



COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

Brussel, 14.7.2004
COM(2004) 479 definitief

**MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN DE RAAD, HET EUROPEES
PARLEMENT EN HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITE**

“Het vertrouwen in elektronische business-to-businessmarkten bevorderen”

{SEC(2004) 930}

MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN DE RAAD, HET EUROPEES PARLEMENT EN HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITE

“Het vertrouwen in elektronische business-to-businessmarkten bevorderen”

1. INLEIDING

Elektronische business-to-businessmarkten (“B2B-e-markten”) zijn geavanceerde vormen van e-business waarbij kopers en verkopers via elektronische weg bijeenkomen om handel te drijven. Deze vormen variëren van kopen en verkopen via een eenvoudige on-linecatalogus tot complexe oplossingen voor procesintegratie. Op die manier helpen e-markten de efficiëntie, de productiviteit en het concurrentievermogen van Europese bedrijven verbeteren. Ondanks de potentiële voordelen is de deelname van bedrijven, en met name van het MKB, aan B2B-e-markten echter nog steeds relatief laag.

In november 2002 publiceerde het directoraat-generaal Ondernemingen een werkdokument van de diensten van de Commissie over “B2B Internet trading platforms: Opportunities and barriers for SMEs – A first assessment”¹. Daarin werd een aantal mogelijke belemmeringen voor de deelname van het MKB aan elektronische handelsplatforms opgesomd, met name een gebrek aan bekendheid, een gebrek aan informatie en een gebrek aan vertrouwen in elektronische transacties. Daarop is een deskundigengroep opgericht, bestaande uit deskundigen uit het bedrijfsleven en exploitanten van e-markten, om deze problemen verder te bespreken en de Commissie aanbevelingen te doen over hoe de deelname van het MKB aan e-markten kan worden bevorderd. De Commissie verheugt zich over het verslag² van de deskundigengroep en steunt de voornaamste aanbeveling, namelijk dat het vertrouwen op e-markten kan worden bevorderd door meer zelfregulering.

Dat B2B-e-markten relatief weinig worden gebruikt, met name door het MKB, kan wellicht worden verklaard door het feit dat kopers er meer profijt van lijken te trekken dan verkopers. Daardoor staan kleine en middelgrote bedrijven, die vaak aan grote bedrijven leveren, vaak wantrouwiger tegenover B2B-e-markten. Het MKB maakt zich vooral zorgen over een bijzondere vorm van e-markten, namelijk omgekeerde on-lineveilingen. Deze bezorgdheid heeft voor een deel te maken met het feit dat omgekeerde veilingen vooral worden gebruikt om de prijzen van de leveranciers te drukken en dus blijkbaar meer ten goede komen aan kopers dan aan verkopers. Deze bezorgdheid kan een negatieve invloed hebben op het gebruik van e-business in het algemeen en daardoor ook op de productiviteit en het concurrentievermogen van Europese bedrijven. De Commissie beoogt echter niet specifieke handelsvormen te bevorderen, maar wel bestaande of potentiële belemmeringen uit de weg te ruimen die bedrijven ervan kunnen weerhouden op efficiënte en wederzijds voordelige wijze gebruik te maken van e-markten.

Doel van deze mededeling is het vertrouwen in B2B-e-markten te bevorderen door bestaande bezorgdheid weg te nemen en de deelname van bedrijven aan deze nieuwe handelsvormen te vergemakkelijken. Voorts beoogt de Commissie het desbetreffende wettelijke kader beter

¹ SEC (2002) 1217 van 11.11.2002.

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

bekend te maken en eventuele belemmeringen uit de weg te ruimen die het gevolg zijn van de uiteenlopende nationale regels inzake oneerlijke handelspraktijken op B2B-e-markten.

Deze mededeling beoogt vooral de verdere toepassing van de aanbevelingen van de deskundigengroep over de ontwikkeling van gedragscodes te bevorderen, teneinde vertrouwen, eerlijkheid en een grotere deelname van bedrijven aan B2B-e-markten in de hand te werken. Hoewel dit vooral de verantwoordelijkheid van de particuliere sector is, is de Commissie bereid op dit gebied consensus tot stand te helpen brengen en op gepaste wijze verder bij te dragen tot zelfregulering.

