SVET EVROPSKE UNIJE

Bruselj, 24. oktober 1009 (14.01)
(OR. en)

15058/09

CONSOM 198
MI 397
TELECOM 221

SPREMNI DOPIS

Pošiljatelj:	za generalnega sekretarja Evropske komisije: direktor Jordi AYET PUIGARNAU
Datum prejema:	23. oktober 2009
Prejemnik:	generalni sekretar/visoki predstavnik Javier SOLANA
Zadeva:	Sporočilo Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij o čezmejnem e-trgovanju med podjetji in potrošniki v eu

Delegacije prejmejo priloženi dokument Komisije COM(2009)557 konč.

Priloga: COM(2009)557 konč.

KOMISIJA EVROPSKIH SKUPNOSTI

Bruselj, 22.10.2009
COM(2009)557 konč.

SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU, EVROPSKEMU EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU IN ODBORU REGIJ

o čezmejnem e-trgovanju med podjetji in potrošniki v EU

SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU, EVROPSKEMU EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU IN ODBORU REGIJ

o čezmejnem e-trgovanju med podjetji in potrošniki v EU

UVOD

1. V času, ko so gospodinjstva pod finančnim pritiskom, evropski potrošniki vse več časa posvečajo iskanju ponudb in njihovemu primerjanju na spletu v upanju, da najdejo najnižje cene. Čezmejno spletno nakupovanje potrošnikom prinaša dve ključni koristi, in sicer večji izbor izdelkov in možnost prihranka denarja. Tudi potrošniki, ki živijo na odročnih območjih, bodo imeli koristi od možnosti dostopa do cenejših izdelkov. Za podjetja prav tako odpira poti do novih trgov in potrošnikov ter nagrajuje inovativne in konkurenčne gospodarske družbe. Spletni maloprodajni notranji trg ima znaten potencial.

2. Vendar je zaradi še obstoječih ovir na notranjem trgu evropsko e-trgovanje na nacionalni ravni še vedno večinoma razdrobljeno. Pogosteje se dogaja, da potrošniki ne morejo oddati naročila pri spletnem trgovcu v drugi državi EU. Trgovci prepogosto zavrnejo naročila potrošnikov, ki želijo nakupovati čez mejo. Podjetja včasih omahujejo pri prodaji čez mejo ali pri širjenju v več držav ali celotno EU.

3. Komisija je analizirala čezmejno e-trgovanje v EU in opredelila še obstoječe ovire[1]. To sporočilo je analiza vpliva obstoječe politike na čezmejno prodajo blaga po spletu (e-trgovanje s storitvami je zunaj področja uporabe tega dokumenta), vsebuje pa tudi dokaze o obsegu zamujenih priložnosti in predlaga možne ukrepe. Veliko dejavnikov vpliva na potrošnikovo zaupanje v spletno okolje, kot je na primer zaščita osebnih podatkov, ponarejeni izdelki ali nove oblike nepoštenih poslovnih praks na spletu. Ta vprašanja so splošna vprašanja v zvezi s spletnim okoljem in se ne obravnavajo kot vprašanja, ki bi ustvarjala posebne ovire za potrošnike ali trgovce pri čezmejni trgovini. Zato v tem sporočilu niso obravnavana.

RAZDROBLJENI SPLETNI NOTRANJI TRG

4. Medtem ko se e-trgovanje na nacionalni ravni hitro razvija, je za potrošnike uporaba interneta za kupovanje blaga (ali storitev) v drugi državi članici še vedno relativno neobičajna. Razkorak med nacionalnim in čezmejnim e-trgovanjem je vedno večji zaradi ovir na notranjem trgu. Od 2006 do 2008 se je delež vseh potrošnikov EU, ki so v preteklem letu kupili vsaj en izdelek po spletu, povečal s 27 % na 33 %, medtem ko je čezmejno e-trgovanje ostalo skoraj nespremenjeno (s 6 % na 7 %)[2].

5. Potrošniki po vsej Evropi priznavajo, da čezmejno nakupovanje prinaša prednosti, čeprav jih sami še ne uživajo. Tretjina državljanov EU bi bila zaradi nižje cene ali

---

[1] „Delovni dokument služb Komisije: poročilo o čezmejnem elektronskem trgovanju v EU“, SEC(2009) 283 konč., 5.3.2009, na voljo na: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce.

[2] Posebna raziskava Eurobarometra št. 298: „Varstvo potrošnikov na notranjem trgu“ (2008).

boljše kakovosti pripravljena razmisliti o spletnem nakupu izdelka ali storitve v drugi državi članici[3]. Podobno število jih je prav tako pripravljeno nakupovati v drugem jeziku, 59 % trgovcev na drobno pa je pripravljeno opravljati transakcije v več kot enem jeziku[4].

6. Čezmejna trgovina podjetja spodbuja k širjenju kroga njihovih strank in na nove trge, vendar je le malo spletnih trgovin pripravljenih postreči tujim strankam. Čeprav 51 % trgovcev na drobno v EU-27 svoje izdelke prodaja na spletu, jih le 21 % prodaja čez mejo. Trgovci na drobno, ki trgujejo čez mejo, običajno prodajajo le v zelo malo držav članic, in sicer samo 4 % navedenih trgovcev na drobno trguje z 10 ali več državami članicami, večina pa jih trguje samo z eno ali dvema drugima državama članicama[5].

