



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 14.7.2004  
COM(2004) 479 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO  
EUROPEO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO**

**"Accrescere la fiducia nei mercati elettronici tra imprese"**

{SEC(2004) 930}

# COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO E AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO

## "Accrescere la fiducia nei mercati elettronici tra imprese"

### 1. INTRODUZIONE

I mercati elettronici tra imprese (ovvero mercati elettronici business-to-business o B2B) costituiscono forme avanzate di attività aziendali gestite con modalità elettroniche (e-business): su di essi gli acquirenti e i venditori si incontrano per effettuare transazioni commerciali per via elettronica. Si va dalla semplice compravendita on line su catalogo a soluzioni avanzate di integrazione dei processi. I mercati elettronici contribuiscono così a promuovere l'efficienza e ad accrescere la produttività e la competitività delle imprese europee; nonostante i potenziali benefici offerti dai mercati elettronici tra imprese, la partecipazione delle imprese, soprattutto piccole e medie imprese, (PMI) a detti mercati resta comunque relativamente modesta.

Nel mese di novembre 2002 la direzione generale per le Imprese ha pubblicato un documento di lavoro dei servizi della Commissione dal titolo "*B2B Internet trading platforms: Opportunities and barriers for SMEs - A first assessment*" (Piattaforme commerciali B2B su Internet: opportunità e ostacoli per le PMI - Una prima valutazione)<sup>1</sup>, nel quale viene individuata una serie di potenziali ostacoli che si frappongono alla partecipazione delle PMI alle piattaforme commerciali elettroniche: si tratta ad esempio di una scarsa sensibilizzazione, di un'assenza di informazioni e di una mancanza di fiducia nelle transazioni elettroniche. È stato successivamente istituito un gruppo di esperti, comprendente esperti del settore di riferimento e operatori dei mercati elettronici, incaricato di analizzare ulteriormente questi problemi e di presentare alla Commissione raccomandazioni su come agevolare la partecipazione delle PMI ai mercati elettronici. La Commissione accoglie con favore la relazione del gruppo di esperti<sup>2</sup> e ne appoggia la raccomandazione principale, ovvero il rafforzamento dell'autoregolamentazione per accrescere il grado di fiducia (*trust and confidence*) nei mercati elettronici.

Il ricorso relativamente modesto ai mercati elettronici tra imprese, soprattutto da parte delle PMI, può essere in parte spiegato dal fatto che apparentemente sono gli acquirenti (e non i venditori) a trarre un vantaggio maggiore dai mercati elettronici tra imprese. Di conseguenza le PMI, che spesso operano quali fornitori delle grandi aziende, sono maggiormente restie ad utilizzare i mercati elettronici tra imprese. Le preoccupazioni espresse dalle PMI riguardano in particolare le aste inverse on line, che rappresentano una delle applicazioni caratteristiche dei mercati elettronici. Questi timori sono in parte connessi al fatto che le aste inverse on line vengono utilizzate principalmente quale strumento per determinare una riduzione dei prezzi praticati dai fornitori, risultando pertanto apparentemente più proficue per i compratori che per i venditori. Tali preoccupazioni possono incidere negativamente sull'utilizzo dell'e-business in generale e di conseguenza sulla produttività e sulla competitività delle imprese europee. L'obiettivo della Commissione non è, tuttavia, quello di promuovere

---

<sup>1</sup> SEC(2002) 1217 dell'11.11.2002.

<sup>2</sup> <http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/b2b/wshop/fin-report.pdf>

specifiche forme di scambio, quanto piuttosto quello di eliminare ostacoli reali o potenziali che possono impedire alle imprese di utilizzare i mercati elettronici in modo efficiente e reciprocamente vantaggioso.

La presente comunicazione mira ad accrescere la fiducia nei mercati elettronici tra imprese vincendo le preoccupazioni esistenti e agevolando la partecipazione delle imprese a queste nuove forme di scambio. Intende inoltre promuovere la comprensione della normativa applicabile ed eliminare eventuali ostacoli al mercato interno che potrebbero derivare dalla diversità delle discipline nazionali in materia di pratiche commerciali sleali sui mercati elettronici tra imprese.

