

Mišljenje Europskog gospodarskog i socijalnog odbora o „Prijedlogu uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o promicanju pravednosti i transparentnosti za poslovne korisnike usluga internetskog posredovanja”

(COM(2018) 238 final – 2018/0112 (COD))

(2018/C 440/31)

Izvjestitelj: **Marco VEZZANI**

Zahtjev za savjetovanje:	Europski parlament, 28.5.2018. Vijeće Europske unije, 22.5.2018.
Pravni temelj:	članci 114. i 304. Ugovora o funkcioniranju Europske unije
Nadležna stručna skupina:	Stručna skupina za promet, energiju, infrastrukturu i informacijsko društvo
Datum usvajanja u Stručnoj skupini:	6.9.2018.
Datum usvajanja na plenarnom zasjedanju:	19.9.2018.
Plenarno zasjedanje br.:	537
Rezultat glasanja (za/protiv/suzdržani):	190/0/3

1. Zaključci i preporuke

1.1 Europski gospodarski i socijalni odbor (EGSO) pozdravlja prijedlog Uredbe Komisije i smatra ga važnim prvim korakom u promicanju pravednosti i transparentnosti za poslovne korisnike usluga internetskog posredovanja. Točnije, EGSO smatra da je taj prijedlog vrlo važan s obzirom na to da se njime po prvi put uređuju odnosi B2B u pogledu e-trgovine te se preporučuje njegovo brzo donošenje kako bi se ispunila očita regulatorna praznina.

1.2 Međutim, Odbor smatra da se Uredbom samom ne rješavaju svi problemi jedinstvenog digitalnog tržišta te se „ne zatvara krug”. Okosnica Uredbe je „transparentnost”, ali to nije dovoljno za reguliranje izrazito dinamičnog i složenog tržišta kao što je digitalno tržište, jer se nerazmjernost snaga između globalnih aktera i poslovnih korisnika (posebice malih i srednjih poduzeća) može ukloniti samo uspostavljanjem jasnijih granica i odnosa između stranaka i suzbijanjem zlouporabe vladajućeg položaja. EGSO, nadalje, preporučuje da se pokretanjem postupaka socijalnog dijaloga što prije riješe pitanja koja se odnose na *socijalnu dimenziju digitalizacije*. Jednaku pozornost treba posvetiti pitanjima u vezi s fiskalnim dampingom, gospodarstvom i vlasništvom nad podacima, što Komisija već radi u okviru drugih dosjea.

1.3 EGSO preporučuje da se Uredbom uvede zabrana *klauzula o paritetu cijena* kojima se i dalje narušava tržišno natjecanje, šteti poduzećima i potrošačima te riskira stvaranje oligopola ili monopola velikih internetskih platformi. Ključno je da se potrošačima omogućí kupnja dobara i usluga po nižim cijenama, da se poduzećima omogućí učinkovit razvoj njihova poslovanja putem internetske stranice te da se novim internetskim platformama omogućí rast i ulazak u režim poštenog tržišnog natjecanja s postojećim platformama.

1.4 EGSO smatra nužnim da se moguće različito postupanje (primjerice izrada ljestvica) u korist određenih poduzeća (posebice u zamjenu za plaćanje) ne precizira samo ugovorima za poslovne korisnike, već da ih potrošači pri pretraživanju proizvoda ili usluga na internetu mogu jasno prepoznati po riječima „sponzorirani oglas”, „plaćeni oglas” i slično. Također je ključno obavijestiti poslovne korisnike i potrošače o glavnim parametrima za izradu ljestvica prema kojima se određuje poredak poslovnih korisnika.

1.5 Odbor podržava uvođenje izvansudskih mehanizama za rješavanje sporova i preporučuje utvrđivanje usklađenih kriterija kojima se jamči neovisnost posrednika. EGSO smatra da trgovačke komore, koje te aktivnosti već učinkovito obavljaju na nacionalnoj razini, mogu biti važeća opcija. Isto tako, važno je da mehanizmi sudskih naloga usmjereni na prevenciju ili sprečavanje štete za poslovne korisnike budu jednostavni, jasni i povoljni.