KORISTI INTEGRIRANEGA SPLETNEGA NOTRANJEGA TRGA

Večja verjetnost, da potrošniki najdejo cenejše ponudbe

7. Čezmejno spletno nakupovanje veča možnost prihranka denarja zaradi širše ponudbe enakih izdelkov. Za potrošnika se bo obseg potencialnih možnosti prihranka pokazal šele med nakupovanjem, in sicer z iskanjem izdelkov in primerjanjem ponudb. Rezultat preizkusa spletnih trgovin po vsej EU omogoča predstavo o možnih prihrankih potrošnikov pri dejanskih čezmejnih transakcijah.

8. Preizkuševalci iz 27 držav članic EU so morali sestaviti seznam 100 priljubljenih izdelkov na internetu in zabeležiti skupno ceno, ki bi jo morali plačati za te izdelke. Ko so našli nacionalne in čezmejne ponudbe, so jih lahko primerjali, vključno s celotnimi stroški dostave. Slika 1 prikazuje znaten potencial za takšne čezmejne prihranke, tudi če se domneva, da bi bil potreben 10-odstotni prihranek za spodbujanje potrošnikov k čezmejnemu nakupovanju[6].

---

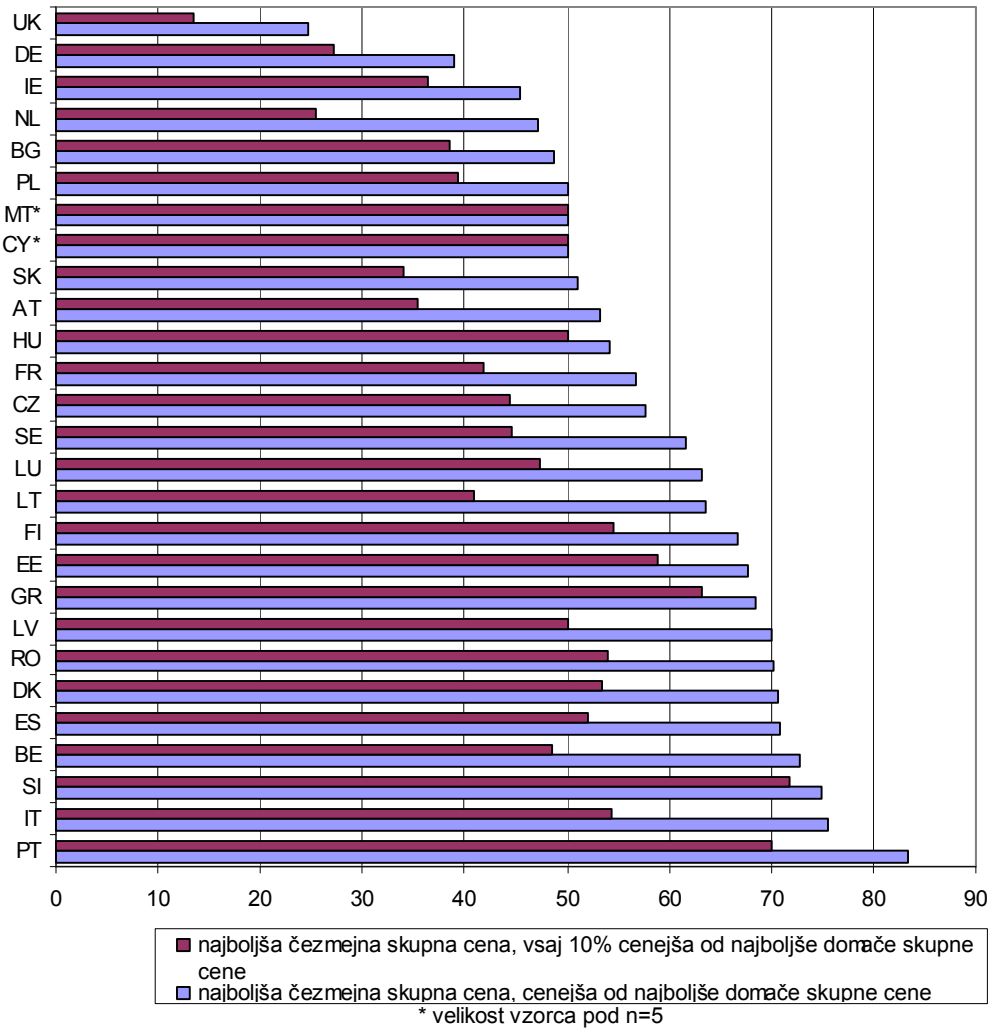
3 Posebna raziskava Eurobarometra št. 254, „Notranji trg – mnenja in izkušnje državljanov v EU-25“ (2006).

4 Posebna raziskava Eurobarometra št. 298 (2008); Flash Eurobarometer 224: „Odnos podjetij do čezmejnega trgovanja in varstva potrošnikov“ (2008).

5 Flash Eurobarometer št. 224 (2008).

6 „Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU“ (Ocenjevanje čezmejnega e-trgovanja v EU na podlagi anonimnega nakupovanja), YouGovPsychonomics, podatki zbrani po naročilu Evropske komisije, 2009.

Slika 1. Odstotek iskanj, pri katerih je bila najboljša čezmejna ponudba cenejša ali vsaj 10 % cenejša od najboljše nacionalne ponudbe



Vir: YouGovPsychonomics (2009).

