van goederen betreft, is dit met name, in geval van gebreken, van toepassing op de verlenging tot twee jaar van de periode waarin de bewijslast is omgekeerd, waarmee deze periode in overeenstemming wordt gebracht met de wettelijke garantietermijn van twee jaar. Met uitzondering van twee lidstaten waar het niveau gelijk blijft, zal dit de consumentenbescherming voor alle Europese consumenten vergroten. Het zal consumenten het vertrouwen geven om

---

9 Bijvoorbeeld: de conformiteit met de overeenkomst, de hiërarchie van rechtsmiddelen en het gebruik van die middelen, het recht van de consument om de overeenkomst op te zeggen.

10 Individuele lidstaten hebben onlangs specifieke dwingende regels inzake overeenkomsten voor de levering van digitale inhoud ingevoerd (VK, NL) of zijn met de invoering daarvan begonnen (IE). De nieuwe nationale wetgevingen die zo ontstaan, verschillen zowel qua werkingsfeer als qua inhoud.

11 Er bestaan slechts minimale harmonisatieregels inzake het begrip "conformiteit met de overeenkomst" en inzake rechtsmiddelen voor niet-conforme goederen (in het kader van de richtlijn inzake de verkoop van en garanties voor consumptiegoederen). Aangezien het om minimumnormen gaat, hebben de lidstaten de mogelijkheid om verder te gaan en vereisten ten gunste van de consumenten toe te voegen. Veel lidstaten hebben op diverse punten en in verschillende mate van deze mogelijkheid gebruikgemaakt.

grensoverschrijdend online te kopen en het voor hen ook gemakkelijker maken om hun rechten uit te oefenen<sup>12</sup>.

- **de schade te beperken die de consument lijdt als gevolg van gebrekkige digitale inhoud:** in tegenstelling tot de huidige situatie, waarin er geen EU-brede, specifieke contractuele regels zijn voor de levering van digitale inhoud, zullen consumenten duidelijke en specifiek op digitale inhoud betrekking hebbende rechten genieten wanneer zij met problemen op het gebied van digitale inhoud te maken hebben. Dit zal het voor hen mogelijk maken zich van rechtsmiddelen te bedienen en zo de schade te beperken die zij nu nog lijden wanneer zij gebrekkige digitale inhoud verwerven. Omdat deze markt technologisch en economisch snel evolueert, zijn de EU-regels technologisch neutraal en toekomstbestendig; zij zullen derhalve gelijke concurrentievoorwaarden scheppen voor alle relevante soorten digitale inhoud.
- **in het algemeen de belangen van consumenten en ondernemingen met elkaar in evenwicht te brengen:** door aan te sluiten bij marktontwikkelingen en de verschillende belangen goed tegen elkaar af te wegen, zullen de beide richtlijnen voor zowel consumenten als ondernemingen een goede zaak zijn en de voorwaarden scheppen voor algemene economische voordelen.

#### *Het dagelijkse leven vergemakkelijken...*

De richtlijnen zullen het dagelijkse leven voor bedrijven en consumenten in Europa concreet verbeteren. Wanneer zij grensoverschrijdend handel drijven, moeten bedrijven nu nog tijd en geld besteden om informatie in te winnen over buitenlands consumentenovereenkomstenrecht en om overeenkomsten aan dit recht aan te passen. Zo varieert de periode waarin een ondernemer aansprakelijk kan worden gesteld voor gebreken van een pc, op dit moment van twee jaar tot de gehele levensduur van de pc, afhankelijk van de betrokken lidstaat. In het vervolg zullen de nationale wetgevingen met betrekking tot dergelijke contractuele rechtsmiddelen overal in de EU hetzelfde zijn: de besparingen qua tijd en het geld kunnen worden gebruikt om nieuwe producten te ontwikkelen of om tegen een concurrerende prijs te verkopen.

Consumenten zullen in andere EU-landen net zo gemakkelijk en met evenveel vertrouwen als in eigen land online kunnen winkelen en toegang tot digitale inhoud hebben. Consumenten die proactief goederen kopen van een ondernemer in een andere lidstaat, zullen voortaan in dezelfde mate worden beschermd als krachtens hun nationale recht. Bovendien kan een consument die online de film waarvoor hij heeft betaald, niet kan bekijken omdat die van slechte beeldkwaliteit is, nu vaak nog als compensatie alleen maar een korting krijgen op het

---

<sup>12</sup> Deze verlengde duur van de omkering van de bewijslast zou ook kunnen bijdragen tot hoogwaardigere en duurzamere producten, in overeenstemming met het op 2 december 2015 vastgestelde pakket voor de kringlooeconomie van de Europese Commissie.

kijken van films in de toekomst, die mogelijk van dezelfde slechte kwaliteit zijn. In het vervolg zal de consument recht hebben op een oplossing van het probleem, op een korting of op ontbinding van de overeenkomst en volledig terugbetaling.