1.6 EGSO smatra da će Opservatorij EU-a za ekonomiju internetskih platformi imati ključnu ulogu u provedbi Uredbe i u svim ostalim povezanim zakonodavnim inicijativama. Stoga navedeno tijelo ima i veliku političku, uz tehničku vrijednost. Nakon što je razmotrio brojna mišljenja o toj temi, Odbor izražava svoju spremnost da podrži rad skupine stručnjaka te da uputi svojeg izaslanika u funkciji promatrača i tako pridonese viziji organiziranog civilnog društva.

2. Uvod

2.1 Internetske platforme i tražilice temeljni su element *digitalnog ekosustava* i znatno utječu na njegovu organizaciju i funkcioniranje. Posljednjih su godina one preuzele središnju ulogu u razvoju mreže jer nude nove „društvene i gospodarske modele” kojima se upravlja izborima i postupanjima građana i poduzeća.

2.2 E-trgovina u Europi eksponencijalno raste. Promet u maloprodaji za 2017. procjenjuje se na 602 milijarde EUR (povećanje od 14 % u usporedbi s 2016.). Taj je podatak potpuno u skladu s trendovima rasta od prethodne godine, kad je prodaja iznosila 530 milijardi EUR (povećanje od 15 % u odnosu na 2015.)⁽¹⁾.

2.3 U skladu s podacima Eurostata⁽²⁾, 20 % poduzeća iz 28 država članica bilo je aktivno u e-trgovini 2016. U tom su podatku skrivene velike razlike u pogledu veličine poduzeća. Točnije, na internetu trguje 44 % velikih poduzeća, 29 % srednjih poduzeća te samo 18 % malih.

2.4 Ukupno 85 % poduzeća aktivnih u e-trgovini ima vlastitu internetsku stranicu, a u porastu je uporaba internetskih platformi koje upotrebljava 39 % poduzeća (*poslovni korisnici*)⁽³⁾. Za to postoje dva razloga: sve veće zanimanje malih i srednjih poduzeća za e-trgovinu jer internetske platforme smatraju strateškim instrumentom za probijanje na digitalno tržište, i eksponencijalni rast suradničkih platformi (*društvenih mreža*) u artikuliranju stvarnog i virtualnog života korisnika.

2.5 Iako se više od milijun europskih malih i srednjih poduzeća služi uslugama internetskog posredovanja, postoji relativno malo platformi koje pružaju takve usluge. S jedne su strane mala i srednja poduzeća zato potpuno ovisna o internetskim platformama i tražilicama koje, s druge strane, imaju mogućnost poduzimanja jednostranih radnji na štetu legitimnih interesa poduzeća i potrošača.

2.6 U skladu s podacima iz druge studije Komisije, gotovo se 50 % europskih poduzeća koja djeluju na internetskim platformama suočava s problemima. Nadalje, u 38 % slučajeva problemi u pogledu ugovornih odnosa ostaju neriješeni, dok se u 26 % slučajeva riješe, ali uz teškoće⁽⁴⁾.

2.7 Točnije, potrošači su neizravno pogođeni učincima ograničavanja potpunog i poštenog tržišnog natjecanja. To se očituje u mnogim situacijama: od netransparentnih praksi određivanja poretka robe i usluga do manjka izbora zbog nedostatka povjerenja poduzeća prema digitalnom tržištu.

2.8 Mehanizmi pravne zaštite poduzeća su ograničeni, nedostupni i često nedjelotvorni. Nije slučajno da se velika većina poduzeća usmjerava na internetsku prodaju svojih proizvoda na nacionalnom teritoriju (93 %), ponajprije zbog regulatorne rascjepkanosti zbog koje je rješavanje prekograničnih sporova dugo i teško⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ Europsko izvješće o e-trgovini za 2017.

⁽²⁾ Eurostat, Statistika digitalnog gospodarstva i društva – poduzeća, 2018.

