

Expunere de motive:

În contextul evoluțiilor tehnologice constante, atât la nivel regional, cât și global, care produc un impact semnificativ asupra percepției și modalității în care sunt organizate și desfășurate activitățile economice, conducând, în același timp, economiile statelor pe drumul tranziției către digitalizare, comerțul electronic reprezintă un pilon relevant ce poate repositiona un stat precum România în rândul acelora ce utilizează resursele digitale disponibile în vederea asigurării creșterii economice.

Studiile realizate în cursul acestui an¹ au subliniat importanța, în contextul economiei digitale, dar și avantajele comerțului electronic pentru cel puțin doi factori, respectiv comercianții și consumatorii, încurajând și contribuind în același timp la dezvoltarea antreprenoriatului. Astfel, datele indică faptul că, din perspectiva comercianților, vânzarea prin intermediul canalelor online este un mijloc facil, ce asigură accesul la un număr mare de clienți, eliminând restricțiile impuse de prezența fizică într-un anumit punct de vânzare, ce limitează accesul la clientelă. De altfel, și din perspectiva consumatorilor, comerțul electronic reprezintă o modalitate avantajoasă pentru acoperirea nevoilor, întrucât asigură accesul la un număr mare de comercianți și produse, având posibilitatea să aleagă dintr-o ofertă diversificată și în continuă expansiune. În plus, comerțul electronic reprezintă un teren neutru pentru orice antreprenor, indiferent de natura activității sale, putând fi un canal de intermediere inclusiv pentru cei ce desfășoară activități nișate, întrucât deschide calea accesului pe o piață fără bariere, angajând costuri minime în acest sens.

Un alt aspect relevant² în datele oficiale ale Institutului Național de Statistică arată că, în ceea ce privește România, comerțul electronic a cunoscut în ultimii ani o creștere importantă, chiar dacă încă înregistrează ponderi scăzute comparativ cu celelalte state membre ale Uniunii Europene. Conform datelor Raportului DESI 2019³, comerțul electronic a contribuit în mod activ la dezvoltarea și creșterea economică, prin tranzacționarea unui volum consistent de bunuri și servicii.

Toate aceste date indică faptul că există un potențial de creștere semnificativ al comerțului electronic pe care România îl poate valorifica prin stimularea acestuia, prin acțiuni de creștere a gradului de informare și conștientizare în rândul cetățenilor și a comercianților deopotrivă.

În sensul prezentei legi, prin comerț electronic se vor înțelege prevederile Legii nr. 365/2002 privind comerțul electronic.

Instituirea „Zilei naționale a comerțului electronic” reprezintă recunoașterea digitalizării activităților economice și în România, precum și alinierea la conceptul „economie digitală”, asigurând un cadru legislativ pentru conștientizarea, informarea și încurajarea unui motor al fenomenului digital, astfel cum a fost conceput și dezvoltat comerțul electronic.

¹ Conferința Națiunilor Unite privind Comerțul și Dezvoltarea – UNCTAD (2019), „Raport privind economia digitală 2019 – Crearea și captarea valorii: implicații pentru țările în curs de dezvoltare”, accesibil la adresa: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf

² Institutul Național de Statistică, „Accesul populației la tehnologia informației și comunicațiilor - România 2018”, publicat în Decembrie 2018, accesibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/accesul_populatiei_la_tehnologia_informatiei_si_comunicatiilor_romania_2018.pdf

³ Comisia Europeană, „Indicele economiei și societății digitale 2019, Raport de țară pentru România”, accesibil la adresa: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=60003

LISTĂ SEMNĂTURI

Propunerea legislativă privind instituirea zilei de 15 octombrie ca “Ziua națională a comerțului electronic”.