9. V 13 od 27 držav članic EU (Portugalska, Italija, Slovenija, Španija, Danska, Romunija, Latvija, Grčija, Estonija, Finska, Madžarska, Ciper, Malta) so preizkuševalci za vsaj polovico vseh iskanih izdelkov našli eno čezmejno ponudbo, ki je bila vsaj 10 % cenejša od najboljše nacionalne ponudbe. Ta rezultat potrjuje, da imajo potrošniki s čezmejnim nakupovanjem več možnosti, da najdejo cenejše ponudbe za enake izdelke (vključno z vsemi stroški)[7].

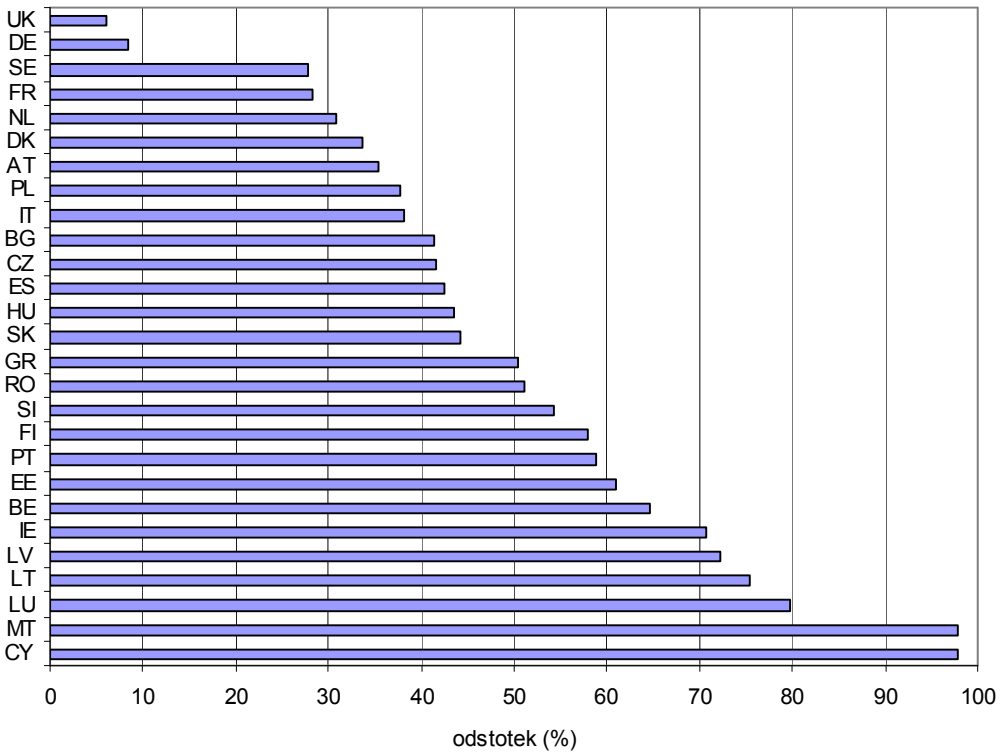
Dostop do izdelkov, ki niso na voljo na nacionalnem trgu

10. V več državah veliko izdelkov ni mogoče najti na spletu. Zato ima čezmejno nakupovanje prednost, da potrošnikom omogoča najti izdelke, ki niso na voljo na domačem spletnem trgu. Notranji trg ima tako ogromen potencial za razvoj „dolgega

[7] YouGovPsychonomics (2009). Rezultate za Ciper in Malto je treba obravnavati previdno, saj je bilo v teh državah le malo nacionalnih ponudb, da bi primerjava bila mogoča (glej sliko 1).

repa“ izdelkov, katerih prodaja na nacionalni ravni, zlasti v manjših državah članicah, ne bi bila ekonomsko upravičena.

Slika 2. Odstotek iskanj, pri katerih so potrošniki našli samo čezmejne ponudbe



Vir: YouGovPsychonomics (2009).

11. Preizkus spletnih trgovin po vsej EU je pokazal, da je v nekaterih državah zelo težko najti nacionalne spletne ponudbe za večino izdelkov (glej sliko 2). To velja zlasti na manjših trgih, kar pomeni, da je čezmejna ponudba edini način, da kupci te izdelke kupijo, če je trgovec na drobno pripravljen, da jim jih dostavi. Preizkuševalci na Cipru, Malti in v Luksemburgu ter tudi v Litvi, Latviji, na Irskem, v Belgiji, Estoniji, na Portugalskem in Finskem za vsaj polovico izdelkov, ki so jih iskali, niso našli nacionalnih spletnih ponudb[8].