Infine, e soprattutto, la comunicazione mira ad agevolare l'ulteriore attuazione delle raccomandazioni del gruppo di esperti relative all'elaborazione di codici di condotta, nella prospettiva di accrescere la fiducia nei mercati elettronici tra imprese e la loro equità e agevolare una più ampia partecipazione delle imprese a tali mercati. Benché la responsabilità di tutto ciò incomba prevalentemente sul settore privato, la Commissione è disposta a sostenere la formazione del consenso in questo settore e a promuovere ulteriormente l'autoregolamentazione mediante strumenti adeguati.

## **2. ELEMENTI DI EFFICIENZA DEI MERCATI ELETTRONICI TRA IMPRESE**

Il commercio elettronico tra imprese (B2B), ovvero la compravendita on line, è diventato un sistema sempre più diffuso per l'effettuazione di transazioni tra imprese. Nel frattempo molte imprese hanno adottato strategie ambiziose volte da un lato a rendere più efficienti i propri processi aziendali interni e dall'altro a migliorare e snellire i rapporti con la clientela. I mercati elettronici tra imprese rappresentano una forma avanzata di commercio elettronico tra imprese, se confrontati ad esempio alla mera compravendita su siti web, e possono essere definiti quali piattaforme commerciali su Internet, dove le imprese realizzano lo scambio di beni e servizi<sup>3</sup>.

Queste nuove forme di scambio non si traducono necessariamente in una distribuzione equilibrata dei costi e dei benefici - affermazione che vale in particolare per le aste inverse on line. Le aste on line sono procedure formali di determinazione del prezzo che si svolgono su una piattaforma commerciale su Internet e sono avviate da un venditore allo scopo di vendere beni o servizi al prezzo più alto possibile. Le aste inverse sono avviate dal compratore con lo scopo di acquistare beni e servizi al prezzo più basso possibile. In alcuni casi l'obiettivo esplicito delle aste inverse è quello di ottenere una riduzione dei costi nel breve periodo piuttosto che quello di instaurare relazioni commerciali a lungo termine.

È stato tuttavia obiettato che l'incremento dei costi derivante da cambiamenti frequenti dei fornitori e da catene aziendali di conseguenza meno integrate può essere anche maggiore dei possibili risparmi sui costi che si ottengono mediante le aste inverse e che sono il risultato di una maggiore pressione della concorrenza. Dai dati empirici ed economici disponibili sui costi e sui benefici diretti e indiretti delle varie forme di scambio per via elettronica non è possibile trarre oggi conclusioni definitive su quali siano gli effetti sui partecipanti. La Commissione

---

<sup>3</sup> Per maggiori informazioni consultare l'allegato 1.

avvierà pertanto uno studio economico per analizzare l'effetto dei mercati elettronici tra imprese sulla competitività e sulla produttività dell'industria dell'Unione europea.

### **3. CONTESTO NORMATIVO DEI MERCATI ELETTRONICI TRA IMPRESE**

Ai mercati elettronici tra imprese si applica una serie di norme giuridiche che disciplinano varie fasi delle loro attività, che vanno dallo stabilimento al funzionamento dei mercati medesimi fino alla conclusione dei contratti per via elettronica. Queste norme mirano, in particolare, ad eliminare gli ostacoli che si frappongono alla prestazione dei servizi della società dell'informazione nell'Unione europea e a garantire una concorrenza leale e non falsata. Una migliore consapevolezza in merito alle norme giuridiche applicabili contribuirà certamente ad accrescere la fiducia nelle nuove forme di commercio elettronico. La Commissione continuerà pertanto a ricercare il sostegno a favore del portale legale europeo dell'e-business, un servizio informativo on line sul contesto normativo dell'e-business, che si rivolge soprattutto alle PMI ed è offerto da una rete europea di europortelli (rete ELEAS)<sup>4</sup>.