[illegible]

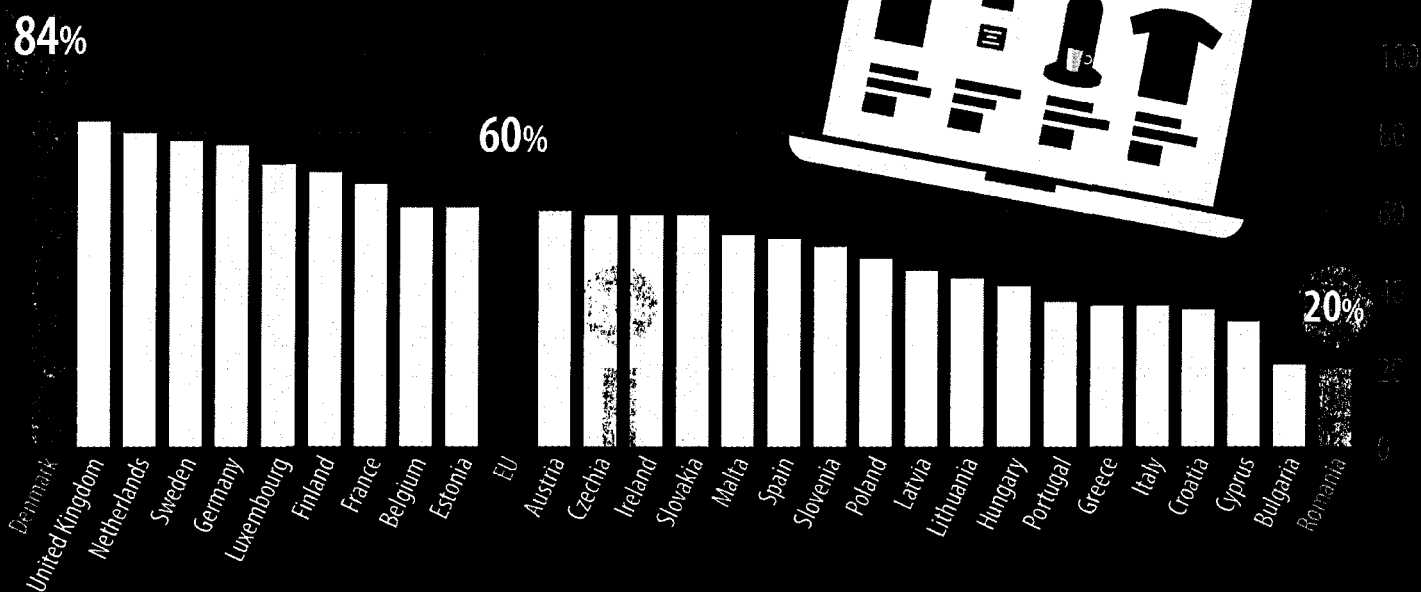
ANEXA LA RAPORTUL DE MOTIVIE

LEGE PRIVIND INSTITUIREA ZILEI DE
15 OCTOMBRIE CA „ZIUA NAȚIONALĂ
A COMERȚULUI ELECTRONIC”

Situația din
România vs. EU

Share of people who shopped online

(during the last year, % of population aged 16 to 74, 2018 data)



ec.europa.eu/eurostat

Evoluție România vs. media EU în 2018 - comerț electronic (% populație)

