



Bruxelles, 25.5.2016
COM(2016) 320 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**O abordare cuprinzătoare pentru stimularea comerțului electronic transfrontalier în
beneficiul cetățenilor și întreprinderilor europene**

{SWD(2016) 163 final}

1 Context

Prezenta comunicare descrie un pachet amplu și cuprinzător de măsuri privind comerțul electronic prin care Comisia intenționează să obțină eliminarea rapidă a barierelor din calea activității online transfrontaliere în Europa. Aceasta este o condiție prealabilă necesară pentru funcționarea deplină a pieței unice digitale, care va contribui la obținerea de către consumatori și întreprinderi a unui raport calitate-preț mai avantajos și a unei posibilități mai largi de alegere a bunurilor și serviciilor online, oferind totodată întreprinderilor, în special celor nou-înființate, oportunități suplimentare de extindere în întreaga Europă. Pachetul de măsuri menționat este în concordanță cu apelul Consiliului European¹ privind luarea de măsuri care vizează eliminarea barierelor rămase în calea liberei circulații a bunurilor și serviciilor comercializate online, precum și abordarea discriminării nejustificate pe motive de localizare geografică. Măsurile răspund, de asemenea, apelului Parlamentului European² adresat Comisiei privind eliminarea barierelor care afectează comerțul electronic, în vederea construirii unei piețe veritabile a comerțului electronic transfrontalier în Europa.

Comerțul electronic ca factor pentru creștere

În UE, valoarea comerțului electronic cu amănuntul a crescut cu 13,7 % în 2014 în comparație cu 2013, ajungând la un total de 370 de miliarde EUR³. Rata medie de creștere anuală în perioada 2000-2014 a fost de 22 %⁴. Cifra de afaceri a comerțului electronic ca procent din cifra totală de afaceri a sectorului comerțului cu amănuntul a atins 8 % în 2015⁵, dovedind astfel că dinamismul acestui tip de comerț și contribuția sa la creșterea economică a UE trebuie să fie susținute.

În strategia sa privind piața unică digitală⁶, Comisia a identificat o serie de domenii în care sunt necesare măsuri imediate pentru a elimina barierele din calea activității online transfrontaliere și pentru a defini un cadru adecvat privind comerțul electronic. Una dintre măsurile-cheie este prevenirea tratamentului diferențiat aplicat în mod nejustificat consumatorilor și întreprinderilor atunci când încearcă să cumpere bunuri și servicii online în cadrul UE. O astfel de discriminare se poate manifesta sub formă de restricții legate de cetățenie, reședință sau localizare geografică, care sunt în contradicție cu principiile de bază ale UE. În mod similar, în strategia sa pentru piața unică⁷, înscrisă în cadrul eforturilor sale mai ample dedicate creării unei piețe unice mai echitabile, Comisia și-a anunțat intenția de a combate toate formele de tratament diferențiat nejustificat al cumpărătorilor stabiliți în state membre diferite, indiferent dacă acestea sunt aplicate în vânzările directe sau prin canale de distribuție și indiferent de modul în care au loc.

Prevenirea discriminării nu este singura soluție pentru eliminarea barierelor din calea comerțului electronic transfrontalier. Acesta este motivul pentru care strategia privind piața unică digitală a evidențiat, de asemenea, necesitatea de a consolida încrederea consumatorilor în vânzările online transfrontaliere, prin asigurarea unei mai bune aplicări a normelor existente și prin disponibilitatea unor servicii transfrontaliere de livrare a coletelor accesibile și de înaltă calitate. Strategia a subliniat, de asemenea, necesitatea de a reduce costurile tranzacțiilor și alte obstacole cauzate de diferențele în materie de drept contractual dintre legislațiile statelor membre și reducerea sarcinii administrative

¹ <http://www.consilium.europa.eu/ro/press/press-releases/2015/06/26-euco-conclusions/>

² <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0009+0+DOC+XML+V0//RO>

³ Toate cifrele sunt extrase din Raportul din 2015 privind comerțul electronic B2C pe plan european. Comerțul electronic în Europa, în afară de Bulgaria, Cipru, Croația, Lituania, Luxemburg, Malta, Slovenia și Slovacia, pentru care nu sunt disponibile date. <http://www.ecommerce-europe.eu> p.29.

⁴ Duch-Brown, N. și B. Martens (2015), The European Digital Single Market: Its Role in Economic Activity in the EU. JRC/IPTS Digital Economy Working Paper 2015/17. Disponibil la: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/JRC98723.pdf>

⁵ Eurostat - Sondaj la nivel comunitar privind utilizarea TIC de către întreprinderi (pentru întreprinderile cu cel puțin 10 salariați). Această cifră se referă la categoria 10_G47 din clasificarea NACE (Rev. 2): Comerț cu amănuntul, cu excepția autovehiculelor și a motocicletelor. În ansamblul sectorului economiei (cu excepția sectorului financiar), ponderea comerțului electronic în cifra totală de afaceri a fost de 17 % în 2015.

⁶ COM(2015) 192 final.

⁷ COM(2015) 550 final.

legate de TVA. Inițiativele Comisiei în vederea strângerii de probe⁸ au confirmat aspectele menționate anterior ca fiind principalele chestiuni care trebuie abordate.

Prezenta comunicare descrie un pachet de măsuri care cuprinde patru propuneri privind piața unică digitală, destinate să stimuleze potențialului comerțului electronic transfrontalier în Europa:

- o propunere legislativă privind abordarea geoblocării nejustificate și a altor forme de discriminare pe motive de naționalitate, loc de reședință sau loc de stabilire în cadrul pieței unice;
- o propunere legislativă de revizuire a Regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului;
- o propunere legislativă (regulament) prin care se propun măsuri în domeniul serviciilor de livrare a coletelor;
- orientări referitoare la punerea în aplicare/aplicarea Directivei privind practicile comerciale neloiale.

