

BG

BG

BG



КОМИСИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Брюксел, 22.10.2009
COM(2009)557 окончателен

**СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА,
ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И КОМИТЕТА
НА РЕГИОНИТЕ**

**относно трансграничната електронна търговия между търговци и потребители в
ЕС**

СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА, ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ

относно трансграничната електронна търговия между търговци и потребители в ЕС

ВЪВЕДЕНИЕ

1. В период, когато домакинствата изпитват финансови затруднения, европейските потребители прекарват повече време в Интернет, като търсят и сравняват предложени за продажба продукти с надеждата да открият най-ниските цени. Трансграничното пазаруване по Интернет има две основни предимства за потребителите: по-голям избор вследствие на по-богатата гама от продукти и възможност за спестяване на пари. Също и за потребителите, които живеят в отдалечени населени места, достъпът до по-евтини стоки представлява предимство. Това е и възможност за търговците да навлязат в нови пазари и да достигнат до нови клиенти, като най-облагодетелствани са конкурентоспособните и новаторски компании. Потенциалът на вътрешния интернет пазар на дребно е значителен.
2. Вследствие обаче на продължаващите да съществуват бариери на вътрешния пазар, европейската електронна търговия е все още в голяма степен фрагментирана по национален признак. Не са рядкост случаите, когато потребителите не са в състояние да направят поръчка от интернет търговец в друга държава от ЕС. Търговците на дребно твърде често отказват поръчки от потребители, които желаят да пазаруват през граница. Понякога съществуват фактори, които възпират развиващите търговска дейност по Интернет от извършването на трансгранични продажби или от разгръщането на дейност в общоевропейски мащаб или в рамките на няколко държави.
3. Комисията анализира трансграничната електронна търговия в ЕС и установи продължаващи да съществуват пречки¹. Настоящото съобщение представлява следваща стъпка и анализира въздействието, което оказва настоящата рамкова политика върху продажбата на стоки чрез трансгранична електронна търговия (електронната търговия на услуги е отвъд обхвата на настоящия документ). Също така то представя допълнителни доказателства за мащаба на пропуснатите възможности, като предлага точки за действие. Много са факторите, които въздействат на доверието на потребителите по отношение на онлайн средата. Сред тях са загрижеността относно защитата на личните данни, рискът да попаднеш на фалшиви продукти и наличието в Интернет на нови видове нелоялни търговски практики. Тези проблеми са общи за онлайн средата и на тях не се гледа като специфични бариери пред участието на

¹ „Работен документ на службите на Комисията: доклад относно трансграничната електронна търговия в ЕС“ — SEC(2009) 283, 5.3.2009 г., достъпен на: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce.

потребителите и търговците в трансграничната търговия. Затова те не са предмет на разглеждане в настоящото съобщение.

ФРАГМЕНТИРАН ВЪТРЕШЕН ИНТЕРНЕТ ПАЗАР

4. Макар електронната търговия да набира скорост на национално равнище, все още е сравнително необичайно потребителите да използват Интернет за покупка на стоки (или пък услуги) от друга държава-членка. В резултат на бариерите пред вътрешния пазар продължава да се увеличава чувствителната разлика в обемите на националната и трансграничната електронна търговия. От 2006 г. до 2008 г. делът на всички потребители от ЕС, които са закупили поне един артикул по Интернет през последната година, е нараснал от 27 % на 33 %, докато трансграничната електронна търговия остава непроменена (6 % до 7 %)².
5. Навсякъде в Европа потребителите признават, че трансграничното пазаруване предлага преимущества, макар те все още да не се възползват от тях. Една трета от гражданите на ЕС са склонни да закупят продукт или услуга от друга държава-членка по Интернет, защото е с по-ниска цена или по-добро качество³. Подобен също е броят на готовите да направят покупка на друг език, а 59 % от търговците на дребно са готови да извършват транзакции на повече от един език⁴.
6. Трансграничната търговия служи като стимул на търговците да разширяват кръга на клиентите си и да извличат печалба от нови пазари, и все пак малко са интернет магазините, които са готови да обслужват чуждестранни клиенти. Макар 51 % от търговците на дребно в ЕС–27 да осъществяват продажби по Интернет, само 21 % извършават трансгранични продажби. Търговците на дребно, които развиват трансгранична търговия, обикновено продават в много малък брой държави-членки: само 4 % от тези търговци на дребно търгуват с 10 или повече държави-членки, като болшинството от тях търгуват само с една или две други държави-членки⁵.

ПОЛЗИТЕ ОТ ИНТЕГРИРАНИЯ ВЪТРЕШЕН ИНТЕРНЕТ ПАЗАР

По-голяма вероятност от откриване на по-евтини предложения

7. Трансграничното пазаруване по Интернет увеличава възможността за спестяване на пари поради по-голямото разнообразие от предложения за едни и същи продукти. За потребителите обхватът на потенциалните възможности за спестявания излиза наяве единствено в процеса на пазаруването — при

² Специално издание на Евробарометър 298: „Защита на потребителите на вътрешния пазар“ (2008).

³ Специално издание на Евробарометър 254: „Вътрешния пазар — мнения и опит на гражданите в ЕС–25“ (2006).