#### *Una maggiore sensibilizzazione rafforzerà il commercio tra imprese*

Un tema sempre più attuale in rapporto alle transazioni commerciali elettroniche tra le imprese riguarda la creazione della fiducia: lo confermano i risultati di una consultazione aperta delle imprese dedicata agli ostacoli giuridici all'e-business<sup>5</sup>, condotta dai servizi della Commissione nel corso dell'ultimo trimestre del 2003. Un'altra preoccupazione riguarda alcuni tipi di aste on line, visto il loro crescente utilizzo nei mercati elettronici tra imprese. A quanto pare, molte imprese non sono a conoscenza delle norme giuridiche applicabili a tali aste; per questo possono avere difficoltà a distinguere tra uno spostamento del potere di mercato - spostamento che va accettato per ragioni economiche - e le pratiche sleali che non rispettano le disposizioni normative o i codici di condotta. Una delle ragioni di questa situazione risiede nel fatto che le aste elettroniche, a differenza delle aste tradizionali, costituiscono un fenomeno relativamente recente che non ha ancora avuto il tempo di evolversi e di dar vita a pratiche commerciali in grado di risolvere i potenziali conflitti insiti in generale negli strumenti per aste.

#### *Le regole del mercato interno si applicano ai mercati elettronici tra imprese*

In materia di stabilimento, si applica ai mercati elettronici tra imprese la direttiva sul commercio elettronico<sup>6</sup>; i mercati elettronici tra imprese sono considerati servizi della società dell'informazione, per i quali è prevista la libertà di stabilimento senza autorizzazione preventiva. Inoltre, in base alla "clausola" del mercato interno, ogni Stato membro provvede affinché i servizi della società dell'informazione, forniti da un prestatore stabilito sul suo territorio, rispettino le disposizioni nazionali vigenti in detto Stato membro nell'ambito regolamentato. Di norma gli Stati membri non possono, per motivi che rientrano nell'ambito regolamentato, limitare la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione

---

<sup>4</sup> <http://www.ebusinesslex.net>.

<sup>5</sup> Documento di lavoro dei servizi della Commissione dal titolo "Legal barriers in e-business - The results of an open consultation of enterprises" (Ostacoli giuridici nel mondo dell'e-business: risultati di una consultazione aperta delle imprese), accessibile alla pagina web:

[http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/doc/legal\\_barriers\\_sec\\_2004\\_498.pdf](http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/doc/legal_barriers_sec_2004_498.pdf)

<sup>6</sup> Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ("Direttiva sul commercio elettronico") GU L 178 del 17.7.2000, pagg. 1-16.

provenienti da un altro Stato membro. La direttiva non introduce, tuttavia, norme supplementari di diritto internazionale privato, né tratta delle competenze degli organi giurisdizionali.

Per quanto concerne il funzionamento dei mercati elettronici tra imprese, le norme di trasparenza previste dalla direttiva impongono l'obbligo di informazione in merito all'identità e al luogo di stabilimento del prestatore di servizi e il rispetto degli obblighi di trasparenza per la conclusione dei contratti per via elettronica. Secondo la Commissione queste disposizioni normative costituiscono sviluppi importanti nell'ambito della progressiva instaurazione di un mercato interno nel settore dei mercati elettronici tra imprese.

### ***Permangono tuttavia differenze tra gli ordinamenti nazionali***

Molti dei timori espressi in merito ai mercati elettronici tra imprese, soprattutto in merito alle aste elettroniche tra imprese, sono attribuiti alla scarsa trasparenza delle modalità di effettuazione delle transazioni elettroniche nonché a determinate pratiche commerciali che vengono percepite come sleali dalle imprese. Quali esempi di tali presunte pratiche sleali vengono citate l'assenza di un riferimento chiaro alle condizioni di partecipazione, le incertezze circa il momento preciso della conclusione di un contratto, la possibilità di ritirare le offerte, le incertezze in merito alla selezione dell'offerta migliore nelle aste on line e i dubbi circa le pratiche che nelle aste on line falserebbero il meccanismo di fissazione del prezzo (es. la presentazione di offerte da parte dell'organizzatore di un'asta). Tali pratiche sono di norma disciplinate a livello nazionale dal diritto contrattuale e dalla legislazione in materia di concorrenza sleale, applicabili sia alle aste tradizionali sia a quelle on line. La disciplina può, tuttavia, presentare disparità tra un paese e un altro: ne consegue pertanto che si avvertano incertezze circa le norme applicabili alle transazioni elettroniche transfrontaliere.