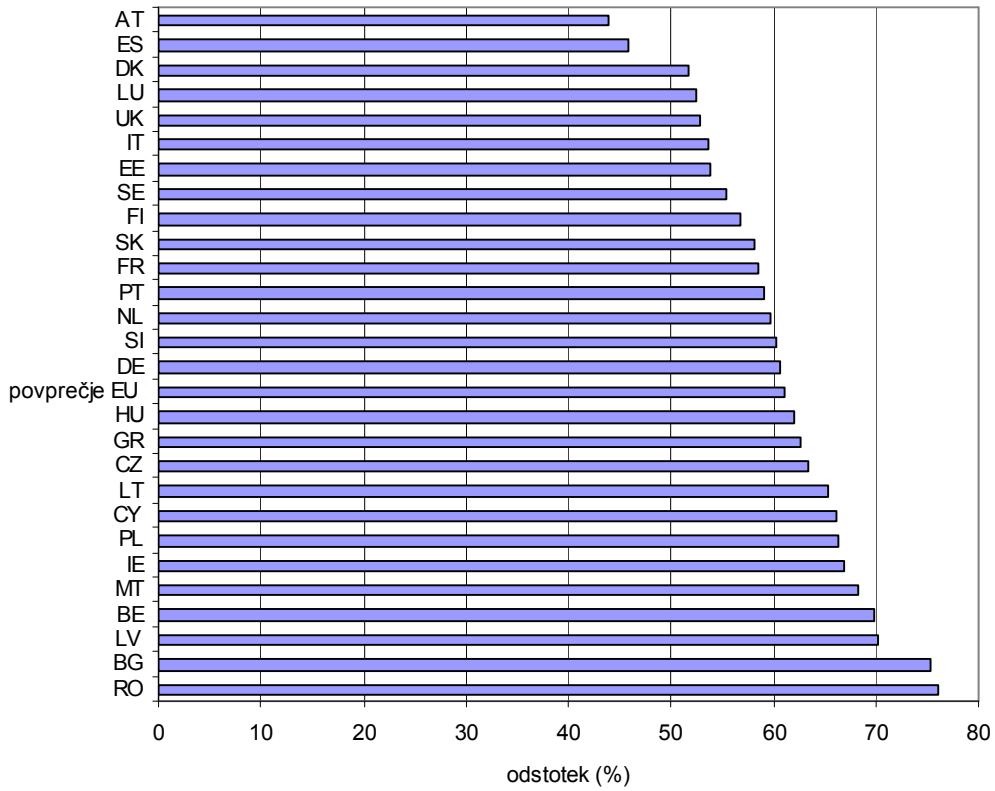
OBSEG RAZDROBLJENOSTI SPLETNEGA NOTRANJEGA TRGA

12. V nasprotju s tem, kar bi se lahko pričakovalo od „brezmejne“ narave e-trgovanja, potrošniki na žalost nimajo enakega dostopa do čezmejnih ponudb in v nekaterih državah je le malo verjetno, da bodo potrošniki našli tuje trgovine, ki bodo pripravljene sprejeti naročilo. Medtem ko so ponudbe potrošnikom, ki jih iščejo na spletu, tehnično dostopne, pa spletne strani v nekem trenutku med procesom naročanja prekinejo transakcijo.

[8] YouGovPsychonomics (2009).

13. Preizkus spletnih trgovin po vsej EU kaže na resnost problema. Skupaj je bilo opravljenih 10 964 čezmejnih testnih nakupov. V povprečju, in sicer v 39 % primerov, je bilo teoretično možno oddati naročilo v spletni trgovini v drugi državi članici, ki ni država članica potrošnika. 61 % vseh naročil bi bilo neuspešnih, ker trgovci nočejo trgovati v državi potrošnika ali iz drugih razlogov (na primer zaradi tehničnih težav ali nerazpoložljivosti določene možnosti plačila)[9].

Slika 3. Potrošnikom tehnično dostopne čezmejne ponudbe, pri katerih postopek naročanja ni bil uspešen



Vir: YouGovPsychonomics (2009).

14. Veliko spletnih trgovin ni pripravljenih prodajati potrošnikom iz vsake države EU. Najpogosteje so zavrnjena naročila kupcev iz Belgije, Bolgarije, Latvije, Malte in Romunije (glej sliko 3). Veliko trgovin različno obravnava potrošnike glede na kraj prebivališča. Veliko preizkuševalcev se na primer ni moglo prijaviti na spletni strani, da bi nadaljevali s transakcijo, veliko spletnih trgovin ni bilo pripravljenih dostavljati v državo kupca in veliko možnosti plačil ni omogočalo čezmejnih transakcij[10].

[9] YouGovPsychonomics (2009). Preizkušena je bila možnost oddaje naročila do končne potrditvene strani. Noben nakup ni bil dejansko izpeljan.

[10] YouGovPsychonomics (2009).

ODPRAVLJANJE REGULATIVNIH OVIR ZA ČEZMEJNO E-TRGOVANJE

15. Regulativni organi na ravni EU že več let obravnavajo ovire za čezmejno e-trgovanje. Za dosego integriranega maloprodajnega notranjega trga je treba storiti še več. Poročilo Komisije iz marca 2009 vključuje obsežno analizo ovir, s katerimi se soočajo potrošniki in podjetja[11].

16. Za trgovce na drobno v Evropi glavna regulativna ovira za čezmejno e-trgovanje izvira iz razdrobljenosti pravil o varstvu potrošnikov in drugih pravil o DDV, pristojbinah za recikliranje in dajatvah. Način izvajanja teh pravil se med državami članicami možno razlikuje, zaradi česar je poslovno okolje kompleksno, drago in nepredvidljivo za tista podjetja, ki so pripravljena prodajati čez mejo. Sprejetje predlogov za odpravo teh ovir je zato bistvenega pomena, da se spremeni vedenje trgovcev na drobno in posledično izboljšajo priložnosti za potrošnike.