⁽³⁾ Eurostat, Internetska prodaja poduzeća EU-a, 2018.

⁽⁴⁾ europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3372_it.pdf.

⁽⁵⁾ Eurostat, Statistički podaci o e-trgovini, 2017.

2.9 Dosad je europsko zakonodavstvo bilo usmjereno na utvrđivanje odnosa između poduzeća i potrošača u internetskoj trgovini (B2C), a odnos između poduzeća i internetskih platformi (B2B) nikada nije odlučno riješen.

2.10 Stoga je Komisija u prijedlog revizije Strategije o jedinstvenom digitalnom tržištu⁽⁶⁾ uvrstila inicijativu da se dovrši taj aspekt europskog zakonodavstva kako bi se zajamčila pravednost i transparentnost te izbjegle zlouporabe zbog regulatornih praznina ili rascjepkanosti koje su rezultat različitih nacionalnih zakonodavstava.

3. Sažetak prijedloga

3.1 Cilj je prijedloga urediti usluge posredovanja koje internetske platforme i tražilice pružaju poduzećima. Time su obuhvaćene i internetske usluge softverskih aplikacija (*trgovina aplikacijama*) i internetske usluge suradničkih platformi (*društvene mreže*).

3.2 Uredba se primjenjuje na sve pružatelje usluga internetskog posredovanja (sa sjedištem unutar ili izvan granica EU-a) sve dok poslovni korisnici ili korisnici korporativnih internetskih stranica imaju sjedište u EU-u i nude svoje proizvode ili usluge europskim potrošačima barem za dio transakcije. Točnije, ti se potrošači trebaju nalaziti u EU-u, ali ne moraju imati boravište u Uniji ili biti državljani neke od država članica.

3.3 Kako bi se zajamčila pravednost i transparentnost, platforme moraju izvijestiti poduzeća o ugovornim uvjetima upotrebe usluge na jednostavan i jasan način. O svakoj promjeni treba izvijestiti u roku najmanje 15 dana unaprijed. Osobito se trebaju objaviti načini objavljivanja oglasa i kriteriji za prekid i obustavu usluge.

3.4 Prijedlogom se predviđa da se poduzeća informiraju o parametrima koji utječu na **poredak** unosa ili internetskih stranica, čak i kada su plaćeni. Svako **različito postupanje** kojim se daje prednost robi ili uslugama koje potrošačima nudi pružatelj usluga ili poslovni korisnik pod njegovom kontrolom, mora se navesti u ugovornim uvjetima upotrebe usluge.

3.5 Kako bi se bolje zaštitila prava malih poduzeća, Komisija očekuje da pružatelji internetskih usluga izrade **interni sustav rješavanja pritužbi**. Pritužbe se moraju rješavati u kratkom roku te se o tome korisnicima mora dostaviti nedvosmislena obavijest. Osim toga, pružatelji usluga trebaju redovito objavljivati izvješća o broju podnesenih pritužbi, njihovom predmetu i vremenu potrebnom za njihovu obradu te o donesenim odlukama.

3.6 Također se predviđa i **sustav izvansudske nagodbe za rješavanje sporova**. Na taj se način poduzeće može obratiti **posredniku** kojeg je pružatelj usluga unaprijed odredio u skladu s uvjetima upotrebe iz ugovora.

3.7 Posrednici moraju biti nepristrani i neovisni subjekti. Pružatelje usluga se potiče na promicanje osnivanja posredničkih udruga, posebice za rješavanje prekograničnih sporova.

3.8 **Troškovi usklađivanja** ponajprije će se odnositi na pružatelje usluga, dok će mala i srednja poduzeća biti isključena⁽⁷⁾. Navedenim se mjerama ne sprečava mogućnost traženja sudske pravne zaštite nego im je cilj učinkovito rješavanje sporova u određenim rokovima.

