

UN MERCAT ÚNIC DIGITAL EUROPEU PER AL 2016: ESTAT DE LA QÜESTIÓ

Santiago Robert Guillén
Advocat
Doctorand en dret privat

Resum

Durant el 2015 la Comissió Europea ha proposat una sèrie d'iniciatives per a la consecució al final del 2016 del mercat únic digital europeu. En el present article s'analitzen les propostes de la Comissió Europea, de les quals es recalca el caràcter genèric i la necessitat de la seva concreció durant l'any 2016, i s'identifiquen els principals obstacles que impedeixen la realització del projecte en els terminis plantejats per la Comissió.

Paraules clau: mercat únic digital, Unió Europea, Europa, harmonització, directiva.

A EUROPEAN DIGITAL SINGLE MARKET FOR 2016: THE STATE OF THE ISSUE

Abstract

In 2015 the European Commission proposed a series of initiatives aimed to achieve a European digital single market by the end of 2016. In this paper we analyze the European Commission's proposals, emphasizing their generic nature and the need for their implementation during 2016, and we identify the main obstacles to the completion of the project within the deadlines set by the Commission.

Keywords: digital single market, European Union, Europe, harmonization, directive.

1. ANTECEDENTS

La realització d'un mercat únic digital europeu ha esdevingut una de les principals prioritats polítiques de la Comissió Europea (en endavant, CE).¹ El mercat inte-

1. Cfr. <<http://ec.europa.eu/digital-agenda/>>; COMISSIÓ EUROPEA (CE), *Europa 2020. Una estratègia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador* (COM (2010) 2020 final), Brussel·les, CE, 3 de març de 2010, p. 14; i cfr. CE, *Una agenda digital para Europa* (COM (2010) 245 final), Brussel·les, CE,

rior europeu creat l'any 1993 ha pretès ser un espai lliure de fronteres i barreres entre els estats membres, on treballadors, serveis, mercaderies i capital puguin circular lliurement.² La creació del mercat únic digital significa avançar més en la realització de la integració europea i el mercat únic o comú europeu.³

La creació d'un mercat únic digital respon a l'ambició d'eliminar les barreres nacionals en les transaccions de béns, serveis o informació efectuades en línia (*online*), és a dir, a través de mitjans electrònics o xarxes de comunicació. Les oportunitats creades per les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) han evidenciat que la seva utilització és un element essencial per a l'assoliment dels objectius de la Unió Europea (UE).⁴ En l'afany d'eliminar les barreres comercials, en l'actual societat de la informació o societat digital⁵ les TIC són la base d'una economia innovadora moderna i competitiva i tenen un paper essencial en les activitats socials, culturals i econòmiques.⁶ Això posa de manifest també el caràcter transversal de la qüestió digital, ja que afecta molts sectors, matèries i polítiques.

19 de maig de 2010, on es destaca que «la finalidad genérica de la agenda digital es obtener los beneficios económicos y sociales sostenibles que pueden derivar de un mercado único digital basado en una Internet rápida y ultrarrápida y en unas aplicaciones interoperables».

2. Cfr. art. 26.2 del Tractat de Funcionament de la Unió Europea (TFUE): «El mercado interior implicará un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada de acuerdo con las disposiciones de los tratados».

3. També denominat *mercat únic*. El mercat interior ja s'establia en el Tractat de Roma de 1957 (art. 2 del Tractat Constitutiu de la Comunitat Econòmica Europea), que disposava una unió duanera o mercat comú entre els estats signataris. Aquest article va ser modificat posteriorment pel Tractat de la Unió Europea de 7 de febrer de 1992 (DOCE C-191 [29 juliol 1992]), que estableix: «La Comunidad tendrá por misión promover, mediante el establecimiento de un mercado común y de una unión económica y monetaria y mediante la realización de las políticas o acciones comunes [...]». També el trobem regulat en els articles 26 i 27 TFUE (2012/C 326/01; *Diario Oficial de la Unión Europea* [DOUE], núm. C 326 [26 octubre 2012], p. 1-390).

4. Cfr., per exemple, la comunicació de la CE *Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*, p. 14.

5. Sobre l'expressió *societat de la informació*, cfr. Yoneji MASUDA, *La sociedad informatizada: como sociedad post-industrial*, Madrid, Tecnos, 1984, p. 75 i seg.; Manuel CASTELLS, *L'era de la informació: economia, societat i cultura: La societat xarxa*, vol. 1, Barcelona, UOC, 2003, p. 55. Aquesta expressió és emprada també en la Directiva 2000/31/CE, de 8 de juny, sobre comerç electrònic (LCEur 2000/1838), i en la Directiva 2001/29/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 22 de maig de 2001, relativa a l'harmonització de determinats aspectes dels drets d'autor i drets afins als drets d'autor en la societat de la informació (DOUE, núm. L 167 [22 juny 2001]). Sobre l'expressió *societat digital*, cfr. M. Teresa CABRÉ, Rosa ESTOPÀ i Carles TEBÉ (ed.), *La terminología en el siglo XXI: Contribución a la cultura de la paz, la diversidad y la sostenibilidad*, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra, Institut Universitari de Lingüística Aplicada, 2006, p. 83.

6. Cfr. comunicació de la CE *Estudio prospectivo anual sobre el crecimiento para 2015* (COM (2014) 902 final), Brussel·les, CE, 28 de novembre de 2014, p. 11. Sobre el rol de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en els canvis socials, polítics i culturals de la denominada *societat de la informació*, cfr. Guiomar SALVAT MARTINREY i Vicente SERRANO MARÍN, *La revolución digital y la sociedad de la información*, Sevilla i Zamora, Comunicacion Social, 2011, p. 37 i seg.

