

CHALLENGES AND EXPECTATIONS FROM THE DIGITAL SINGLE MARKET. THE CASE OF ESTONIA

Eduard CĂLINOIU¹

Abstract:

The Digital Single Market (DSM) is Europe's strategy for ensuring that individuals and businesses have the best possible access online. A Digital Single Market (DSM) is one in which the free movement of people, services and capital is ensured and in which individuals and businesses can seamlessly access and engage in online activities under conditions of fair competition and a high level of consumer and personal data protection, regardless of their nationality or place of residence.

Keywords: *provocations; expectations; digital single market; the case of Estonia*

De la Lisabona și până în zilele noastre, Uniunea Europeană și-a îndeplinit cu succes angajamentul de a crea o piață unică și de a reglementa un cadru legal concurențial bazat pe egalitate și cooperare între cetățeni, însă factorii de configurare actuali răspund unei nevoi inovatoare, respectiv Piața Unică Digitală. Privind în perspectivă, statele membre au înțeles necesitatea accederii Uniunii Europene la economia digitală mondială, care este dominată chiar și în prezent de actori importanți ca Statele Unite și Republica Populară Chineză. În acest context, începând cu anii 2000, Uniunea Europeană și-a concentrat toate mecanismele decizionale și instituționale în scopul realizării tuturor eforturilor necesare pentru atingerea potențialului de digitalizare.

Uniunea a ales o abordare strategică a Pieței Unice Digitale, bazându-se în preponderență pe digitalizarea unor sectoare cheie de activitate. În același timp, aceasta urmărește ralierea tuturor statelor membre la standardele digitale europene, state printre care se numără și România.

Piața unică digitală stimulează economia, reduce impactul asupra mediului și îmbunătățește calitatea vieții prin intermediul comerțului electronic și al e-guvernării.

Piața și serviciile guvernamentale evoluează de la platformele fixe la cele mobile, devenind din ce în ce mai omniprezente.

Aceste evoluții necesită un cadru de reglementare al Uniunii Europene pentru dezvoltarea tehnologiilor „cloud”, accesul transfrontalier la conținuturi și accesul fără frontiere la transferul datelor pe dispozitivele mobile, protejând în același timp viața privată, datele cu caracter personal și asigurând securitatea cibernetică. Piața Unică Digitală europeană a jucat un rol esențial în menținerea economiei Uniunii Europene și în sprijinirea cetățenilor europeni pe parcursul crizei COVID-19. Actul legislativ privind serviciile digitale² (ASD) și Actul legislativ privind piețele digitale³ (APD) sunt două deziderate ce vor revoluționa piața unică digitală în următorii ani⁴.

Piața unică digitală constă, în esență, în eliminarea barierelor naționale din calea tranzacțiilor online. Aceasta se bazează pe conceptul de piață comună, menită să elimine barierele comerciale dintre statele membre, pentru a crește prosperitatea economică și a contribui la o „uniune tot mai profundă între popoarele Europei”, care s-a dezvoltat ulterior

¹ Lect. univ. dr., Universitatea „Hyperion”, Facultatea de Științe juridice, București, ecalinoiu@hotmail.com.

² Regulamentul (UE) 2022/2065 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 octombrie 2022 privind o piață unică pentru serviciile digitale și de modificare a Directivei 2000/31/CE (Regulamentul privind serviciile digitale), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, JOL 277 din data de 27 octombrie 2022.

³ Regulamentul (UE) 2022/1925 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 septembrie 2022 privind piețe contestabile și echitabile în sectorul digital și de modificare a Directivelor (UE) 2019/1937 și (UE) 2020/1828 (Regulamentul privind piețele digitale), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, JOL 265 din data de 12 octombrie 2022.

⁴ Pachetul legislativ privind serviciile digitale se poate accesa pe pagina de internet următoare: [digitalhttps://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package).