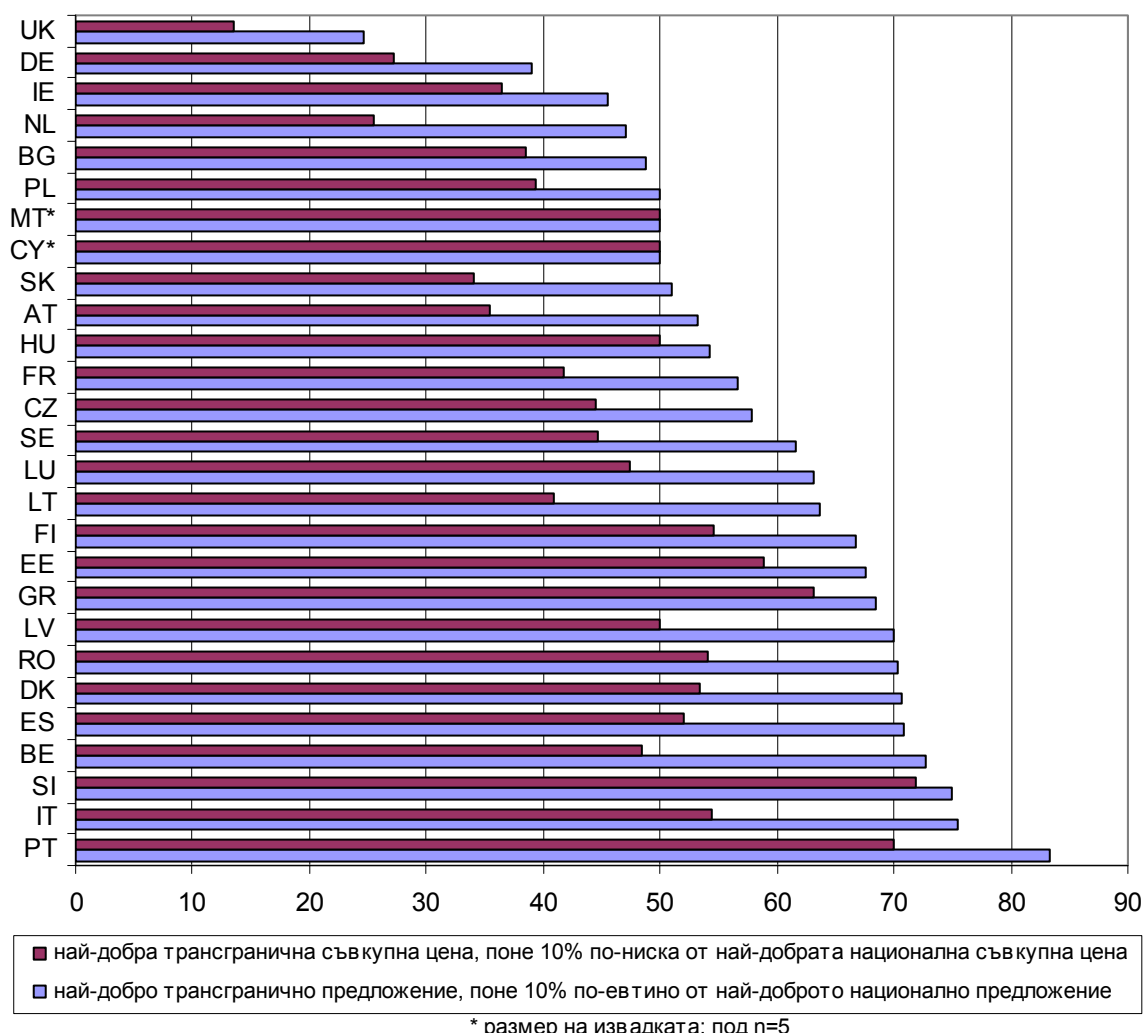
⁴ Специално издание на Евробарометър 298 (2008); Светкавично проучване на Евробарометър 224: „Отношение на бизнеса към трансграничните продажби и защитата на потребителите“ (2008).

⁵ Светкавично проучване на Евробарометър 224 (2008).

търсенето на продукти и сравняването на предложенията. Резултатът от проведен в рамките на целия ЕС тест на интернет магазини създава известна представа относно потенциалните спестявания, които потребителите биха могли да направят при действителни трансгранични транзакции.

8. Извършващите теста в 27-те държави-членки на ЕС бяха инструктирани да търсят по списък 100 често купувани продукта по Интернет и да отбележат съвкупната цена, която би им се наложило да заплатят за стоките. Когато бяха налице национални и трансгранични предложения, тестът даваше възможност за сравнение между тях, като бяха включени и разходите и цените за доставка. На фигура 1 е показан значителният потенциал за такива трансгранични спестявания, дори ако се допусне, че са необходими спестявания в размер от 10 %, за да имат потребителите стимул да пазаруват през граница⁶.

