

**DA**

**DA**

**DA**



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 22.10.2009  
KOM(2009)557 endelig

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET,  
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG  
REGIONSUDVALGET**

**om grænseoverskridende e-handel fra virksomhed til forbruger i EU**

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET,  
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG  
REGIONSUDVALGET**

**om grænseoverskridende e-handel fra virksomhed til forbruger i EU**

**INDLEDNING**

1. På et tidspunkt, hvor husholdningerne er under økonomisk pres, bruger de europæiske forbrugere mere tid på at søge og sammenligne tilbud på nettet i håb om at finde de laveste priser. Internethandel på tværs af grænserne har to store fordele for forbrugerne: et større udvalg af varer at vælge imellem og muligheden for at spare penge. Desuden kan forbrugere, der bor i afsides områder, også få adgang til billige varer. For virksomheder betyder det adgang til nye markeder og kunder, og at innovative og konkurrencedygtige selskaber belønnes. Potentialet for det indre marked for detailhandel på nettet er betydeligt.
2. Som et resultat af de resterende hindringer for det indre marked er den europæiske e-handel dog stadig i vidt omfang opdelt efter landegrænser. Som oftest kan forbrugere ikke købe varer hos en internethandlende i et andet EU-land. Detailhandlerne afviser alt for ofte ordrer fra forbrugere, der ønsker at handle på tværs af grænserne. Virksomheder forhindres undertiden i at sælge på tværs af grænserne eller udvide deres forretninger til hele EU eller til flere lande.
3. Kommissionen har analyseret grænseoverskridende e-handel i EU og kortlagt de tilbageværende hindringer<sup>1</sup>. Som det næste skridt analyseres i denne meddelelse virkningen af den nuværende politik vedrørende salg af varer ved grænseoverskridende e-handel (e-handel med tjenesteydelser er ikke omfattet af denne meddelelse). I meddelelsen fremlægges yderligere dokumentation for, i hvilket omfang muligheder er blevet forpasset, og der foreslås indsatspunkter. Mange faktorer indvirker på forbrugernes tillid til onlinemiljøet, f.eks. bekymring over beskyttelse af personlige data, risikoen for forfalskede varer eller eksistensen af nye former for urimelig handelspraksis på internettet. Disse spørgsmål er generelle for onlinemiljøet og betragtes ikke som faktorer, der specifikt hindrer forbrugere eller sælgere i at give sig i kast med grænseoverskridende handel. De behandles derfor ikke i denne meddelelse.

**ET FRAGMENTERET INDRE MARKED FOR INTERNETHANDEL**

4. Mens der er kommet gang i e-handelen på nationalt plan, er det stadigvæk relativt usædvanligt, at forbrugere bruger nettet til køb af varer (eller tjenester for den sags skyld) fra andre medlemsstater. Kløften mellem den grænseoverskridende og den indenlandske e-handel vokser som følge af hindringer for det indre marked. Fra 2006

---

<sup>1</sup> "Commission staff working document: report on cross-border e-commerce in the EU", SEK(2009) 283 endelig af 5. marts 2009, findes på: [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm#E-commerce](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce).

til 2008 voksede andelen af forbrugere i EU, der i det foregående år havde købt mindst en vare over internettet fra 27 % til 33 %, mens den grænseoverskridende e-handel forblev stabil (6 % til 7 %)<sup>2</sup>.

5. De europæiske forbrugere er klar over, at handel på tværs af grænserne har mange fordele, men de udnytter dem endnu ikke. En tredjedel af EU's borgere vil overveje at købe en vare eller tjenesteydelse i en anden medlemsstat over internettet, hvis den er billigere eller bedre<sup>3</sup>. Et lignende antal er også villige til at købe varer på et andet sprog, og 59 % af detailhandlerne er også parate til at gennemføre transaktioner på mere end et sprog<sup>4</sup>.
6. Grænseoverskridende handel giver virksomheder et incitament til at udvide deres kundegrundlag og komme ind på nye markeder, men kun få internetbutikker er parate til at betjene udenlandske kunder. 51 % af detailhandlerne i EU-27 sælger over internettet, men kun 21 % tilbyder salg på tværs af grænserne. Detailhandlere, som opererer på tværs af grænserne, sælger sædvanligvis kun til meget få medlemsstater. Kun 4 % af disse detailhandlere handler med 10 eller flere medlemsstater, og de fleste af dem handler med kun en eller to andre medlemsstater<sup>5</sup>.

## **FORDELENE VED ET INTEGRERET INDRE MARKED FOR INTERNETHANDEL**

### **Større sandsynlighed for at finde billigere tilbud**

7. Internethandel på tværs af grænserne øger chancerne for at spare penge, fordi de samme varer tilbydes til flere forskellige priser. For forbrugeren vil de potentielle sparemuligheder først komme for en dag i forbindelse med selve indkøbsprocessen, hvor man leder efter varer og sammenligner priser. Resultatet af en EU-dækkende undersøgelse af internetbutikker giver en idé om de mulige besparelser, forbrugere kan opnå på egentlige grænseoverskridende transaktioner.
8. Testkunder i EU's 27 medlemsstater fik en liste med 100 populære varer, som de skulle lede efter på internettet, de skulle også notere den samlede pris, som de skulle have betalt for varerne. Når de fandt både indenlandske og grænseoverskridende tilbud, kunne man sammenligne priserne. Alle leveringsomkostninger var inkluderet. Figur 1 viser de store muligheder for besparelser ved handel på tværs af grænserne, selv når det antages, at der kræves en besparelse på 10 % for at få kunder til at handle på tværs af grænserne<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Special Eurobarometer 298: "Consumer protection in the internal market" (2008).