*... en macro-economische voordelen realiseren*

Indien de belemmeringen in verband met het overeenkomstenrecht zouden worden opgeheven, zouden naar schatting 122 000 bedrijven extra online over de grenzen heen verkopen. De grensoverschrijdende handel van de EU zou met ongeveer 1 miljard euro kunnen toenemen. Een toename van de concurrentie in de online-detailhandel zal tot een daling van de detailhandelsprijzen in alle lidstaten leiden (van gemiddeld -0,25 % op EU-niveau), waardoor de particuliere consumptie in de EU rechtstreeks met ongeveer 18 miljard EUR zal toenemen. Daar komt bij dat een ruimere keuze aan producten en diensten zal leiden tot een hogere welvaart voor consumenten. Tussen de 7,8 en 13 miljoen consumenten extra zouden online grensoverschrijdend gaan kopen. Het gemiddelde bedrag dat iedere grensoverschrijdende koper jaarlijks zou uitgeven, zou ook toenemen en wel met 40 EUR. Het algehele bbp van de EU zal naar verwachting met ongeveer 4 miljard EUR per jaar toenemen<sup>13</sup>.

Deze voorstellen hebben alleen betrekking op bepalingen van overeenkomstenrecht in het kader van de relatie tussen ondernemingen en consumenten. Het is duidelijk dat kmo's, als de zwakkere partij met een minder sterke onderhandelingspositie, ook te maken hebben met problemen op het gebied van overeenkomstenrecht, met name wanneer zij gebruikmaken van digitale inhoud. De Commissie heeft, met name rekening houdend met de standpunten die de belanghebbenden en de lidstaten hebben ingenomen, besloten dit punt te onderzoeken in de context van andere initiatieven die in het kader van de strategie voor de digitale eengemaakte markt zijn aangekondigd.

Dit pakket met beide voorstellen is nodig om het volledige potentieel van de elektronische handel aan te boren, zodat ten volle kan worden geprofiteerd van de voordelen die de digitale eengemaakte markt biedt. De Commissie moet gelijktijdig zowel met betrekking tot goederen als met betrekking tot digitale inhoud stappen ondernemen. Deze richtlijnen zullen worden aangevuld met de overige maatregelen waarin de strategie voor de digitale eengemaakte markt voorziet, zoals die welke verband houden met btw-gerelateerde lasten, de ontwikkeling van hoogwaardige grensoverschrijdende pakketbezorgdiensten of een modern kader voor auteursrechten. Verdere initiatieven met betrekking tot consumenten, zoals die welke zijn aangekondigd in het kader van de strategie voor de digitale eengemaakte markt inzake de afschaffing van geo-blocking en de herziening van de verordening betreffende samenwerking inzake consumentenbescherming<sup>14</sup> alsook de inwerkingtreding van het platform voor online-

---

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 Verordening (EG) nr. 2006/2004 van 27 oktober 2004 betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming

beslechting van geschillen<sup>15</sup>, zullen de grensoverschrijdende handel verder bevorderen en andere belangrijke problemen voor bedrijven en consumenten oplossen, zoals die in verband met de noodzaak van effectieve grensoverschrijdende middelen voor handhaving en verhaal.

### **3. LESSEN TREKKEN UIT HET VERLEDEN – EEN DOELGERICHTE AANPAK**

Op grond van ervaringen in het verleden en opmerkingen van belanghebbenden heeft de Commissie voorstellen opgesteld die een ambitieuze maar wel realistische manier bieden om belemmeringen in verband met het overeenkomstenrecht weg te nemen en aldus bijdragen tot het aanboren van het potentieel van de elektronische handel in de EU.

Deze voorstellen zorgen ervoor dat op het meest passende niveau maatregelen worden genomen.