2. B2B E-MARKTEN

B2B-e-handel, dat wil zeggen on line kopen en verkopen, wordt steeds vaker gebruikt als vorm van handeldrijven tussen bedrijven. Veel bedrijven hebben intussen ambitieuze strategieën ontwikkeld om hun interne bedrijfsprocessen efficiënter te maken en hun klantenrelaties te verbeteren en te stroomlijnen. In vergelijking met bijvoorbeeld aan- en verkoop via websites zijn B2B-e-markten een geavanceerde vorm van B2B-e-handel. Ze kunnen worden gedefinieerd als handelsplatforms op internet waarop bedrijven goederen en diensten uitwisselen³.

Deze nieuwe handelsvormen leiden niet noodzakelijk tot een evenwichtige kosten-batenverdeling. Dat geldt met name voor omgekeerde veilingen. Bij on-lineveilingen neemt de verkoper het initiatief tot een formele prijsbepalingsprocedure op een elektronisch handelsplatform om producten of diensten voor een zo hoog mogelijke prijs te verkopen. Bij omgekeerde veilingen daarentegen neemt de koper het initiatief en beoogt hij producten en diensten voor een zo laag mogelijke prijs te kopen. Sommige omgekeerde veilingen zijn uitdrukkelijk gericht op kostenbesparingen op korte termijn in plaats van op zakenrelaties op lange termijn.

Er wordt echter aangevoerd dat de potentiële kostenbesparingen die omgekeerde veilingen dankzij de hogere concurrentiedruk opleveren, kunnen worden tenietgedaan door de hogere kosten ten gevolge van frequente veranderingen van leverancier en een minder geïntegreerde handelsketen. Op dit ogenblik kunnen uit de beschikbare empirische en economische gegevens over de directe en indirecte kosten en baten van elektronische handelsvormen, waaronder omgekeerde veilingen, geen duidelijke conclusies worden getrokken over de gevolgen voor de deelnemers. Daarom zal de Commissie een economische studie laten verrichten om het effect van B2B-e-markten op het concurrentievermogen en de productiviteit van bedrijven in de EU te onderzoeken.

3. HET WETTELIJKE KADER VOOR B2B E-MARKTEN

Op B2B-e-markten is een aantal wettelijke voorschriften van toepassing. Deze betreffen verschillende fasen in de activiteiten van B2B-e-markten, van de oprichting en de exploitatie ervan tot het elektronisch sluiten van contracten. Doel van deze voorschriften is met name belemmeringen voor het verlenen van diensten van de informatiemaatschappij in de hele EU uit de weg te ruimen en eerlijke en onverstoorde concurrentie mogelijk te maken. Een betere kennis van de toepasselijke wetgeving zal ongetwijfeld meer vertrouwen in de nieuwe vormen

³ Voor nadere informatie, zie bijlage 1.

van elektronische handel helpen scheppen. Daarom zal de Commissie steun blijven vragen voor het Europese juridische portaal voor e-business, een on-linevoorlichtingsdienst over het wettelijke kader voor e-business, met name voor het MKB, die wordt beheerd door het Europese netwerk van Euro Info Centres (ELEAS-netwerk)⁴.

Bewustmaking zal B2B-handel bevorderen

Bij elektronische transacties tussen bedrijven is vertrouwen scheppen steeds meer aan de orde. Dat blijkt ook uit de resultaten van de open raadpleging van bedrijven over wettelijke belemmeringen voor e-business⁵ die de diensten van de Commissie in het laatste kwartaal van 2003 hebben verricht. Bepaalde soorten on-lineveilingen worden steeds vaker gebruikt op B2B-e-markten en vormen daarom een nieuw punt van bezorgdheid. Veel bedrijven zijn zich blijkbaar niet bewust van de wettelijke voorschriften die op dergelijke veilingen van toepassing zijn. Daardoor hebben ze moeite om een onderscheid te maken tussen een machtsverschuiving op de markt die ze om economische redenen moeten aanvaarden en oneerlijke praktijken die in strijd zijn met de wettelijke bepalingen of gedragscodes. Dit komt onder andere door het feit dat elektronische veilingen, in tegenstelling tot traditionele veilingen, een vrij nieuw fenomeen zijn. Daardoor hebben ze nog geen tijd gehad om zich te ontwikkelen en zijn er nog geen handelspraktijken ontstaan die de mogelijke conflicten kan oplossen die eigen zijn aan veilingen in het algemeen.