In alcuni casi le norme nazionali vigenti prevedono esplicitamente che determinate pratiche costituiscono un inadempimento contrattuale: ne sono un esempio la vendita di prodotti difettosi, la ritardata o mancata consegna di prodotti ordinati, il ritardato o mancato pagamento delle merci, la consegna di una quantità errata di merci o di prodotti di cattiva qualità. In altri casi il contesto normativo è meno chiaro per quanto riguarda, ad esempio, la fissazione in forma occulta di prezzi minimi nelle aste, il diritto dell'organizzatore dell'asta di presentare offerte o l'obbligo per l'organizzatore dell'asta di accettare l'offerta migliore. Alcune disposizioni normative nazionali possono, in particolare, lasciare aperte alle parti varie opzioni per concordare il grado di ammissibilità di tali pratiche. Possono inoltre sussistere dubbi circa le modalità di applicazione della disciplina nazionale vigente in materia di aste (es. definizione del momento preciso della conclusione di un contratto in un'asta on line) al contesto on line.

In assenza di un'analisi più approfondita risulta difficile valutare in quale misura la legislazione nazionale vigente si applichi ai casi di pratiche commerciali sleali segnalati sui mercati elettronici tra imprese. Esistono comunque differenze tra gli Stati membri per quanto concerne le modalità di disciplina di tali pratiche e ciò può dar luogo a ostacoli nel momento in cui i mercati elettronici vengono utilizzati per le transazioni elettroniche transfrontaliere. La Commissione intende quindi valutare ulteriormente in quale misura le attuali disparità tra gli Stati possano costituire un ostacolo al mercato interno delle transazioni elettroniche tra imprese.

### ***Occorre una maggiore trasparenza sui meccanismi di protezione giuridica dalle pratiche commerciali sleali***

La Commissione, per accrescere la trasparenza della disciplina nazionale applicabile alle pratiche commerciali sleali, avvierà uno studio che potrà contribuire a un dibattito politico sull'esigenza di un'armonizzazione europea delle disposizioni normative pertinenti e servirà a fare il punto sulla legislazione comunitaria vigente<sup>7</sup>. Parallelamente la Commissione inviterà le imprese a esprimersi e a fornire esempi concreti di pratiche sleali sui mercati elettronici tra imprese: i contributi delle imprese verranno raccolti attraverso le reti esistenti dedicate agli operatori economici, quali il portale legale europeo dell'e-business, il portale europeo dei mercati elettronici tra imprese<sup>8</sup> e i punti di contatto nazionali per il commercio elettronico<sup>9</sup>. I risultati saranno al centro di un'ulteriore analisi e verranno pubblicati a cura dei servizi della Commissione.

Verrà inoltre istituito un gruppo di esperti giuridici nel settore dei mercati elettronici tra imprese, composto da rappresentanti degli Stati membri e delle parti interessate (*stakeholder*) ed incaricato di valutare ulteriormente la situazione normativa e analizzare le specifiche lagnanze segnalate dalle imprese. Il gruppo sarà chiamato a elaborare una relazione che tratterà l'esigenza di un'ulteriore armonizzazione europea nel campo del diritto contrattuale e la necessità di valutare gli attuali meccanismi di protezione giuridica nei confronti delle pratiche commerciali sleali sui mercati elettronici tra imprese, nella prospettiva di agevolare le transazioni elettroniche transfrontaliere tra imprese. I seguiti alla presente relazione saranno elaborati in base agli sviluppi del diritto contrattuale europeo.<sup>10</sup>

### ***Le regole di concorrenza previste per i mercati elettronici tra imprese sono sufficienti***

Un'altra grave preoccupazione riguarda il fatto che i partecipanti ai mercati elettronici tra imprese o i titolari di tali mercati possano falsare la concorrenza mediante l'aggregazione del potere di vendita o di acquisto o la condivisione di informazioni commerciali sensibili. La Commissione è consapevole di tali rischi di distorsione della concorrenza e pertanto applica rigorosamente il diritto comunitario in materia di concorrenza<sup>11</sup> per impedire effetti di concentrazione e garantire che non siano conclusi accordi contrari alla concorrenza e non si verifichi l'abuso di posizione dominante<sup>12</sup>.