17. Potrošniki se srečujejo s številnimi težavami, ko skušajo kupovati po spletu v drugi državi. Pogosteje se dogaja, da tuji spletni trgovci nočejo sprejeti naročil od potrošnikov, ki živijo v drugi državi. Potrošniki prav tako ne vedo, kaj naj storijo ali na koga naj se obrnejo, ko naletijo na težavo, zlasti ko je treba s tujim trgovcem obravnavati pritožbe.

18. Glede na kompleksno in soodvisno naravo opredeljenih težav je potrebna večplastna strategija. V nadaljevanju so na podlagi analize preostalih glavnih izzivov predstavljeni posamezni ukrepi po prednostnem vrstnem redu. Sicer je pomemben vsak posamezni ukrep, vendar je potreben napredek pri vseh, preden se lahko izkoristi potencial čezmejnega e-trgovanja.

Obravnavanje razdrobljenosti pravil o varstvu potrošnikov

19. Učinek razdrobljenih pravil o varstvu potrošnikov na pogodbe in kolizijska pravila višajo stroške usklajevanja za trgovce, ki želijo prodajati v več državah članicah. To glavno oviro za oblikovanje maloprodajnega notranjega trga obravnava predlog direktive o pravicah potrošnikov. Predlog združuje štiri obstoječe direktive o varstvu potrošnikov v enotni instrument, s čimer poenostavlja in posodablja obstoječa pravila, odpravlja ovire za notranji trg[12] in onemogoča uporabo več različnih sklopov pravil.

20. Predlog tako ustvarja enoten, popolnoma usklajen sklop pravil na ciljnem področju, ki zagotavljajo visoko skupno raven varstva potrošnikov po vsej Skupnosti in trgovcem omogočajo prodajo potrošnikom v 27 državah članicah na enak način kot na domačem trgu, na primer pod istimi standardnimi pogodbenimi pogoji in z istim informativnim gradivom. Predlog tako bistveno znižuje stroške usklajevanja za trgovce, hkrati pa potrošnikom zagotavlja visoko raven varstva.

21. Poleg tega bo sprejetje predloga okrepilo varstvo potrošnikov in uveljavljanje pogodb pri čezmejnem e-trgovanju, posrednikom pa bo olajšalo izvensodno

---

11 „Delovni dokument služb Komisije: poročilo o čezmejnem elektronskem trgovanju v EU“, SEC(2009) 283 konč., 5.3.2009.

12 Predlog direktive o pravicah potrošnikov, COM(2008) 614.

reševanje sporov. Komisija Evropski parlament in Svet poziva, da temu predlogu namenita potrebno prednost.

Zagotavljanje učinkovitega izvrševanja člena 20 Direktive o storitvah

22. Člen 20(2) Direktive o storitvah določa inovativen način reševanja ene glavnih ovir za čezmejno trgovino, in sicer od držav članic zahteva, da preprečijo diskriminacijo trgovcem, ki nočejo prodajati potrošnikom ali jih drugače obravnavajo zaradi njihovega državljanstva ali prebivališča[13].

23. Direktiva sicer prepoveduje diskriminacijo, vendar trgovcem dovoljuje, da uporabijo možnost „različnih pogojev dostopa v primerih, kjer so te razlike upravičene na osnovi objektivnih meril“, kar v nekaterih primerih lahko vključuje regulativne ovire. Odprava ovir, ki so navedene v tem sporočilu, bo tako dopolnila člen 20(2) z zmanjšanjem obsega možnih razlogov, na podlagi katerih bi trgovci lahko uporabili ta merila.

24. Glede na pomen člena 20(2) za čezmejno e-trgovanje Komisija njegovo celovito izvajanje in učinkovito izvrševanje obravnava kot prednostno nalogo. Komisija zato države članice usmerja pri zagotavljanju izvedbe do konca leta 2009, nato pa namerava aktivno spremljati izvrševanje na ravni nacionalnih organov in sodišč.

Izboljševanje učinkovitosti čezmejnega izvrševanja

25. Potrošniki bodo zaupljivejši čezmejni kupci, če bodo vedeli, da organi za varstvo potrošnikov spremljajo poslovne prakse trgovcev. Redni usklajeni ukrepi za tržni nadzor („sweeps“) med organi za izvrševanje na področju varstva potrošnikov so v okviru Uredbe o sodelovanju na področju varstva potrošnikov nacionalnim organom omogočili preiskavo nepravilnosti in zagotovitev skladnosti z zakonodajo o varstvu potrošnikov[14].

26. Zadnja preiskava izvrševanja, opravljena maja 2009 za spletno prodajo elektronske opreme, je razkrila nepravilnosti pri 55 % spletišč. Najpogostejše opredeljene težave so bile povezane z zavajajočimi, neobstoječimi ali nepopolnimi informacijami o pravicah potrošnikov, skupnih stroških in kontaktnih podatkih trgovca, kar kaže na potrebo po boljšem izvrševanju določb Direktive o e-poslovanju ter pravil o varstvu potrošnikov. V naslednji fazi izvrševanja bodo države članice reševale čezmejne nepravilnosti tako, da bodo od organov v drugi državi članici zahtevale pomoč pri preiskovanju in izvrševanju[15].