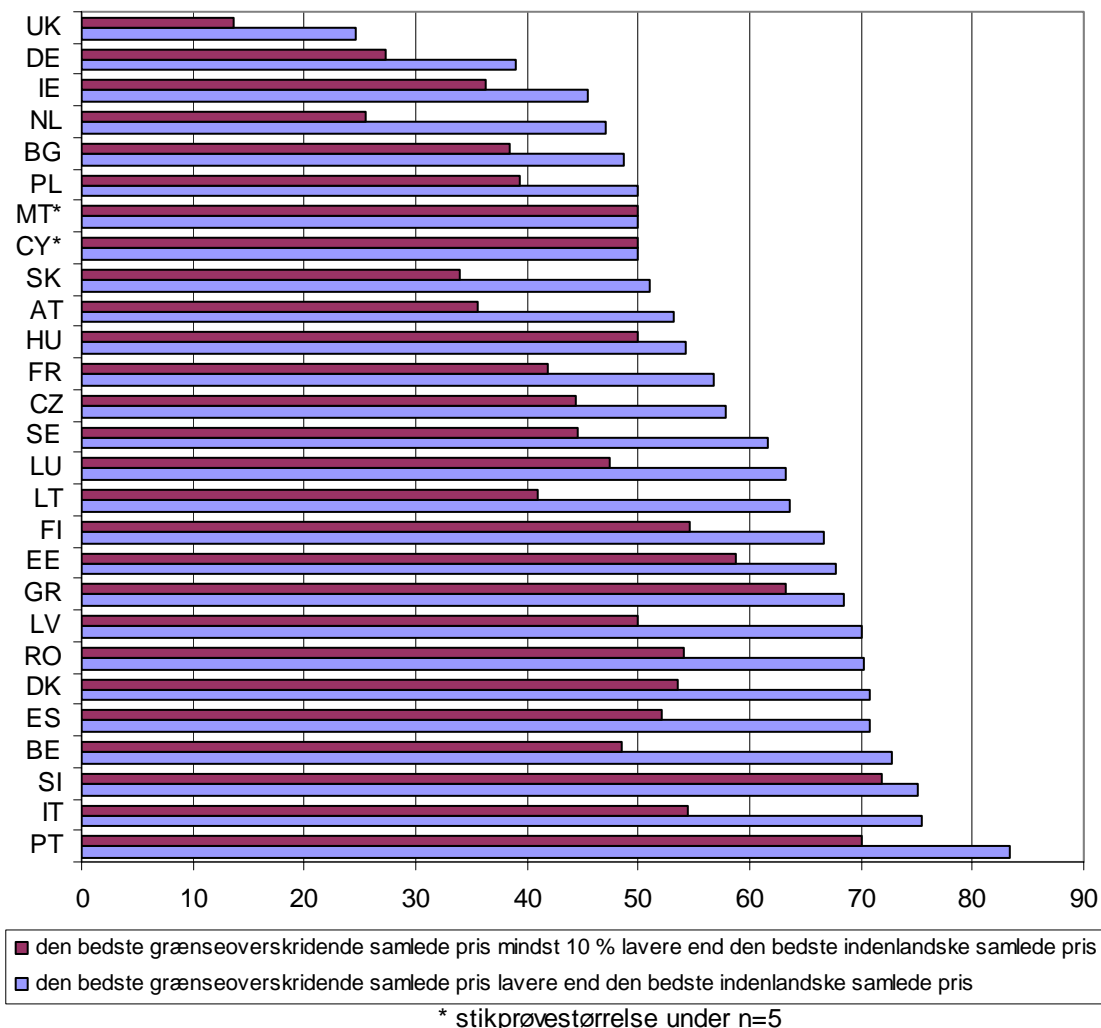
<sup>3</sup> Special Eurobarometer 254: "Internal Market — Opinions and experiences of Citizens in EU-25" (2006).

<sup>4</sup> Special Eurobarometer 298 (2008); Flash Eurobarometer 224: "Business attitudes towards cross-border sales and consumer protection" (2008).

<sup>5</sup> Flash Eurobarometer 224 (2008)

<sup>6</sup> "Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU", YouGovPsychonomics, data indsamlet på vegne af Europa-Kommissionen, 2009.

**Figur 1. Den procentvise andel af søgninger, hvor det bedste grænseoverskridende tilbud var lavere eller mindst 10 % lavere end det bedste indenlandske tilbud**



Kilde: YouGovPsychonomics (2009)

9. I 13 ud af 27 medlemsstater (Portugal, Italien, Slovenien, Spanien, Danmark, Rumænien, Letland, Grækenland, Estland, Finland, Ungarn, Cypern og Malta) var testkøberne i stand til at finde et grænseoverskridende tilbud, der var mindst 10 % lavere end det bedste indenlandske tilbud, for mindst halvdelen af alle varesøgninger. Dette resultat bekræfter, at grænseoverskridende handel øger chancerne for at finde billigere tilbud for identiske varer (inklusive alle omkostninger)<sup>7</sup>.