De voorschriften betreffende de interne markt zijn van toepassing op B2B-e-markten...

De oprichting van een B2B-e-markt valt onder de richtlijn inzake elektronische handel⁶. B2B-e-markten worden beschouwd als diensten van de informatiemaatschappij en mogen dus zonder voorafgaande vergunning worden gevestigd. Krachtens de internemarktbepaling zorgt iedere lidstaat er voorts voor dat de diensten van de informatiemaatschappij die worden verleend door een op zijn grondgebied gevestigde dienstverlener voldoen aan de in die lidstaat geldende nationale bepalingen die binnen het gecoördineerde gebied vallen. De algemene regel is dat de lidstaten het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij die vanuit een andere lidstaat worden geleverd, niet mogen beperken om redenen die vallen binnen het gecoördineerde gebied. De richtlijn omvat echter geen aanvullende regels op het gebied van het internationale privaatrecht en laat de bevoegdheid van de rechterlijke instanties onverlet.

Wat de exploitatie van B2B-e-markten betreft, moet volgens de transparantieregels van de richtlijn informatie worden versterkt over de identiteit en de vestigingsplaats van de dienstverlener. Ook moeten de transparantievoorschriften voor het elektronisch sluiten van contracten worden nageleefd. De Commissie beschouwt deze wettelijke bepalingen als een belangrijke stap in de geleidelijke totstandkoming van een interne markt voor B2B-e-markten.

⁴ <http://www.ebusinesslex.net>.

⁵ Werkdocument van de diensten van de Commissie: "Legal barriers in e-business: The results of an open consultation of enterprises", http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/doc/legal_barriers_sec_2004_498.pdf.

⁶ Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), PB L 178 van 17.7.2000, blz. 1-16.

... maar er bestaan nog steeds verschillen tussen de nationale wetgevingen

De bezorgdheid over B2B-e-markten, en met name elektronische B2B-veilingen, is vaak te wijten aan een gebrek aan transparantie over de wijze waarop de elektronische transacties worden verricht en aan bepaalde handelspraktijken die bedrijven oneerlijk vinden. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om het ontbreken van een duidelijke verwijzing naar de deelnamevoorwaarden, onduidelijkheid over het precieze tijdstip waarop het contract wordt gesloten, de mogelijkheid om een bod in te trekken, onduidelijkheid over de aanvaarding van het gunstigste bod bij on-lineveilingen en praktijken die worden beschouwd als een verstoring van de prijsbepaling bij on-lineveilingen (zoals bieden door de initiatiefnemer van de veiling). Dergelijke praktijken vallen meestal onder het nationale verbintenissen- en mededingingsrecht, dat op zowel gewone veilingen als on-lineveilingen van toepassing is. Dit recht kan echter verschillen van land tot land, wat onduidelijkheid schept over de regels die van toepassing zijn op grensoverschrijdende elektronische transacties.

In sommige gevallen bestempelen de bestaande nationale regels bepaalde praktijken duidelijk als contractbreuk, bijvoorbeeld goederen met gebreken verkopen, bestelde producten te laat of niet leveren, goederen te laat of niet betalen, de verkeerde hoeveelheid leveren of goederen van slechte kwaliteit leveren. In andere gevallen is de wettelijke situatie minder duidelijk, bijvoorbeeld wat betreft het heimelijk vaststellen van minimumprijzen bij veilingen, het recht van de initiatiefnemer van de veiling om zelf te bieden of de verplichting van de initiatiefnemer om het beste bod te aanvaarden. Met name bieden sommige nationale wetgevingen de partijen verschillende keuzemogelijkheden om overeen te komen in welke mate dergelijke praktijken toegelaten zijn. Soms blijft het ook onduidelijk hoe de bestaande nationale regels voor veilingen op een on-lineomgeving van toepassing zijn (bijvoorbeeld de definitie van het precieze tijdstip waarop bij een on-lineveiling een contract wordt gesloten).