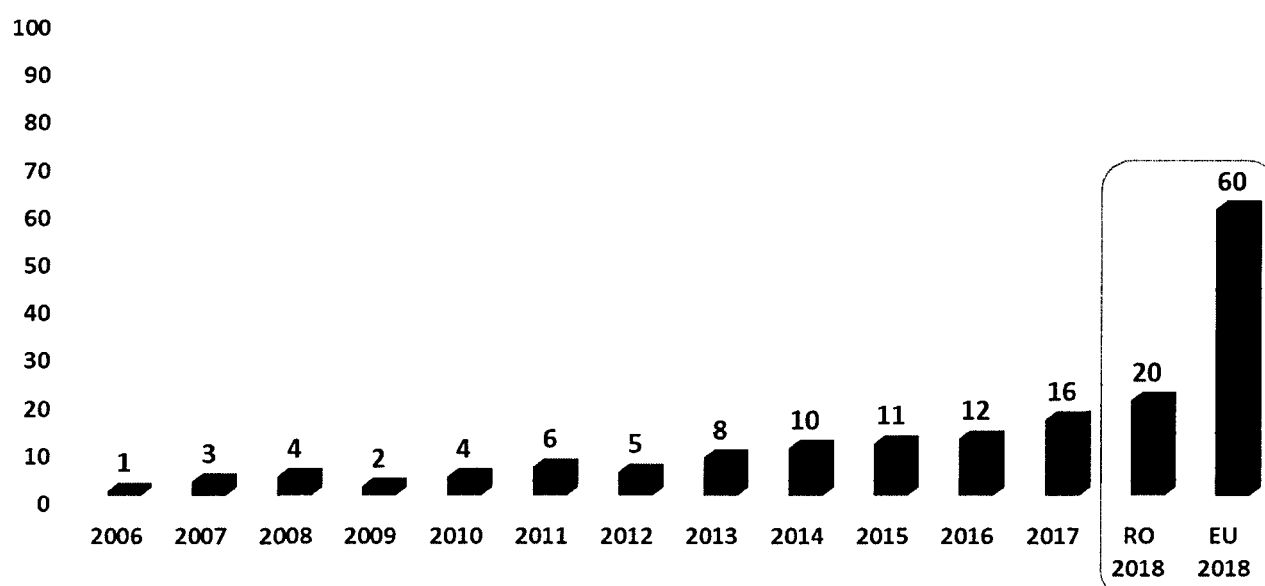


Fig. 1 - Sursa date: Eurostat 2019

Români care au cumpărat online în funcție de vârstă (% din categoria de vârstă)