La realització del mercat únic digital va ser inclosa per la CE en l'anomenada Estratègia Europa 2020.⁷ Des de l'any 2010, les institucions europees han anat adoptant mesures polítiques i legislatives per tal d'afrontar la consecució del mercat únic digital.⁸ L'any 2010 la CE va plantejar, com a part d'una estratègia global per a la reactivació del mercat únic, la configuració d'un mercat únic en línia com a espai normatiu únic o integrat.⁹ L'any 2011 la CE va proposar mesures destinades a impulsar l'economia i crear ocupació, entre les quals s'inclouïa la intenció de crear un mercat digital com a fort impuls per al creixement econòmic.¹⁰ Durant l'any 2012 es van proposar iniciatives per a la implantació de la banda ampla d'alta velocitat, l'harmonització de la legislació en l'àmbit de les telecomunicacions i els drets d'autor, i el foment del comerç electrònic, com a mesures concretes per a la consecució d'un mercat digital únic que es preveia per a l'any 2015, i s'adoptà el compromís de presentar les propostes legislatives més importants durant el primer trimestre del 2013.¹¹

També durant l'any 2012 el Parlament Europeu (en endavant, PE) es pronuncià fermament partidari del mercat únic digital i adoptà una sèrie de resolucions en les quals advertia de la importància cabdal de la culminació d'un mercat únic digital europeu per al reforç de la competitivitat i el creixement econòmic a Europa.¹² La su-

7. *Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.*

8. Cfr. l'informe al president de la Comissió Europea de 9 de maig de 2010, elaborat per Mario MONTI, *Una nueva estrategia para el mercado único al servicio de la economía y la sociedad de Europa (Informe al presidente de la Comisión Europea José Manuel Barroso)*, p. 45 i seg.; cfr. CE, *Hacia un Acta del Mercado Único por una economía social de mercado altamente competitiva. Cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor todos juntos* (COM (2010) 608 final), Brussel·les, CE, 27 d'octubre de 2010, p. 2 i seg.

9. Cfr. CE, *Acta del Mercado Único. Doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza. «Juntos por un nuevo crecimiento»* (COM (2011) 0206 final), Brussel·les, CE, 13 d'abril de 2011.

10. Cfr. CE, *Un marco coherente para aumentar la confianza en el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea* (COM (2011) 0942), Brussel·les, CE, 11 de gener de 2012; CE, *Mejorar la gobernanza del mercado único* (COM (2012) 259 final), Brussel·les, CE, 8 de juny de 2012; CE, *Liberar el potencial de la computación en nube en Europa* (COM (2012) 529 final), Brussel·les, CE, 27 de setembre de 2012.

11. Cfr. CE, *Acta del Mercado Único II. Juntos por un nuevo crecimiento* (COM (2012) 573 final), Brussel·les, CE, 3 d'octubre de 2012, p. 15 i seg.; cfr. també CE, *Balance de la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador* (COM (2014) 130 final), Brussel·les, CE, 5 de març de 2014; CE, *Estudio prospectivo anual sobre el crecimiento para 2015* (COM (2014) 902 final), Brussel·les, CE, 28 de novembre de 2014, p. 10-11, entre d'altres.

12. Destaquen la Resolució d'11 de desembre de 2012, sobre la culminació del mercat únic digital (2012/2030 (INI)), que afirma en el seu considerant A que «la culminación del mercado único digital constituye un factor clave para convertir Europa en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo», i en el seu considerant W diu que «es vital superar la fragmentación jurídica existente en diversos ámbitos, a fin de lograr un mercado único digital completo y real»; la Resolució de 20 d'abril de 2012, «sobre un mercado único digital competitivo – la administración electrónica como factor puntero» (2011/2178 (INI)); la Resolució de 4 de juliol de 2013, sobre la culminació del mercat únic digital

peració de la fragmentació jurídica existent entre els estats membres en temes com la regulació de l'IVA, els drets de propietat intel·lectual, la identificació i la signatura electròniques, els serveis postals o la generació de confiança i seguretat en els consumidors, han estat des de llavors qüestions objecte de les successives resolucions del PE, adoptades amb la finalitat de desenvolupar una política i una pràctica comunes i integradores.

Les esmentades propostes i estratègies de la CE han estat debatudes al Consell Europeu i han donat lloc a l'aprovació de conclusions en les quals es destaca la importància del mercat únic digital per a la UE.¹³

Durant el 2015 la CE ha proposat una sèrie d'accions per a la consecució definitiva d'un mercat únic digital, prevista per al final del 2016 i basada en tres grans pilars o directrius: la millora de l'accés dels consumidors i les empreses als béns i serveis en línia a Europa; la creació de condicions adequades perquè les xarxes digitals i els serveis digitals prosperin, i la maximització del potencial de creixement de l'economia digital europea.¹⁴ Analitzarem breument aquestes accions a continuació.

2. ESTRATÈGIA DE LA COMISSIÓ EUROPEA PER A LA REALITZACIÓ DEL MERCAT ÚNIC DIGITAL EUROPEU PER AL 2016

Millorar l'accés dels consumidors i les empreses als béns i serveis en línia a Europa és el primer dels pilars en què la CE fonamenta la seva estratègia per a la consecució del mercat únic digital el 2016. En aquest sentit, la CE proposa, en primer lloc, l'harmonització de les normes de contractació en línia entre empreses i consumidors i l'harmonització de la normativa de protecció dels consumidors, d'acord amb el que s'estableix en els articles 114 i 169 del Tractat de Funcionament de la Unió Europea (TFUE), referits a l'harmonització del mercat interior i la protecció dels consumidors, respectivament.

(2013/2655 (RSP)). Cfr. també algunes resolucions anteriors a 2012, com la de 6 de juliol de 2011, «sobre la banda ancha europea: inversión en crecimiento impulsado por la tecnología digital» (2010/2304 (INI)), en la qual ja es parlava de la «necesidad urgente de establecer un mercado único digital competitivo que actúe como punta de lanza para abrir el mercado interior a todos los ciudadanos de la UE».

13. A tall d'exemple, cfr. les conclusions del Consell d'Europa de 25 d'octubre de 2013 (EUCO 169/13), la primera de les quals afirma que hi ha «an urgent need for an integrated single digital and telecoms market, benefiting consumers and companies»; i en les conclusions de 27 de juny de 2014 (EUCO 79/14) es reitera que la creació d'un mercat únic digital per al 2015 era una de les prioritats de la UE. Cfr. també les conclusions del Consell d'Europa de 18 de desembre de 2014 (EUCO 237/14) i les recents de 26 de juny de 2015 (EUCO 22/15), que adverteixen de la urgència de la realització del mercat únic digital d'acord amb el que hi ha establert en l'estratègia presentada per la Comissió Europea el maig de 2015. Cfr. també la comunicació de la CE, *Estudio prospectivo anual sobre el crecimiento para 2015*, p. 3.

14. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa* (COM (2015) 192 final), Brusel·les, CE, 6 de maig de 2015.