Ten eerste worden met de voorstellen de concrete problemen aangepakt die de belanghebbenden en de lidstaten naar voren hebben gebracht. De Commissie heeft ernaar gestreefd om een brede en evenwichtige waaier van standpunten over deze aangelegenheid te verzamelen. Door uitgebreide, zowel publieke als gerichte raadplegingen te houden, heeft de Commissie gezorgd voor een brede participatie tijdens de hele voorbereidingsfase en dus alle betrokken partijen (bedrijven, consumenten, nationale autoriteiten, advocaten en academici) volop de gelegenheid geboden om hun standpunten voor het voetlicht te brengen.

In de tweede plaats wordt in de voorstellen specifiek rekening gehouden met de ervaring die is opgedaan met eerdere pogingen om wetgeving op het gebied van overeenkomsten te harmoniseren. Als gevolg daarvan legt de Commissie de nadruk op een gerichte, volledige harmonisatie van de dwingende rechten van de consument, waarmee de voornaamste concrete belemmeringen voor de grensoverschrijdende handel worden weggenomen en de dringende maatregelen worden genomen in de online-omgeving, waartoe ook het Europees Parlement heeft opgeroepen<sup>16</sup>. Bovendien zijn richtlijnen passender dan verordeningen omdat zij lidstaten de vrijheid laten om de uitvoering aan te passen aan hun nationale wetgeving. Deze op het probleem afgestemde, gerichte aanpak was een belangrijk resultaat van de raadplegingen van belanghebbenden.

Wat ten slotte de inhoud betreft, bieden de voorstellen een nieuwe dynamiek aangezien daarmee een passend evenwicht wordt gevonden tussen een hoog niveau van consumentenbescherming op EU-niveau en het scheppen van aanzienlijk meer kansen voor ondernemingen door middel van volledige harmonisatie. De gekozen aanpak handhaaft materiële oplossingen die hun waarde in de praktijk hebben bewezen (zoals de duur van de

---

15 Verordening (EU) nr. 524/2013 van 21 mei 2013 betreffende online-beslechting van consumentengeschillen en tot wijziging van Verordening (EG) nr. 2006/2004 en Richtlijn 2009/22/EG.

16 In zijn wetgevingsresolutie van 26 februari 2014 over het voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende een gemeenschappelijk Europees kooprecht (COM(2011)0635– C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)) besloot het Europees Parlement om de werkingssfeer van het gemeenschappelijk Europees kooprecht te beperken tot de online-verkoop en andere verkoop op afstand alsook om de regels uit te breiden inzake digitale inhoud die wordt geleverd tegen een tegenprestatie anders dan in geld.

wettelijke garantietermijn, de hiërarchie van rechtsmiddelen) en biedt tegelijkertijd, waar nodig, nieuwe oplossingen die door recente gegevens en ontwikkelingen in de lidstaten worden gesteund (bv. verlenging van de duur van de omkering van de bewijslast)<sup>17</sup>. De voorstellen zorgen voor een hoger niveau en een grotere doeltreffendheid van consumentenbescherming<sup>18</sup> alsook voor meer rechtszekerheid en minder kosten voor ondernemingen<sup>19</sup>. Al met al zal dit het consumentenvertrouwen vergroten en de ondernemingsactiviteit in de EU bevorderen.

#### **4. HANDELEN VÓÓR HET TE LAAT IS**

*Wat de digitale dimensie betreft, moeten we nú handelen....*

Het tempo van de commerciële en technologische veranderingen als gevolg van digitalisering ligt zeer hoog, niet alleen in de EU, maar wereldwijd. De EU moet nu handelen om ervoor te zorgen dat bedrijfsnormen en consumentenrechten in overeenstemming met gemeenschappelijke EU-regels worden vastgesteld, waarbij een hoog niveau van consumentenbescherming in acht moet worden genomen en een modern, ondernemingsvriendelijk klimaat moet worden geschapen. Het is hoogst noodzakelijk het kader te creëren waarbinnen de voordelen van digitalisering gerealiseerd kunnen worden, zodat bedrijven in de EU concurrerder kunnen worden en consumenten zich kunnen verlaten op strenge EU-normen voor consumentenbescherming. Door nu te handelen, zal de EU de beleidsontwikkeling en de normen bepalen volgens welke dit belangrijke deel van de digitalisering zal plaatsvinden.