---

<sup>7</sup> Ad es. la direttiva relativa alla pubblicità ingannevole e comparativa, ovvero direttiva 84/450/CEE del Consiglio relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati Membri in materia di pubblicità ingannevole (GU L 250 del 19.9.1984, pag. 17) e direttiva 97/55/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio che modifica la direttiva 84/450/CEE relativa alla pubblicità ingannevole al fine di includervi la pubblicità comparativa (GU L 290 del 23.10.1997, pag. 18).

<sup>8</sup> <http://www.emarketservices.com>.

<sup>9</sup> [http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/en/ecommerce/contactpoints\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/ecommerce/contactpoints_en.htm).

<sup>10</sup> Comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo sul diritto contrattuale europeo (GU C 255 del 13.9.2001, pag.1); Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo e al Consiglio - Maggiore coerenza nel diritto contrattuale europeo - Un piano d'azione (GU C 63 del 15.3.2003, pag.1)

<sup>11</sup> Segnatamente gli articoli 81 e 82 del trattato CE, il regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese ("regolamento comunitario sulle concentrazioni"), GU L 24 del 29.1.2004, pagg. 1-22.

<sup>12</sup> Questa valutazione dovrà tuttavia essere condotta caso per caso; di conseguenza i paragrafi che seguono non pregiudicano l'applicazione delle norme comunitarie in materia di concorrenza a casi specifici.

A questo proposito, in considerazione del profilo degli utenti dei mercati elettronici, è particolarmente importante prevenire l'abuso di posizione dominante. Spesso viene espressa la preoccupazione che i mercati elettronici possano generare i cosiddetti effetti di rete, considerato che il loro valore per i singoli utenti aumenta in funzione del numero degli utenti: da ciò potrebbe derivare una posizione dominante dell'operatore della rete nel caso in cui gli effetti di rete fossero sufficientemente forti da indurre tutti i partecipanti al mercato a utilizzare la stessa rete. Rischi di posizione dominante possono nascere inoltre dai tentativi di imporre l'impiego esclusivo di un determinato mercato elettronico oppure di impedire l'accesso a quel mercato di tutti i venditori e acquirenti interessati. Un altro aspetto da non trascurare è il rischio che i partecipanti al mercato elettronico riescano ad aggregare efficacemente i volumi degli acquisti o delle vendite - situazione questa che presenta possibili risvolti negativi per la concorrenza, se condiziona il comportamento dei partecipanti al mercato quali acquirenti o venditori e se le loro quote di mercato non sono trascurabili. Esiste anche la preoccupazione che le piattaforme commerciali elettroniche possano agevolare lo scambio di informazioni commerciali sensibili riguardanti i prezzi, i quantitativi o altre condizioni del contratto: ne deriverebbero, di conseguenza, pratiche concordate contrarie ai principi della libera concorrenza o accordi tra concorrenti. Sono in larga misura il tipo di informazioni e l'intensità della concorrenza su un dato mercato a determinare se lo scambio di informazioni costituisca o no un problema dal punto di vista della concorrenza. Lo scambio di informazioni riservate sui prezzi, sui partecipanti, ecc. genera probabilmente maggiori preoccupazioni sotto il profilo della concorrenza quando avviene su un mercato oligopolistico caratterizzato da pochi operatori rispetto a quando tale scambio avvenga su un mercato elettronico dove operano molti acquirenti o venditori.