Фигура 1: Дял на търсенията, при които най-доброто трансгранично предложение е по-евтино или е поне 10 % по-евтино от най-доброто национално предложение



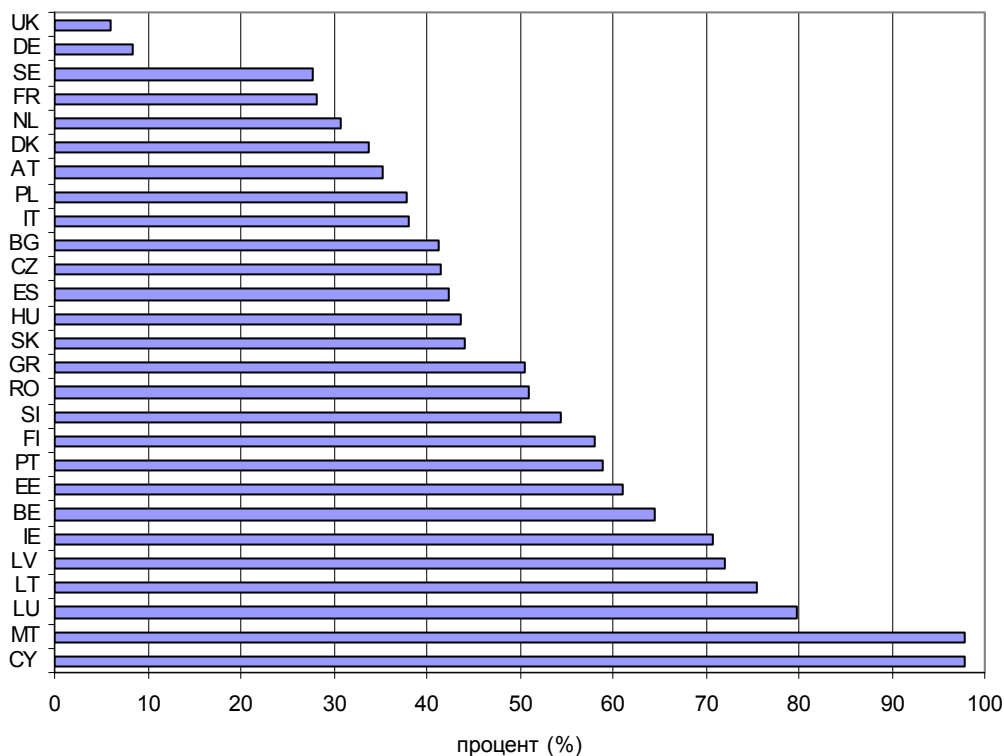
⁶ „Оценка по методиката „таен клиент“ на трансграничната електронна търговия в ЕС“, YouGovPsychonomics, данни, събрани по поръчка на Европейската комисия, 2009 г.

9. В 13 държави-членки на ЕС от общо 27 (Португалия, Италия, Словения, Испания, Дания, Румъния, Латвия, Гърция, Естония, Финландия, Унгария, Кипър, Малта) извършващите теста бяха в състояние да намерят трансгранично предложение, което беше с поне 10 % по-евтино от най-доброто национално предложение, за поне половината от всички търсения на продукт. Този резултат потвърждава, че трансграничното пазаруване увеличава възможностите за намиране на по-евтини предложения за еднакви продукти (при включени всички разходи)⁷.

Достъп до продукти, които не се предлагат в национален мащаб

10. В редица държави много продукти не могат да бъдат намерени по Интернет. Следователно за трансграничното пазаруване е присъщо предимството да дава възможност на потребителите да намират продукти, за които няма интернет дистрибуция в национален мащаб. Ето защо вътрешният пазар разполага с огромен потенциал за развитието на „дълга опашка“ от продукти, за които не би било икономически изгодно да се осъществява търговско разпространение на национално равнище, особено в по-малките държави-членки.

Фигура 2: Дял на търсенията на продукти, при които са намерени само трансгранични предложения



⁷ YouGovPsychonomics (2009). Резултатите за Кипър и Малта следва да бъдат тълкувани предпазливо, тъй като са налице много малко национални предложения, които да направят възможна съпоставка (вж. фигура 1).

11. Проведеният в рамките на целия ЕС тест на интернет магазини показва, че в някои държави за повечето продукти е особено трудно да се намерят национални предложения по Интернет (вж. фигура 2). Такъв е случаят особено на по-малките пазари, което означава, че трансграничните предложения са единственият начин за купувачите да закупят тези продукти, ако търговецът на дребно е готов да ги доставя. Извършващите теста в Кипър, Малта и Люксембург, а също и в Литва, Латвия, Ирландия, Белгия, Естония, Португалия и Финландия не успяха да намерят национални предложения по Интернет за поне половината продукти, които търсеха⁸.