Comunicarea explică modul în care aceste patru propuneri sunt legate între ele și se completează reciproc, precum și modul în care se raportează la alte propuneri privind piața unică digitală cu beneficii majore pentru comerțul electronic, și anume:

- cele două propuneri legislative privind furnizarea de conținut digital și privind vânzarea online și alte tipuri de contracte de vânzare la distanță de bunuri, pe care Comisia le-a adoptat deja în decembrie 2015;
- viitoarele propuneri de simplificare a TVA, preconizate să fie adoptate în toamna anului 2016.

Împreună cu prevederile existente, cum ar fi Directiva privind comerțul electronic⁹, prevederile legate de dreptul consumatorului și al comercializării, inclusiv Directiva privind drepturile consumatorilor¹⁰, cadrul privind protecția datelor reformat recent și dreptul concurenței, aceste propuneri, odată adoptate, vor institui un cadru cuprinzător pentru dezvoltarea deplină a potențialului comerțului electronic în Europa, în beneficiul atât al consumatorilor, cât și al întreprinderilor.

În paralel cu adoptarea pachetului privind comerțul electronic, Comisia prezintă, de asemenea, o comunicare privind rezultatele evaluării sale cuprinzătoare a rolului platformelor și a intermediarilor online, precum și propunerea sa de revizuire a Directivei serviciilor mass-media audiovizuale (DSMAV). În ceea ce privește primul document, platformele online au schimbat profund economia digitală în ultimele două decenii și joacă un rol important în lanțurile valorice digitale care stau la baza comerțului electronic în cadrul UE. Pentru a valorifica la maximum oportunitățile oferite de comerțul electronic, este necesar ca UE să creeze cel mai bun mediu de afaceri posibil pentru comercianții online, precum și pentru piețele comerțului online, pe care se bazează mulți comercianți. În comunicarea sa privind platformele, Comisia își prezintă evaluarea și abordarea politică în materie de sprijinire a dezvoltării de platforme online în Europa.

Propunerea de revizuire a DSMAV urmărește să modernizeze normele astfel încât să se reflecte schimbările de pe piață, cele privind consumul și cele tehnologice. Propunerea se axează pe domeniul de aplicare a DSMAV și pe natura normelor aplicabile tuturor actorilor de pe piață, în special pe cele

⁸ Documentul de lucru al serviciilor Comisiei SWD(2016) 70 final. *Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European digital single market* (Anchetă bazată pe metoda „clientului misterios” privind restricțiile teritoriale și geoblocarea pe piața unică digitală europeană): http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/docs/geoblocking-exec-summary_en.pdf; Raportul privind consultarea publică: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-results-public-consultation-geoblocking>

⁹ Directiva 2000/31/CE.

¹⁰ Directiva 2011/83/UE.

privind promovarea operelor europene, protecția minorilor, combaterea discursurilor de incitare la ură și normele în materie de publicitate.

2 O abordare globală și integrată privind stimularea comerțului electronic

Nu a fost încă atins potențialul deplin al comerțului electronic european în ceea ce privește contribuția la creșterea economică și la crearea de noi surse de ocupare a forței de muncă. Barierele și normele fragmentate descurajează întreprinderile de la implicarea în comerțul transfrontalier și îi împiedică pe consumatori să beneficieze de cele mai competitive oferte și de gama completă de oferte online.

Potențialul de creștere încă neexploatat al comerțului electronic

În 2015, numai 9 % dintre întreprinderile din UE din sectorul comerțului cu amănuntul au vândut produse online consumatorilor din alte țări ale UE, în timp ce 24 % au efectuat astfel de vânzări în propria țară¹¹. În ansamblul sectorului economic, numai 19 % dintre IMM-uri vând online (în comparație cu 43 % dintre marile întreprinderi) și doar 8 % dintre IMM-uri vând online în alte state membre ale UE (în comparație cu 23 % dintre marile întreprinderi)¹². În 2015, doar 16 % dintre consumatori au făcut cumpărături online dintr-o altă țară a UE, în timp ce 47 % au făcut astfel de cumpărături din propria țară¹³. Ponderea comerțului electronic în ansamblul sectorului comerțului cu amănuntul este în continuare mai scăzută în Europa decât în SUA: în 2015, ponderea comerțului electronic în ansamblul comerțului cu amănuntul în UE era de aproximativ două treimi din cea a Statelor Unite¹⁴.

Prin seria de măsuri privind piața unică digitală prezentate mai sus, Comisia adoptă o abordare cuprinzătoare a diferitelor aspecte ale barierelor care împiedică dezvoltarea comerțului electronic transfrontalier, inclusiv prin abordarea nevoilor IMM-urilor, care reprezintă cea mai mare parte a economiei UE și înregistrează întârzieri în ceea ce privește provocare digitală. În vederea creării condițiilor adecvate pentru dezvoltarea comerțului electronic, sunt necesare următoarele măsuri:

- asigurarea unui acces mai ușor al consumatorilor și întreprinderilor (în special al întreprinderilor nou-înființate și al IMM-urilor) la bunuri și servicii oferite online în întreaga Europă;
- consolidarea încrederii consumatorilor și asigurarea unei certitudini sporite pentru întreprinderi, prin norme clare și mai puțin fragmentate privind vânzările online de bunuri și furnizarea de conținut digital;
- reducerea costurilor tranzacțiilor și a sarcinii administrative pentru întreprinderi în cazul tranzacțiilor online transfrontaliere.

¹¹ Eurostat - Sondaj la nivel comunitar privind utilizarea TIC de către întreprinderi (pentru întreprinderile cu cel puțin 10 salariați). Această cifră se referă la categoria 10_G47 din clasificarea NACE (Rev. 2): Comerț cu amănuntul, cu excepția autovehiculelor și a motocicletelor.

¹² Eurostat - Sondaj la nivel comunitar privind utilizarea TIC de către întreprinderi (pentru întreprinderile cu cel puțin 10 salariați). Această cifră se referă la ansamblul sectorului economiei (cu excepția sectorului financiar).

¹³ Eurostat - Sondaj la nivel comunitar privind utilizarea TIC în gospodării și de către persoanele fizice (isoc_ec_ibuy).