27. Za odpravo ovir, spodbujanje preglednosti informacij in večanje zaupanja potrošnikov v verodostojnost spletnih ponudb in trgovcev morajo države članice učinkoviteje izvrševati obstoječa pravila. Komisija je v zvezi s tem nedavno predložila več posebnih priporočil[16].

---

13 Direktiva 2006/123/ES z dne 12. decembra 2006 o storitvah na notranjem trgu.

14 Uredba (ES) št. 2006/2004 z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov.

15 Glej: http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic_goods/index_en.htm.

16 Sporočilo COM(2009) 330 z dne 2.7.2009 o izvrševanju pravnega reda Skupnosti o varstvu potrošnikov.

Odpravljanje nepoštenih poslovnih praks

28. Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah (2005/29/ES) določa enoten sklop pravil o zakonitih in prepovedanih poslovnih praksah med podjetji in potrošniki po vsej EU[17]. Da bi spletni trgovci na drobno lahko tržili in oglaševali v poenostavljenem in predvidljivem regulativnem okolju ter da bi potrošniki lahko zaupali spletnim ponudbam, je pomembno, da nacionalni izvršilni organi zagotovijo enotno izvajanje Direktive.

29. Komisija bo zato do konca leta 2009 objavila smernice, ki bodo med drugim zajemale nove koncepte, ki jih uvaja Direktiva, da se spodbudita enotno izvajanje in uporaba. To bo resnim trgovcem olajšalo čezmejno poslovanje, zlasti po spletu. Učinkovitejše čezmejno izvrševanje zakonodaje o nepoštenih praksah bo okrepilo zaupanje potrošnika in močno koristilo trgovcem, ki delujejo v dobri veri, z zmanjšanjem nepoštene konkurence goljufivih trgovcev.

Spodbujanje shem alternativnega reševanja sporov in uvedbe postopka za čezmejne spore majhnih vrednosti

30. Poleg tekočih ukrepov izvrševanja so bili na ravni EU uvedeni mehanizmi za olajšanje učinkovitih sanacijskih ukrepov, in sicer postopek za čezmejne spore majhne vrednosti, ki od leta 2009 poenostavlja, pospešuje in zmanjšuje stroške sodnih postopkov za zahtevke, ki ne presegajo 2 000 EUR, medtem ko direktiva o nekaterih vidikih mediacije v civilnih in poslovnih zadevah krepi mediacijo[18].

31. Komisija prav tako spodbuja dostop potrošnikov do izvensodnih postopkov v čezmejnih spletnih sporih prek mreže Evropskih centrov za varstvo potrošnikov, ki potrošnike povezuje s 400 organi za alternativno reševanje sporov v EU[19]. Komisija bo še naprej spodbujala te mehanizme z objavljanjem vodiča za državljane o postopku v sporih majhne vrednosti, vzpostavitvijo portala e-pravosodja EU in nadaljnjimi prizadevanji za spodbujanje mreže Evropskih centrov za varstvo potrošnikov.

Poenostavitev obveznosti poročanja glede DDV za prodajalce na daljavo

32. Trenutno se morajo spletni trgovci za DDV prijaviti v vsaki državi, v kateri njihova letna prodaja preseže določen prag, kar še dodatno zaplete dejstvo, da se pragi in stopnje DDV med državami razlikujejo.

33. Komisija je predlagala uvedbo „ureditve vse na enem mestu“ za davčnega zavezanca, ki nima sedeža v določeni državi, da se trgovcem omogoči izpolnitev nekaterih obveznosti v zvezi z DDV, kot sta prijava in predložitev obračuna DDV v njihovi

---

17 Direktiva 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu.

18 Uredba (ES) št. 861/2007 o uvedbi evropskega postopka v sporih majhne vrednosti; Direktiva 2008/52/ES o nekaterih vidikih mediacije v civilnih in gospodarskih zadevah.

19 Glej http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/index_en.htm.

državi članici, ter poenostavitev prodaje na daljavo z določitvijo enotnega praga 150 000 EUR po vsej EU[20].

34. Poleg tega morajo prodajalci na daljavo sedaj vedno predložiti popoln račun z obračunanim DDV, tudi če domačemu dobavitelju, ki istemu kupcu prodaja enake izdelke, tega morda ni potrebno storiti. Komisija je za nekatere primere predlagala uvedbo „poenostavljenega računa“ za prodajalce na daljavo[21].

35. Oba predloga bi čezmejnim prodajalcem na daljavo bistveno olajšala izpolnjevanje njihovih obveznosti v zvezi z DDV. Komisija Svet zato poziva, da tem predlogom da potrebno prednost.

Zmanjšanje upravnega bremena spletnih podjetij v zvezi z odpadno električno in elektronsko opremo

36. Čezmejna prodaja elektronske opreme (ena od kategorij izdelkov, po kateri je največ povpraševanja na spletu) je predmet nadaljnjih regulativnih ovir. Posledica sedanjega neusklajenega nacionalnega izvajanja pravil v zvezi z odpadno električno in elektronsko opremo (Direktiva o OEEO) so različni pristojbine in pragi za spletne trgovce na drobno za prijavo električne in elektronske opreme in poročanje o njej, kar je lahko prohibitivno za čezmejne trgovce.