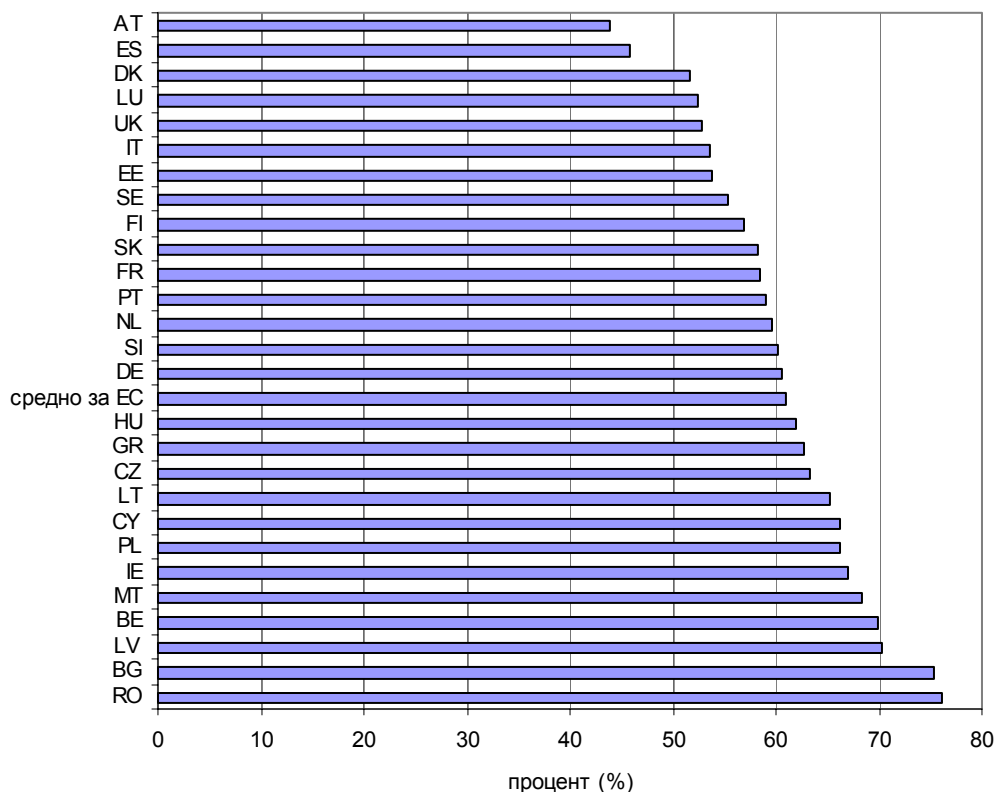
СТЕПЕН НА ФРАГМЕНТИРАНОСТ НА ВЪТРЕШНИЯ ИНТЕРНЕТ ПАЗАР

12. За жалост, противно на очакваното предвид „безграничния“ характер на електронната търговия потребителите нямат равен достъп до трансгранични предложения: за потребителите от някои държави вероятността да намерят чуждестранни магазини, които са готови да приемат тяхна поръчка, е твърде ниска. Макар предложенията да са технически достъпни за потребителите, които търсят предложения по Интернет, в определен момент от процеса на поръчване уебсайтовете прекратяват транзакцията.
13. Проведеният в рамките на целия ЕС тест на интернет магазини е показателен за размера на този проблем. Общо бяха проведени 10 964 трансгранични теста. Средно в само 39 % от случаите беше теоретически възможно да се направи поръчка в интернет магазин, който не бе базиран в същата държава като потребителя. 61 % от всички поръчки не биха се осъществили поради отказ на търговците да обслужват страната на потребителя или по други причини (например поради технически трудности или недостъпност на специфичен начин на плащане)⁹.

⁸ YouGovPsychonomics (2009).

⁹ YouGovPsychonomics (2009). Беше проверена възможността за правене на поръчка по интернет до последното потвърждение. Не бяха направени никакви действителни покупки.

Фигура 3: Технически достъпни за потребителите трансгранични предложения, при които процесът на поръчване е бил неуспешен



Източник: YouGovPsychonomics (2009)

14. Много интернет магазини не са готови да продават на потребители от всички държави на ЕС. Процентът на купувачите, които се натъкват на неуспех, е най-висок в Белгия, България, Латвия, Малта и Румъния (вж. фигура 3). Много магазини правят разлика между клиентите в зависимост от тяхното местожителство. Например, много от извършващите теста не бяха в състояние да се регистрират на даден уебсайт, за да продължат с транзакцията, много уебсайтове отказват да осъществяват доставки в страната на купувача и много от начините на плащане не са леснодостъпни при трансгранични транзакции¹⁰.

ПРЕОДОЛЯВАНЕ НА РЕГУЛАТОРНИТЕ БАРИЕРИ ПРЕД ТРАНСГРАНИЧНАТА ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ

15. Вече много години бариерите пред трансграничната електронна търговия са предмет на вниманието на регулаторите на равнището на ЕС. Необходимо е да се направи повече за постигането на интегриран вътрешен пазар на дребно. В доклада на Комисията от март 2009 г. е изложен обстоен анализ на бариерите, които спъват потребителите и бизнеса¹¹.

¹⁰ YouGovPsychonomics (2009).

¹¹ „Работен документ на службите на Комисията: доклад относно трансграничната електронна търговия в ЕС“, SEC(2009) 283 окончателен, 5 март 2009 г.