¹⁴ <http://www.retailresearch.org/onlinereetailing.php>

Ameliorarea accesului online la bunuri și servicii	Consolidarea încrederii consumatorilor și asigurarea unei certitudini sporite	Reducerea costurilor tranzacțiilor și a sarcinii administrative
• interzicerea geoblocării nejustificate • instituirea unor norme uniforme și asigurarea unei mai bune aplicări a acestora în întreaga UE • reducerea prețurilor de livrare transfrontalieră	• reducerea prețurilor de livrare transfrontalieră • facilitarea metodelor de plată • instituirea unor norme comune privind contractele • instituirea unor norme uniforme și asigurarea unei mai bune aplicări a acestora în întreaga UE • furnizarea de orientări privind practicile comerciale neloiale	• reducerea TVA • reducerea costurilor cauzate de normele contractuale fragmentate • reducerea prețurilor de livrare transfrontalieră

Ameliorarea accesului online la bunuri și servicii

Strategia Comisiei este de a realiza cele trei obiective de mai sus printr-o combinație de măsuri aplicate în mod integrat. Propunerea privind geoblocarea urmărește să ofere întreprinderilor și consumatorilor posibilitatea de a beneficia de o gamă mai largă de opțiuni, prin interzicerea discriminării practice de comercianți împotriva consumatorilor sau a întreprinderilor din alte state membre. Aceasta va permite creșterea vizibilității ofertelor comercianților din alte țări, extinderea gamei de produse propuse și posibilitatea de a căuta cea mai bună ofertă în momentul achiziționării de bunuri și servicii online.

Cu toate acestea, Comisia consideră că ar fi prea împovășător pentru comercianții de bunuri să fie obligați să livreze în afara zonei vizate în mod obișnuit. Sunt necesare măsuri suplimentare pentru a ajuta cetățenii și întreprinderile din UE să aibă acces la vânzători și cumpărători din alte state membre, printre altele prin asigurarea faptului că aceștia pot obține servicii transfrontaliere de livrare a coletelor la prețuri accesibile. Costul și eficiența serviciilor de livrare a coletelor nu ar trebui să constituie un obstacol în calea comerțului electronic transfrontalier. Prin încurajarea concurenței și creșterea transparenței tarifelor, Comisia își propune să reducă diferențele tarifare nejustificate; de exemplu, prețurile publicate pentru serviciile transfrontaliere de livrare a coletelor pot fi chiar de cinci ori mai mari decât pentru cele interne echivalente¹⁵.

Măsurile din propunerea privind geoblocarea vor fi mai eficiente dacă există o abordare mult mai aprofundată privind aplicarea legislației. Odată adoptat, instrumentul privind geoblocarea ar fi inclus și aplicat cu privire la relațiile dintre întreprinderi și consumatori (B2C) în cadrul mecanismului prevăzut în Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului, care este, de asemenea, în curs de revizuire cu scopul de a consolida mecanismele sale și de a le adapta piețelor digitale. Geoblocarea poate fi legată de acordurile dintre furnizori și distribuitori. Astfel de acorduri pot restrânge concurența pe piața unică, ceea ce constituie o încălcare a normelor în materie de concurență ale UE. Pentru a se asigura că regulamentul privind geoblocarea își atinge obiectivele, acordurile cu comercianții care includ restricții privind vânzările pasive (obligația de a nu răspunde la cereri nesolicitate din partea clienților individuali) ce încalcă regulamentul, vor deveni nule de drept.

Consolidarea încrederii consumatorilor și asigurarea unei certitudini sporite pentru întreprinderi

În plus față de serviciile transfrontaliere de livrare a coletelor la prețuri accesibile, încrederea depinde, de asemenea, de metodele de plată. În conformitate cu propunerea privind geoblocarea, comercianții

¹⁵ Documentul de lucru al serviciilor Comisiei SWD(2016) 166.

nu vor fi forțați să accepte niciun mijloc specific de plată, însă nu ar trebui să refuze plățile din motive legate de naționalitate, loc de reședință sau loc de stabilire.

Incertitudinea legată de principalele drepturi contractuale ale consumatorilor este un motiv important pentru lipsa de încredere a acestora în cumpărăturile online transfrontaliere¹⁶. În conformitate cu propunerile Comisiei din decembrie 2015 privind furnizarea de conținut digital și privind vânzarea online și alte tipuri de contracte de vânzare la distanță de bunuri¹⁷, consumatorii vor avea la dispoziție un set clar de drepturi obligatorii pe deplin armonizate în întreaga UE și, prin urmare, va fi mai încrezătorii în ceea ce privește accesarea conținutului digital sau achiziționarea de bunuri la nivel transfrontalier. Cadrul de cooperare consolidat și mai eficient în domeniul aplicării normelor va stimula, de asemenea, încrederea și va reduce prejudiciile suferite de consumatori.

Claritatea în ceea ce privește normele juridice contribuie, de asemenea, la consolidarea încrederii. În orientările sale referitoare la punerea în aplicare a/aplicarea Directivei privind practicile comerciale neloiale (DPCN)¹⁸, Comisia oferă clarificări legate de interpretarea sa privind anumite concepte și dispoziții-cheie ale directivei, care constituie unul dintre temeiurile juridice cel mai frecvent folosite de Rețeaua de cooperare pentru protecția consumatorilor. Orientările au fost extinse pentru a acoperi aspecte precum interacțiunea dintre DPCN și alte acte legislative ale UE, jurisprudența din ce în ce mai semnificativă a Curții de Justiție și a instanțelor naționale, precum și aplicarea cerințelor în materie de transparență din directivă noilor modele de afaceri, în special în sectorul digital.

Reducerea costurilor tranzacțiilor și a sarcinii administrative

În cazul în care întreprinderile își orientează activitățile către alte state membre, poate fi necesar ca acestea să își adapteze contractele la cerințele în materie de contracte încheiate cu consumatorii din țara respectivă sau să plătească TVA în țara de destinație. În vederea reducerii costurilor cu care se confruntă întreprinderile în astfel de cazuri, Comisia a propus deja, la sfârșitul anului 2015, măsuri menite să armonizeze pe deplin și în mod specific principalele drepturi obligatorii ale consumatorilor în ceea ce privește furnizarea de conținut digital, precum și vânzarea online și alte tipuri de vânzare la distanță de bunuri. Comisia va aborda, de asemenea, sarcina administrativă suportată de întreprinderi care decurge din regimurile diferite de TVA, prin prezentarea de propuneri legislative pentru a extinde actualul mini-ghișeu unic la bunurile materiale vândute online, ceea ce ar însemna că întreprinderile ar putea face o declarație unică și o singură plată a TVA în propriul stat membru.