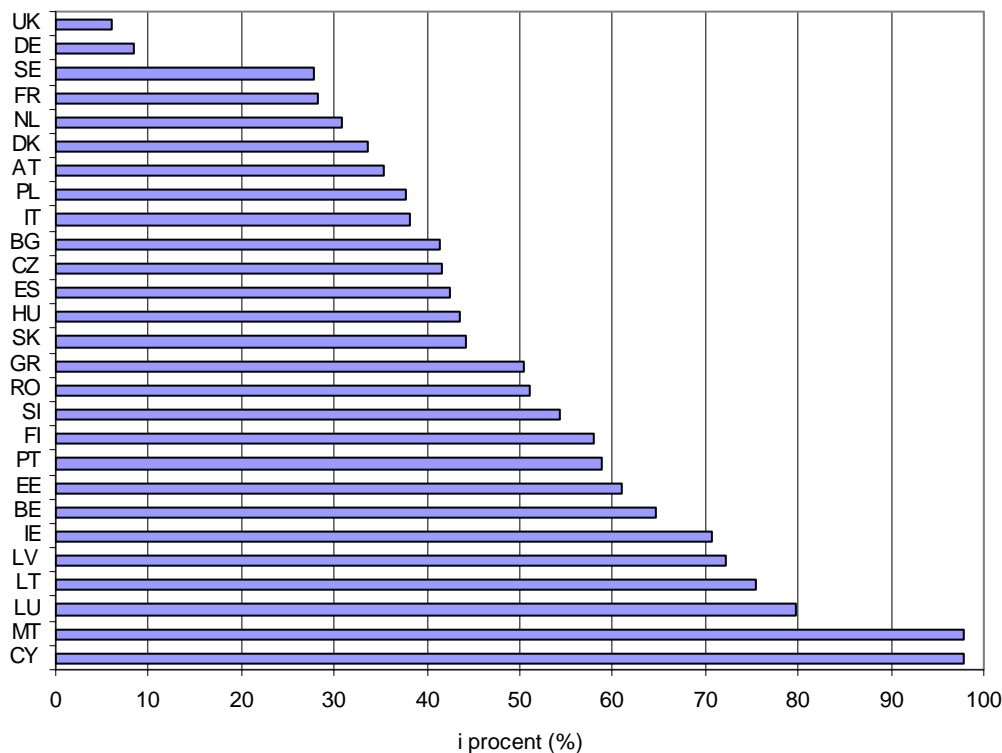
#### **Adgang til varer, der ikke kan fås på hjemmemarkedet**

10. I en række lande fås mange varer ikke over nettet. Grænseoverskridende handel har derfor den indbyggede fordel, at den giver forbrugerne mulighed for at finde varer, som ikke forhandles online lokalt. Det indre marked har derfor et enormt potentiale

<sup>7</sup> YouGovPsychonomics (2009). Resultaterne for Cypern og Malta bør fortolkes med et vist forbehold, da der kun var få indenlandske tilbud at sammenligne med (se figur 1).

for at udvikle en såkaldt "long tail" af varer, som det ikke ville kunne betale sig at distribuere nationalt, navnlig i mindre medlemsstater.

**Figur 2. Den procentvise andel af varesøgninger, hvor der kun blev fundet grænseoverskridende tilbud**



*Kilde: YouGovPsychonomics (2009)*

11. Den EU-dækkende test af internetbutikker viste, at det i visse lande er særligt vanskeligt at finde indenlandske onlinetilbud for de fleste af varerne (se figur 2). Dette er navnlig tilfældet på mindre markeder og betyder, at kunderne bliver nødt til at foretage grænseoverskridende indkøb for at få fat på disse varer, hvis detailhandlerne vel og mærke er parate til at levere til dem. Testpersoner i Cypern, Malta og Luxembourg samt i Litauen, Letland, Irland, Belgien, Estland, Portugal og Finland kunne ikke finde indenlandske onlinetilbud på mindst halvdelen af de varer, som de ledte efter<sup>8</sup>.