16. За търговците на дребно в Европа основните регулаторни бариери пред трансграничната електронна търговия имат своя произход във фрагментираността на правилата за защита на потребителите, а и на правилата за ДДС, таксите за рециклиране и таксите за авторски права. Има значителни отлики в начина, по който тези правила се прилагат в различните държави-членки. Това от своя страна поражда бизнес среда, която е сложна, скъпа и непредвидима за търговците, обмислящи възможността да продават през граница. Ето защо приемането на предложения за преодоляването на тези пречки е от централно значение за промяната на поведението, възприето от търговците на дребно, и, вследствие на това, за подобряването на възможностите на потребителите.
17. Потребителите са изправени пред редица проблеми, когато се опитват да пазаруват по Интернет от друга държава. Не са рядкост случаите, когато интернет търговци отказват да приемат поръчки от потребители, живеещи в друга държава. Потребителите са също така несигурни относно какво да предприемат или към кого да се обърнат, в случай че се натъкнат на проблем, особено когато се касае за решаването на спор с чуждестранен търговец.
18. Предвид сложното и взаимозависимо естество на посочените проблеми е необходима многостранна стратегия. Следващият раздел представя подредени по приоритет точки за действие, като се основава на анализ на продължаващите да съществуват основни предизвикателства. Макар всяка една от точките да е важна поотделно, необходим е напредък по всички тях, преди да може да бъде отключен потенциалът на трансграничната електронна търговия.

Решаване на проблема с фрагментираността на правилата за защита на потребителите

19. Като последица от фрагментираността на правилата за защита на потребителите по отношение на договорите, във връзка с правилата относно колизия между закони, за търговците, които желаят да продават в няколко държави-членки, възникват допълнителни разходи за съответствие. Предложението за директива за правата на потребителите ще се занимае с тази основна пречка пред създаването на вътрешен пазар на дребно. То има за цел сливането на съществуващите четири директиви за защита на потребителите в единен инструмент, като по този начин се опростят и актуализират съществуващите правила, отстранят бариерите пред вътрешния пазар¹² и се избегне прилагането на множество различни набори от правила.
20. Следователно с предложението в целевата област ще бъде създаден единен напълно хармонизиран набор от правила, които да осигуряват високо общо равнище на защита на потребителите в цялата Общност и да позволяват на търговците да продават на потребителите от 27-те държави-членки така, както го правят на съответния национален пазар, като използват например същите стандартни договорни условия и информационни материали. Поради това предложението би снизило значително разходите на търговците за привеждане

¹² Предложение за директива относно правата на потребителите — COM (2008) 614.

в съответствие и същевременно би предоставило на потребителите високо равнище на защита.

21. Освен това приемането на предложението ще укрепи защитата на потребителите и правоприлагането при договорите на трансграничната електронна търговия, както и ще направи по-лесно за медиаторите извънсъдебното уреждане на споровете. Комисията приканва Европейския парламент и Съвета да направят необходимото и разгледат приоритетно това предложение.

Гарантиране на ефективното прилагане на член 20 от директивата за услугите

22. Целта с член 20, параграф 2 от Директивата за услугите е да се премахне по новаторски начин една от основните пречки пред трансграничната търговия, като от държавите-членки се изисква конкретно да прекратят дискриминацията от страна на търговците, които отказват да продават на потребители или ги третират въз основа на тяхната националност или местожителство¹³.
23. При все че забранява дискриминацията, той позволява на търговците да прилагат „разлики в условията на достъп, когато тези разлики са пряко оправдани от обективни критерии“, което в някои случаи може да включва регулаторни бариери. Поради това елиминирането на подобни бариери съгласно настоящото съобщение ще допълни член 20, параграф 2, като намали основанията, които дават възможност на търговците да се позовават на тези критерии.
24. Предвид значимостта на член 20, параграф 2 за трансграничната електронна търговия, неговото пълно прилагане и ефективно въвеждане в действие е важен приоритет за Комисията. Поради това Комисията предоставя насоки на държавите-членки, за да може до края на 2009 г. да се гарантира прилагането на посочената разпоредба, като Комисията възнамерява след това да осъществява активен мониторинг на въвеждането ѝ в действие от националните органи и съдилища.

Увеличаване на ефективността на трансграничното прилагане

25. Потребителите ще действат по-уверено като трансгранични купувачи, ако знаят, че органите за защита на потребителите осъществяват мониторинг на търговските практики. В рамките на Регламента за сътрудничество в областта на защита на потребителите редовните съгласувани действия за пазарен надзор („машабни проверки“) на органите за прилагането на законодателството в областта на потребителите дадоха възможност на националните органи да разследват нарушения и да гарантират съответствието със законите в областта на защитата на потребителите¹⁴.

¹³ Директива 2006/123/ЕО от 12 декември 2006 г. относно услугите на вътрешния пазар.

¹⁴ Регламент (ЕО) № 2006/2004 от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите

26. Неотдавна проведената през май 2009 г. проверка на прилагането по отношение на продажбата на електронно оборудване по Интернет разкри нарушения в 55 % от уебсайтовете. Най-често срещаните проблеми бяха подвеждаща, липсваща или непълна информация относно правата на потребителите, общата цена и данните за контакт на търговеца, което е показателно за необходимостта от по-добро прилагане на разпоредбите на Директивата за електронната търговия, както и на правилата за защита на потребителя. В следващия етап на прилагането държавите-членки ще се борят за отстраняване на трансграничните нарушения, като поискат съдействие в областта на разследванията и прилагането от органите в другите държави-членки¹⁵.
27. За отстраняването на бариерите, насърчаването на прозрачността на информацията и насърчаване на доверието на потребителите в надеждността на интернет предложенията и търговците е необходимо по-ефективно прилагане на съществуващите правила от държавите-членки. Неотдавна Комисията оповести поредица от конкретни препоръки за постигането на тази цел¹⁶.