Com han destacat en reiterades ocasions les institucions europees, Europa segueix sent un mosaic de mercats nacionals en línia.¹⁵ Aquesta realitat afecta negativament la participació dels agents econòmics en les transaccions transfrontereres, ateses les diferències entre les legislacions nacionals dels estats membres, especialment pel que fa a la protecció dels consumidors i la normativa contractual. L'objectiu de la CE és garantir que els subjectes que duen a terme activitats econòmiques en el mercat interior europeu ho facin en un marc regulador comú que generi confiança i promogui la participació en les transaccions transfrontereres en línia de béns físics i continguts digitals. Certament, però, aquesta harmonització normativa ha de ser marcadament transversal, ja que afecta moltes àrees que van des de la normativa contractual i la protecció dels consumidors fins a qüestions com, per exemple, les regles o característiques específiques dels productes, com adverteix la mateixa CE en establir que l'objectiu consisteix a «garantizar que los agentes económicos en el mercado interior no se vean disuadidos de participar en las transacciones transfronterizas por las diferencias entre las legislaciones contractuales nacionales de los consumidores obligatorias, o las diferencias resultantes de las reglas específicas de los productos, como el etiquetado».¹⁶

A Europa no hi ha un buit legal pel que fa a la protecció dels consumidors i la normativa contractual, atès que existeix una regulació aplicable als contractes en línia nacionals i transfronterers, com també una normativa referida a la protecció dels consumidors,¹⁷ si bé és cert que s'evidencia insuficient en el marc d'un mercat digital i que ha de ser actualitzada.¹⁸ El compromís de la CE és confeccionar una proposta

15. És l'expressió emprada per la CE en la comunicació *Una agenda digital para Europa*, p. 6.

16. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 5. *Reglas específicas del producto* és un concepte molt genèric. Segons la nostra opinió, ho podríem equiparar amb el concepte de *producto segur* en els termes de l'art. 2*b*.i de la Directiva 2001/95/CE, de 3 de desembre, sobre seguretat general dels productes, i englobaria, per tant, aspectes com la composició, l'envàs, l'embalatge, la instal·lació i el manteniment, l'etiquetatge i els possibles avisos i instruccions d'utilització, per exemple. Cfr. art. 2*b* i la Directiva 2001/95/CE, de 3 de desembre, sobre seguretat general dels productes (LCEur 2002/32). Aquesta Directiva s'aplica a tot tipus de productes, incloent-hi els que hagin estat objecte de compravenda en línia (considerant 7).

17. Cfr. Directiva 2000/31/CE, de 8 de juny, sobre comerç electrònic (LCEur 2000/1838); Directiva 2011/83/UE, sobre els drets dels consumidors (DOUE, núm. 304 [22 novembre 2011], p. 64 i seg.); i Directiva 1999/44/CE, de 25 de maig, sobre determinats aspectes de la venda i les garanties dels béns de consum (LCEur 1999/1654), entre d'altres.

18. Per exemple, la Directiva 2011/83/UE, sobre els drets dels consumidors, s'aplica als contractes celebrats entre un comerciant i un consumidor, incloent-hi els celebrats en línia (art. 3.1), i imposa una sèrie d'obligacions d'informació i contingut del contracte al comerciant (art. 5-8), regula el dret de desistiment del consumidor (art. 9 i seg.) i conté normes específiques sobre continguts digitals, com, per exemple, l'art. 16*m*, que estableix que «el suministro de contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso del consumidor y con el conocimiento por su parte de que en consecuencia pierde su derecho de desistimiento». Però no hi ha cap previsió, per exemple, pel que fa a solucions en casos de continguts digitals defectuosos comprats en línia, i cal

legislativa per a abans que finalitzi el 2015. Cal destacar, pel que fa a l'harmonització de les normes de contractació en línia, que ja existeix una Proposta de reglament relatiu a una normativa comuna de compravenda europea Common European Sales Law [CESL],¹⁹ reglament que ja va ser plantejat en el seu moment com un instrument opcional que els contractants podrien utilitzar com a dret que regulés el contracte transfronterer (art. 4) i d'aplicació a les compravendes, els subministraments de continguts digitals i els contractes de serveis relacionats (art. 5). A pesar que el Consell Europeu no va donar suport a la proposta esmentada, la CE va anunciar que no la retiraria, sinó que l'esmenaria per tal de «liberar plenament el potencial del comerç electrònic en el mercat únic digital».²⁰ Per tant, tot apunta que la proposta legislativa ara anunciada mantindrà la forma de reglament, i no la de directiva. És destacable el *caràcter facultatiu* de la regulació que contenia la proposta de reglament, ja que només resultava d'aplicació si les parts contractants manifestaven expressament el seu acord en un document independent del contracte. Aquest caràcter voluntari és conseqüència de la manca de competència explícita de la UE per a emetre una normativa obligatòria per als estats membres en l'àmbit del dret contractual,²¹ a diferència del que succeeix amb la protecció dels consumidors, qüestió en la qual té competència plena en virtut del que s'estableix en l'article 169 TFUE. Cal destacar que l'harmonització legislativa plantejada per la CE no es correspon amb la idea d'uniformització legislativa. L'establiment d'unes normes mínimes o principis comuns previsiblement no solucionarà la fragmentació existent entre les normatives nacionals dels estats membres, com ja s'evidencia amb la Directiva de protecció dels consumidors,²² atès que es mantenen divergències entre les legislacions nacionals que comporten un cert nivell d'inseguretat jurídica.²³

aplicar les lleis nacionals, que resulten divergents entre si. Cfr. Rafal MANKO, *Contract law and the digital single market: Towards a new EU online consumer sales law?*, Brussel·les, European Parliamentary Research Service, setembre de 2015, p. 9-10.

19. CE, *Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a una normativa común de compraventa europea* (COM (2011) 635 final), Brussel·les, CE, 11 d'octubre de 2011.

20. CE, *Programa de trabajo de la Comisión para 2015. Un nuevo comienzo. Anexo II: lista de retiradas o modificaciones de propuestas pendientes* (COM (2014) 910 final), Brussel·les, CE, 16 de desembre de 2014, p. 14.

21. Cfr. Rafal MANKO, *Contract law and the digital single market*, p. 9-10; Eduardo VALPUESTA GASTAMINZA, «La propuesta de normativa común de compraventa europea (CESL), un paso más hacia la unificación del derecho de contratos en la Unión Europea, lastrado por la protección al consumidor», *Cuadernos de Derecho Transnacional* (Madrid), vol. 5, núm. 1 (març 2013), p. 205. Cal destacar, tanmateix, que la previsió de l'art. 114 TFUE d'harmonitzar la legislació per tal de garantir el funcionament correcte del mercat interior és limitada, com ha reiterat el TJUE (assumptes C-376/98 i C-380/03).