într-un concept de piață internă, definită ca „un spațiu fără frontiere interne, în care libera circulație a mărfurilor, a persoanelor, a serviciilor și a capitalurilor este asigurată”. În continuarea Strategiei de la Lisabona¹, Strategia Europa 2020 a introdus Agenda digitală pentru Europa² drept una dintre cele șapte inițiative emblematice, recunoscând rolul-cheie de catalizator pe care utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC) va trebui să îl joace dacă UE dorește să-și realizeze cu succes ambițiile pentru 2020³. În Strategia sa privind piața unică digitală (COM(2015) 0192 final) și, mai recent, în Programul pentru Europa 2019-2024 al Președintei Comisiei, Comisia⁴ a recunoscut caracterul prioritar al pieței unice digitale.

Piața unică digitală are potențialul de a îmbunătăți accesul la informații, de a spori eficiența prin costuri mai reduse ale tranzacțiilor, un consum dematerializat și o amprentă ecologică redusă, precum și de a introduce modele administrative și de afaceri îmbunătățite⁵. Dezvoltarea comerțului electronic generează beneficii concrete pentru consumatori, cum ar fi noi produse cu o evoluție rapidă, prețuri mai scăzute, o ofertă mai variată și o mai bună calitate a bunurilor și a serviciilor, deoarece duce la intensificarea comerțului transfrontalier și la compararea mai simplă a ofertelor. În plus, dezvoltarea serviciilor de *e-guvernare* facilitează conformitatea online și accesul la locuri de muncă și oportunități de afaceri atât pentru rezidenții europeni, cât și pentru întreprinderi.

Având în vedere că nu a fost încă fructificat întregul potențial al Pieței interne, principalele instituții europene au depus eforturi de a o relansa și de a plasa populația, consumatorii și întreprinderile mici și mijlocii (IMM-urile) în centrul politicii privind piața unică⁶. Piața unică digitală joacă un rol proeminent în cadrul acestor eforturi.

În Comunicarea sa intitulată „*Europa 2020 - O strategie europeană pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii*” [COM (2010) 2020 final], Comisia a prezentat șapte inițiative emblematice - inclusiv agenda digitală - al căror scop este de a transforma Europa „într-o economie inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii, caracterizată prin niveluri ridicate de ocupare a forței de muncă, productivitate și coeziune socială”.

Piața Unică Digitală nu este un subiect de actualitate. Ea își are originea încă de la începutul anilor 2000, când, prin *Directiva 2000/31/CE* a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății

¹ Scopul Strategiei de la Lisabona era de a transforma Uniunea Europeană în „cea mai competitivă și dinamică economie bazată pe cunoaștere la nivel mondial, capabilă de o creștere economică sustenabilă, cu locuri de muncă mai multe și mai bune și o mai mare coeziune socială”.

² A se vedea documentul cu titlul: „*Conturarea viitorului digital al Europei*” în cadrul <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en>.

³ A se vedea Maciejewski Michał et al., *Streaming and Online Access to Content and Services* (Streamingul și accesul online la conținut și servicii), publicație pentru Comisia pentru Piața internă și protecția consumatorilor (IMCO), Departamentul tematic pentru politici economice, științifice și privind calitatea vieții, Parlamentul European, Luxemburg, 2014. A se vedea [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/492435/IPOL-IMCO_ET\(2014\)492435_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/492435/IPOL-IMCO_ET(2014)492435_EN.pdf).

⁴ Pe 15 decembrie 2022, președinta Comisiei Europene, Ursula von der Leyen, a semnat Declarația europeană privind drepturile și principiile digitale, împreună cu președinta Parlamentului European, Roberta Metsola, și cu prim-ministrul ceh, Petr Fiala, în numele președinției rotative a Consiliului. Declarația, propusă de Comisie în ianuarie 2022, prezintă angajamentul UE față de o transformare digitală securizată, sigură și durabilă, care pune oamenii pe primul plan, în concordanță cu valorile principale și cu drepturile fundamentale ale Uniunii Europene.