Борба с нелоялните търговски практики

28. В Директивата за нелоялните търговски практики (2005/29/ЕО) е определен единен набор от правила относно законните и забранените търговски практики от страна на търговци към потребители в целия ЕС¹⁷. За да се гарантира, че интернет търговците на дребно могат да пускат продукти на пазара и да правят реклама в опростена и предвидима регулаторна среда, а потребителите могат да имат доверие на предложенията, които виждат по Интернет, сега е от значение националните органи по прилагането да гарантират еднаквото прилагане на директивата.
29. Ето защо до края на 2009 г. Комисията ще публикува насоки, които обхващат, между другото, новите понятия, въведени от директивата, с цел да се подкрепи еднаквото ѝ тълкуване и прилагане. Така за сериозните търговци ще бъде по-лесно да започнат да развиват трансгранична дейност, и по-специално по Интернет. По-ефективното трансгранично прилагане на законодателството относно нелоялните практики ще бъде от голяма полза за увеличаване доверието на потребителите, както и за добросъвестните търговци, като намали нелоялната конкуренция от страна на недобросъвестните търговци.

Насърчаване на схеми за алтернативно разрешаване на спорове и процедурата за трансгранични иски с малък материален интерес

30. Освен текущите дейности по прилагането, на равнището на ЕС са създадени механизми, които да способстват за ефективното отстраняване на нарушенията: процедурата за иски с малък материален интерес при трансгранични съдебни спорове, която от влизането си в сила през 2009 г.

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

¹⁶ Съобщение СОМ(2009) 330, 2.7.2009 г. относно прилагането на законодателството на Общността за защита на потребителите.

¹⁷ Директива 2005/29/ЕО от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар.

допринася за опростяването, ускоряването и намаляването на съдебните разходите при иски в размер до 2 000 евро; директивата относно някои аспекти на медиацията по гражданскоправни и търговскоправни въпроси усилва ролята на медиацията¹⁸.

31. Комисията способства също за достъпа на потребителите до несъдебни процедури при трансгранични спорове, свързани с Интернет, посредством мрежата на Европейските потребителски центрове (ЕСС-Net), която свързва потребителите с 400 органа за алтернативно разрешаване на спорове в ЕС¹⁹. Комисията ще популяризира допълнително тези механизми посредством публикуването на насоки за гражданите относно процедурата за иски с малък материален интерес, създаването на портал на Европейския съюз за електронно правосъдие и допълнителни усилия за насърчаване развитието на ЕСС-Net.

Опростяване на задълженията за отчитане на ДДС на търговците от разстояние

32. Понастоящем интернет търговците трябва да се регистрират по ДДС във всяка една страна, в която техните годишни продажби надхвърлят определен праг, като допълнителна трудност представлява фактът, че праговете и ставките на ДДС се различават между отделните държави.
33. Комисията предложи да се въведе схема за обслужване на едно гише на неустановените данъчно задължени лица с цел да се позволи на търговците да изпълняват определени задължения по ДДС, като например регистрирането и подаването на декларации по ДДС, в тяхната собствена държава-членка и да се опростят установените правила за продажби от разстояние посредством определянето на единен праг в размер на 150 000 EUR, валиден за целия ЕС²⁰.
34. Освен това понастоящем от търговците от разстояние се изисква да издават пълна ДДС фактура, дори когато национален доставчик, продаващ същата стока на същия клиент, може да не е задължен да прави това. Комисията предложи за търговците от разстояние да бъде въведена при определени обстоятелства „опростена фактура“²¹.
35. И двете предложения биха направили значително по-лесно за трансграничните търговци от разстояние да спазват своите задължения по ДДС. Следователно Комисията приканва Съвета да направи необходимото и разгледа приоритетно тези предложения.

¹⁸ Регламент (ЕО) № 861/2007 за създаване на европейска процедура за иски с малък материален интерес; Директива 2008/52/ЕО относно някои аспекти на медиацията по гражданскоправни и търговскоправни въпроси.

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

²⁰ Предложение за Директива на Съвета за изменение на Директива 77/388/ЕИО с цел облекчаване на задълженията в областта на данък добавена стойност — COM(2004) 728.

²¹ Предложение за изменение на Директива 2006/112/ЕО относно общата система на данъка върху добавената стойност по отношение на правилата за издаване на фактури—COM(2009) 21.

Намаляване на административната тежест за интернет търговците по отношение на отпадъците от електрическо и електронно оборудване

36. Трансграничните продажби на електронни стоки (една от категориите стоки, за които има най-голямо търсене по Интернет) е предмет на допълнителни регулаторни бариери. Настоящата липса на хармонизация на националното прилагане на правилата относно отпадъци от електрическо и електронно оборудване (Директива относно отпадъците от електрическо и електронно оборудване) има за резултат различни равнища на такси и прагове за регистрация и отчитане на електрическо и електронно оборудване от интернет търговците, което може да действа като възпиращ фактор по отношение на трансграничните търговци.
37. В своето направено наскоро предложение Комисията предприема важни стъпки за хармонизиране на прилагането, като изяснява някои разпоредби от директивата, включително нейния обхват. В член 16 се предлага да се хармонизира регистрирането и отчитането на производителите в ЕС, като националните регистри на производителите бъдат направени оперативно съвместими. Това би позволило на производителите да се регистрират в една държава-членка, като отчитат своите дейности в целия ЕС, вместо да се регистрират във всяка държава-членка поотделно²².
38. Предложението на Комисията ще допринесе значително за облекчаването на практическите проблеми, установени при настоящата схема от правила. Комисията приканва Европейския парламент и Съвета да направят необходимото и разгледат приоритетно това предложение.