3 Geoblocarea și alte forme de discriminare: eliminarea discriminării bazate pe naționalitate sau pe locul de reședință

În ciuda armonizării realizate prin intermediul Directivei privind serviciile¹⁹ și al Directivei privind comerțul electronic, piața unică a serviciilor este în continuare fragmentată, iar aplicarea acestor norme este lipsită de consecvență. În vederea unei mai bune dezvoltări a comerțului electronic în Europa, sunt necesare acțiuni pentru a preveni în mod eficace geoblocarea nejustificată și alte forme de discriminare. Prin clarificarea situațiilor în care un tratament diferențiat al întreprinderilor și consumatorilor din UE din motive legate de naționalitate, loc de reședință sau loc de stabilire nu poate fi justificat prin motive obiective, propunerile Comisiei vor oferi securitate juridică și vor contribui la eliminarea barierelor pentru clienți, fără a impune o sarcină disproporționată asupra întreprinderilor.

Inițiativa privind geoblocarea acoperă serviciile incluse în sfera de aplicare a Directivei privind serviciile și, într-o mare măsură, a Directivei privind comerțul electronic, cum ar fi vânzarea de bunuri cu amănuntul online și offline, serviciile furnizate pe cale electronică, inclusiv cele care oferă acces la

¹⁶ Documentul de lucru al serviciilor Comisiei SWD(2015) 100.

¹⁷ COM(2015) 0634 final; COM(2015) 0635 final.

¹⁸ Directiva 2005/29/CE.

¹⁹ Directiva 2006/123/CE.

conținut digital, altul decât cel audiovizual (muzică, cărți electronice, software, jocuri), serviciile turistice, de divertisment și comerciale²⁰.

Această inițiativă va impune o obligație de nediscriminare, atât în ceea ce privește discriminarea directă, cât și cea indirectă, bazată pe naționalitate, loc de reședință sau loc de stabilire. Cu alte cuvinte, în situațiile care intră sub incidența propunerii, clienții din alte state membre vor putea cumpăra în aceleași condiții ca și clienții locali. În ceea ce privește serviciile furnizate pe cale electronică (precum serviciile de *cloud computing*, stocarea datelor și găzduirea de site-uri web), Comisia propune amânarea aplicării prevederii privind nediscriminarea până la jumătatea anului 2018, având în vedere caracteristicile lor specifice și pentru a permite prestatorilor de servicii să se pregătească pentru modificările aferente. În legătură cu serviciile privind conținutul online, altul decât cel audiovizual, care implică lucrări protejate prin drepturi de autor, prevederea în materie de nediscriminare nu se aplică în această etapă, deși posibilitatea extinderii acesteia pentru a cuprinde serviciile menționate va face obiectul unei reexaminări. Comisia va colabora cu părțile interesate în vederea pregătirii unei astfel de revizuirii, inclusiv pe baza dovezilor și informațiilor deja colectate. Cu toate acestea, alte norme, precum interzicerea blocării accesului la interfețele online, absența redirectionării fără consimțământul clientului și nediscriminarea în materie de mijloace de plată se vor aplica acestor servicii încă de la început.

De prea multe ori, consumatorii se confruntă în continuare cu practici de geoblocare și discriminare pe criterii geografice:

Numai 37 % dintre site-urile web verificate în cadrul unei anchete a Comisiei din 2015 au permis efectiv vizitatorilor transfrontalieri din UE să finalizeze o achiziție cu succes²¹. Această situație nu reprezintă o îmbunătățire în comparație cu 2009. 36 % dintre comercianții cu amănuntul online au declarat că nu au vândut în afara granițelor produse din cel puțin o categorie de produse pe care o comercializează²². În ceea ce privește experiențele consumatorilor, 19 % dintre cumpărătorii online transfrontalieri s-au confruntat cu restricții într-o etapă sau alta a procesului de cumpărare²³. În timpul consultării publice, peste 90 % dintre consumatorii respondenți au fost de acord sau și-au manifestat puternic acordul cu privire la faptul că consumatorii și întreprinderile ar trebui să poată cumpăra și accesa servicii oriunde în UE. Peste 80 % dintre consumatorii respondenți au indicat că s-au confruntat cu geoblocarea²⁴.

Vânzările de bunuri fără livrare

Atunci când vinde bunuri, comerciantul nu are voie să își discrimineze clienții. În particular, deși comerciantul nu va fi obligat să livreze bunurile în țara clientului (având în vedere potențialele costuri ridicate de livrare), acesta trebuie, pe lângă informarea clientului în mod clar și lizibil cu privire la restricțiile de livrare existente în conformitate cu Directiva privind drepturile consumatorilor²⁵, să ofere, de asemenea, clientului aceleași opțiuni de livrare pe care le oferă clienților locali (de exemplu, livrarea către o adresă furnizată de client în țara respectivă, ridicarea pachetului de la un punct de colectare etc.). Propunerea Comisiei privind serviciile de livrare a coletelor (a se vedea secțiunea următoare) abordează accesibilitatea livrării și returnării transfrontaliere a coletelor, în special pentru IMM-uri și consumatori, mai ales în zonele rurale și în regiunile periferice.

²⁰ Conținutul audiovizual nu intră în domeniul de aplicare a Directivei privind serviciile și, prin urmare, este exclus din domeniul de aplicare a inițiativei privind geoblocarea.

²¹ Comisia Europeană - *Mystery Shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European Digital Single Market* (Anchetă bazată pe metoda „clientului misterios” privind restricțiile teritoriale și geoblocarea pe piața unică digitală europeană), mai 2016: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/docs/geoblocking-exec-summary_en.pdf

²² Documentul de lucru al serviciilor Comisiei SWD(2016) 70 final.

²³ Eurobarometru Flash 397 (2015) „Atitudinea consumatorilor față de comerțul transfrontalier și protecția consumatorilor” (<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2031>).

²⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-results-public-consultation-geoblocking>

²⁵ Directiva 2011/83/UE.

Accesul la serviciile prestate pe cale electronică

Consumatorii vor putea să achiziționeze în mod nediscriminatoriu, la nivel transfrontalier, servicii prestate pe cale electronică, cum ar fi serviciile de *cloud*, stocare a datelor, găzduire de site-uri web, administrare a sistemului de la distanță, instalare de filtre, firewall-uri, sisteme de blocare a banner-elor etc.²⁶ Cu toate acestea, aplicarea interdicției discriminării pentru servicii prestate pe cale electronică se amână până la jumătatea anului 2018, având în vedere caracteristicile lor specifice și pentru a permite prestatorilor de servicii să se pregătească pentru modificările aferente. Aceste servicii nu necesită o livrare fizică.

Serviciile primite în alte state membre decât cel al clientului

Comercianții nu ar trebui să refuze să vândă sau să diferențieze între consumatori în ceea ce privește prețurile sau alte condiții în același punct de vânzare (inclusiv pe site-urile web) din motive legate de naționalitate, loc de reședință sau loc de stabilire, în cazul în care serviciul în cauză este utilizat sau consumat de către client în afara propriului stat membru (de exemplu, bilete la concerte, închirierea unei locuințe sau închirierea unui autovehicul). Comercianții continuă să aibă libertatea de a stabili prețuri diferite pe diverse site-uri web, însă clienții ar trebui să poată alege, fără a fi discriminați, site-ul web de pe care doresc să cumpere.

Nediscriminarea în materie de plăți

Inițiativa privind geoblocarea nu obligă comercianții să accepte niciun mijloc specific de plată, însă include cerința conform căreia aceștia nu pot refuza plățile sau aplica diferite condiții de plată din motive legate de naționalitatea, locul de reședință sau locul de stabilire al clienților, în situațiile în care comerciantul poate să solicite autentificarea strictă a clienților, iar plățile sunt într-o monedă acceptată de comerciant. Comercianților nu le este permis să refuze instrumente de plată (de exemplu, cărți de credit sau de debit) eliberate în altă țară în cazul în care acceptă același tip de instrumente de plată emise clienților din țara lor.

Exemple:

Vânzările de bunuri fizice

Un client stabilit în Belgia dorește să cumpere o piesă de mobilier de la o companie din Germania. Clientul nu poate fi împiedicat, prin blocare, să viziteze site-ul web al societății sau să introducă o comandă, iar societatea nu ar trebui să refuze cartea de debit sau de credit a clientului dacă acceptă același card de plată emis unor clienți din țara sa. Este necesar ca societatea germană să ofere aceeași termeni și aceleași condiții ca și clienților locali (inclusiv prețul), aceasta nefiind obligată să livreze mobilierul în Belgia, însă ar trebui să ofere clientului belgian posibilitatea de a ridica mobila de la o adresă sau un punct de colectare din Germania, astfel cum este cazul pentru clienții locali.

Vânzarea de servicii prestate pe cale electronică

Un client stabilit în Franța dorește să cumpere servicii de *cloud* de la o companie din Regatul Unit. Clientul nu poate fi împiedicat, prin blocare, să viziteze site-ul web al societății din Regatul Unit sau să introducă o comandă datorită faptului că este francez. De asemenea, societatea nu poate refuza cardul clientului dacă acceptă același tip de carte de debit sau de credit emis în țara de origine a societății. În acest caz, nu se pune chestiunea livrării fizice a produsului, întrucât serviciile sunt prestate pe cale electronică.

„Același loc, același serviciu, aceleași condiții”

²⁶ Ca parte a unei viitoare propuneri formulate în temeiul inițiativei privind libera circulație a datelor în cadrul pieței unice digitale, Comisia va aborda, de asemenea, posibilele restricții privind accesul la astfel de servicii bazate pe cerințele privind localizarea datelor.

Un client german dorește să închirieze o mașină în Spania de la o agenție de închirieri auto prin intermediul site-ului web german al societății, însă ulterior observă faptul că versiunea în limba spaniolă a site-ului web oferă închirierea aceleiași mașini, la aceleași date și în aceleași condiții, la un preț mult mai mic. În acest caz, clientul nu poate fi împiedicat să rezerve mașina prin intermediul site-ului web spaniol. În plus, prețul nu ar trebui să crească brusc după ce clientul și-a introdus informațiile privind țara sa de reședință; acesta are dreptul de a beneficia de aceleași condiții ca orice alt client care face o rezervare pe site-ul web spaniol.

4 Asigurarea unor soluții accesibile de livrare a coletelor

Serviciile de livrare transfrontalieră accesibile și de înaltă calitate sunt esențiale în asigurarea utilizării de către consumatori a vânzărilor online transfrontaliere. În rezoluția sa intitulată „Pregătirea unui act legislativ privind piața unică digitală”²⁷, Parlamentul European a subliniat faptul că serviciile de livrare a coletelor accesibile, la prețuri rezonabile, eficiente și de înaltă calitate sunt o condiție prealabilă pentru buna dezvoltare a comerțului electronic transfrontalier. De asemenea, Parlamentul a susținut măsurile în vederea îmbunătățirii transparenței prețurilor și a supravegherii reglementare care vizează buna funcționare a piețelor de livrare transfrontalieră a coletelor.

Prețurile ridicate pentru livrarea transfrontalieră a coletelor de către operatorii de comerț electronic cu amănuntul reprezintă un obstacol în calea comerțului electronic transfrontalier

Prețurile publice practicate de către furnizorii de servicii universale pentru operațiunile transfrontaliere sunt adesea de trei sau cinci ori mai mari decât prețurile percepute pentru operațiunile echivalente pe piața internă, iar aceste diferențe nu pot fi motivate întotdeauna prin costul forței de muncă sau alte costuri din țara de destinație²⁸.