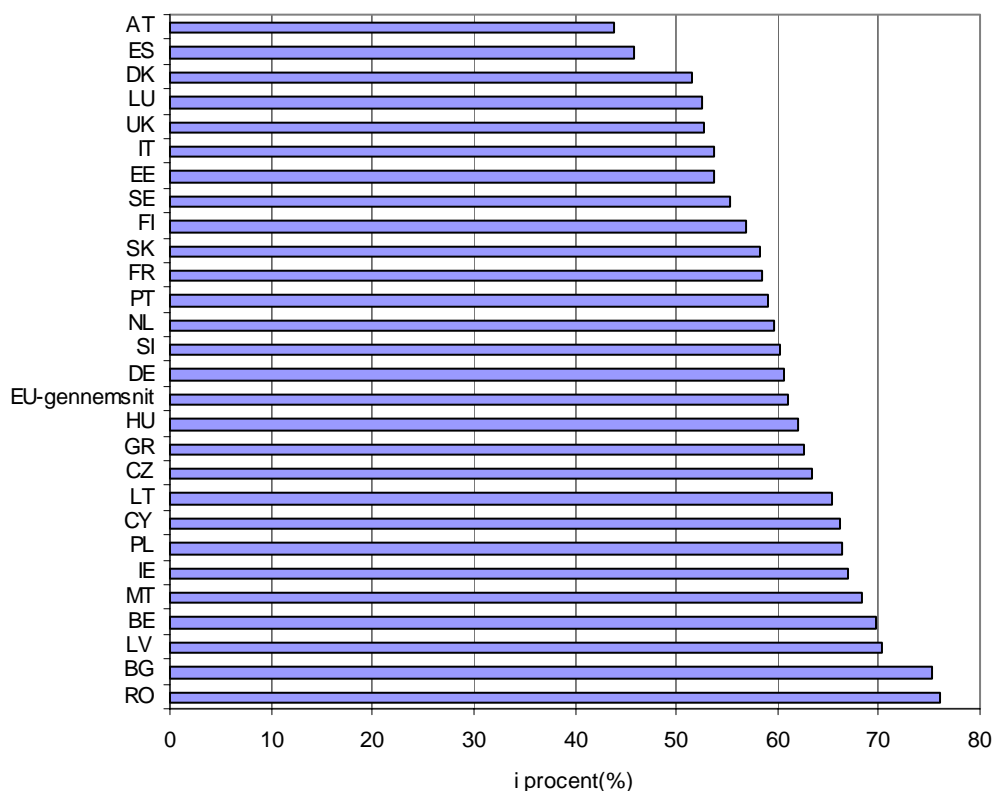
#### **OMFANGET AF FRAGMENTERINGEN AF DET INDRE MARKED FOR INTERNETHANDEL**

12. Desværre og i modsætning til, hvad man skulle forvente ud fra e-handelens "grænseløse" natur, har forbrugere ikke lige adgang til grænseoverskridende tilbud. I nogle lande er det højst usandsynligt, at forbrugerne kan finde udenlandske butikker, som er villige til at tage imod en ordre. Selv om tilbud er teknisk tilgængelige for forbrugere, der søger efter dem på nettet, vil webstederne på et eller andet tidspunkt i løbet af bestillingen afslutte transaktionen.

<sup>8</sup> YouGovPsychonomics (2009).

13. Den EU-dækkende undersøgelse af internetbutikker giver et fingerpeg om problemets omfang. Der blev i alt gennemført 10 964 grænseoverskridende test. Det var i gennemsnit kun i 39 % af tilfældene teoretisk muligt at afgive en ordre hos en internetbutik, der ikke befandt sig i samme land som forbrugeren. 61 % af alle ordrer ville ikke være blevet til noget, enten fordi de handlende afviser at betjene den pågældende forbrugers land eller af andre årsager (f.eks. på grund af tekniske problemer, eller fordi en bestemt betalingsmulighed ikke forelå)<sup>9</sup>.

**Figur 3. Grænseoverskridende tilbud, som var teknisk tilgængelige for forbrugerne, men hvor bestillingen mislykkedes**



*Kilde: YouGovPsychonomics (2009)*

<sup>9</sup> YouGovPsychonomics (2009). Muligheden for at afgive en bestilling indtil den sidste bekræftelsesside blev testet. Der blev ikke foretaget nogen reelle køb.

14. Mange internetbutikker er ikke parate til at sælge til forbrugere fra alle EU-lande. Kunder fra Belgien, Bulgarien, Letland, Malta og Rumænien oplever flest fejlslagte forsøg (se figur 3). Forbrugerne behandles forskelligt, alt efter hvor de bor. F.eks. var mange testkunder ikke i stand til at lade sig registrere på webstedet, således at de kunne fortsætte transaktionen, mange websteder afviste at levere til kundens land, og mange betalingsmuligheder var ikke umiddelbart tilgængelige i forbindelse med grænseoverskridende transaktioner<sup>10</sup>.

#### **TACKLING AF DE LOVGIVNINGSMÆSSIGE HINDRINGER FOR GRÆNSEOVERSKRIDENDE E-HANDEL**

15. I mange år har EU i sin lovgivning fokuseret på hindringerne for grænseoverskridende e-handel. Gennemførelse af et integreret indre marked for detailhandel kræver dog en yderligere indsats. Kommissionens rapport fra marts 2009 indeholder en omfattende analyse af de hindringer, der holder forbrugere og virksomheder tilbage<sup>11</sup>.
16. For detailhandlere i Europa udspringer de største lovgivningsmæssige hindringer for grænseoverskridende e-handel af fragmenteringen af forbrugerbeskyttelsesbestemmelser og andre bestemmelser om moms, genbrugsafgifter og gebyrer. Disse bestemmelser gennemføres på højst forskellige måder fra den ene medlemsstat til den anden, hvilket skaber et erhvervsklima, der er komplekst, dyrt og uforudsigeligt for de virksomheder, der overvejer grænseoverskridende salg. Vedtagelsen af forslag, der kan fjerne disse hindringer, er derfor af afgørende betydning, hvis detailhandlernes indstilling skal ændres, og forbrugernes muligheder forbedres.
17. Forbrugere møder en række problemer, når de forsøger at handle på nettet i et andet land. Som oftest vil de udenlandske internethandlere afvise bestillinger fra forbrugere, der bor i et andet land. Forbrugere er også usikre på, hvad de skal gøre, eller hvem de skal henvende sig til, hvis de får et problem, navnlig i forbindelse med klager over en forretningsdrivende i et andet land.
18. Fordi de konstaterede problemer er komplekse og indbyrdes afhængige, er der brug for en flerstrengt strategi. I det følgende afsnit præsenteres en række indsatspunkter i prioriteret rækkefølge på basis af en analyse af de vigtigste tilbageværende udfordringer. De er hver især vigtige, men det er nødvendigt at der gøres fremskridt over hele linjen, hvis man skal frigøre det potentiale, der ligger i grænseoverskridende e-handel.