⁵ A se vedea „*A Union that strives for more – My agenda for Europe: political guidelines for the next European Commission 2019-2024*” pe site-ul: <https://op.europa.eu/ro/publication-detail/-/publication/43a17056-ebf1-11e9-9c4e-01aa75ed71a1>.

⁶ Eforturile anterioare aveau ca scop îmbunătățirea funcționării pieței interne și asigurarea protecției consumatorilor, prin intermediul, spre exemplu: al Directivei privind protecția datelor (95/46/CE), al Directivei privind comerțul electronic (2000/31/CE), al pachetului de acte privind telecomunicațiile (care include Directiva 2002/58/CE asupra confidențialității și comunicațiilor electronice), al Directivei privind serviciile de plată (2007/64/CE), al Directivei privind drepturile consumatorilor (2011/83/UE) și al Regulamentului UE nr. 531/2012 privind roamingul.

informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă (directiva privind comerțul electronic), cu modificările și completările ulterioare, instituțiile europene coroborează concepte ca „piața internă” și „societatea informațională”.

Această directivă constituie doar începutul unor acte legislative numeroase adoptate la nivelul Uniunii în această materie, astfel încât, în anul 2015, Comisia Europeană lansează *Strategia privind Piața Unică Digitală*¹ (PUD). Prin această strategie, Președintele Comisiei trage un semnal de alarmă asupra disproporției dintre incapacitatea Uniunii de a se integra în Piața Unică Digitală, cauzată de fenomenul fragmentării legislative, și rapiditatea cu care tehnologia se dezvoltă, dar și asupra imperiozității tranziției către o economie digitală.

Piața unică digitală are potențialul de a îmbunătăți accesul la informații, de a spori eficiența prin costuri mai reduse ale tranzacțiilor, un consum dematerializat și o amprentă ecologică redusă, precum și de a introduce modele administrative și de afaceri îmbunătățite. Dezvoltarea comerțului electronic generează beneficii concrete pentru consumatori, cum ar fi noi produse cu o evoluție rapidă, prețuri mai scăzute, o ofertă mai variată și o mai bună calitate a bunurilor și a serviciilor, deoarece duce la intensificarea comerțului transfrontalier și la compararea mai simplă a ofertelor. În plus, dezvoltarea serviciilor de *e-guvernare* facilitează conformitatea online și accesul la locuri de muncă și oportunități de afaceri atât pentru rezidenții europeni, cât și pentru întreprinderi.

De asemenea, Strategia Comisiei Europene se bazează pe metoda fundamentală a celor trei piloni: „Acces”, „Ecosistem” și „Economie și Societate”. În ceea ce privește primul pilon, acestase concentrează pe *îmbunătățirea accesului la bunuri și servicii digitale în întreaga UE*², în așa fel încât consumatorii, fie că sunt persoane fizice sau persoane juridice, să poată facilita de conținut digital, servicii și comerț din jurisdicția altor state, beneficiind totodată de o protecție sporită a drepturilor sale. În acest context, geoblocarea este o practică discriminatorie ce produce efecte la nivelul Uniunii, constând în faptul că cetățenii unui stat al Uniunii nu pot accesa site-uri ce poartă „naționalitatea” unui alt stat³.

De asemenea, acest fenomen limitează substanțial alegerile consumatorilor și obligă companiile ce furnizează conținut sau servicii digitale, să își înființeze site-uri locale pe teritoriul fiecărui stat membru, în limitele și restricțiile impuse de fiecare cadru legislativ național, pentru a eluda astfel geoblocarea⁴. Prin implementarea primului pilon, practica geoblocării ar ajunge pe cale de dispariție, cetățenii europeni dobândind prerogativa de a-și exercita drepturile recunoscute de către dreptul european într-un cadru digital caracterizat printr-o uniformitate economică și legislativă.

Cel de-al doilea pilon are ca principal obiectiv crearea unui ecosistem în care rețelele digitale și serviciile să prospere și a unor condiții de concurență echitabile pentru dezvoltarea rețelelor digitale și a serviciilor inovatoare. Timiditatea Uniunii Europene în ceea ce privește implementarea PUD o introduce la finalul clasamentului economiei mondiale digitale, dezvoltarea acesteia fiind împiedicată în mod sistematic de fenomenul fragmentării⁵.