Consumatorii și întreprinderile mici raportează că prețurile ridicate pentru livrarea coletelor le împiedică să vândă sau să cumpere mai mult din alte state membre²⁹. Prețurile practicate în state membre aparent similare, pentru distanțe comparabile, variază uneori considerabil fără a fi motivate de factori de cost evidenți. Prețurile ridicate pentru livrarea transfrontalieră cu care se confruntă operatorii de comerț electronic cu amănuntul și consumatorii, în special cei aflați în zonele îndepărtate și IMM-urile, reprezintă, prin urmare, un obstacol în calea comerțului electronic transfrontalier. Volumul scăzut reduce puterea de negociere, ceea ce conduce la prețuri mai ridicate și mai puține opțiuni de livrare oferite operatorilor de comerț electronic de mici dimensiuni și persoanelor fizice. Mandatul limitat al multor autorități naționale de reglementare privind monitorizarea pieței livrării transfrontaliere a coletelor are ca rezultat o lipsă de informații cu privire la posibilele deficiențe de pe piață sau la alte probleme de reglementare.

În mod concret, propunerea privind serviciile de livrare a coletelor urmărește:

- sporirea transparenței tarifelor și a cheltuielilor terminale pentru anumite servicii de livrare transfrontalieră a coletelor și solicitarea efectuării de către autoritățile naționale de reglementare (ANR) a unei evaluări a accesibilității anumitor tarife transfrontaliere. Propunerea se va asigura că această evaluare a accesibilității va rămâne strict proporțională cu obiectivele urmărite;
- îmbunătățirea supravegherii, solicitând tuturor operatorilor de servicii de livrare a coletelor (care depășesc o anumită mărime) să prezinte autorităților naționale de reglementare un set de bază de date statistice;

²⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0009+0+DOC+XML+V0//RO>
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0009+0+DOC+XML+V0//RO>

²⁸ Studiu econometric privind prețurile publicate pentru serviciile de livrare a coletelor (Universitatea Saint-Louis Bruxelles, noiembrie 2015), a se vedea http://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/studies/index_en.htm

²⁹ http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8169&lang=ro

- încurajarea concurenței prin solicitarea unui acces transparent și nediscriminatoriu al părților terțe la serviciile transfrontaliere de livrare a coletelor și/sau la infrastructura furnizorilor de serviciu universal ori de câte ori aceștia din urmă încheie acorduri multilaterale privind cheltuielile terminale.

Aceste măsuri vor încuraja concurența, îmbunătățind eficiența și coerența supravegherii reglementare a piețelor serviciilor de livrare a coletelor. Creșterea transparenței tarifelor va contribui la reducerea diferențelor nejustificate dintre acestea și la scăderea tarifelor plătite de persoanele fizice și întreprinderile mici, în special în zonele îndepărtate.

Propunerea vine în completarea altor inițiative, în mare parte cu caracter de autoreglementare, care au fost lansate de curând de părțile interesate (cum ar fi operatorii poștali naționali) în vederea îmbunătățirii calității și facilității serviciilor transfrontaliere de livrare a coletelor. Împreună cu propunerea privind geoblocarea, aceasta va crea noi oportunități pe piață pentru operatorii care doresc să participe activ la comerțul electronic transfrontalier.

5 Protecția transfrontalieră eficientă a consumatorilor

Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului (Regulamentul CPC), adoptat în 2004, a consolidat punerea în aplicare a legislației în materie de protecție a consumatorilor în întreaga UE, însă există în continuare un nivel ridicat de nerespectare a normelor esențiale de protecție a consumatorilor pe principalele piețe de consum online. Este necesară modernizarea cadrului actual pentru a prevedea mecanisme mai puternice și mai rapide de asigurare a unei puneri în aplicare uniforme și consecvente a acestor legi în întreaga UE și în special în cadrul pieței unice digitale.

Un nivel ridicat de nerespectare a principalelor norme de protecție a consumatorilor

Rata actuală a nerespectării de către întreprinderi a acquis-ului UE privind protecția consumatorilor arată că asigurarea respectării normelor este nesatisfăcătoare. Conform unor estimări prudente, 37 % din comerțul electronic sau din site-urile de rezervări nu respectă normele de bază în materie de protecție a consumatorilor. Această situație generează un prejudiciu anual estimat la aproximativ 770 de milioane EUR suportat de consumatorii care fac cumpărături online transfrontaliere în sectoare precum călătoriile, divertismentul, îmbrăcămintea, produsele electronice și serviciile financiare³⁰.

Evaluarea punerii în aplicare a Regulamentului CPC ca instrument de aplicare transfrontalieră a acquis-ului UE privind protecția consumatorilor a identificat o serie de lacune. Mecanismele de asistență reciprocă sunt insuficiente, iar răspunsul la încălcările răspândite pe scară largă la nivelul UE este inefficient, în special atunci când acestea se produc în mediul digital. Detectarea încălcărilor respective este adesea foarte dificilă și lentă. În fine, planurile naționale de asigurare a respectării normelor nu acordă prioritatea necesară și resursele suficiente pentru măsurile de aplicare care se referă la piețele transfrontaliere.

Noua propunere de regulament CPC:

- va asigura un cadru de cooperare consolidată și mai eficientă în materie de asigurare a respectării normelor care va spori gradul de securitate juridică, în special pentru comercianții și consumatorii activi la nivel transfrontalier;

³⁰ COM(2016) 284.

- va permite autorităților, prin intermediul unor competențe suplimentare, să acționeze de comun acord și mai rapid pentru a opri încălcările pe scară largă din mediul online (de exemplu prin măsuri provizorii de blocare a site-urilor web care încalcă normele); și
- va pune la dispoziție o procedură unică, coordonată de Comisie, atunci când problemele au o dimensiune europeană.

Aceste elemente ar trebui să conducă la o mai mare securitate juridică în cadrul pieței unice prin intermediul aplicării riguroase și coerente a legislației privind protecția consumatorilor. Măsurile ar trebui, de asemenea, să reducă costurile de conformitate pentru societățile care își desfășoară activitatea pe piața unică. Atunci când problemele au o dimensiune europeană, va exista o abordare privind asigurarea respectării normelor de tip ghișeu unic pentru întreprinderile în cauză, cu obiectivul obținerii rapide a unor angajamente și evitării continuării unor prejudicii aduse consumatorilor.