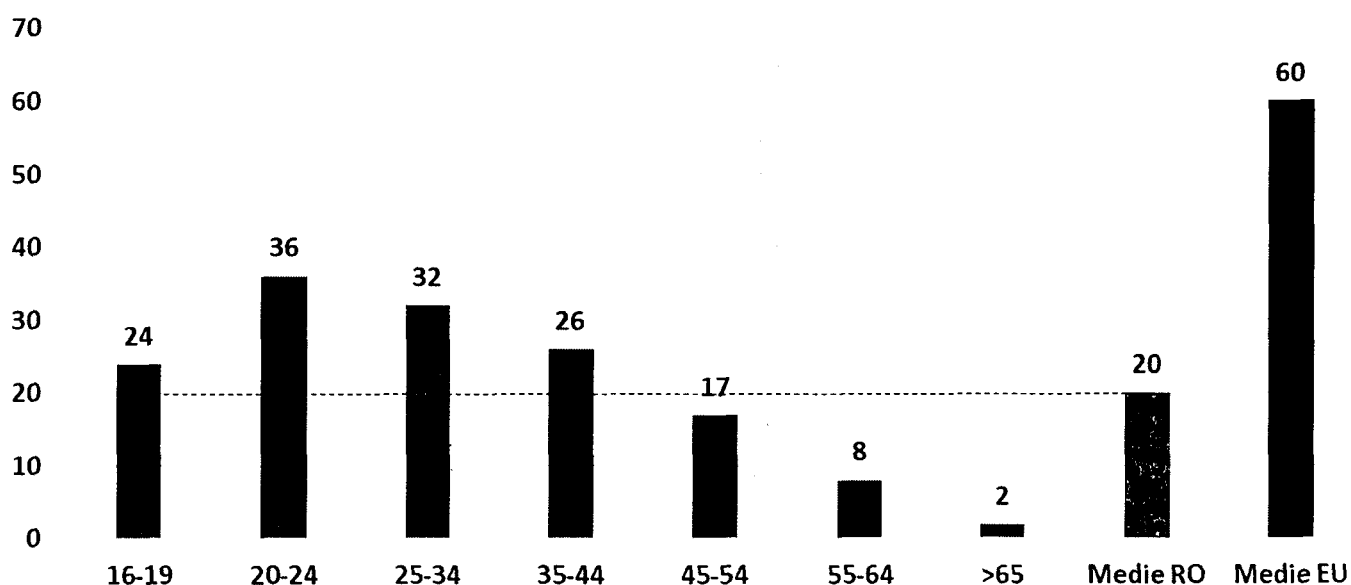


Fig. 2 - Sursa date: Eurostat 2019

Ce au cumpărat românii online? % raportat la total 20% populație care a achiziționat online în ultimul an

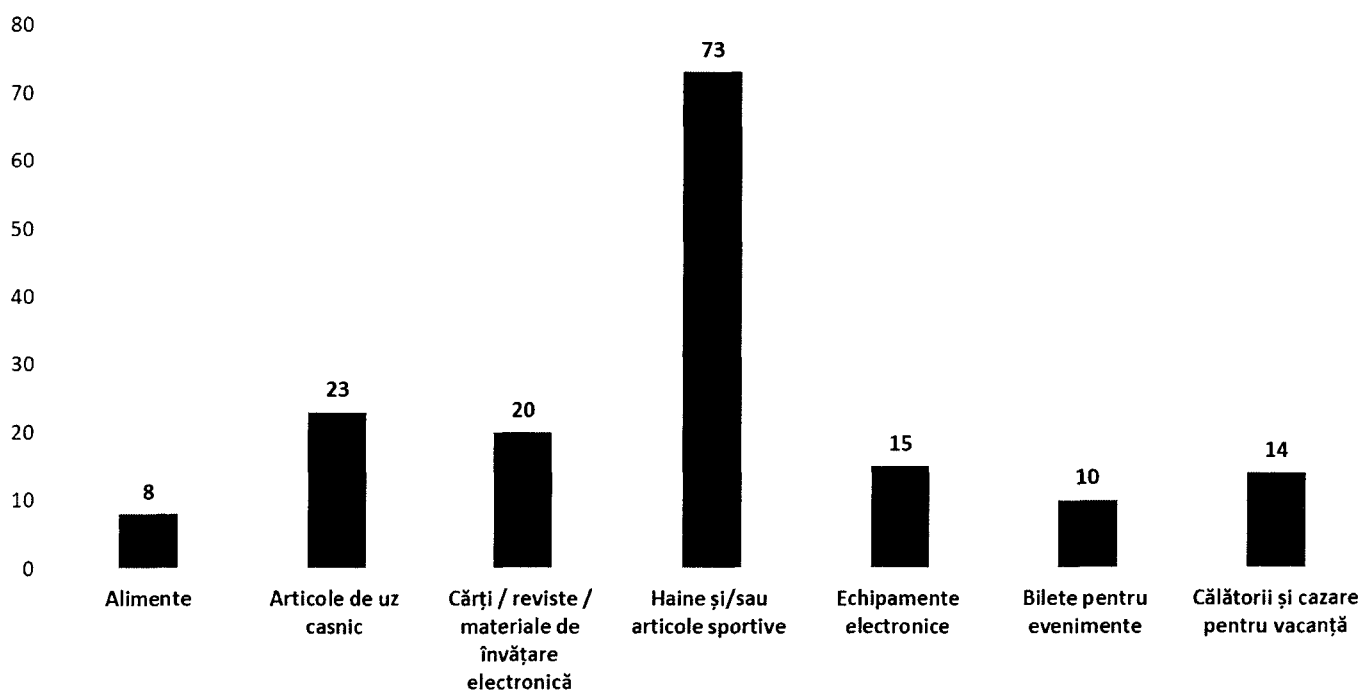


Fig. 3 - Sursa date: Eurostat 2019