Voor bedrijven is vereenvoudiging van het wettelijke kader een belangrijke voorwaarde voor hun concurrentievermogen en hun actieve deelname aan de digitale markten in de hele Unie. Voor consumenten zijn vertrouwen en bescherming bijzonder belangrijk in de online-omgeving, zodat de aan afstand gerelateerde risico's (ontbreken van contact met de verkoper, het product niet kunnen betasten en voelen) die inherent zijn aan deze transacties, verminderd worden. Zonder onmiddellijke maatregelen kunnen veranderingen te laat komen en kansen verloren gaan. Om het concurrentievermogen van ondernemingen in de EU snel te versterken en de groei in de EU te stimuleren, geeft de Commissie prioriteit aan de digitale dimensie van de detailhandel, te weten de levering van digitale inhoud en de online-aankoop goederen.

---

17 "Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU" (consumentenmarktstudie over de werking van wettelijke en commerciële garanties voor consumenten in de EU) (2015): tijdens de gehele periode van wettelijke garantie van twee jaar vergt slechts een minderheid van de ondernemingen dat consumenten de aansprakelijkheid van de ondernemer bewijzen, en er is op dit punt zeer weinig verschil tussen het gedrag van ondernemers vóór of na het verstrijken van zes maanden. Twee EU-lidstaten (FR, PT) hebben reeds nationale wetgeving aangenomen die voorziet in een periode van 2 jaar voor de omkering van de bewijslast.

18 Met betrekking tot digitale inhoud bijvoorbeeld zal de wettelijke garantietermijn onbeperkt zijn en zullen consumenten niet voor een onbeperkte periode de oorzaak van een defect hoeven aan te tonen. Consumenten zullen langetermijnovereenkomsten en overeenkomsten waarin de leverancier belangrijke wijzigingen heeft aangebracht, kunnen beëindigen. Alle consumenten in de EU zullen wanneer zij online goederen kopen, een oplossing voor een gebrekkig product kunnen verlangen, waarbij zij twee jaar lang niet hoeven te bewijzen dat het gebrek op het tijdstip van aflevering bestond. Consumenten in de EU zullen hun rechten niet verliezen wanneer zij de verkoper niet binnen een bepaalde periode in kennis stellen van gebrek.

19 De kosten die een bedrijf moet maken om zijn overeenkomsten aan te passen aan de wetgeving van een andere lidstaat, worden op ongeveer 9000 EUR geraamd. Zie voor nadere bijzonderheden bijlage 5 bij het werkdocument van de diensten van de Commissie dat de effectbeoordeling bij de voorstellen bevat, SWD (2015) 275.



Beide aspecten van de digitale dimensie zijn van fundamenteel belang. Het is duidelijk dat de belemmeringen voor de levering van digitale inhoud moeten worden weggenomen omdat de levering van digitale inhoud een bijzonder sterk groeipotentieel heeft<sup>20</sup>. Iedere vertraging met betrekking tot digitale inhoud brengt het risico met zich dat er juridische versnippering ontstaat, waardoor voor zowel consumenten als leveranciers die deelnemen aan grensoverschrijdende transacties, belemmeringen ontstaan. Wat goederen aangaat, deze vertegenwoordigen nog steeds verreweg het grootste deel van de online-markt: van de totale, op 231 miljard EUR geraamde omvang van de digitale eengemaakte markt, is ongeveer 212 miljard EUR afkomstig van de detailhandel in goederen. Het volledige potentieel van de digitale eengemaakte markt zou niet worden aangeboord als slechts één van de twee aspecten werd aangepakt.

Een belangrijke tendens die uit de diverse raadplegingen van belanghebbenden naar voren kwam, is dat eventuele regelingen inzake digitale inhoud zoveel mogelijk gebaseerd moeten worden op de regels betreffende de verkoop van goederen en dat afwijkingen slechts gerechtvaardigd zijn om rekening te houden met de specifieke kenmerken van digitale inhoud. Dit laat ook zien hoe belangrijk het is om de beide reeksen voorschriften zoveel mogelijk gelijktijdig te bespreken tijdens het interinstitutionele proces.

Dit zijn allemaal belangrijke redenen waarom de voorstellen inzake digitale inhoud en de online-verkoop van goederen samen en op dit moment worden gepresenteerd.

*... en zullen we zorgen voor samenhang tussen de regels voor online- en offline-transacties*

Gezien het toenemend belang van het meer-kanalen distributiemodel (dat wil zeggen gelijktijdige online- en offline-verkoop) zal de Commissie alle vereiste stappen zetten om de regels voor online- en offline-verkoop van goederen te harmoniseren. Zij zal ervoor zorgen dat consumenten en ondernemingen kunnen afgaan op een samenhangend juridisch kader dat overal in Europa eenvoudig toe te passen is.