Legile care protejează interesele consumatorilor și care fac obiectul mecanismului CPC sunt enumerate în anexa la regulament. Această anexă a fost actualizată în mod regulat la adoptarea de noi acte legislative, astfel cum se prevede și în cazul propunerii legislative privind geoblocarea și alte forme de discriminare menționate mai sus. Pentru a consolida domeniul de aplicare și eficiența noului Regulament CPC, se propune includerea unor acte legislative suplimentare ale Uniunii, care să urmărească de asemenea obiective legate de protecția consumatorilor³¹.

În vederea dezvoltării comerțului electronic pentru serviciile financiare în cadrul pieței unice, se propune ca Directiva privind creditele ipotecare³² și Directiva privind conturile de plăți³³ să fie de asemenea incluse în anexa la regulament, astfel încât autoritățile de reglementare să aibă dreptul de a acționa împreună în cazul în care serviciile prevăzute de directivele respective nu sunt în concordanță cu dispozițiile acestora privind protecția consumatorilor.

6 Orientări referitoare la Directiva privind practicile comerciale neloiale

Directiva privind practicile comerciale neloiale (DPCN) constituie un act legislativ esențial pentru a spori echitatea în tranzacțiile electronice. Într-adevăr, dată fiind sfera sa de cuprindere foarte largă (aceasta se aplică tuturor sectoarelor economice, atât online, cât și offline), directiva prevede un temei juridic cheie pentru a garanta că consumatorii nu sunt induși în eroare sau expuși unor tehnici de marketing agresive și că creanțele comerciale realizate de comercianții care vizează consumatorii din UE sunt clare, exacte și justificate.

Noile orientări privind aplicarea DPCN³⁴ în mediul electronic abordează în special următoarele aspecte:

- acestea explică faptul că orice platformă care se califică drept „comerciant” și se angajează în activități B2C în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea de bunuri, servicii sau conținut digital consumatorilor trebuie să se asigure că propriile practici comerciale sunt conforme pe deplin cu directiva;
- orientările clarifică interacțiunea dintre DPCN și Directiva privind comerțul electronic. În propriul domeniu de activitate (servicii de intermediere), platformele online³⁵ sunt supuse obligației de

³¹ Este vorba de clauza în materie de nediscriminare din Directiva privind serviciile (2006/123/CE, articolul 20), de drepturile călătorilor din transportul feroviar [Regulamentul (CE) nr. 1371/2007], de drepturile pasagerilor cu handicap pe durata călătoriei pe calea aerului [Regulamentul (CE) nr. 1107/2006] și de normele comune pentru operarea serviciilor aeriene [Regulamentul (CE) 1008/2008].

³² Directiva 2014/17/UE.

³³ Directiva 2014/92/UE.

³⁴ Documentul de lucru al serviciilor Comisiei SWD (2016) 163.

³⁵ Cele care se califică drept „comerciant” în sensul Directivei privind practicile comerciale neloiale.

diligență profesională³⁶ privind luarea măsurilor adecvate care, fără a constitui o obligație generală de monitorizare sau de verificare factuală, permit furnizorilor terți să respecte legislația în materie de protecție a consumatorilor și de marketing din UE, precum și să ajute utilizatorii să înțeleagă cu cine încheie contracte. De exemplu, astfel de măsuri ar putea viza următoarele aspecte: (i) să permită comercianților terți relevanți să indice utilizatorilor că sunt comercianți; (ii) să indice în mod clar consumatorilor că legislația în materie de protecție a consumatorilor și de marketing din UE se aplică numai în cazul în care astfel de furnizori terți sunt comercianți; (iii) să solicite comercianților terți să își proiecteze site-urile web astfel încât să prezinte informații utilizatorilor în conformitate cu legislația în materie de protecție a consumatorilor și de marketing din UE.

- orientările clarifică faptul că, în cazul în care platformele online care acționează în calitate de comerciant și sunt implicate în practici comerciale B2C nu se conformează cerințelor în materie de diligență profesională, se poate considera că acestea încalcă legislația în materie de protecție a consumatorilor și de marketing din UE cu privire la propriile activități comerciale, în cazul în care consumatorii au fost sau sunt susceptibili de a fi induși în eroare. În ceea ce privește astfel de activități proprii, platformele nu pot invoca exonerarea de răspundere a intermediarilor în temeiul Directivei privind comerțul electronic, aceasta aplicându-se numai cu privire la informațiile stocate la solicitarea altcuiva. În mod similar, în temeiul DPCN, motoarele de căutare trebuie să facă o distincție clară între anunțurile plătite și rezultatele căutării care apar în mod natural.
- orientările țin seama de principiile convenite de Grupul părților interesate privind instrumentele de comparare, coordonat de Comisie, care a inclus reprezentanți de seamă ai industriei și ai consumatorilor, operatori din sectorul instrumentelor de comparare și autorități naționale. Dincolo de cerințele DPCN privind transparența și diligența profesională, furnizorii de instrumente de comparare care susțin aceste principii de autoreglementare se angajează să dea dovadă de un nivel ridicat de transparență în ceea ce privește modelele lor de afaceri și să își facă publice în mod adecvat legăturile comerciale cu comercianții ale căror produse sunt comparate prin intermediul platformelor lor.

Orientările se referă, de asemenea, la „criteriile de conformitate” convenite de Grupul părților interesate privind declarațiile de mediu, pentru a sprijini aplicarea și asigurarea respectării prevederilor DPCN privind declarațiile de mediu înșelătoare și nefondate precum și furnizarea de informații clare, relevante și credibile consumatorilor.

În sfârșit, orientările revizuite clarifică interacțiunea dintre DPCN și actele legislative sectoriale ale UE, inclusiv legislația relativ nou adoptată, cum ar fi Directiva privind drepturile consumatorilor și Directiva revizuită privind pachetele de servicii pentru călătorii și formulele de călătorie asociate. În ceea ce privește această ultimă directivă, în conformitate cu angajamentul asumat față de Parlamentul European cu ocazia adoptării acesteia în 2015, orientările revizuite explică faptul că practicile prin care comercianții din sectorul călătoriilor și transporturilor oferă servicii consumatorilor într-un mod neclar sau ambiguu, de exemplu prin ascunderea sau îngreunarea posibilității consumatorului de a alege opțiunea de a nu rezerva servicii de călătorie suplimentare, pot fi incluse în domeniul de aplicare al DPCN.