Prin Strategia privind Piața Unică Digitală, Comisia identifică potențialul Uniunii de a deveni lider mondial al economiei digitale, acest pilon constituind chiar transpunerea practică a acestei afirmații. O economie digitală prosperă presupune un cadru legislativ unitar, care să

¹ Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor [COM (2015) 0192 final] cu titlul: „O strategie privind piața unică digitală pentru Europa” adoptată în data de 06 mai 2015 la Bruxelles. A se vedea la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52015DC0192>.

² *What is the digital single market about?* A se vedea întreg articolul pe pagina Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/bloc-4.html>.

³ Gaftea (coord.), Ioniță, Nițu, Popa – *România și Piața Unică Digitală a Uniunii Europene. Oportunități și provocări*, Studii de Strategie și Politici SPOS 2017, Institutul European din România, pg. 30.

⁴ Gaftea (coord.), Ioniță, Nițu, Popa, op.cit.

⁵ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor - *O strategie privind piața unică digitală pentru Europa*, la <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>.

consacre protecția juridică a drepturilor fundamentale ale cetățenilor și care să creeze în același timp un mediu favorabil de dezvoltare a actorilor economici europeni. Așadar, cel de-al doilea pilon are în vedere adoptarea unor noi propuneri de regulamente în domenii de reglementare ca protecția datelor, securitatea cibernetică, comerțul electronic și drepturile de autor.

În continuare, cel de-al treilea pilon învederează necesitatea pregătirii societății pentru tranziția spre digitalizare, sub aspectul valorificării la maximum a potențialului de creștere al economiei digitale sub aspectul educării acesteia în acest spirit, cât și a creșterii potențialului economiei digitale. Întrucât acest proces implică transformări atât din punct de vedere legislativ, cât și economic și social, pregătirea cetățenilor europeni pentru acest deziderat reprezintă un punct important pe lista de sarcini a instituțiilor europene, pentru ca schimbarea să nu surprindă o Uniune Europeană nepregătită și pentru ca implementarea să se realizeze în condiții optime.

Abordarea teoretică a celor trei piloni a reușit să se obiectivizeze la nivelul Uniunii prin adoptarea unor serii de propuneri de acte legislative europene¹, dar și prin lansarea unor proiecte și planuri de acțiune.

În privința primului pilon, Directiva 2018/1772 a Parlamentului European și a Consiliului din data de 11 decembrie 2018 de instituire a Codului european al comunicațiilor electronice, cu modificările și completările ulterioare, are drept scop convergența sectoarelor de telecomunicații, pentru ca cetățenii Uniunii să beneficieze de un acces nelimitat la platformele digitale și de un internet de mare viteză. Mai mult, așteptările Comisiei se ridică până la crearea unei infrastructuri solide care să permită astfel realizarea unei Societăți Gigabit² până în anul 2025, pentru a se atinge idealul de interconectivitate și rapiditate a rețelelor. Din păcate, însă, România, alături de alte state europene, nu au reușit să transpună directiva în legislația națională în termenul legal, Comisia declanșând procedura de *infringement* împotriva acestora, ajungând ulterior și în fața Curții de Justiție pentru aplicarea de sancțiuni³.

Referitor la practica geoblocării, aceasta a fost soluționată de Uniunea Europeană prin adoptarea *Regulamentului (UE) 2018/302* al Parlamentului European și al Consiliului din 28 februarie 2018 privind prevenirea geoblocării nejustificate și a altor forme de discriminare bazate pe cetățenia sau naționalitatea, domiciliul sau sediul clienților pe piața internă și de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 2006/2004 și (UE) 2017/2394, precum și a Directivei 2009/22/CE, cu modificările ulterioare⁴, eliminând anumite obstacole ce împiedicau relaționarea comercială dintre subiecte de naționalități diferite. Regulamentul general privind protecția datelor (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (RGPD)⁵ a venit ca un factor de consolidare a protecției drepturilor cetățenilor europeni,