Zonder verdere analyse kan moeilijk worden beoordeeld in welke mate de gemelde gevallen van oneerlijke handelspraktijken op B2B-e-markten daadwerkelijk onder de bestaande nationale wetgeving vallen. In ieder geval verschillen de regels betreffende dergelijke praktijken naar gelang van de lidstaat, wat het gebruik van e-markten voor grensoverschrijdende elektronische transacties kan belemmeren. Daarom wil de Commissie verder onderzoeken in welke mate bestaande verschillen tussen de lidstaten een obstakel vormen voor de interne markt voor elektronische B2B-transacties.

Er is behoefte aan meer transparantie over wettelijke bescherming tegen oneerlijke handelspraktijken

Om de nationale regels betreffende oneerlijke handelspraktijken transparanter te maken, zal de Commissie een studie laten uitvoeren die kan bijdragen aan een beleidsdiscussie over de noodzaak van een Europese harmonisatie van de desbetreffende wettelijke bepalingen, rekening houdend met de bestaande communautaire wetgeving⁷. Tegelijkertijd zal de Commissie bedrijven om feedback vragen over concrete gevallen van oneerlijke praktijken op B2B-e-markten. De reacties zullen worden verzameld via bestaande netwerken zoals het Europese juridische portaal voor e-business, het Europese portaal voor B2B-e-markten⁸ en de

⁷ Bijvoorbeeld de richtlijn betreffende misleidende en vergelijkende reclame, Richtlijn 84/450/EEG van de Raad (PB L 250 van 19.9.1984, blz. 17), gewijzigd bij Richtlijn 97/55/EG van het Europees Parlement en de Raad (PB L 290 van 23.10.1997, blz. 18).

⁸ <http://www.emarket-services.com>.

nationale contactpunten voor e-handel⁹. De diensten van de Commissie zullen de resultaten nader analyseren en publiceren.

Voorts zal een groep van juridische deskundigen op het gebied van B2B-e-markten worden opgericht, bestaande uit vertegenwoordigers van de lidstaten en belanghebbenden. Deze moet de wettelijke situatie nader beoordelen en de specifieke klachten van bedrijven onderzoeken. De groep zal worden verzocht een verslag op te stellen over de noodzaak van verdere Europese harmonisatie inzake verbintenissenrecht en van een beoordeling van de bestaande bescherming tegen oneerlijke handelspraktijken op B2B-e-markten, met het oog op de bevordering van grensoverschrijdende elektronische transacties tussen bedrijven. Follow-ups van dit verslag zullen worden uitgevoerd in lijn met de lopende ontwikkelingen inzake het Europese verbintenissenrecht.¹⁰

De concurrentieregels voor B2B-e-markten volstaan...

Een ander belangrijk punt van bezorgdheid is dat deelnemers aan of eigenaars van B2B-e-markten de concurrentie kunnen verstoren, bijvoorbeeld door hun koop- of verkoopkracht te bundelen of door gevoelige bedrijfsinformatie te delen. De Commissie is zich bewust van dit risico van concurrentievervalsing en past daarom strikt het communautaire mededingingsrecht¹¹ toe om concentratie-effecten, concurrentievervalsende overeenkomsten of misbruik van een machtspositie te voorkomen¹².