3.9 Potrebno je nadzirati novi regulatorni okvir. Stoga se predviđa uspostava Opservatorija EU-a za **ekonomiju internetskih platformi**⁽⁸⁾, čime će se Komisiji pružiti potpora u analizi razvoja digitalnog tržišta i procjeni stanja provedbe Uredbe i njezina učinka. Prikupljenim rezultatima pridonijet će se utvrđivanju revizije prijedloga Uredbe svake tri godine.

3.10 Prijedlogom je utvrđeno pravo predstavničkih organizacija, udruženja ili javnih tijela na pokretanje sudskih postupaka radi zaustavljanja ili zabrane neusklađenosti pružatelja usluga internetskog posredovanja sa zahtjevima iz Uredbe.

⁽⁶⁾ COM(2017) 228 final.

⁽⁷⁾ Preporuka 2003/361/EZ.

⁽⁸⁾ Opservatorij se uspostavlja na temelju odluke Komisije C(2018)2393. Opservatorij čini najmanje 10, a najviše 15 neovisnih stručnjaka izabranih putem javnog natječaja. Stručnjaci ostaju na dužnosti dvije godine te dužnost obavljaju bez naknade.

3.11 Komisija poziva pružatelje internetskih usluga i njihove predstavničke organizacije da izrade **kodekse ponašanja** kako bi pridonijeli pravilnoj primjeni Uredbe, imajući na umu potrebe malih i srednjih poduzeća.

4. Opće primjedbe

4.1 EGSO je među prvima pružio potporu digitalnom razvoju i povezanim gospodarskim i društvenim procesima. Konkretno, svjestan rizika i mogućnosti povezanih s digitalizacijom, EGSO oduvijek potiče Komisiju da uspostavi siguran, jasan, transparentan i pošten okvir za jedinstveno digitalno tržište.

4.2 U skladu sa svojim prethodnim mišljenjima⁽⁹⁾, EGSO pozdravlja prijedlog Komisije o promicanju pravednosti i transparentnosti usluga internetskog posredovanja. Odbor osobito pozdravlja fleksibilan pristup prijedloga, s obzirom na to da se njime uspostavlja jasan okvir za sektor koji se neprestano mijenja te istodobno jamči pošteno tržišno natjecanje.

4.3 Odbor smatra da je ova inicijativa od ključne važnosti za zaštitu malih i srednjih poduzeća kao prvih korisnika tih usluga⁽¹⁰⁾ i za stvaranje zakonodavnog okvira kojim se jamči pošteno i učinkovito tržišno natjecanje. Osim toga, ključno je da se malim i srednjim poduzećima omoguće najveće povećanje prilika za rast na jedinstvenom digitalnom tržištu putem vlastite internetske stranice i putem internetskih platformi.

4.4 U tom je pogledu važno imati na umu da je ulazak na digitalno tržište malim i srednjim poduzećima izuzetno složen izazov. Točnije, ona trebaju promijeniti svoj sustav proizvodnje i distribucije, stjecati nove stručnosti i specijalizirane vještine, provoditi odgovarajuća ulaganja bez kojih bi automatski bila izbačena s tog tržišta uz negativne posljedice u pogledu dojma koji ostavljaju. Stoga je nužno uspostaviti dodatne instrumente, uključujući i financijske, kojima će se podržati taj prijelaz.

4.5 EGSO smatra da „klauzule o paritetu cijena” (koje se nazivaju i „klauzulama o povlaštenom kupcu”) i dalje predstavljaju ozbiljnu prepreku razvoju poštenog i otvorenog tržišnog natjecanja na jedinstvenom digitalnom tržištu. Točnije, tim se klauzulama obvezuje poslovne korisnike da na određenoj internetskoj platformi postave niže naknade u usporedbi s ostalim internetskim platformama i vlastitim internetskim stranicama. Time se ozbiljno narušava tržište jer se potiče jačanje nekoliko postojećih internetskih platformi (i sprečava razvoj novih platformi), ograničavaju mogućnosti potrošača da pristupe nižim cijenama i obvezuje poslovnog korisnika na korištenje platforme na kojoj ne može razviti vlastitu izravnu distribucijsku mrežu s potrošačima. Ta je praksa već zabranjena u mnogim državama članicama EU-a⁽¹¹⁾ na inicijativu tijela za tržišno natjecanje, s pozitivnim rezultatima za funkcioniranje tržišta, što je korisno i poduzećima i potrošačima. Stoga se EGSO nada da će se te klauzule uskoro zabraniti diljem EU-a, možda u okviru navedene Uredbe.