Практически решения за управлението на таксите за авторски права

39. От 2006 г. заинтересованите страни на национално и европейско равнище обсъждат решения на практическите въпроси, свързани с трансграничното управление на таксите за авторски права във връзка с продажбите на празни носители и записващи устройства. Понастоящем на трансграничните търговци в крайна сметка може да се наложи за едни и същи стоки да плащат и отчитат такси за авторски права в няколко държави.
40. Мнозинството от заинтересованите страни са съгласни, че настоящата система за отчитане, плащане и възстановяване на таксите възпрепятства трансграничната електронна търговия. Засега все още не е постигнато споразумение относно практическите решения, които биха направили така, че националните системи за събиране на таксите да функционират по-добре. Заинтересованите страни следва да удвоят своите усилия за бързо намиране на решения, които да позволят на дружествата да рационализират своята трансгранична логистика.

²² Предложение за преработка на Директива 2002/96/ЕО относно отпадъците от електрическо и електронно оборудване (ОЕЕО) — COM(2008)810.

Принос за намаляването на бариерите пред интернет продажбите в контекста на вертикалните ограничения

41. Правилата за конкуренцията относно вертикалните ограничения допринесоха в голяма степен за премахването на неоправданите ограничения пред електронната търговия в споразумения за дистрибуция посредством забраната на антиконкурентни ограничения на трансграничните интернет маркетинг и продажби.²³ Настоящият регламент за групово освобождаване ще престане да бъде в сила, считано от 31 май 2010 г. Понастоящем Комисията проучва начина, по който регламентът е прилаган досега, с цел изясняване и опростяване на тези правила. Комисията обмисля също така възможностите текущият преглед да допринесе за намаляването на бариерите пред продажбите по Интернет и създаването на ефективни механизми за увеличаване на благосъстоянието на потребителите²⁴.
42. По отношение на изключителната дистрибуция текущият преглед ще доразработи критериите, използвани за различаване между активни или пасивни продажби, с цел да бъдат определени най-разпространените практики, които могат да бъдат разглеждани като ограничения на пасивните продажби и които вероятно нарушават правилата на конкуренцията. Например вероятното неправомерно поведение може да включва практики като изискването изключителният дистрибутор да инсталира на своя уебсайт автоматично пренасочване на клиентите към уебсайта на производителя или уебсайтовете на други изключителни дистрибутори. Като друг пример може да послужи прекратяването на процеса на интернет транзакция на потребителя в момента, в който данните от неговата/нейната кредитна карта разкрият, че адресът не попада в целевата изключителна територия.
43. По отношение на селективната дистрибуция настоящият преглед ще изследва дали критериите, използвани при подбор на търговски разпространители (като например изискването разпространителят да разполага с традиционен магазин в помещение), могат да бъдат оправдани с оглед благосъстоянието на потребителите и дали ограничават без основание интернет транзакциите и трансграничните транзакции. Вертикалният преглед ще изследва също дали в рамките на мрежите на селективна дистрибуция производителите се стремят да разубедят избраните търговски разпространители да използват Интернет.
44. Интернет дистрибуцията ще бъде една от главните области на текущия преглед на правилата на конкуренцията относно вертикалните ограничения. В тази връзка Комисията ще проучи щателно необходимостта от привеждането в съответствие на съществуващите правила, така че да се създадат допълнителни възможности за трансгранична електронна търговия.

²³ Регламент (ЕО) № 2790/1999 на Комисията от 22 декември 1999 г. за прилагането на член 81, параграф 3 от Договора за категориите вертикални споразумения и съгласувани практики (Регламент за групово освобождаване); Известие (2000/С 291/01) на Комисията „Насоки за вертикалните ограничения“.

²⁴ Вж. „Кръгла маса по въпросите на интернет търговията: възможности и бариери пред продажбите на дребно по интернет“, достъпен на: http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_online_commerce/roundtable_report_en.pdf

Усъвършенстване на платежните системи и логистиката и преодоляване на техническите бариери

45. Платежните системи също бяха в центъра на действията на ЕС, насочени към увеличаването на оперативната съвместимост и създаването на безпрепятствен трансграничен пазар посредством законодателството (Директива относно платежните услуги) или чрез подкрепа за инициативите на отрасъла (Единна зона за плащания в евро)²⁵. За потребителите и търговците обаче (по-специално МСП) извършването и получаването на трансгранични интернет плащания в целия ЕС все още представлява предизвикателство и основен възпиращ фактор по отношение на трансграничната търговия.
46. С приемането на третата пощенска директива през 2008 г. беше даден нов импулс на реформата в пощенския сектор, като държавите-членки бяха натоварени с ангажимента за пълно отваряне на техните пазари на пощенските услуги. С пълното отваряне на пазара се установява вътрешен пазар и пощенските оператори следва да бъдат в състояние да учредяват филиали в други държави-членки, като доставят пратки по собствената мрежа, или следва да разполагат с избор относно пощенския оператор, който да използват в други държави-членки по отношение на пощата в рамките на Общността. Потребителите и търговците ще се възползват от предимствата, които са резултат на подобрената трансгранична логистика²⁶.
47. Комисията ще продължи също да гарантира, че неоснователните пречки пред търговията на стоки на вътрешния пазар ще бъдат премахвани, както и че няма да бъдат създавани нови такива.