La Commissione ha acquisito un'esperienza pratica nella valutazione dei mercati elettronici tra imprese attraverso una serie di casi trattati a norma degli articoli 81 e 82 del trattato CE e del regolamento comunitario sulle concentrazioni. L'esperienza ha dimostrato che le regole di concorrenza vigenti rispondono adeguatamente ai possibili timori posti - sotto il profilo della concorrenza - da queste nuove forme di commercio elettronico e sono in grado di garantire che la concorrenza non venga falsata. Nei casi esaminati finora i timori espressi in tema di concorrenza sono stati fugati in quanto i mercati elettronici coinvolti prevedevano una protezione efficace delle informazioni commerciali sensibili oppure una limitazione degli acquisti in comune. Il nuovo regolamento (CE) n. 1/2003<sup>13</sup>, che sostituisce il regolamento n. 17/62, non prevede più una notifica preventiva degli accordi né la relativa autorizzazione da parte della Commissione. Gli operatori dei mercati elettronici dovranno di conseguenza valutare direttamente, facendo riferimento alle decisioni e agli orientamenti della Commissione, quali ad esempio le linee direttrici sugli accordi di cooperazione orizzontale<sup>14</sup>, se gli accordi in questione siano compatibili o incompatibili con l'articolo 81 del trattato CE. La Commissione, le autorità nazionali garanti della concorrenza e gli organi giurisdizionali possono, tuttavia, di propria iniziativa o a seguito di una denuncia, esaminare i mercati elettronici per individuare eventuali infrazioni alle regole di concorrenza comunitarie.

---

<sup>13</sup> Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del trattato, GU L 1 del 4.1.2003, pagg. 1-25.

<sup>14</sup> "Linee direttrici sull'applicabilità dell'articolo 81 del trattato CE agli accordi di cooperazione orizzontale", GU C 3 del 6.1.2001, pagg. 2-30.

***Per quanto concerne le regole di concorrenza applicabili, la trasparenza è comunque ulteriormente migliorabile***

Una maggiore e più approfondita conoscenza delle regole di concorrenza applicabili andrebbe certamente a vantaggio della fiducia nei mercati elettronici tra imprese; faciliterebbe il rispetto di tale disciplina da parte degli operatori di tali mercati e degli operatori commerciali coinvolti e produrrebbe anche un "effetto disciplinare". La Commissione intende pertanto fornire alle parti interessate (*stakeholder*) ai mercati elettronici tra imprese un accesso agevole a informazioni coerenti su questo tema. A tal fine il portale europeo per i mercati elettronici potrebbe dare accesso a informazioni sull'applicazione delle regole di concorrenza da parte della Commissione in tema di stabilimento e funzionamento dei mercati elettronici tra imprese, soprattutto attraverso link alle decisioni e ai documenti pertinenti disponibili sul sito web della Commissione. Il portale dovrebbe inoltre fornire informazioni su come presentare denunce per comportamento anticoncorrenziale sui mercati elettronici tra imprese.

#### **4. IL RUOLO DELL'AUTOREGOLAMENTAZIONE PER RAFFORZARE LA FIDUCIA NEI MERCATI ELETTRONICI TRA IMPRESE**

Le disposizioni normative applicabili allo stabilimento e al funzionamento dei mercati elettronici tra imprese lasciano in alcuni casi alle imprese un margine per accordi sulle condizioni operative e contrattuali. L'autoregolamentazione può svolgere un ruolo importante in questo quadro, dando vita a pratiche commerciali fondate sui principi di correttezza commerciale e sui benefici reciproci derivanti dal commercio on line.

##### ***I mercati elettronici tra imprese debbono fondarsi sulla fiducia***

Se tutti i partecipanti ai mercati elettronici tra imprese avessero la convinzione di poter svolgere l'iter delle transazioni in modo trasparente, sicuro ed equo ciò andrebbe senza dubbio a vantaggio dell'ulteriore sviluppo di tali mercati. Per risultare maggiormente accetti, i mercati elettronici tra imprese dovrebbero fondarsi sulla fiducia; a questo proposito le aspettative delle imprese sull'attività commerciale on line non si discostano sostanzialmente da quelle dei consumatori, anche se le imprese non godono dello stesso livello di protezione giuridica.