22. Entre les diverses excepcions que conté la Directiva 2011/83 i que l'allunyen de l'harmonització plena que pretenia (considerant 7è), cfr. el mateix art. 3.5: «La presente Directiva no afectará a las disposiciones generales del derecho contractual nacional, por ejemplo a las normas sobre validez, formalización o efectos de los contratos, en la medida en que esos aspectos generales del derecho contractual no estén regulados en la presente Directiva».

23. L'harmonització plena que pregonava la Directiva 2011/83 és més que discutible quan s'adme-

La millora de l'accés dels consumidors i les empreses als béns i serveis en línia a Europa també ha de provenir de garantir l'efectivitat de la normativa a través d'una aplicació àgil i coherent, que la CE pretén abordar mitjançant, principalment, una revisió del Reglament núm. 2006/2004, sobre cooperació per a la protecció del consumidor, l'àmbit d'aplicació del qual és el de les infraccions transfrontereres i que estableix una xarxa d'autoritats competents per al control de l'aplicació de la legislació en relació amb els consumidors.²⁴ La revisió ara anunciada està pendent des de l'any 2013, en què la CE va demanar, cinc anys després de l'entrada en vigor del Reglament, una consulta pública per tal de determinar en quina mesura s'havien assolit els objectius previstos en la norma i quines millores o adaptacions de la regulació convenien. La revisió està prevista per al 2016 i té per objecte desenvolupar mecanismes de cooperació més eficaços, com ara la clarificació i el desenvolupament de les competències de les autoritats amb funcions coercitives i la millora de la coordinació de les seves activitats de supervisió del mercat i dels mecanismes d'alerta per a actuar més ràpidament contra les infraccions transfrontereres.²⁵ Tanmateix, aquestes mesures es completaran amb la creació i posada en funcionament de la plataforma de resolució de litigis en línia en l'àmbit de la UE, ja prevista en la Directiva 2013/11/UE, sobre resolució alternativa de litigis en matèria de consum,²⁶ i en el Reglament núm. 425/2013, de resolució de litigis en línia en matèria de consum, i que va ser concebuda com una web interactiva i multilingüe per a la resolució extrajudicial de conflictes entre consumidors i comerciants, pel que fa a obligacions contractuals derivades de contractes de compravenda o de prestació de serveis en línia.²⁷

ten excepcions com, per exemple, l'establerta en el considerant 12è de la Directiva 2011/83: «Los estados miembros deben seguir teniendo la posibilidad de imponer requisitos de información adicionales aplicables a los prestadores de servicios establecidos en su territorio»; o en l'article 3.2 de la Directiva 2011/83: «las disposiciones de la presente Directiva entrarán en conflicto con una disposición de otro acto de la Unión que regule sectores específicos, la disposición del otro acto de la Unión prevalecerá y será de aplicación a dichos sectores específicos».

24. Reglament (CE) núm. 2006/2004 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'octubre de 2004, sobre la cooperació entre les autoritats nacionals encarregades de l'aplicació de la legislació de protecció dels consumidors («Reglament sobre la cooperació en matèria de protecció dels consumidors»), DOUE L364/1 (9 desembre 2004).

25. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 5. Cfr. també l'informe de la Comissió Europea relatiu al funcionament del Reglament 2006/2004, CE, *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, relativo al funcionamiento del Reglamento (CE) n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores (Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores)* (COM (2014) 439 final), Brussel·les, CE, 1 de juliol de 2014, p. 6 i seg.

26. Directiva 2013/11/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 21 de maig de 2013, relativa a la resolució alternativa de litigis en matèria de consum i per la qual es modifiquen el Reglament (CE) núm. 2006/2004 i la Directiva 2009/22/CE (DOUE, L165/63 [18 juny 2013]).

27. Reglament (UE) núm. 524/2013 del Parlament Europeu i del Consell, de 21 de maig de 2013,

Altres accions anunciades per la CE dins d'aquest primer bloc de mesures són la millora de la qualitat i l'eficiència dels serveis d'enviament transfronterer, que implicarà una reducció dels costos d'enviament. La manca de transparència en els preus, l'excessiu cost i la ineficiència en l'entrega²⁸ obliguen a desenvolupar aquesta acció per a augmentar la confiança dels consumidors en les transaccions transfrontereres en línia i estimular el creixement d'aquests serveis.

També és destacada la voluntat de la CE de posar fi a l'anomenat *bloqueig geogràfic* o *geobloqueig* injustificat, que s'entreu una promesa difícil de complir.²⁹ El *geobloqueig* pot ser una eina de seguretat contra descàrregues il·legals o contra la pirateria, però també pot ser una pràctica de caràcter discriminatori que denegui l'accés a llocs webs i impedeixi la venda de serveis o béns a clients en funció del seu domicili o de dades de la targeta bancària, o bé els reenvii a un altre comerç més pròxim amb preus més cars,³⁰ la qual cosa, per exemple, bloqueja les oportunitats i possibilitats d'elecció dels consumidors.³¹ L'ofertament o la negació de serveis en funció del país de residència comporta la fragmentació del mercat comú i és una pràctica anticompetitiva des de la perspectiva del dret europeu de la competència. També en relació amb la determinació de possibles problemes de competència en el sector del comerç electrònic a la UE, la CE ha anunciat l'inici d'una investigació per sectors per a identificar aquests problemes per tal de garantir el compliment del que estableixen els articles 101 i 102 TFUE, relatius a les normes sobre competència aplicables a les empreses.³²

sobre resolució de litigis en línia en matèria de consum (DOUE [18 juny 2013]), que ha estat modificat pel recent Reglament d'execució (UE) núm. 2015/1051 de la Comissió Europea, d'1 de juliol de 2015, sobre les modalitats per a l'exercici de les funcions de la plataforma de resolució de litigis en línia, sobre les modalitats de l'imprès electrònic de reclamació i sobre les modalitats de cooperació entre els punts de contacte previstos en el Reglament (UE) núm. 524/2013.

28. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa. Análisis y evidencia* (SWD (2015) 100 final), Brussel·les, CE, 6 de maig de 2015, p. 18.

29. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 6.

30. Cfr. Néstor DUCH-BROWN i Bertin MARTENS, *Consumer benefits from EU digital single market: evidence from household appliances markets*, Sevilla, Joint Research Center i Institute for Prospective Technological Studies, abril 2014, p. 10.