¹ De la publicarea strategiei, Comisia a depus o serie de propuneri legislative vizând realizarea pieței unice digitale. Noile propuneri legislative aveau scopul de a aborda chestiuni precum geoblocarea nejustificată [COM(2016) 0289 final], livrarea transfrontalieră a coletelor (COM(2016) 0285 final), portabilitatea transfrontalieră a serviciilor de conținut online ([COM(2015) 0627 final], o revizuire a Regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului ([COM(2016) 0283 final], serviciile mass-media audiovizuale ([COM(2016) 0287 final], contractele de vânzare online și alte tipuri de contracte de vânzare la distanță de bunuri (COM(2015) 0635 final] și contractele de furnizare a conținutului digital ([COM(2015) 0634 final]. Comisia a publicat, de asemenea, o serie de comunicări în care explica viitoarele abordări în materie de politici, de exemplu cu privire la platformele online [COM (2016) 0288 final].

² Richard Feasey, *New EU Electronic Communications Code: interpretation and implementation*, articol publicat în Revista "CERRE", Noiembrie 2019, Bruxelles, la: <https://cerre.eu/publications/new-european-electronic-communications-code-interpretation-implementation/>.

³ Comunicat de presă al Comisiei Europene, 6 aprilie 2022. Pentru mai multe detalii a se vedea la: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_1975.

⁴ Publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, JOL 60I, din 02 Martie 2018.

⁵ Publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, JOL 119, din 04 Mai 2016.

realizând astfel și obiectivul celui de-al doilea pilon, și anume crearea unui ecosistem sigur, bazat pe o reglementare unitară care să asigure protecția drepturilor persoanelor fizice și juridice.

În cele din urmă, provocările generate de pandemia Covid-19 au canalizat atenția Comisiei către competențele lacunare ale societății europene din punct de vedere digital. Ca atare, cel de-al treilea pilon s-a concretizat prin lansarea unor programe de educare ca Europa Digitală, care este un program european de finanțare ce se concentrează pe introducerea tehnologiilor digitale în rândul cetățenilor, societăților comerciale și administrației publice (Comisia Europeană-Programul Europa Digitală), sau Planul de Acțiune *e-Health* ce are drept scop eficientizarea și creșterea calității sistemului sanitar prin digitalizarea sa.

De asemenea, „*Busola Digitală Europeană 2030*” [COM (2021) 118 final]¹ este un act important al Comisiei prin care se punctează o serie de domenii cheie pentru atingerea unei societăți digitalizate din toate punctele de vedere. Comisia amintește aspecte ca digitalizarea întreprinderilor, creșterea competențelor digitale ale cetățenilor și nu în ultimul rând digitalizarea serviciilor publice, ultima dintre acestea având implicații deosebite întrucât ar combate o serie de practici discriminatorii, ca de exemplu incapacitatea persoanelor cu dizabilități de a accesa serviciile publice.

Privind în plan extern, Piața Unică Digitală poate părea o provocare imensă pentru România, dat fiind faptul că tranzacțiile desfășurate pe piețele B2C (*Business to Consumer*)² de comerț electronic depășesc valori de miliarde de dolari. Totuși, acest lucru trebuie să impulsioneze țara noastră și să orienteze economia românească spre cerințele curente în materia pieței digitale, care va conduce la un acces neîngrădit din niciun punct de vedere al întreprinderilor și consumatorilor europeni la bunuri, respectiv servicii online. În mare, putem cataloga acest proces etapizat, ca și o sinergie între planul național și cel comunitar, existând o serie de beneficii care se răsfrâng unele asupra celorlalte. Tendințele spre care întreaga lume se îndreaptă, precum „*mobile banking*”-ul, afacerile bazate pe „*shared economy*”, *e-commerce*-ul, utilizarea *Big Data*, etc sugerează importanța infrastructurii de comunicații și financiare, care au înlocuit infrastructura care a guvernat până acum Piața Unică Europeană. Prin urmare, deși din punct de vedere al infrastructurii rutiere, feroviare, navale și aeriene România în continuare nu stă bine, domeniul digital poate transforma statul nostru într-un actant competitiv pe plan internațional, prin atragerea de investiții inovative, dar și prin reglementări adaptate la exigențele timpului, atât de natură juridică, cât și de cea administrativă.