In het kader van haar 'Programma voor gezonde en resultaatgerichte regelgeving' (Refit) zal de Commissie de bestaande consumentenwetgeving van de EU onderzoeken. Deze gezondheidstest zal veel ruimer zijn dan de huidige voorstellen en zich uitstrekken tot een aantal consumentenrichtlijnen<sup>21</sup>, waaronder de richtlijn betreffende de verkoop van en de

---

20 Naast een toegenomen internetpenetratie en -gebruik (80 % ofwel 317 miljoen Europeanen gebruikten in 2014 internet), wakkert een groeiend aantal gebruikers van smartphones, e-readers en tablets, de vraag naar digitale inhoud aan. In aanmerking nemend dat, volgens Flash Eurobarometer 411 "Cross-border access to digital content" (Grensoverschrijdende toegang tot digitale inhoud) (2015), de overgrote meerderheid van de internetgebruikers in de EU in de leeftijd van 15-24 jaar op dit moment online toegang heeft tot enige vorm van digitale inhoud (87 % heeft online toegang tot muziek, 80 % bekijkt audiovisuele inhoud online en 58% downloadt of speelt spelletjes online), is het redelijk aannemelijk dat deze toename in de nabije toekomst zichtbaar wordt.

21 Richtlijn 93/13/EEG betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten; Richtlijn 1999/44/EG betreffende bepaalde aspecten van de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen; Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt; Richtlijn 98/6/EG betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten; Richtlijn 2006/114/EG inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame; Richtlijn 2009/22/EG van 19 mei 1998 betreffende het doen staken van inbreuken in het raam van de bescherming van de consumentenbelangen.

garanties voor consumptiegoederen (de regels van die richtlijn die betrekking hebben op de online-verkoop, worden vervangen door het voorstel betreffende goederen).

In het kader van de uitgebreide raadpleging die voor de beoogde wetgeving heeft plaatsgevonden, zijn veel zaken vastgesteld die zowel voor de online- als offline-verkoop van goederen relevant zijn. Zodoende is een belangrijk deel van de analyse met betrekking tot de aspecten die in het kader van het Refit-programma voor de richtlijn betreffende de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen moeten worden onderzocht, al verricht bij de uitwerking van de voor de online-verkoop van goederen voorgestelde bepalingen.

Deze analyse zal worden aangevuld met gegevens uit de gezondheidstest-analyse inzake de toepassing van de richtlijn betreffende de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen, die in 2016 worden verwacht. Deze gegevens en dus ook het resultaat van de Refit-exercitie dienaangaande, zijn nog niet beschikbaar. Indien de resultaten van de Refit-exercitie de voorlopige resultaten bevestigen van de lopende analyse – die erop lijken te wijzen dat een initiatief van de Commissie inzake de offline-verkoop van goederen noodzakelijk is – zou met deze conclusies rekening kunnen worden gehouden bij de werkzaamheden van de medewetgevers inzake het voorstel voor de online-verkoop van goederen, bijvoorbeeld door de reikwijdte van dat voorstel uit te breiden. Hoewel maatregelen ter slechting van de voornaamste obstakels voor de grensoverschrijdende online-handel dringend en onvermijdelijk zijn, stelt de Commissie zich ten doel te zorgen voor een wettelijk kader van coherente regels die in de gehele EU zowel met betrekking tot online- als tot offline-verkoop worden toegepast.

## **5. DE DAAD BIJ HET WOORD VOEGEN**

De voorstellen inzake digitale overeenkomsten vormen "*ambitieuze politieke stappen ..... ten behoeve van [een] connectieve digitale interne markt.....door de consumentenwetgeving voor online, elektronische aankopen te moderniseren en te vereenvoudigen*", zoals in de beleidslijnen van voorzitter Juncker werd aangekondigd<sup>22</sup>. Zij behoren tot de eerste resultaten van de strategie voor de digitale eengemaakte markt en zetten deze beleidslijnen in concreet beleid om. Het zijn de eerste stappen in de richting van de totstandbrenging van economische groei door middel van een ondernemingsvriendelijk klimaat en een sterk vertrouwen van consumenten in een echte digitale eengemaakte markt. Het is nu aan de medewetgevers om dit voornemen voor Europese consumenten en ondernemingen tot een realiteit te laten worden. De Commissie zal nauw blijven samenwerken met het Europees Parlement en de Raad om dit te verwezenlijken.

---

<sup>22</sup> [http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg\\_nl.pdf](http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_nl.pdf).