#### **Sætte ind over for fragmenteringen af forbrugerbeskyttelsesreglerne**

19. Virkningen af de fragmenterede forbrugerbeskyttelsesregler vedrørende aftaler skaber sammen med lovkonfliktreglerne betydelige ekstra overholdelsesomkostninger for forretningsdrivende, der ønsker at sælge i flere medlemsstater. Forslaget til et direktiv om forbrugerrettigheder vil tage fat på denne

---

<sup>10</sup> YouGovPsychonomics (2009).

<sup>11</sup> "Commission staff working document: report on cross-border e-commerce in the EU", SEK(2009) 283 endelig af 5. marts 2009.



største hindring for skabelse af et indre marked for detailhandel. Forslaget vil samle fire eksisterende forbrugerbeskyttelsesdirektiver i et enkelt instrument og dermed forenkle og opdatere de eksisterende bestemmelser, fjerne hindringer for det indre marked<sup>12</sup> og forhindre anvendelsen af mange forskellige regelsæt.

20. Med forslaget kan der derfor skabes et samlet sæt fuldt harmoniserede regler inden for et målområde, og det vil dermed sikre et højt fælles forbrugerbeskyttelsesniveau i hele Fællesskabet og give forretningsdrivende mulighed for at sælge til forbrugere i 27 medlemsstater på samme måde som på hjemmemarkedet og f.eks. bruge de samme standardkontraktvilkår og det samme informationsmateriale. Forslaget vil derfor reducere de forretningsdrivendes overholdelsesomkostninger væsentligt og sikre forbrugerne et højt beskyttelsesniveau.
21. Med vedtagelse af forslaget styrkes forbrugerbeskyttelsen og håndhævelsen i forbindelse med grænseoverskridende e-handelsaftaler, og det bliver lettere for mæglingsinstanser at bilægge tvister udenretsligt. Kommissionen opfordrer Europa-Parlamentet og Rådet til at tillægge dette forslag høj prioritet.

#### **Sikre effektiv håndhævelse af artikel 20 i servicedirektivet**

22. Artikel 20, stk. 2, i servicedirektivet søger at fjerne en af de største hindringer for grænseoverskridende handel på en innovativ måde ved specifikt at kræve, at medlemsstaterne sætter en stopper for den forskelsbehandling, som forretningsdrivende udøver ved at nægte at sælge til eller ved at behandle kunder anderledes på grundlag af deres nationalitet eller opholdssted<sup>13</sup>.
23. Forskelsbehandling forbydes, men forretningsdrivende har imidlertid mulighed for at anvende "forskellige adgangsbetingelser, som er direkte begrundet i objektive kriterier", som i visse tilfælde kan omfatte lovgivningsmæssige hindringer. Fjernelsen af sådanne hindringer, som beskrevet i denne meddelelse, vil derfor komplettere artikel 20, stk. 2, i og med at de forretningsdrivendes muligheder for at påberåbe sig disse kriterier indsnævres.
24. Som følge af den betydning, som artikel 20, stk. 2, har for grænseoverskridende e-handel, prioriterer Kommissionen den fulde gennemførelse og effektive håndhævelse af denne bestemmelse meget højt. Kommissionen rådgiver derfor medlemsstaterne for at sikre gennemførelsen inden udgangen af 2009 og har derefter til hensigt aktivt at overvåge nationale myndigheders og domstoles håndhævelse.

#### **Fremme effektiviteten af grænseoverskridende håndhævelse**

25. Forbrugere vil være tryggere ved at foretage grænseoverskridende køb, hvis de ved, at forbrugerbeskyttelsesmyndigheder overvåger de forretningsdrivendes forretningspraksis. Regelmæssige samordnede markedsovervågningsaktioner ("kontrolaktioner") mellem de håndhævende forbrugermyndigheder inden for rammerne af forordningen om forbrugerbeskyttelsessamarbejde har givet nationale

---

<sup>12</sup> Forslag (KOM (2008) 614) til et direktiv om forbrugerrettigheder.

<sup>13</sup> Direktiv 2006/123/EF af 12. december 2006 om tjenesteydelser i det indre marked.

myndigheder mulighed for at undersøge uregelmæssigheder og sikre overholdelse af forbrugerbeskyttelseslove<sup>14</sup>.

26. Den håndhævelseskontrolaktion, der blev gennemført i maj 2009 for onlinesalg af elektronisk udstyr, afslørede uregelmæssigheder på 55 % af webstederne. De mest almindelige konstaterede problemer vedrørte vildledende, manglende eller ufuldstændige oplysninger om forbrugerrettigheder, samlede omkostninger og kontaktoplysninger vedrørende den forretningsdrivende, hvilket indikerer, at der er behov for bedre håndhævelse af bestemmelserne i direktivet om e-handel samt af forbrugerbeskyttelsesreglerne. I den følgende håndhævelsesfase vil medlemsstaterne tackle grænseoverskridende uregelmæssigheder ved at anmode myndigheder i andre medlemsstater om hjælp til undersøgelser og håndhævelse<sup>15</sup>.
27. Medlemsstaterne skal håndhæve de eksisterende regler mere effektivt for at fjerne hindringer, fremme gennemsigtige oplysninger og øge forbrugernes tillid til internetkøb og internethandlere. Kommissionen har for nylig fremlagt en række henstillinger om, hvordan man opnår dette<sup>16</sup>.