37. Komisija je v nedavnem predlogu določila bistvene ukrepe za uskladitev izvajanja, pri čemer je pojasnila nekatere določbe Direktive, vključno z njenim področjem uporabe. Člen 16 določa uskladitev prijave in poročanja proizvajalcev v EU z zagotovitvijo interoperabilnosti nacionalnih registrov za proizvajalce. To bi proizvajalcem omogočilo, da se prijavijo v eni državi članici, s čimer bi bile vključene njihove dejavnosti po vsej EU, namesto da se prijavijo v vsaki državi članici posebej[22].

38. Predlog Komisije bi bistveno prispeval k reševanju praktičnih vprašanj, opredeljenih v okviru sedanje ureditve. Komisija Evropski parlament in Svet poziva, da temu predlogu namenita potrebno prednost.

Praktične rešitve glede dajatev za avtorske pravice

39. Zainteresirane strani na nacionalni in evropski ravni se od leta 2006 pogajajo o rešitvah praktičnih vprašanj o čezmejni ureditvi dajatev za avtorske pravice pri prodaji praznih nosilcev ali snemalnih naprav. Čezmejni trgovci trenutno morda morajo za enake izdelke plačati dajatve za avtorske pravice in predložiti poročila o njih v več državah.

40. Večina zainteresiranih strani se strinja, da sedanji sistem poročanja, plačevanja in povrnitve dajatev ovira čezmejno e-trgovanje. Zaenkrat še ni bil sprejet dogovor o praktičnih rešitvah za boljše delovanje obstoječih nacionalnih sistemov za dajatve.

---

[20] Predlog Direktive Sveta o spremembi Direktive 77/388/EGS za poenostavitev obveznosti glede davka na dodano vrednost, COM(2004) 728.

[21] Predlog Direktive o spremembi Direktive 2006/112/ES o skupnem sistemu davka na dodano vrednost v zvezi s pravili glede izdajanja računov, COM(2009) 21.

[22] Predlog prenovljene Direktive 2002/96/ES o odpadni električni in elektronski opremi (OEEO), COM(2008) 810.

Zainteresirane strani morajo podvojiti prizadevanja za hitro iskanje rešitev, da gospodarskim družbam omogočijo racionalizacijo njihove čezmejne logistike.

Zmanjševanje ovir za spletno prodajo v okviru vertikalnih omejitev

41. Pravila konkurence za vertikalne omejitve so povečini prispevala k odpravi neprimernih omejitev za e-trgovanje pri sporazumih o distribuciji s prepovedjo protikonkurenčnih omejitev za čezmejno spletno trženje in prodajo[23]. Sedanja uredba o skupinskih izjemah bo prenehala veljati 31. maja 2010. Komisija trenutno preučuje dosedanji način uporabe te uredbe, da bi pojasnila in poenostavila ta pravila. Komisija prav tako preučuje, kako bi lahko tekoči pregled prispeval k odpravi ovir za prodajo po internetu in ustvaril zmogljivosti za izboljšanje blaginje potrošnika[24].

42. V zvezi z izključno distribucijo bo tekoči pregled nadalje opredelil merila za razlikovanje med aktivnimi in pasivnimi prodajami z namenom opredelitve najpogostejših praks, ki jih je treba obravnavati kot omejitve za pasivno prodajo, ki bodo verjetno kršila pravila konkurence. Domnevno nezakonito vedenje na primer lahko vključuje zahtevo, da izključni distributer na svoji spletni strani uvede samodejno preusmeritev kupcev na spletno stran proizvajalca ali druge spletne strani izključnega distributerja. Še en primer je prekinitev potrošnikove internetne transakcije, ko podatki s kreditne kartice razkrijejo naslov, ki ni na ciljanem izključnem ozemlju.

43. Za selektivno distribucijo se bo v okviru sedanjega pregleda preučilo, ali se merila za izbiro trgovcev (kot je zahteva, da imajo trgovci klasično prodajalno) lahko utemeljijo na podlagi blaginje potrošnika ter ali lahko neupravičeno omejijo spletne in čezmejne transakcije ali ne. V okviru vertikalnega pregleda se bo tudi preučilo, ali proizvajalci znotraj mrež selektivne distribucije imenovane trgovce odvračajo od uporabe interneta ali ne.

44. Spletna distribucija bo eno od glavnih področij tekočega pregleda pravil konkurence za vertikalne omejitve. Pri tem bo Komisija natančno preučila, ali je treba obstoječa pravila prilagoditi, da se omogoči nadaljnje čezmejno e-trgovanje.

Izboljševanje plačilnih sistemov in logistike ter odpravljanje tehničnih ovir

45. Plačilni sistemi so prav tako bili osrednja točka ukrepov EU, katerih cilj sta bila izboljšanje interoperabilnosti in ustvarjanje brezhibnega čezmejnega trga, in sicer prek zakonodaje (Direktiva o plačilnih storitvah) ali s podpiranjem pobud pod vodstvom industrije (enotno območje plačil v eurih)[25]. Vendar pa je spletno čezmejno plačevanje in prejemanje plačil za potrošnike in trgovce (zlasti za MSP) po vsej EU še vedno izziv ter velika ovira za čezmejno trgovino.

---

23 Uredba Komisije (ES) št. 2790/1999 z dne 22. decembra 1999 o uporabi člena 81(3) Pogodbe za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj (Uredba o skupinskih izjemah); Obvestilo Komisije (2000/C 291/01) Smernice o vertikalnih omejitvah.