4.6 EGSO ističe da se veliki dio tržišta usluga internetskog posredovanja i dalje nalazi u rukama nekoliko velikih aktera, od kojih mnogi nisu iz Europe. Stoga je važno da se u fazi provedbe zakonodavstva prati i jamči pošteno tržišno natjecanje među internetskim platformama te omogući novim platformama, posebice europskima, da ostvare pristup tom tržištu.

4.7 EGSO sa zadovoljstvom primjećuje da su brojni zahtjevi i preporuke iz njegovih prethodnih mišljenja uvršteni u Uredbu. Točnije, Odbor primjećuje velike sličnosti i kontinuitet u pogledu transparentnosti i jasnoće uvjeta iz ugovora, objašnjenja parametara poretka i eventualnog različitog postupanja, utvrđivanja određenih mehanizama za pritužbe i izvansudskih nagodbi o sporovima, odgovornosti internetskih platformi (kodeksi ponašanja) i praćenja postupaka⁽¹²⁾. Osobito se napominje da je potrebno na jasan i prepoznatljiv način informirati potrošače o eventualnom **različitom postupanju** kojim se prednost daje određenoj robi ili uslugama (često u zamjenu za plaćanje).

⁽⁹⁾ SL C 75, 10.3.2017., str. 119., SL C 81, 2.3.2018., str. 102., SL C 12, 15.1.2015, str. 1. i SL C 271, 19.9.2013., str. 61.

⁽¹⁰⁾ SL C 389, 21.10.2016., str. 50.

⁽¹¹⁾ Njemačka, Francuska, Italija, Švedska, Belgija, Austrija.

⁽¹²⁾ SL C 75, 10.3.2017., str. 119.; SL C 81, 2.3.2018., str. 102.

4.8 Odbor smatra da se prijedlog na ispravan način uklapa u širi zakonodavni okvir za jedinstveno digitalno tržište, koje je još daleko od toga da bude dovršeno. Točnije, Europska unija ima nižu razinu uspješnosti od glavnih globalnih konkurenata u pogledu broja korisnika, poduzeća i internetskih transakcija. Stoga EGSO poziva Komisiju i države članice da ulože daljnje napore kako bi se Uredbu upotpunilo cjelokupnim sektorom e-trgovine i, u širem pogledu, sektorom e-demokracije, kako bi internet i digitalno tržište postali sigurno mjesto i pokretač prilika za sve.

4.9 *Podatkovno gospodarstvo* ključan je element digitalnog tržišta. Točnije, EGSO smatra da se *vlasništvo nad podacima* ne smije prepustiti isključivo dogovoru stranaka pri sklapanju ugovora. Nadalje, s pomoću transparentnosti izvješćivanja predviđene u prijedlogu ne rješava se ključno pitanje o tome kako te podatke smije upotrebljavati privatni subjekt koji je u njihovu posjedu. Stoga EGSO preporučuje Komisiji da hitno riješi taj problem te da ga regulira u skladu s interesom korisnika i konceptom *podatkovnog gospodarstva* ⁽¹³⁾.

4.10 EGSO smatra da bi se jedinstvenim digitalnim tržištem trebali zajamčiti jednaki uvjeti za sve uključene gospodarske subjekte, kako europske, tako i one izvaneuropske. Stoga Odbor preporučuje Komisiji da rješava sve nepoštenne trgovinske prakse, kao što je digitalni fiskalni damping, da utvrdi obvezu plaćanja poreza na dobit ako se obavlja odgovarajuća gospodarska aktivnost ⁽¹⁴⁾ te da on bude u skladu sa stvarnim opsegom djelatnosti ⁽¹⁵⁾. Ističemo, na primjer, činjenicu da je platforma Airbnb u Francuskoj do 2015. godine platila samo 69 tisuća eura poreza, u usporedbi s približno 5 milijardi eura od čitavog ugostiteljskog sektora ⁽¹⁶⁾.