31. El geobloqueig injustificat ja va ser prohibit per la Directiva 2006/123/CE, relativa als serveis en el mercat interior. Cfr. l'art. 20 de la Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior (DOUE, núm. L 376 [27 desembre 2006]): «Artículo 20. Prohibición de discriminación. 1. Los estados miembros harán lo necesario para que el destinatario no se vea sujeto a requisitos discriminatorios basados en su nacionalidad o en su lugar de residencia. 2. Los estados miembros harán lo necesario para que las condiciones generales de acceso a un servicio que el prestador ponga a disposición del público no contengan condiciones discriminatorias basadas en la nacionalidad o el lugar de residencia del destinatario, sin que ello menoscabe la posibilidad de establecer diferencias en las condiciones de acceso directamente justificadas por criterios objetivos».

32. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 7.

Entre les accions per a millorar l'accés dels consumidors i les empreses als béns i serveis en línia hi ha l'establiment de noves mesures d'harmonització de la legislació sobre drets d'autor per tal de conformar un marc europeu de drets d'autor.³³ Les propostes inclouen: la portabilitat de continguts adquirits legalment; la garantia de l'accés transfronterer als serveis en línia adquirits legalment; major seguretat jurídica per a la utilització transfronterera de continguts amb finalitats específiques com, per exemple, la investigació o l'educació; la clarificació de les normes sobre les activitats dels intermediaris en línia en relació amb els continguts protegits, atesa la seva creixent participació en la distribució de continguts, i la modernització de l'observança dels drets de propietat intel·lectual centrada en les infraccions a escala comercial i la seva aplicació transfronterera, cosa que implicarà una revisió de la Directiva 2004/48/CE, relativa al respecte dels drets de propietat intel·lectual.³⁴ Tanmateix, es preveu revisar la Directiva 93/83/CEE, sobre la transmissió per satèl·lit i per cable,³⁵ implementada fa més de vint anys, per tal de fer front a nous models tecnològics i de negoci per a la distribució de continguts i per tal d'avaluar si el seu àmbit d'aplicació ha d'ampliar-se a les transmissions en línia dels organismes de radiodifusió i ha de millorar-se l'accés transfronterer als serveis de radiodifusió a Europa.³⁶

La simplificació de l'aplicació de l'IVA per tal de reduir càrregues administratives de les empreses i afavorir el comerç electrònic és la darrera de les mesures proposades per la CE per a millorar l'accés dels consumidors i les empreses als béns i serveis en línia. La *regla* de localització dels serveis en la seu o el local del destinatari i el sistema de finestra única a l'estat d'origen aplicable als serveis electrònics establerts en la Directiva 2008/8/CE³⁷ s'han d'estendre a les vendes transfrontereres en línia.³⁸ El canvi en el lloc de tributació que s'introduí amb la finalitat de lluitar contra les distorsions de la competència resultants de la diferència en els tipus d'IVA entre els estats membres, va anar acompanyat de l'esmentat nou règim opcional conegut com a *mini*

33. CE, *Una estratègia para el mercado único digital de Europa*, p. 8-9. Cfr., per exemple, en aquest sentit, la Directiva 2014/26/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 26 de febrer de 2014, relativa a la gestió col·lectiva dels drets d'autor i drets afins i a la concessió de llicències multiterritorials de drets sobre obres musicals per a la seva utilització en línia en el mercat interior (DOUE L 84/77 [20 març 2014]).

34. Directiva 2004/48/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 29 d'abril de 2004, relativa al respecte dels drets de propietat intel·lectual (DOUE, núm. L 157 [30 abril 2004]). I també la Directiva 2001/29/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 22 de maig de 2001, relativa a l'harmonització de determinats aspectes dels drets d'autor i drets afins als drets d'autor en la societat de la informació (DOUE, núm. L 167 [22 juny 2001]).

35. Directiva 93/83/CEE del Consell, de 27 de setembre de 1993, sobre coordinació de determinades disposicions relatives als drets d'autor i drets afins als drets d'autor en l'àmbit de la radiodifusió via satèl·lit i de la distribució per cable (DOUE, núm. L 248/15 [6 octubre 1993]).

36. CE, *Una estratègia para el mercado único digital de Europa*, p. 8.

37. Aplicable des de l'1 de gener de 2015. Cfr. la Directiva 2008/8/CE del Consell, de 12 de febrer de 2008, per la qual es modifica la Directiva 2006/112/CE pel que fa al lloc de la prestació de serveis (DOUE, núm. L44/11 [20 febrer 2008]).

38. CE, *Una estratègia para el mercado único digital de Europa*, p. 9.

one-stop shop o *minifinestra única*, que permet que empresaris i professionals no hagin d'identificar-se i donar-se d'alta a cada estat de consum i puguin presentar les seves declaracions d'IVA des del portal web del seu estat d'identificació. La millora que ha significat el canvi en el lloc de tributació i la seva aplicació efectiva depenen del funcionament correcte del sistema de finestra única, del qual ja s'han advertit limitacions destacables, especialment en relació amb el frau fiscal.³⁹ Amb l'establiment de la finestra única, la CE proposa suprimir l'exempció actual de l'IVA en la importació de petits enviaments d'escàs valor econòmic procedents de proveïdors de tercers països i establir un llinar adequat d'imposició per a les petites empreses emergents de comerç electrònic. La causa és que actualment en alguns estats membres els béns amb un valor econòmic baix comprats en línia a proveïdors de tercers països poden beneficiar-se d'una exempció per importació de petits enviaments. Aquesta realitat s'ha traduït en una certa distorsió de la competència, com ha estat denunciada,⁴⁰ atès que els proveïdors establerts fora de la UE tenen un avantatge competitiu respecte dels que operen des de la UE, i comporta també una considerable pèrdua d'ingressos per IVA als estats membres i deslocalitzacions empresarials, entre altres fenòmens.⁴¹

El segon bloc de mesures que conforma l'estratègia per al mercat únic digital es basa en la creació de condicions adequades perquè les xarxes i els serveis digitals prosperin. Les accions de la CE es presenten principalment com una ambiciosa reforma de la normativa sobre telecomunicacions.⁴² És especialment rellevant la revisió prevista dels modes tradicionals de gestió de l'espai radioelèctric i la culminació de la liberalització de la gestió del recurs per tal de garantir una integració real en l'àmbit del mercat europeu.⁴³ Les diferències legislatives sobre l'espectre radioelèctric entre els estats membres són patents i limiten significativament la promoció d'un mercat únic digital, per la qual cosa és urgent una harmonització normativa. La CE presentarà durant el 2016 propostes específiques per a: alliberar la banda ampla de 700 Mhz; incentivar la inversió privada per les xarxes de banda ampla d'alta velocitat; revisar la

39. Cfr., en aquest sentit, *Rapport d'information fait au nom de la Commission des Finances (1) sur le e-commerce: propositions pour une TVA payée à la source*, informe de la Comissió de Finances del Senat francès núm. 691 (2014-2015), de 17 de setembre de 2015, p. 23 i seg., disponible a <<http://www.senat.fr/rap/r14-691/r14-6911.pdf>>.