24 Glej „Razprava o spletni trgovini: priložnosti in ovire pri spletni maloprodaji“, na voljo na: http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_online_commerce/roundtable_report_en.pdf.

25 Direktiva 2007/64/ES o plačilnih storitvah na notranjem trgu.

46. Ponovna spodbuda za reformo poštnega sektorja je bilo sprejetje tretje poštne direktive leta 2008, ki države članice zavezuje, da v celoti odprejo svoje poštne trge. Ko bo trg v celoti odprt, bo vzpostavljen notranji trg, poštnim operaterjem pa bo omogočeno ustanavljanje hčerinskih podjetij v drugih državah članicah in dostavljanje izdelkov prek lastnih mrež ali pa jim bo omogočeno več možnosti pri izbiri poštnih operaterjev v drugih državah članicah za pošto znotraj Skupnosti. Posledično izboljšana čezmejna logistika bo prinesla koristi za potrošnike in trgovce[26].

47. Komisija bo prav tako še naprej zagotavljala odpravljanje ovir za trgovino z blagom na notranjem trgu in preprečevala ustvarjanje novih ovir.

DOPOLNILNI UKREPI ZA ODPRAVLJANJE NEREGULATIVNIH OVIR ZA ČEZMEJNO E-TRGOVANJE

Sodelovanje z industrijo za spodbujanje vseevropskega spletnega maloprodajnega trga

48. Potrošnikovo dojemanje spletnih priložnosti je delno rezultat poslovnih modelov, ki so spletni notranji trg doslej obravnavali kot soobstoj nacionalnih trgov.

49. Komisija poziva glavne iskalnike in spletne akterje, da potrošnike bolje seznanijo s čezmejnimi priložnostmi. Spletna podjetja naj prevzamejo domenska imena s končnico .eu, ki je enotna vrhnja domena za Evropo, da se preprečijo nacionalne predstave na podlagi domenskega imena države. Vsako podjetje, ki se registrira v domeni .eu, mora spoštovati evropska pravila, zato domena .eu poleg tega potrošnikom zagotavlja neko obliko osnovne zaščite, evropska podjetja z visokimi standardi pa s prevzemom domene .eu lahko postanejo prepoznavna. Trgovci naj vzpostavijo spletne strani, oblikovane za več držav ali vso EU.

50. Čezmejne ponudbe je sicer mogoče najti na internetu, vendar je treba vložiti več časa in truda kot pri iskanju domačih ponudb, namenjenih domačim potrošnikom. Glavni iskalniki in spletne strani za primerjavo cen bi morali sistematično ponujati razvrstitev iskanih zadetkov ali primerjave cen čezmejnih in domačih ponudb, prav tako pa bi morali biti na voljo v več jezikih[27]. Izkušnje v sektorju letalstva so pokazale, da so večjezične pregledne spletne strani najboljši način za spodbujanje čezmejnih spletnih transakcij[28]. Komisija bo s tržnimi operaterji še naprej razpravljala, kako lahko olajšajo čezmejno e-trgovanje.

Informacije za potrošnike in trgovce

51. Obveščeni potrošniki, ki poznajo svoje pravice ter znajo prepoznati in prijaviti kršitve, bodo verjetno bolje znali izkoristiti prednosti čezmejnega spletnega nakupovanja. Zato bo Komisija razširila in posodobila e-vodnik o pravicah na spletu

---

[26] Direktiva 97/67/ES (kakor je bila spremenjena z Direktivo 2002/39/ES in Direktivo 2008/6/ES), „Poštna direktiva“.

[27] Kot je priporočeno v Sporočilu Komisije COM(2008) 566 „Večjezičnost: prednost Evrope in skupna zaveza“.

[28] Zlasti od sprejetja Uredbe (ES) št. 1008/2008 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 24. septembra 2008 o skupnih pravilih za opravljanje zračnih prevozov v Skupnosti (prenovitev).

(„eYouGuide to your Rights Online“), objavljen maja 2009[29], in bo še naprej podpirala mrežo evropskih centrov za varstvo potrošnikov, ki čezmejnim kupcem zagotavlja informacije in svetovanje. Mreža za evropska podjetja Enterprise Europe Network se bo uporabljala za obveščanje trgovcev o njihovih obveznostih in priložnostih.

Krepitev spremljanja trga

52. V okviru namere Komisije za boljše spremljanje maloprodajnega dela notranjega trga bo potrebno nadaljnje spremljanje čezmejnega e-trgovanja, da bodo oblikovalci politik, izvrševalci in državljani seznanjeni s tržnim razvojem. Poleg obstoječih raziskav Eurostata bo Komisija ob popolnem spoštovanju zakonodaje o varstvu zasebnosti in podatkov še naprej sodelovala z Evropsko centralno banko in glavnimi družbami za kreditne kartice pri pripravi statistike o čezmejni prodaji na podlagi transakcij s kreditnimi karticami.

SKLEP

53. To sporočilo določa temelje za strategijo za boljše delovanje čezmejnega e-trgovanja. Doseganje tega cilja bi koristilo potrošnikom, podjetjem in konkurenčnosti gospodarstva EU. Napredek na vseh teh področjih se bo še naprej natančno spremljal v okviru pregleda stanja potrošniških trgov.

[29] Glej http://ec.europa.eu/information_society/eyouguide/navigation/index_en.htm.