Gezien het profiel van de gebruikers van e-markten is in dit verband met name het voorkomen van misbruik van een machtspositie van belang. Een vaak gehoord punt van bezorgdheid is dat e-markten zogenaamde netwerkeffecten kunnen creëren naarmate hun waarde voor de individuele gebruiker toeneemt met het aantal gebruikers. Indien de netwerkeffecten sterk genoeg zijn om alle marktdeelnemers ertoe aan te zetten hetzelfde netwerk te gebruiken, kan een netwerkexploitant een dominante positie krijgen. Ook dreigt een dominante positie te ontstaan als wordt geprobeerd om het exclusieve gebruik van een bepaalde e-markt op te leggen of om niet alle geïnteresseerde kopers en verkopers toegang tot de e-markt te geven. Voorts bestaat het risico dat deelnemers aan e-markten hun aankoop- of verkoopvolumes daadwerkelijk bundelen, wat een concurrentieprobleem kan opleveren indien dit hun gedrag als kopers of verkopers beïnvloedt en indien ze een aanzienlijk marktaandeel hebben. Een verder punt van bezorgdheid is dat elektronische handelsplatforms de uitwisseling van gevoelige bedrijfsinformatie over prijzen, hoeveelheden of andere contractvoorwaarden kunnen vergemakkelijken, wat kan leiden tot concurrentievervalsende praktijken of overeenkomsten tussen concurrenten. Of informatie-uitwisseling al dan niet een concurrentieprobleem is, hangt sterk af van de soort informatie en de hevigheid van de concurrentie op de markt in kwestie. Op een oligopolide markt met een beperkt aantal spelers dreigt de uitwisseling van gevoelige informatie over prijzen, deelnemers enzovoort

⁹ http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/ecommerce/contactpoints_en.htm.

¹⁰ Mededeling van de Commissie aan de Raad en het Europees Parlement over Europees verbintenissenrecht (PB C 255, 13.9.2001, blz. 1); Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: een coherenter Europees verbintenissenrecht - een actieplan (PB C 63, 15.3.2003, blz. 1).

¹¹ Met name de artikelen 81 en 82 van het EG-Verdrag en Verordening (EG) nr. 139/2004 van de Raad van 20 januari 2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen (de "EG-concentratieverordening"), PB L 24 van 29.1.2004, blz. 1-22.

¹² Deze beoordeling moet echter geval per geval worden verricht, zodat de volgende passages de toepassing van de communautaire concurrentieregels onverlet laten.

bijvoorbeeld meer tot concurrentieproblemen te leiden dan op een e-markt met een groot aantal kopers of verkopers.

Aan de hand van een aantal behandelde zaken in het kader van de artikelen 81 en 82 van het EG-Verdrag en de concentratieverordening heeft de Commissie praktische ervaring opgedaan met de beoordeling van B2B-e-markten. Uit deze ervaring blijkt dat de bestaande concurrentieregels volstaan om aan de bezorgdheid over mogelijke concurrentieproblemen in verband met deze nieuwe elektronische handelsvormen tegemoet te komen en concurrentievervalsing te voorkomen. In de tot dusver behandelde zaken kon de bezorgdheid over concurrentieproblemen worden weggenomen doordat de e-markten in kwestie gevoelige bedrijfsinformatie effectief beschermden of gezamenlijke aankopen beperkten. Krachtens de nieuwe Verordening 1/2003¹³, die Verordening 17/1962 vervangt, hoeven overeenkomsten niet meer vooraf te worden gemeld en hoeft de Commissie geen toestemming meer te geven. Dat houdt in dat de exploitanten van e-markten zichzelf moeten beoordelen aan de hand van de besluiten en richtsnoeren van de Commissie, zoals de richtsnoeren inzake horizontale samenwerkingsovereenkomsten¹⁴, ongeacht of de overeenkomsten in kwestie al dan niet in overeenstemming zijn met artikel 81 van het EG-Verdrag. De Commissie, de nationale mededingingsautoriteiten en de rechtbanken kunnen echter, hetzij op eigen initiatief, hetzij na een klacht, onderzoeken of e-markten een inbreuk op de communautaire concurrentieregels hebben gepleegd.

... maar de transparantie over de toepasselijke concurrentieregels kan nog worden verbeterd

Het vertrouwen in B2B-e-markten zou ongetwijfeld baat vinden bij een grondiger inzicht in de toepasselijke concurrentieregels. Dit zou het de exploitanten van e-markten en hun handelspartners makkelijker maken om de regels na te leven en zou tot meer discipline leiden. Daarom wil de Commissie belanghebbenden bij B2B-e-markten een vlotte toegang tot coherente informatie geven. Daartoe kan op de portaalsite voor e-markten informatie worden opgenomen over de wijze waarop de Commissie het mededingingsrecht toepast op het opzetten en de exploitatie van B2B-e-markten, hoofdzakelijk in de vorm van links naar de desbetreffende besluiten en documenten op de website van de Commissie. Er moet ook informatie worden verstrekt over hoe klachten over concurrentievervalsend gedrag op B2B-e-markten kunnen worden ingediend.