40. Cfr. EY (ERNST & YOUNG), *Assessment of the application and impact of the VAT exemption for importation of small consignments*, Brussel·les, Comissió Europea, maig de 2015, p. 28.

41. Cfr. EY (ERNST & YOUNG), *Assessment of the application and impact of the VAT exemption*, p. 29.

42. Directiva marc 2002/21/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a un marc regulador comú de les xarxes i els serveis de comunicacions electròniques (DOUE, núm. 108 [24 abril 2002]).

43. M. Trinidad GARCÍA LEIVA, «La Unión Europea y el espectro radioelétrico: de la armonización técnica a la liberalización del interés público», *Redes.com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* (Sevilla), núm. 5 (2009), p. 294.

Directiva 2002/22/CE, de servei universal,⁴⁴ i garantir la igualtat de condicions per a tots els operadors del mercat. Es preveu també per al 2016 la revisió de les normes sobre protecció de menors i de les normes en matèria de publicitat,⁴⁵ i s'han adoptat acords per a la supressió de les tarifes d'itinerància (*roaming*) i per a l'establiment de normes de neutralitat a la xarxa per a protegir el dret d'accedir als continguts digitals sense discriminació.

S'imposa dins d'aquest segon bloc de mesures la revisió de la Directiva 2010/13/UE, de serveis de comunicació audiovisual,⁴⁶ ja prevista en el programa de treball de la CE per al 2015 com a part del Programa d'Adequació i Eficàcia de la Reglamentació (REFIT), arran de l'aparició de nous models empresarials per a la distribució de continguts. És especialment necessària la modificació de l'àmbit d'aplicació de la Directiva, ja que, per exemple, no s'aplica als operadors establerts fora de la UE encara que els seus serveis es destinin a aquesta. La Directiva tampoc no és d'aplicació als continguts facilitats per plataformes i intermediaris en línia, regulats en la Directiva 2000/31/CE, que els eximeix de responsabilitat pel que fa a les dades que transmetin o emmagatzemin (art. 15). En relació amb la Directiva 2010/13/UE, es generen qüestions com ara la regulació de la possibilitat de geobloqueig, per un estat membre, de les comunicacions procedents d'un altre estat, a l'empara del principi o la regla de control a l'origen dels serveis que regeix la directiva esmentada, i que són qüestions que hauran de ser degudament avaluades per a evitar una contradicció amb la realització del mercat únic digital, com hem exposat més amunt.

La confiança i la seguretat en els serveis digitals esdevenen també aspectes cabdals que s'han abordar, d'una banda, amb l'harmonització de la normativa de protecció de dades, que ha de ser analitzada tenint en compte la sentència recent del Tribunal de Justícia de la Unió Europea (TJUE) i la interpretació que fa el Tribunal de la Directiva 95/46, sobre protecció de dades personals,⁴⁷ i d'altra banda, mitjançant l'aprovació de la Directiva sobre ciberseguretat, encara en fase de projecte.

Un darrer bloc de mesures proposades per la CE pretén maximitzar el potencial de creixement de l'economia digital europea mitjançant la construcció d'una economia de les dades amb la finalitat d'establir les condicions marc adequades per a un

44. Directiva 2002/22/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa al servei universal i els drets dels usuaris en relació amb les xarxes i els serveis de comunicacions electròniques (DOUE, núm. L 108 [24 abril 2002]).

45. CE, *Una estratègia para el mercado único digital de Europa*, p. 13.

46. Directiva 2010/13/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 10 de març de 2010, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual (DOUE, núm. L 95/1 [15 abril 2010]).

47. STJUE de 6 d'octubre de 2015 (C-362-14). Cfr. també CE, *Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a al libre circulación de estos datos (Reglamento general de protección de datos)* (COM (2012) 11 final), Brusel·les, CE, 25 de gener de 2012, p. 2 i seg.

mercat únic de macrodades (*big data*) i *cloud computing*, possibilitat per la informatització i digitalització dels sectors industrials.⁴⁸ La proposta de la CE es basa en la lliure circulació de dades, tot eliminant els obstacles no relacionats amb la protecció de dades personals, i en una iniciativa de *cloud computing* a escala europea (*European cloud*). La proposta se centrarà en àmbits considerats primordials per al mercat únic digital, com ara la sanitat electrònica o la planificació del transport i l'energia.⁴⁹ Aquestes mesures s'han de concretar en el Pla d'Acció Europeu sobre Administració Electrònica 2016-2020,⁵⁰ que preveu possibilitar la interconnexió dels registres mercantils per a l'any 2017, així com la creació de la e-Administració, que connectarà els serveis públics a tot Europa, i l'establiment, per a l'any 2018, d'un sistema de contractació pública totalment electrònic.

3. L'ESTRATÈGIA DE LA COMISSIÓ EUROPEA COM A PUNT DE PARTIDA

El sector de les TIC és directament responsable del 5 % del PIB de la UE.⁵¹ L'avaluació estimada dels possibles beneficis d'un mercat únic digital europeu, segons la Comissió Europea, ha servit per a destacar la seva importància i prioritat per a la UE. Un estudi recent del Servei d'Estudis Parlamentaris del PE estableix que el mercat únic digital europeu generaria 520.000 milions d'euros segons els preus actuals del PIB de la UE, cosa que significa un creixement de més del 4 % anual. *A contrario sensu*, aquest seria el cost estimat de la no realització del mercat únic digital d'aquí a l'any 2020.⁵² La CE calcula que un mercat únic digital europeu comportaria que el 80 % de les organitzacions reduïssin els seus costos un 10-20 %, una millora de la productivitat estimada del 41 %, per l'increment en la utilització dels serveis en línia i del *cloud computing*, una millora de la normalització de l'ús de les noves tecnologies del 35 %, del teletreball del 46 %, de noves possibilitats de negoci mitjançant el comerç electrònic del 33 % i dels mercats del 32 %.⁵³ S'estima, tanmateix, que el benefici del comerç electrònic per als consumidors podria ser quantificat en 204.000 milions d'euros (equivalent a l'1,7 %

48. Cfr. CE, *Hacia una economía de los datos próspera* (COM (2014) 442 final), Brussel·les, CE, 2 de juliol de 2014, p. 4.

49. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 16.

50. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 19-20.

51. Resolució del Parlament Europeu de 20 d'abril de 2012, sobre un mercat únic digital competitiu (DOUE, C258 E/64 [7 setembre 2013]).

52. Joseph DUNNE, *Estimación del coste de la no Europa 2014-19*, Brussel·les, Parlamento Europeu, Servicio Europeo de Estudios Parlamentarios, Unidad de Valor Añadido Europeo (març 2014), p. 8; cfr. també la comunicació de la CE, *Un marco coherente para aumentar la confianza*, p. 2.

53. Comunicacions de la CE, *Liberar el potencial de la computación en nube en Europa*, p. 9, i *Un marco coherente para aumentar la confianza*, p. 2.

del PIB europeu) i que en resultarien especialment beneficiades les persones d'edat avançada, les persones amb problemes de mobilitat, les que viuen aïllades en zones rurals i les que tenen escàs poder adquisitiu.⁵⁴ Són beneficiats que s'identifiquen tant per als ciutadans com per al medi ambient⁵⁵ i que deriven de millorar l'accés a la informació, de reduir costos i preus, i d'introduir nous models empresarials i administratius.

És cert, però, que, a pesar d'aquesta exposició de dades, difícilment els beneficis d'un mercat únic digital poden concretar-se fins a la solució de tots els obstacles que s'entreuen.⁵⁶ I el principal obstacle és la fragmentació del sistema jurídic de la UE. Com hem dit, Europa segueix sent un mosaic de mercats nacionals en línia.⁵⁷ Els proveïdors han d'adaptar el seu negoci a cada estat membre d'acord amb la legislació nacional aplicable i, pel que fa a la normativa europea, han d'atendre la forma en què aquell estat l'ha transposat i han de vigilar la possibilitat que hagi establert una protecció superior al mínim que exigeix la norma comunitària. Lògicament, aquests factors també impliquen majors costos per a les empreses.⁵⁸ D'altra banda, la proliferació de normes comunitàries ha donat lloc al que ha estat definit per la mateixa CE com una «jungla» normativa,⁵⁹ que genera confusió i inseguretat i obliga a una simplificació i reconducció d'una dispersió de normes que no sempre estan coordinades entre si.

També les notables diferències tant idiomàtiques com culturals a Europa fan que els consumidors siguin reticents i tinguin dificultats per a operar en les pàgines web d'altres estats membres.⁶⁰ L'existència de pràctiques comercials restrictives i d'obstacles legals que impedeixen accedir a serveis digitals d'altres estats membres (geobloqueig) i permeten la discriminació de preus, així com la manca d'imposició a tots els estats membres d'un nivell mínim de seguretat en les tecnologies, xarxes i serveis digitals, dificulten la necessitat fonamental de restablir la confiança dels usuaris en la utilització de les tecnologies i els serveis digitals i en línia.⁶¹ Aquests obsta-

54. CE, *Un marco coherente para aumentar la confianza*, p. 3.

55. CE, *Un marco coherente para aumentar la confianza*, p. 3; cfr. Charlotte DUKE, Mark LEWIS, Claire BERNARD i Gavan CONLON, *A European single point of contact*, Brussel·les, Directorate General for Internal Policies, Policy Department Economic and Scientific Policy, juliol de 2013, p. 14.

56. Mariusz MACIEJEWSKI, Nina Isabel CAROLINE FISCHER i Yana ROGINSKA, *Streaming and online access to content and services*, Brussel·les, Comissió de Mercat Interior i Protecció del Consumidor del Parlament Europeu, març de 2014, p. 6 i seg.

57. Expressió emprada per la CE en la comunicació *Una agenda digital para Europa*, p. 6.

58. EUROPEAN POLICY CENTER, *The economic impact of a European digital single market*, Copenhagen, Copenhagen Economics, març de 2010, p. 25.

59. CE, *Liberar el potencial de la computación en nube en Europa*, p. 6.

60. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa*, p. 4.

61. Cfr. l'informe del MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO i MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, *Una agenda digital para España*, Madrid, Ministerio de Industria, Energía y Turismo i Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, febrer de 2013, p. 8. Sobre la qüestió de la denominada *ciberseguretat*, es manté i es debat una proposta de directiva relativa a les mesures per a garantir un elevat nivell comú de seguretat de les xarxes i de la informació de la UE. Cfr. CE, *Propuesta de directiva*

cles alhora minven la voluntat de les empreses d'invertir en l'estructura digital ja existent i evidencien que a Europa el comerç en línia transfronterer, a pesar del seu creixement, es manté baix, així com la utilització de les TIC, si es compara amb la situació d'altres països com els Estats Units o el Japó.⁶² El principal indicatiu d'aquests obstacles és la constatació per estudis recents que només el 7% de les petites i mitjanes empreses de la UE comercialitzen més enllà de les fronteres del seu país, i només un 24% creuen que es produiran beneficis a causa d'un mercat únic digital europeu i manifesten la seva preocupació per l'impacte econòmic negatiu en el seu propi negoci.⁶³ La perspectiva de la realització del mercat únic digital europeu per a l'any 2016 està confrontada amb aquesta realitat constatada per les enquestes: el 92% de les empreses europees admeten al final del 2015 que no estan preparades per al mercat únic digital europeu.⁶⁴

És difícilment imaginable que el desitjat mercat únic europeu estigui plenament operatiu el 2016 i aporti els beneficis que s'anuncien en un lapse de temps tan breu. Les propostes plantejades per la CE durant el 2015 són propostes genèriques que han de ser concretades durant els propers mesos i que, de moment, han de ser enteses com un punt de partida cap a l'objectiu final.

BIBLIOGRAFIA

- ABAD, Sajid. *El comercio electrónico 2014*. Barcelona: OBS Online Business School, 2014.
- BARÓN CRESPO, Enrique. «Una salida digital a la crisis económica de Europa». A: MAROTO, Reyes; STRITSKY, Johannes Von. *Sumando ideas: Una salida digital a la crisis económica en Europa*. Madrid: Fundación Ideas, 2013.
- CABRÉ, M. Teresa; ESTOPÀ, Rosa; TEBÉ, Carles (ed.). *La terminología en el siglo XXI: Contribución a la cultura de la paz, la diversidad y la sostenibilidad*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra: Institut Universitari de Lingüística Aplicada, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *L'era de la informació: economia, societat i cultura: La societat xarxa*. Vol. I. Barcelona: UOC, 2003.

del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a medidas para garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y de la información en la Unión (COM (2013) 48 final), Brusel·les, CE, 7 de febrer de 2013.