4.11 EGSO smatra apsolutno neophodnim što skorije dovršenje zakonodavnog okvira u *cijelom lancu e-trgovine* kako bi se izradila odgovarajuća jamstva i zaštita za sve uključene u jedinstveno digitalno tržište ⁽¹⁷⁾. Točnije, EGSO smatra da je ključno rješavati najspornije aspekte socijalne dimenzije digitalizacije, među kojima su plaće, ugovori, uvjeti i radno vrijeme za zaposlenike na digitalnim platformama ⁽¹⁸⁾ ili u području pružanju usluga u vezi s njima ⁽¹⁹⁾. Stoga se preporučuje brzo pokretanje procesa europskog socijalnog dijaloga ⁽²⁰⁾. Štoviše, preporučuje se izrada „kodeksa internetskih prava građana” s obzirom na sve veći broj zakonodavnih akata usmjerenih na reguliranje sektora ⁽²¹⁾.

5. Posebne primjedbe

5.1 EGSO podržava široku definiciju pojma *pružatelja usluga internetskog posredovanja* . To je načelo motivirano brzim i nepredvidivim razvojem interneta i e-trgovine. Iz tog razloga EGSO smatra da je ključno urediti načine i vrijeme izvršenja tih usluga, a ne digitalne subjekte koji ih pružaju, s obzirom na to da bi uskoro, zbog brzog i nepredvidljivog razvoja mreže, mogli promijeniti prirodu ili funkcije ⁽²²⁾.

5.2 Odbor smatra da je prijedlogom koji se razmatra pokrivena važna regulatorna praznina te da je on ključan za prevladavanje rascjepkanosti nacionalnih zakonodavstava koja je i dalje jedan od prvih izvora problema u prekograničnim sporovima. Odbor ujedno smatra da se prijedlog dobro uklapa u postojeći zakonodavni okvir jedinstvenog digitalnog tržišta i malobrojnih propisa kojima se više ili manje izravno reguliraju odnosi B2B. Široki pravni okvir koji počiva na temeljnim vrijednostima EU-a trebao bi institucijama osigurati manevarski prostor, koje moraju osiguravati usklađenost s pravilima te im omogućiti učinkovitu sposobnost djelovanja.

5.3 EGSO se zalaže za to da pružatelji internetskih usluga objavljuju glavne parametre za poredak reklama i internetskih stranica. Međutim, Odbor ističe da tom inicijativom treba oprezno upravljati jer bi se njome mogle potaknuti prijevare poslovnih korisnika na štetu drugih poduzeća ili potrošača, što bi dovelo do narušavanja tržišta.

⁽¹³⁾ SL C 345, 13.10.2017., str. 130.; SL C 345, 13.10.2017., str. 138.

⁽¹⁴⁾ SL C 75, 10.3.2017., str. 119.

⁽¹⁵⁾ SL C 367, 10.10.2018., str. 73.

⁽¹⁶⁾ <http://www.lastampa.it/2016/08/11/esteri/airbnb-in-francia-riscoppia-il-caso-tasse-KfgawDjefZxFdSNydzs8XP/pagina.html>.

⁽¹⁷⁾ INT/845, Umjetna inteligencija/činak na radnu snagu, Salis Madinier i Samm, 2018. (vidjeti str. 1 ovog Službenog lista).

⁽¹⁸⁾ SL C 125, 21.4.2017., str. 10.

⁽¹⁹⁾ SL C 75, 10.3.2017., str. 119.

⁽²⁰⁾ SL C 434, 15.12.2017., str. 30.

⁽²¹⁾ SL C 271, 19.9.2013., str. 127.