4. DE ROL VAN ZELFREGULERING BIJ HET SCHEPPEN VAN VERTROUWEN OP B2B-E-MARKTEN

De wettelijke bepalingen betreffende het opzetten en de exploitatie van B2B-e-markten laten in sommige gevallen ruimte voor overeenkomsten tussen bedrijven over de operationele en contractuele voorwaarden. In dit verband kan zelfregulering een belangrijke rol spelen bij het tot stand brengen van handelspraktijken die zijn gebaseerd op de beginselen van eerlijke handel en de wederzijdse voordelen van on-linehandel.

¹³ Verordening (EG) nr. 1/2003 van de Raad van 16 december 2002 betreffende de uitvoering van de mededingingsregels van de artikelen 81 en 82 van het Verdrag, PB L 1 van 4.1.2003, blz. 1-25.

¹⁴ Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 81 van het EG-Verdrag op horizontale samenwerkingsovereenkomsten, PB C 3 van 6.1.2001, blz. 2-30.

B2B-e-markten moeten op vertrouwen steunen

Het zou de ontwikkeling van B2B-e-markten ongetwijfeld ten goede komen als alle deelnemers ervan overtuigd waren dat de transactieprocessen transparant, veilig en eerlijk verlopen. Om algemener aanvaard te worden, moeten B2B-e-markten op vertrouwen steunen. In dit verband verschillen de verwachtingen van bedrijven met betrekking tot on-linehandel niet wezenlijk van die van consumenten, hoewel bedrijven niet hetzelfde niveau van bescherming genieten.

Zelfregulering kan een belangrijke rol spelen op gebieden waarop geen wettelijke verplichtingen van toepassing zijn. Dat geldt met name voor on-lineveilingen, aangezien het nationale verbintenissenrecht de partijen meestal de mogelijkheid biedt om specifieke praktijken overeen te komen. Op het relatief nieuwe gebied van de on-lineveilingen kan zelfregulering richting helpen geven aan eerlijke handelspraktijken. Veel potentiële conflicten die het gevolg zijn van als oneerlijk ervaren praktijken kunnen worden voorkomen door meer transparantie over de toegepaste regels, met name indien deze gebaseerd zijn op een brede consensus onder de verschillende partners.

De Commissie steunt het idee van zelfregulering van B2B-e-markten

De Commissie is van mening dat e-markten pas duurzaam en efficiënt kunnen zijn als ze op de beginselen van eerlijke handel worden gebaseerd, zodat bedrijven eraan kunnen deelnemen zonder onnodige risico's te nemen. Om efficiënt te zijn, moet zelfregulering kunnen steunen op een consensus onder alle belanghebbenden. De Commissie steunt de ontwikkeling van gedragscodes waarbij alle belanghebbenden, zoals exploitanten van e-markten, kopers en verkopers, worden betrokken, zodat de gedragscode op evenwichtige wijze met hun belangen rekening houdt en zij zich tot een eerlijke werkwijze verbinden. Om een dergelijke consensus te helpen bereiken en om de behoeften en mogelijkheden daartoe te beoordelen, zal in de tweede helft van 2004 een workshop over het vertrouwen in B2B-e-markten worden georganiseerd. Hoewel de Commissie bereid is dit proces te bevorderen door de belanghebbenden bijeen te brengen, is zij niet rechtstreeks betrokken bij de onderhandelingen over de concrete bepalingen van eventuele gedragscodes.