62. EUROPEAN POLICY CENTER, *The economic impact*, p. 4; Enrique BARÓN CRESPO, «Una salida digital a la crisis económica de Europa», a Reyes MAROTO i Johannes Von STRITSKY, *Sumando ideas: Una salida digital a la crisis económica en Europa*, Madrid, Fundación Ideas, 2013, p. 48; Sajid ABAD, *El comercio electrónico 2014*, Barcelona, OBS Online Business School, 2014, p. 4 i seg.

63. CE, *Una estrategia para el mercado único digital de Europa. Análisis y evidencia*, p. 7. Cfr. també el recent estudi elaborat per Ricoh Europe a l'octubre de 2015, que pot consultar-se en línia a <<http://www.ricoh.es/>> (consulta: 10 novembre 2015).

64. Estudi de Ricoh Europe d'octubre de 2015.

- COMISSIÓ EUROPEA (CE). *Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador* (COM (2010) 2020 final). Brussel·les: CE, 3 de març de 2010.
- *Una agenda digital para Europa* (COM (2010) 245 final). Brussel·les: CE, 19 de maig de 2010.
- *Hacia un acta del mercado único por una economía social de mercado altamente competitiva: cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor todos juntos* (COM (2010) 608 final). Brussel·les: CE, 27 d'octubre de 2010.
- *Acta del mercado único: doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza. «Juntos por un nuevo crecimiento»* (COM (2011) 0206 final). Brussel·les: CE, 13 d'abril de 2011.
- *Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a una normativa común de compraventa europea* (COM (2011) 635 final). Brussel·les: CE, 11 d'octubre de 2011.
- *Un marco coherente para aumentar la confianza en el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea* (COM (2011) 0942). Brussel·les: CE, 11 de gener de 2012.
- *Propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento general de protección de datos)* (COM (2012) 11 final). Brussel·les: CE, 25 de gener de 2012.
- *Mejorar la gobernanza del mercado único* (COM (2012) 259 final). Brussel·les: CE, 8 de juny de 2012.
- *Liberar el potencial de la computación en nube en Europa* (COM (2012) 529 final). Brussel·les: CE, 27 de setembre de 2012.
- *Acta del mercado único II. Juntos por un nuevo crecimiento* (COM (2012) 573 final). Brussel·les: CE, 3 d'octubre de 2012.
- *Propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a medidas para garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y de la información en la Unión* (COM (2013) 48 final). Brussel·les: CE, 7 de febrer de 2013.
- *Balance de la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador* (COM (2014) 130 final). Brussel·les: CE, 5 de març de 2014.
- *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, relativo al funcionamiento del reglamento (CE) n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores (reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores)* (COM (2014) 439 final). Brussel·les: CE, 1 de juliol de 2014.
- *Hacia una economía de los datos próspera* (COM (2014) 442 final). Brussel·les: CE, 2 de juliol de 2014.
- *Estudio prospectivo anual sobre el crecimiento para 2015* (COM (2014) 902 final). Brussel·les: CE, 28 de novembre de 2014.

- COMISSIÓ EUROPEA. *Programa de trabajo de la Comisión para 2015. Un nuevo comienzo. Anexo II: lista de retiradas o modificaciones de propuestas pendientes* (COM (2014) 910 final). Brusel·les: CE, 16 de desembre de 2014.
- *Una estrategia para el mercado único digital de Europa. Análisis y evidencia* (SWD (2015) 100 final). Brusel·les: CE, 6 de maig de 2015.
- *Una estrategia para el mercado único digital de Europa* (COM (2015) 192 final). Brusel·les. CE, 6 de maig de 2015.
- DUCH-BROWN, Néstor; MARTENS, Bertin. *Consumer benefits from EU digital single market: evidence from household appliances markets*. Sevilla: EC: Joint Research Center: Institute for Prospective Technological Studies, abril 2014.
- DUKE, Charlotte; LEWIS, Mark; BERNARD, Claire; CONLON, Gavan. *A European single point of contact*. Brusel·les: Directorate General for Internal Policies: Policy Department Economic and Scientific Policy, juliol de 2013.
- DUNNE, Joseph. *Estimación del coste de la no Europa 2014-19*. Brusel·les: Parlamento Europeo: Servicio Europeo de Estudios Parlamentarios: Unidad de Valor Añadido Europeo, març de 2014.
- EUROPEAN POLICY CENTER. *The economic impact of a European digital single market*. Copenhaguen: Copenhagen Economics, març de 2010.
- EY (ERNST & YOUNG). *Assessment of the application and impact of the VAT exemption for importation of small consignments*. Brusel·les: Comissió Europea, maig de 2015.
- GARCÍA LEIVA, M. Trinidad. «La Unión Europea y el espectro radioeléctrico: de la armonización técnica a la liberalización del interés público». *Redes.Com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* [Sevilla], núm. 5 (2009).
- MACIEJEWSKI, Mariusz; CAROLINE FISCHER, Nina Isabel; ROGINSKA, Yana. *Streaming and online access to content and services*. Brusel·les: Parlament Europeu, Comissió de Mercat Interior i Protecció del Consumidor, març de 2014.
- MANKO, Rafal. *Contract law and the digital single market. Towards a new EU online consumer sales law?* Brusel·les: European Parliamentary Research Service, setembre de 2015.
- MASUDA, Yoneji. *La sociedad informatizada: como sociedad post-industrial*. Madrid: Tecnos, 1984.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO; MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. *Una agenda digital para España*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo; Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, febrer de 2013.
- MONTI, Mario. *Una nueva estrategia para el mercado único al servicio de la economía y la sociedad de Europa (Informe al presidente de la Comisión Europea José Manuel Barroso)*, de 9 de maig de 2010.
- *Rapport d'information fait au nom de la Commission des Finances (1) sur le e-commerce: propositions pour une TVA payée à la source*. Informe de la Comissió de Finances del Senat francès núm. 691 (2014-2015), de 17 de setembre de 2015.

SALVAT MARTINREY, Guiomar; SERRANO MARÍN, Vicente. *La revolución digital y la sociedad de la información*. Sevilla; Zamora: Comunicacion Social, 2011.

VALPUESTA GASTAMINZA, Eduardo. «La propuesta de normativa común de compra-venta europea (CESL), un paso más hacia la unificación del derecho de contratos en la Unión Europea, lastrado por la protección al consumidor». *Cuadernos de Derecho Transnacional* [Madrid], vol. 5, núm. 1 (març 2013).