L'autoregolamentazione può svolgere una funzione importante nei settori non disciplinati da norme (vincolanti) e per questo risulta particolarmente applicabile alle aste on line, in quanto nella maggior parte dei casi il diritto contrattuale nazionale dà alle parti la facoltà di concordare pratiche specifiche da seguire. Nel settore relativamente nuovo delle aste on line l'autoregolamentazione può contribuire allo sviluppo di pratiche commerciali leali. Molti dei possibili conflitti derivanti da pratiche percepite come sleali potrebbero essere evitati garantendo una maggiore trasparenza circa le regole applicate, soprattutto laddove tali regole si fondassero su un ampio consenso tra le varie parti coinvolte.

##### ***La Commissione è a favore dell'autoregolamentazione nei mercati elettronici tra imprese***

La Commissione ritiene che i mercati elettronici, per essere sostenibili ed efficienti, debbano fondarsi su principi di correttezza commerciale che consentano alle imprese di partecipare a tali mercati senza correre rischi eccessivi. L'autoregolamentazione deve - per essere efficiente - riflettere un consenso tra tutte le parti interessate. La Commissione incoraggia l'elaborazione di codici di condotta con il coinvolgimento di tutte le parti interessate, ad esempio gli operatori dei mercati elettronici, gli acquirenti e i venditori, in modo che il codice



di condotta rifletta un equilibrio tra i diversi interessi e determini un maggiore impegno delle parti interessate a favore di pratiche leali. Nella seconda metà del 2004 verrà organizzato un workshop aperto sul tema della fiducia nei mercati elettronici tra imprese, proprio per agevolare questa formazione del consenso e valutare le relative esigenze e possibilità. È opportuno osservare che la Commissione è pronta ad agevolare questo processo riunendo le parti interessate, senza però partecipare direttamente alle trattative sulle clausole specifiche degli eventuali codici di condotta.

### ***Un modello di riferimento per i codici di condotta relativi ai mercati elettronici tra imprese***

L'esigenza di attività di autoregolamentazione e le relative prospettive possono variare da un settore all'altro e tra le diverse forme di scambio. Sembra che esista l'esigenza precisa di codici di condotta che precisino ulteriormente le regole di trasparenza relative al funzionamento delle aste inverse on line tra imprese. A seguito delle raccomandazioni formulate dal gruppo di esperti sulle piattaforme commerciali B2B su Internet, questi codici di condotta dovrebbero rispondere in particolare all'esigenza degli utenti di disporre di informazioni sul mercato elettronico interessato (es. partecipanti, iter delle transazioni e relativi modelli, meccanismi di fissazione dei prezzi, sicurezza informatica, dati personali e riservatezza, legge applicabile e sistemi di risoluzione delle controversie)<sup>15</sup>.

I primi tentativi di elaborazione di codici di condotta sono stati effettuati da associazioni europee in vari settori di attività. Da una valutazione preliminare emerge, tuttavia, che questi codici sono spesso incompleti e non offrono una risposta adeguata a tutte le principali questioni<sup>16</sup>. La Commissione invita pertanto il settore privato ad esaminare i codici di condotta esistenti, al fine di renderli più completi ed esaustivi.

### ***Carattere volontario dei codici di condotta relativi ai mercati elettronici tra imprese***

I codici di condotta si basano, per definizione, su accordi volontari e non sono giuridicamente vincolanti. La Commissione ritiene che tali impegni assunti su base volontaria siano i più adatti ai fini dell'instaurazione di un clima di fiducia reciproca e del conseguente rafforzamento dell'e-business; ritiene pertanto che le imprese che aderiscono ai codici di condotta debbano effettivamente rispettarli.

Per stimolare un ulteriore sviluppo delle pratiche commerciali occorre una maggiore trasparenza sui codici di condotta concordati. A seguito dell'adesione a un codice di condotta, gli operatori dei mercati elettronici tra imprese e le imprese medesime possono attendersi una maggiore fiducia nei loro servizi, soprattutto nel caso in cui il codice di condotta sia suffragato da un meccanismo di certificazione da parte di terzi che verifichi il rispetto dei principi concordati.