### **Håndtere urimelig handelspraksis**

28. Direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF) fastsætter et samlet sæt regler for virksomheders legale og forbudte handelspraksis over for forbrugerne i hele EU<sup>17</sup>. For at sikre, at detailhandlere, der sælger over nettet, kan markedsføre og reklamere for deres varer i et forenklet og forudsigeligt lovgivningsmiljø, og at forbrugere kan stole på de onlinetilbud, de ser, er det vigtigt, at de nationale håndhævede myndigheder nu sikrer en ensartet gennemførelse af direktivet.
29. Kommissionen vil derfor inden udgangen af 2009 offentliggøre retningslinjer, der bl.a. omhandler de nye begreber, der er indført med direktivet, med henblik på at fremme en ensartet fortolkning og anvendelse. Dette vil gøre det nemmere for seriøse forretningsdrivende at give sig i kast med grænseoverskridende praksis, navnlig over nettet. Mere effektiv grænseoverskridende håndhævelse af lovgivningen vedrørende urimelig praksis vil være til stor gavn for både forbrugertilliden og de seriøse forretningsdrivende, fordi det mindsker den illoyale konkurrence fra useriøse forretningsdrivende.

### **Fremme de alternative tvistbilæggelsesordninger og den grænseoverskridende småkravsprocedure**

30. Ud over de løbende håndhævelsesaktioner er der på EU-plan indført ordninger, der gør det lettere at træffe effektive afhjælpende foranstaltninger. Det drejer sig om en småkravsprocedure for grænseoverskridende tvister, som trådte i kraft i 2009, og som forenkler, fremskynder og mindsker omkostningerne for behandling af krav på højst

---

<sup>14</sup> Forordning (EF) nr. 2006/2004 af 27. oktober 2004 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse.

<sup>15</sup> Se: [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic\\_goods/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic_goods/index_en.htm).

<sup>16</sup> Meddelelse KOM(2009) 330 endelig af 2. juli 2009 om håndhævelse af forbrugerlovgivningen.

<sup>17</sup> Direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked.

2 000 EUR, samt et direktiv om visse aspekter af mægling på det civil- og handelsretlige område<sup>18</sup>.

31. Kommissionen letter også forbrugernes adgang til udenretslige procedurer for bilæggelse af grænseoverskridende tvister inden for internethandel gennem det europæiske netværk af forbrugercentre (ECC-Net), som forbinder forbrugerne med 400 alternative tvistbilæggelsesorganer i EU<sup>19</sup>. Kommissionen vil promovere disse ordninger yderligere ved at offentliggøre en vejledning til borgerne om småkravsproceduren, oprette en europæisk e-justice-portal og øge indsatsen for at fremme ECC-Nettet.

### **Forenkle momsrapporteringsforpligtelserne i forbindelse med fjernsalg**

32. I øjeblikket skal internethandelnde momsregistreres i hvert eneste land, hvor deres årlige omsætning ligger over en bestemt grænse, hvilket kompliceres yderligere af, at beløbsgrænser og momssatser varierer fra land til land.
33. Kommissionen har forslået at indføre en étstedsordning for ikke-etablerede afgiftspligtige personer for at give forretningsdrivende mulighed for at opfylde visse momsforpligtelser, f.eks. momsregistrering og indgivelse af momsangivelser, i deres egen medlemsstat, og forenkle fjernsalgsordningerne ved at fastsætte en fælles EU-dækkende beløbsgrænse på 150 000 EUR<sup>20</sup>.
34. Som det er i dag, skal fjernsalgsvirksomheder altid udstede en fuldstændig momsfaktura, selv om en hjemlig forretningsdrivende, der sælger samme varer til samme kunde, ikke er forpligtet til det. Kommissionen har forslået, at man indfører en "forenklet faktura" for fjernsalgsvirksomheder under visse omstændigheder<sup>21</sup>.
35. Begge forslag vil gøre det meget lettere for grænseoverskridende fjernsalgsvirksomheder at opfylde deres momsforpligtelser. Kommissionen opfordrer derfor Rådet til at tillægge disse forslag høj prioritet.

### **Reducere internetvirksomheders administrative byrde i forbindelse med affald af elektrisk og elektronisk udstyr**

36. Grænseoverskridende salg af elektronisk udstyr (en af de varekategorier, som der er størst efterspørgsel efter online) er udsat for yderligere lovgivningsmæssige hindringer. Den aktuelt manglende harmonisering af de nationale gennemførelsesbestemmelser om affald af elektronisk og elektrisk udstyr (WEEE-direktivet) resulterer i forskellige gebyrer og tærskler for internetdetailhandlers registrering og rapportering af elektrisk og elektronisk udstyr, hvilket kan gøre en sådan registrering og rapportering til en uoverkommelig opgave for grænseoverskridende forretningsdrivende.

---

<sup>18</sup> Forordning (EF) nr. 861/2007 om indførelse af en europæisk småkravsprocedure. Direktiv 2008/52/EF om visse aspekter af mægling på det civil- og handelsretlige område.

<sup>19</sup> See [http://ec.europa.eu/consumers/redress\\_cons/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/index_en.htm).

<sup>20</sup> Forslag til Rådets direktiv om ændring af direktiv 77/388/EØF med henblik på at forenkle de momsmæssige forpligtelser - KOM(2004) 728 endelig.

<sup>21</sup> Forslag til Rådets direktiv om ændring af direktiv 2006/112/EF om det fælles merværdiafgiftssystem med hensyn til faktureringsregler - KOM(2009) 21.