⁽²²⁾ SL C 75, 10.3.2017., str. 119.

5.4 Posrednici će imati ključnu ulogu u izvansudskom rješavanju sporova. EGSO smatra da nisu sasvim jasne karakteristike posrednika i metode njihovog zapošljavanja, naglašavajući razlike između različitih država članica i preporučujući utvrđivanje usklađenih kriterija kojima bi se osigurala njihova neovisnost. Odbor predlaže da se razmotri mogućnost izrade europskog profesionalnog registra kako bi se ojačalo povjerenje poslovnih korisnika. Istodobno se predlaže da se iskoristi stručnost trgovačkih komora i aktivnosti koje one uspješno provode na nacionalnoj razini.

5.5 EGSO pozdravlja uvođenje mehanizama sudskih postupaka za zaštitu poslovnih korisnika. Taj instrument ima presudnu vrijednost za prevladavanje „čimbenika straha” koji često predstavlja kočnicu za mala poduzeća u odnosu na velika multinacionalna poduzeća u tom sektoru. Točnije, Odbor smatra da mehanizmi uspostavljeni za pokretanje takvih postupaka trebaju biti jasni, jednostavni i povoljni.

5.6 Opservatorij će biti od temeljne važnosti za praćenje razvoja digitalnog tržišta te ispravnu i potpunu provedbu Uredbe. Točnije, EGSO smatra da je stručnjake potrebno odabrati s iznimnom pozornosti te zajamčiti njihovu neovisnost i nepristranost. Osim toga, EGSO izražava svoju spremnost da podrži rad skupine stručnjaka te da uputi svojeg izaslanika u funkciji promatrača i tako pridonese viziji organiziranog civilnog društva ⁽²³⁾.

5.7 Iako se najprikladnijim instrumentom smatra uredba, zajedno s usklađenim sustavom sankcija, EGSO pozdravlja poziv pružateljima internetskih usluga da razviju kodekse ponašanja kako bi se osigurala potpuna i ispravna provedba zakonodavstva.

5.8 Odbor ističe da i dalje postoje trgovinske prakse velikih internetskih platformi, ponajprije u Sjedinjenim Državama, usmjerene na isključivanje drugih subjekata s tržišta, među kojima su besplatne isporuke na štetu poduzeća koja dostavljaju pošiljke. Takve bi prakse u srednjoročnom razdoblju mogle dovesti do stvaranja oligopola te naštetiti poduzećima i potrošačima. Stoga EGSO poziva Komisiju da pažljivo prati te procese.

5.9 EGSO smatra da će taj prijedlog imati vrlo važne neizravne učinke na potrošače i pružiti im veći raspon proizvoda te će se njime povećati tržišno natjecanje među poduzećima i zapošljavanje zbog većeg broja poduzeća koja djeluju na digitalnom tržištu. Stoga je važno da i male digitalne platforme (primjerice suradničke platforme) mogu pronaći vlastitu nišu na internetskom tržištu.

5.10 EGSO ponovno poziva Komisiju i države članice da podupru digitalne inovacijske procese uz odgovarajuće strategije digitalnog opismenjavanja praćene ciljanim sustavima obrazovanja i osposobljavanja, s posebnim naglaskom na djecu i najosjetljivije ⁽²⁴⁾. Nadalje, smatra da je u cilju jačanja svijesti poslovnih korisnika potrebno uključiti strukovne organizacije radi podizanja svijesti i pružanja potpore posebnim aktivnostima osposobljavanja, pri čemu posebnu pozornost treba posvetiti malim i srednjim poduzećima kako bi se u cijelosti iskoristile mogućnosti koje pruža jedinstveno digitalno tržište.

Bruxelles, 19. rujna 2018.

Predsjednik
Europskog gospodarskog i socijalnog odbora
Luca JAHIER

⁽²³⁾ Odluka Komisije C(2018)2393, članak 10.

⁽²⁴⁾ SL C 173, 31.5.2017., str. 45., SL C 173, 31.5.2017., str. 1.