### ***Una maggiore trasparenza contribuirà, comunque, a promuovere i principi di correttezza commerciale***

La Commissione incoraggia gli operatori dei mercati elettronici tra imprese a rafforzare, in modo proattivo, la trasparenza delle condizioni di partecipazione e a fornire agli acquirenti e venditori potenziali tutte le informazioni pertinenti ai fini di una migliore valutazione dell'affidabilità e della sicurezza dei mercati elettronici. In base a queste informazioni si

---

<sup>15</sup> Cfr. allegati 2 e 3.

<sup>16</sup> Cfr. allegato 2.

possono inoltre elaborare sistemi di valutazione (*rating*) indipendente che consentano alle imprese di prendere decisioni informate circa i mercati elettronici tra imprese da utilizzare. Il portale europeo per i mercati elettronici svolgerà, a tale proposito, un ruolo importante fornendo alle imprese un'informazione migliore sui mercati elettronici tra imprese che rispettano i principi essenziali della correttezza commerciale.

Per accrescere ulteriormente l'efficienza dell'autoregolamentazione in questo settore, la Commissione invita le organizzazioni delle imprese e le Camere di commercio a informare i rispettivi membri circa le clausole dei codici di condotta esistenti e a fornire consulenza per una partecipazione efficace ai mercati elettronici tra imprese. Tutte le attività di informazione e formazione dovrebbero mantenere un carattere rigorosamente neutrale e non dovrebbero dar luogo a raccomandazioni vincolanti sull'utilizzo di particolari mercati elettronici tra imprese.

## 5. CONCLUSIONI

La presente comunicazione risponde all'esigenza di rafforzare la fiducia nei mercati elettronici tra imprese in modo da ridurre i rischi economici derivanti da pratiche commerciali sleali o illecite poste in essere su tali mercati. I mercati elettronici tra imprese hanno la potenzialità di accrescere l'efficienza attraverso una riduzione dei costi di transazione e un rafforzamento della concorrenza; tuttavia questi aumenti di efficienza dipendono in larga misura dalla volontà delle imprese di partecipare a questi mercati. Per eliminare i possibili ostacoli all'utilizzo dei mercati elettronici tra imprese dovuti a una mancanza di fiducia, la Commissione intende adottare le misure seguenti:

- avvio di uno studio sugli effetti economici dei mercati elettronici tra imprese sulla competitività e sulla produttività delle imprese comunitarie, che analizzi, in particolare, i costi e i benefici diretti e indiretti per i partecipanti ai mercati elettronici. I risultati dello studio saranno al centro di un ulteriore dibattito con le parti interessate nella prospettiva di ottimizzare le loro strategie di impresa nei mercati elettronici tra imprese;
- fornitura di informazioni coerenti sull'applicazione delle regole di concorrenza vigenti in materia di mercati elettronici tra imprese, in modo da offrire una consulenza che promuova un comportamento favorevole alla concorrenza;
- analisi, in stretta collaborazione con gli Stati membri, della legislazione nazionale vigente applicabile alle pratiche commerciali sleali sui mercati elettronici tra imprese, al fine di individuare eventuali lacune e/o esigenze di armonizzazione europea;
- stimolo alle parti interessate affinché concordino o rivedano codici di condotta, nella prospettiva di un'ulteriore promozione dei principi di correttezza commerciale sui mercati elettronici tra imprese, così come descritto nella presente comunicazione. La Commissione è pronta ad agevolare il processo di formazione del consenso tra i partner commerciali riunendo tutte le parti interessate a livello settoriale e spiegando ulteriormente le prescrizioni normative da soddisfare.

La comunicazione mira a promuovere - tra le parti interessate ai mercati elettronici tra imprese - un dialogo più intenso sul rispetto dei principi di correttezza commerciale e dei requisiti di sicurezza. Dovrebbero così essere eliminati i possibili ostacoli alla partecipazione a queste forme di scambio per via elettronica, con un effetto positivo sull'efficienza dei processi aziendali e sulla competitività delle imprese europee. I servizi della Commissione, avvalendosi del portale europeo per i mercati elettronici, comunicheranno regolarmente i progressi compiuti.