Cazul Estoniei

Republica Estonia este un stat membru relativ tânăr. Chiar dacă secole la rând acesta a fost anexat la Uniunea Sovietică, odată cu recâștigarea independenței, acest stat a căpătat idealuri ambițioase caracterizate prin progres. Estonia reprezintă un exemplu veritabil al unei administrații publice complet digitalizate, fiind unul dintre cei mai reputați adepți ai principiului „*doar o singură dată*”. Odată cu dispariția influențelor sovietice, micul stat baltic a dorit să se desprindă în totalitate de tradițiile și practicile comuniste, adaptând o politică de guvernare extrem de modernă. Principiul „*once only*” a fost implementat prin intermediul programului „*X-Road*”, care este o soluție cu sursă deschisă prin care instituțiile și organizațiile pot face schimb de date și informații cu ajutorul internetului. Totodată, datorită arhitecturii sale moderne, acesta asigură interoperabilitate, integritate și confidențialitate părților implicate în raportul de schimb (Comisia Europeană- *X-Road Data Exchange Layer*)³. Datorită succesului acestui concept, Estonia a încheiat în anul 2015 un acord de cooperare

¹ Pentru mai multe detalii a se vedea: <https://eufordigital.eu/ro/library/2030-digital-compass-the-european-way-for-the-digital-decade/>.

² B2C înglobează acea formă de comerț electronic/online, bazată pe tranzacțiile efectuate în mod direct, prin intermediul internetului, de obicei sub forma unui magazin online, între o companie și consumatorul.

³ A se vedea la: <https://joinup.ec.europa.eu/collection/ict-security/solution/x-road-data-exchange-layer/about>.

formală, în domeniul X-Road, cu Finlanda, devenind și aceasta adeptă a acestui principiu, cooperarea ajungând chiar în punctul creării unei autorități comune de supraveghere a sistemului (Institutul Nordic pentru Soluții Interoperabile, INSI). În prezent, sistemul X-Road este testat și în domeniul sanitar din Germania, ca o metodă de prevenție și gestionare a situațiilor de criză, având ca exemplu pandemia Covid-19.

Politica de *e-Guvernare* a Estoniei are o istorie de aproape două secole și se bazează, de asemenea, pe *doi piloni*¹: programul „X-Road” și *cartea de identitate digitală*. Cei doi piloni se completează reciproc în cadrul unei arhitecturi instituționale utopice, deoarece foarte multe state, atât la nivel unional, cât și la nivel internațional, nu au reușit nici în ziua de astăzi să implementeze asemenea concepte. Aceștia se caracterizează prin interdependență, aducând un aport egal în procesele sociale din viața de zi cu zi, cetățenii Estoniei având astfel posibilitatea de a semna digital orice contract, de a accesa orice servicii publice ca de exemplu istoricul medical, de a plăti taxe sau de a vota². Deși Estonia este un stat digitalizat aproape în proporție de sută la sută, aceasta are idealuri și mai mari, idealuri ce se desprind din Agenda Digitală 2030³, care abordează concepte inovative ca: Guvernanța Digitală Verde, Guvernanță prin Inteligența Artificială și multe altele.

Ceea ce este interesant în cazul Estoniei este că, spre deosebire de cazul altor state în care domeniul privat este reprezentantul inovației și tehnologiei, în timp ce domeniul public are valențe pur conservatoriste, în cazul acesteia nu există asemenea prejudecăți. În Estonia digitalizarea a pătruns în toate domeniile vieții sociale, atât publice, cât și private, aceasta devenind astfel noul său concept de „tradiție” și totodată „coloana sa vertebrală”.