Pe lângă cele patru inițiative importante din acest pachet privind comerțul electronic, următoarele secțiuni descriu alte două propuneri privind piața unică digitală care fac parte din abordarea globală a Comisiei, cu beneficii majore pentru comerțul electronic.

³⁶ În ceea ce privește practicile comerciale proprii ale platformei față de consumatori.

7 Norme contractuale transfrontaliere simple și eficiente pentru consumatori și întreprinderi

Pentru a facilita schimburile comerciale transfrontaliere, Comisia a adoptat în decembrie 2015 (i) o propunere de directivă privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital³⁷ și (ii) o propunere de directivă privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare online și la alte tipuri de contracte de vânzare la distanță de bunuri³⁸, însoțite de o comunicare³⁹. Împreună cu Propunerea de regulament privind portabilitatea transfrontalieră a serviciilor de conținut online⁴⁰, aceste propuneri au fost primele inițiative legislative care au fost adoptate în cadrul Strategiei privind piața unică digitală. Odată adoptate, cele două directive vor armoniza pe deplin, în mod specific, principalele drepturi obligatorii ale consumatorilor în ceea ce privește furnizarea de conținut digital, precum și vânzarea online și alte tipuri de vânzare la distanță de bunuri. Acestea vor sprijini comerțul electronic prin:

- **reducerea costurilor care rezultă din diferențele în materie de drept contractual:** propunerile vor garanta că principalele norme ale contractelor încheiate cu consumatorii privind bunurile care prezintă defecte și conținutul digital vor fi identice în toate statele membre;
- **asigurarea securității juridice pentru întreprinderi:** spre deosebire de situația actuală, în care se confruntă cu un cadru juridic complex, întreprinderile vor fi în măsură să furnizeze conținut digital sau să vândă bunuri online pe teritoriul UE pe baza aceluiași set de norme ale contractelor încheiate cu consumatorii;
- **sprijinirea consumatorilor, astfel încât aceștia să aibă de câștigat de pe urma comerțului transfrontalier online în UE:** consumatorii vor dispune de un set de drepturi clare și pe deplin armonizate în întreaga UE și, prin urmare, vor avea mai multă încredere să acceseze conținut digital sau să achiziționeze bunuri la nivel transfrontalier;
- **reducerea prejudiciilor suferite de consumatori în ceea ce privește conținutul digital defectuos:** spre deosebire de situația actuală, în care la nivel european nu există norme contractuale specifice privind furnizarea de conținut digital, consumatorii vor avea drepturi clare și specifice mediului digital atunci când se confruntă cu probleme legate de conținutul digital. Acest lucru le va permite să recurgă la măsuri reparatorii și să reducă astfel prejudiciile cu care se confruntă în prezent atunci când achiziționează conținut digital necorespunzător.

8 Reducerea sarcinii administrative cu care se confruntă întreprinderile din cauza regimurilor diferite de TVA

Atunci când este vorba de TVA, complicațiile legate de interacțiunea cu numeroase sisteme naționale diferite constituie un obstacol real pentru societățile care încearcă să efectueze tranzacții transfrontaliere atât online, cât și offline. Începând cu 1 ianuarie 2015, odată cu intrarea în vigoare a noilor norme privind „locul de prestare”, TVA pentru toate serviciile de telecomunicații, de radiodifuziune și electronice se percepe acolo unde este situat clientul, și nu unde este situat furnizorul.

În paralel, a fost pus în aplicare un sistem electronic de înregistrare și plată (mini-ghișeu unic) în vederea reducerii costurilor și a sarcinilor administrative pentru întreprinderile în cauză. În 2016, Comisia va prezenta propuneri legislative cu scopul de a reduce sarcinile administrative ale întreprinderilor care decurg din regimurile diferite de TVA. Aceste propuneri vor include:

³⁷ COM(2015) 0634 final.

³⁸ COM(2015) 0635 final.

³⁹ COM(2015) 0633 final.

⁴⁰ COM(2015) 0627 final.

- extinderea actualului mini-ghișeu unic la vânzările online de bunuri materiale intra-UE și de către comercianți din țări terțe. În loc să declare și să plătească TVA în fiecare stat membru în care se află clienții lor, întreprinderile ar putea face o declarație unică și o singură plată în propriul stat membru;
- introducerea unei măsuri comune de simplificare la nivelul întregii Uniuni (un prag de TVA) pentru a ajuta micile start-up-uri care activează în domeniul comerțului electronic;
- autorizarea controalelor realizate în țara de origine, inclusiv a unui audit unic al întreprinderilor transfrontaliere în scopuri de TVA;
- eliminarea scutirii de TVA pentru importul de colete de mici dimensiuni de la furnizori din țări terțe.

Aceste măsuri ar trebui să asigure faptul că aspectele legate de TVA nu mai reprezintă un obstacol în calea comerțului electronic transfrontalier.

9 Concluzii

Propunerile din acest pachet de măsuri legate de comerțul electronic, precum și cele preconizate privind contractele digitale și simplificarea TVA, vor avea fiecare o contribuție semnificativă la stimularea dezvoltării comerțului electronic transfrontalier în Europa. Impactul lor este chiar mai puternic în cadrul unui pachet. Măsurile de prevenire a geoblocării nejustificate ar trebui să fie însoțite de o mai bună asigurare a aplicării normelor și de prețuri mai competitive ale serviciilor de livrare a coletelor, de armonizarea normelor din contractele încheiate cu consumatorii și de simplificarea TVA. Comisia recomandă insistent ca părțile interesate, Parlamentul European și Consiliul să considere aceste măsuri ca fiind complementare și solicită adoptarea lor rapidă în cadrul procesului legislativ, având în vedere necesitatea de a elimina obstacolele rămase în cel mai scurt timp. Diferitele propuneri sunt părți esențiale ale unui pachet complet, toate fiind necesare pentru a beneficia pe deplin de avantajele oferite de comerțul electronic transfrontalier.