37. Kommissionen har i sit nylige forslag taget vigtige skridt til at harmonisere gennemførelsen, idet visse af direktivets bestemmelser er blevet præciseret, herunder dets anvendelsesområde. Artikel 16 foreslår, at registreringen af producenter og producenters indberetning harmoniseres i EU, herunder at de nationale producentregistre gøres indbyrdes kompatible. Det betyder, at producenter kan registrere deres aktiviteter i hele EU i én medlemsstat i stedet for at registrere dem i hver enkelt medlemsstat for sig<sup>22</sup>.
38. Kommissionens forslag vil i betydeligt omfang bidrage til at mindske de praktiske problemer, der er konstateret under den nuværende ordning. Kommissionen opfordrer Europa-Parlamentet og Rådet til at tillægge dette forslag høj prioritet.

### **Praktiske løsninger på problemet med forvaltning af copyrightafgifter**

39. Aktører på nationalt og europæisk plan har siden 2006 forhandlet om løsninger på praktiske problemer i forbindelse med grænseoverskridende forvaltning af copyrightafgifter på salg af tomme medier og optageudstyr. I øjeblikket kan grænseoverskridende forretningsdrivende ende med at skulle betale og indberette copyrightafgifter i flere lande for samme varer.
40. De fleste aktører er enige om, at det nuværende system for indberetning, betaling og tilbagebetaling af afgifter er en hindring for grænseoverskridende e-handel. Der er endnu ikke opnået enighed om praktiske løsninger, der kan gøre de eksisterende nationale afgiftssystemer mere smidige. Aktører bør forstærke deres indsats for hurtigt at finde løsninger og dermed give virksomheder mulighed for at strømline deres grænseoverskridende logistik.

### **Bidrage til at mindske hindringer for onlinesalg i forbindelse med vertikale begrænsninger**

41. Konkurrenceregler om vertikale begrænsninger har i vid udstrækning været medvirkende til at fjerne unødige restriktioner for e-handel i distributionsaftaler ved at forbyde konkurrencebegrænsninger for grænseoverskridende internetmarkedsføring og -salg<sup>23</sup>. Den nuværende gruppefritagelsesforordning udløber den 31. maj 2010. Kommissionen er i færd med at undersøge, hvordan denne forordning hidtil er blevet anvendt, for at præcisere og forenkle reglerne. Kommissionen overvejer også, hvordan den aktuelle undersøgelse kan bidrage til at mindske hindringerne for salg over internettet og skabe effektivitetsgevinster til glæde for forbrugerne<sup>24</sup>.
42. For så vidt angår eneforhandling vil man i undersøgelsen se nærmere på de kriterier, der anvendes for at sondre mellem aktivt og passivt salg, med det formål at identificere de mest almindelige praksisser, der kan betragtes som begrænsning af

---

<sup>22</sup> Forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/96/EF om affald af elektrisk og elektronisk udstyr (WEEE) (omarbejdning) - KOM(2008) 810.

<sup>23</sup> Kommissionens forordning (EF) nr. 2790/1999 af 22. december 1999 om anvendelse af EF-traktatens artikel 81, stk. 3, på kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis (gruppefritagelsesforordning). Kommissionens meddelelse om retningslinjer for vertikale begrænsninger (EFT C 291 af 13.10.2000, s. 1).

<sup>24</sup> Se: "Online Commerce Roundtable: Opportunities and Barriers to Online Retailing" på: [http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009\\_online\\_commerce/roundtable\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_online_commerce/roundtable_report_en.pdf).

passivt salg, og som sandsynligvis indebærer en krænkelse af konkurrencereglerne. F.eks. kan formodet ulovlig adfærd omfatte praksisser såsom at kræve, at en eneforhandler på sit websted sørger for automatisk omdirigering af kunderne til producentens websted eller til andre eneforhandlers websted. Et andet eksempel kunne være at afslutte en kundes transaktion over internettet i det øjeblik, kreditkortoplysningerne viser en adresse uden for det område, der er målet for eneforhandlingen.

43. For så vidt angår selektiv distribution vil den igangværende undersøgelse se nærmere på, om kriterierne for udvælgelse af distributører (f.eks. kravet om at forhandleren skal have en fysisk butik) kan begrundes i hensyntagen til forbrugernes velfærd og unødigt begrænser internettransaktioner og transaktioner på tværs af grænserne. Den vertikale undersøgelse vil også se på, om producenter inden for de selektive distributionsnet afskærer de autoriserede forhandlere fra at bruge internettet.
44. Onlinedistribution vil være et af de vigtigste områder for den igangværende undersøgelse af konkurrenceregler om vertikale begrænsninger. Kommissionen vil i den forbindelse nøje undersøge, om de eksisterende regler skal tilpasses, så der i endnu højere grad åbnes mulighed for grænseoverskridende e-handel.