Estonia poate reprezenta un exemplu pentru statul român. Cele două state au contexte istorice asemănătoare, aflându-se secole la rând sub influența sovieticilor, însă perspective de viitor extrem de diferite. Un cadru legislativ și o infrastructură solidă pot schimba în totalitate criza administrației publice din România.

Totodată, Uniunea Europeană și-a îndeplinit misiunea de a impulsiona domeniul digital și dezvoltarea tehnologică într-un context de criză sanitară, climatică și nu în ultimul rând militară. Amintim în acest sens *Actul privind Europa interoperabilă*⁴ prin care instituțiile europene urmăresc atingerea idealului de guvernare digitală, potrivit unui model tripartit, care angrenează ca principali actori statul, cetățenii, dar și întreprinderile, în calitatea lor de sursă primară de „know-how” digital. Government as a Platform (GaaP) este un concept inovator dezvoltat la nivel de Uniune care are ca principal obiectiv crearea unei platforme interoperabile care să asigure o comunicare eficientă între stat și cetățenii săi. Aceasta se bazează pe mai multe nivele de interoperabilitate, ce se află într-un raport de maximă interdependență: tehnică, semantică, organizațională și juridică.

Apreciem faptul că, procesul de tranziție dinspre Piața Unică spre Piața Unică Digitală trebuie să fie uniform atât pe plan economic, cât și legislativ, pentru a proteja interesele tuturor statelor membre și a menține spiritul de unitate promovat la nivelul Uniunii Europene. În același timp, legiuitorul național fiind cel îndrituit cu transpunerea practică a acestui fenomen complex, acesta trebuie să aibă în vedere factorul uman, protejându-i interesele și lipsindu-l de vulnerabilități.

¹ Rainer Kattel, Ines Mergel, *Estonia's Digital Transformation: Mission Mystique and the Hiding Hand*, Oxford University Press, 2019, pg. 143 (<https://academic.oup.com/book/42635/chapter/358101931?login=false>).

² R. Kattel, I. Mergel, op.cit.

³ Pentru detalii: file:///C:/Users/eduard/Downloads/Digi%C3%BCChiskonna%20arengukava_ENG.pdf.

⁴ Propunere de Regulament al Parlamentului European și al Consiliului de stabilire a unor măsuri pentru un nivel ridicat de interoperabilitate a sectorului public în întreaga Uniune, [COM (2022) 720 final].

Bibliografie

Rainer Kattel, Ines Mergel, *Estonia's Digital Transformation: Mission Mystique and the Hiding Hand*, Oxford University Press, 2019.

Maciejewski Michał et al., *Streaming and Online Access to Content and Services*, publication for the Committee on the Internal Market and Consumer Protection (IMCO), Departamentul tematic pentru politici economice, științifice și privind calitatea vieții, Parlamentul European, Luxembourg, 2014.

Richard Feasey, *New EU Electronic Communications Code: interpretation and implementation*, Journal "CERRE", Noiembrie 2019, Bruxelles, la: <https://cerre.eu/publications/new-european-electronic-communications-code-interpretation-implementation/>.

Viorel Nicolae Gafta (coord.), Angela Ioniță, Ionel Nițu, Iulian Popa, *România și Piața Unică Digitală a Uniunii Europene. Oportunități și provocări/ Romania and the European Union's Digital Single Market. Opportunities and Challenges*, Studii de Strategie și Politici SPOS 2017/ SPOS Strategy and Policy Studies 2017, Institutul European din România, București.

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions [COM (2015) 0192 final]: *O strategie privind piața unică digitală pentru Europa/ A Digital Single Market Strategy for Europe*, Bruxelles.

A Union that strives for more – My agenda for Europe: political guidelines for the next European Commission 2019-2024, <https://op.europa.eu/ro/publication-detail/-/publication/43a17056-ebf1-11e9-9c4e-01aa75ed71a1>.

What is the digital single market about?, Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/bloc-4.html>.