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ДЕЙСТВИЯ ЗА ПРЕМАХВАНЕ НА НЕРЕГУЛАТОРНИТЕ БАРИЕРИ ПРЕД ТРАНСГРАНИЧНАТА ТЪРГОВИЯ

Работа с отрасъла за поощряване развитието на общоевропейския интернет пазар на дребно

48. Начинът, по който потребителите възприемат възможностите по Интернет, са отчасти резултат от бизнес модели, които досега разглеждаха вътрешния интернет пазар като механичен сбор от националните пазари.
49. Комисията призовава основните интернет търсачки и компании, развиващи дейност в Интернет, да съдействат за увеличаването на осведомеността на потребителите относно трансграничните възможности. Развиващите търговска дейност по Интернет следва да започнат да използват имена на домейни, които завършват с .eu, единният домейн от първо ниво за Европа, като израз на стремежа да се сложи край на възприемането на уебсайтовете им като тясно национални — възприятие, породено от имената на домейни, свързани с отделни държави. Освен това, тъй като всяка фирма, регистрирана в домейна .eu, трябва да спазва европейските правила, за потребителите търсенето на .eu

²⁵ Директива 2007/64/ЕО относно платежните услуги във вътрешния пазар

²⁶ Директива 97/67/ЕО (изменена с Директива 2002/39/ЕО и Директива 2008/6/ЕО) — „Пощенската директива“

играе ролята на изходно ниво на защита, а европейските фирми, които отговарят на високи стандарти, биха могли да се отличат от останалите чрез възприемането на .eu. Търговците следва да създават многонационални или общоевропейски уебсайтове.

50. Макар откриването на трансгранични предложения по Интернет да е възможно, това изисква повече време и усилия отколкото намирането на национални предложения, насочени към националната клиентела. Основните интернет търсачки и уебсайтовете за сравнение на цените следва систематично да предлагат класации на търсенето или сравнение на цените, в които са представени както трансграничните, така и националните предложения и са достъпни на повече от един език.²⁷ Опитът от сектора на въздухоплаването показва, че многоезичните, прозрачно направени уебсайтове са най-удачното средство за даване тласък на трансграничните интернет транзакции.²⁸ Комисията ще продължи обсъжданията с пазарните оператори относно начините за улесняване на трансграничната електронна търговия.

Информация за потребителите и търговците

51. Може да се очаква, че информираниите потребители, които познават правата си и са в състояние да разпознаят и докладват нарушения, ще се възползват в по-голяма степен от предимствата на трансграничното пазаруване по Интернет. За тази цел Комисията ще разшири и актуализира изданието „Електронен наръчник за вашите права по Интернет“, публикувано през май 2009 г.²⁹, и ще продължи да поддържа мрежата на Европейските потребителски центрове, която предоставя информация и съвети на трансграничните купувачи. Мрежата „Enterprise Europe“ ще бъде използвана за информиране на търговците относно техните задължения и наличните възможности.

Засилване на мониторинга на пазара

52. Като част от намерението на Комисията за осъществяването на по-добър мониторинг в областта на търговията на дребно на вътрешния пазар, ще бъде необходим и непрекъснат мониторинг на трансграничната електронна търговия, за да се гарантира, че лицата, отговорни за създаването на политики, органите по прилагането и гражданите са осведомени относно развитието на пазара. В допълнение на съществуващите проучвания на Евростат Комисията ще продължи да работи с Европейската централна банка и големите компании за кредитни карти — при пълно зачитане на законодателството относно правото на неприкосновеност на личния живот и защитата на данните — за разработването на статистика на трансграничните продажби, която се основава на транзакциите, извършени с кредитни карти.

²⁷ Според препоръката в Съобщение COM(2008)566 на Комисията „Многоезичието: преимущество за Европа и обща отговорност“.

²⁸ По-специално след приемането на Регламент (ЕО) № 1008/2008 на Европейския парламент и на Съвета от 24 септември 2008 г. относно общите правила за извършване на въздухоплавателни услуги в Общността (преработен)

²⁹ Вж.: http://ec.europa.eu/information_society/eyouguide/navigation/index_en.htm

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

53. В настоящото съобщение са изложени основните моменти на стратегията, чието предназначение е да се подобри функционирането на трансграничната електронна търговия. Постигането на тази цел ще бъде от полза за потребителите, за дружествата и за конкурентоспособността на икономиката на ЕС. Напредъкът по всички тези точки ще продължи да бъде предмет на щателен мониторинг посредством индекса за развитие на пазарите на дребно.