#### **Bedre betalingssystemer og logistik og fjernelse af tekniske hindringer**

45. Betalingssystemer har også været målet for EU-foranstaltninger, som er rettet mod at øge interoperabiliteten og skabe et problemfrit grænseoverskridende marked, enten gennem lovgivning (direktivet om betalingstjenester) eller ved at støtte initiativer fra erhvervslivets side (det fælles eurobetalingsområde)<sup>25</sup>. For forbrugere og forretningsdrivende (navnlig SMV'er) er det at foretage og modtage betalinger online og på tværs af grænserne i hele EU imidlertid fortsat en udfordring og en alvorlig bremse for den grænseoverskridende handel.
46. Der blev sat skub i reformen af postsektoren med vedtagelsen af det tredje postdirektiv i 2008, som forpligter medlemsstaterne til at åbne deres postmarkeder fuldstændigt. Med fuld markedsåbning etableres der et indre marked, hvilket betyder, at posttjenester skal kunne oprette datterselskaber i andre medlemsstater og omdele forsendelser gennem deres eget netværk eller skal have flere muligheder for at vælge, hvilken posttjeneste de ønsker at anvende i en anden medlemsstat for så vidt angår post inden for Fællesskabet. Forbrugere og forretningsdrivende vil drage fordel af den deraf følgende forbedrede grænseoverskridende logistik<sup>26</sup>.
47. Kommissionen vil også blive ved med at sikre, at ubegrundede hindringer for handel med varer i det indre marked fjernes, og at nye ikke skabes.

---

<sup>25</sup> Direktiv 2007/64/EF om betalingstjenester i det indre marked.

<sup>26</sup> Direktiv 97/67/EF "Postdirektivet"(ændret ved direktiv 2002/39/EF og direktiv 2008/6/EF).

## **Supplerende foranstaltninger til fjernelse af ikke-lovgivningsmæssige hindringer for grænseoverskridende e-handel**

### **Samarbejde med erhvervslivet om fremme af et fælleseuropæisk marked for detailhandel på nettet**

48. Forbrugernes opfattelse af onlinemulighederne er delvis et resultat af, at det indre marked for internethandel hidtil har været betragtet som en sammenstilling af nationale markeder i forretningsmodellerne.
49. Kommissionen opfordrer de store søgemaskiner og onlineaktører til at øge forbrugernes bevidsthed om de grænseoverskridende muligheder. Onlinevirksomheder bør tage domænenavne, der ender på .eu, som er det fælles topdomæne for Europa, i et forsøg på at afskaffe nationale opfattelser, der bygger på de enkelte landes domænenavne. Endvidere skal alle firmaer, der registrerer et .eu-domæne, overholde de europæiske bestemmelser, hvilket betyder, at forbrugere, der vælger firmaer med et .eu-domænenavn, nyder en vis grundlæggende beskyttelse. Endvidere får europæiske virksomheder med høje standarder mulighed for at skille sig ud fra andre virksomheder ved at tage et .eu-domænenavn. Forretningsdrivende bør oprette websteder, der dækker flere lande eller hele EU
50. Selv om det er muligt at finde grænseoverskridende tilbud på internettet, kræver det mere tid og en større indsats end at finde hjemlige tilbud, der er målrettet et bestemt lands kunder. Større søgemaskiner og websteder med prissammenligninger bør mere systematisk vise søgeresultater eller prissammenligninger, der omfatter både grænseoverskridende og hjemlige tilbud, og det på mere end ét sprog<sup>27</sup>. Erfaringerne fra luftfartssektoren har vist, at flersprogede gennemsigtige websteder er det bedste middel til fremme af grænseoverskridende onlinetransaktioner<sup>28</sup>. Kommissionen vil fortsætte drøftelserne med aktørerne på markedet om, hvordan de kan fremme den grænseoverskridende e-handel.

### **Oplysninger til forbrugere og forretningsdrivende**

51. Oplyste forbrugere, som kender deres rettigheder og er i stand til at konstatere og indberette overtrædelser, vil sandsynligvis i højere grad kunne udnytte de fordele, som grænseoverskridende internethandel giver. Kommissionen vil derfor udvide og opdatere "eYouGuide to your Rights Online", der blev offentliggjort i maj 2009<sup>29</sup>, og vil fortsat støtte ECC-Net, som tilbyder oplysning og rådgivning til grænseoverskridende kunder. Enterprise Europe Network vil blive brugt til at informere virksomhederne om deres forpligtelser og muligheder.

### **Styrkelse af markedsovervågningen**

52. Som led i Kommissionens hensigter om bedre overvågning af detailhandelen i det indre marked vil fortsat overvågning af grænseoverskridende e-handel også være

---

<sup>27</sup> Som anbefalet i Kommissionens meddelelse KOM(2008) 566 "Flersprogethed: et aktiv for Europa og en fælles forpligtelse".

<sup>28</sup> Navnlig efter vedtagelsen af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1008/2008 af 24. september 2008 om fælles regler for driften af lufttrafiktjenester i Fællesskabet (omarbejdning).

<sup>29</sup> Se: [http://ec.europa.eu/information\\_society/eyouguide/navigation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/eyouguide/navigation/index_en.htm).

nødvendig for at sikre, at beslutningstagerne, de håndhævende myndigheder og borgerne er bevidste om markedsudviklingen. Ud over eksisterende undersøgelser fra Eurostat vil Kommissionen fortsætte med at samarbejde med Den Europæiske Centralbank og større kreditkortselskaber – under fuld overholdelse af lovgivningen om privatlivets fred og databeskyttelse - om udvikling af grænseoverskridende salgsstatistikker baseret på kreditkorttransaktioner.

### **Konklusion**

53. Denne meddelelse fastlægger en detaljeret strategi for, hvordan den grænseoverskridende e-handel kommer til at fungere bedre. Når dette mål, vil det være til gavn for forbrugere, virksomheder og EU-økonomiens konkurrenceevne. Gennem resultattavlen for forbrugermarkederne vil der fortsat ske en nøje overvågning af, om der sker fremskridt på alle disse områder.