Een referentiemodel voor gedragscodes voor B2B-e-markten

De behoefte aan en de mogelijkheden voor zelfregulering kunnen verschillen volgens sector en handelsvorm. Er lijkt met name behoefte te zijn aan gedragscodes waarin de transparantieregels voor het functioneren van elektronische omgekeerde B2B-veilingen nader worden omschreven. Volgens de aanbevelingen van de deskundigengroep inzake elektronische B2B-handelsplatforms moeten dergelijke gedragscodes met name inspelen op de behoefte van de gebruikers aan informatie over de e-markt in kwestie (bijvoorbeeld over de deelnemers, de procesmodellen voor de transacties, de prijsbepalingsmechanismen, de technische veiligheid, de bescherming van de persoonlijke levenssfeer en de vertrouwelijkheid, de toepasselijke wetgeving en de regelingen voor geschillenbeslechting)¹⁵.

Europese brancheverenigingen in verscheidene sectoren hebben een eerste aanzet tot de ontwikkeling van gedragscodes gegeven. Uit een eerste beoordeling blijkt echter dat deze

¹⁵ Zie de bijlagen 2 en 3.

gedragscodes vaak onvolledig zijn en dat niet alle kwesties voldoende aan bod komen¹⁶. Daarom verzoekt de Commissie de private sector de bestaande gedragscodes te herzien en uit te breiden.

Gedragscodes voor B2B-e-markten zijn vrijwillig...

Gedragscodes zijn per definitie gebaseerd op vrijwillige overeenkomsten en niet wettelijk bindend. De Commissie vindt dergelijke vrijwillige verbintenissen aangewezen om wederzijds vertrouwen te scheppen en zo e-business te bevorderen. Daarom is de Commissie van mening dat bedrijven die gedragscodes onderschrijven deze ook daadwerkelijk moeten naleven.

Om de verdere ontwikkeling van handelspraktijken te bevorderen, is meer transparantie over de overeengekomen gedragscodes nodig. Wanneer exploitanten van e-markten en bedrijven een gedragscode onderschrijven, kunnen ze meer vertrouwen in hun diensten verwachten, met name indien de gedragscode wordt gesteund door een certificering door een derde partij die controleert of aan de overeengekomen beginselen wordt voldaan.

... maar meer transparantie zal de beginselen van eerlijke handel helpen bevorderen

De Commissie moedigt exploitanten van e-markten aan om proactief de deelnamevoorwaarden transparanter te maken en potentiële kopers en verkopers alle nodige informatie te verstrekken om de betrouwbaarheid en veiligheid van de e-markt beter te kunnen beoordelen. Op basis van dergelijke informatie kunnen onafhankelijke beoordelingssystemen worden ontwikkeld, waarmee bedrijven met kennis van zaken kunnen beslissen aan welke B2B-e-markten ze deelnemen. In dit verband zal de Europese portaalsite voor e-markten een belangrijke bijdrage leveren tot een betere voorlichting van bedrijven over de B2B-e-markten die aan de grondbeginselen van eerlijke handel voldoen.

Om de zelfregulering op dit gebied nog efficiënter te maken, moedigt de Commissie bedrijfsorganisaties en kamers van koophandel aan om hun leden voor te lichten over de bepalingen van bestaande gedragscodes en advies te geven over een effectieve deelname aan B2B-e-markten. Alle voorlichtings- en opleidingsactiviteiten moeten wel strikt neutraal blijven en mogen niet resulteren in bindende aanbevelingen over het gebruik van specifieke B2B-e-markten.

5. CONCLUSIES

Deze mededeling speelt in op de behoefte aan meer vertrouwen in B2B-e-markten om de economische risico's van oneerlijke of onwettige handelspraktijken op deze markten te beperken. B2B-e-markten bieden de mogelijkheid om de efficiëntie te vergroten door lagere transactiekosten en sterkere concurrentie, maar deze grotere efficiëntie hangt in hoge mate af van de bereidheid van bedrijven om aan deze markten deel te nemen. Om de mogelijke belemmeringen voor het gebruik van B2B-e-markten als gevolg van een gebrek aan vertrouwen weg te nemen, is de Commissie van plan de volgende maatregelen te treffen:

- Zij zal in nauwe samenwerking met de lidstaten een analyse verrichten van de bestaande nationale wetgeving die van toepassing is op oneerlijke handelspraktijken op B2B-e-

¹⁶ Zie bijlage 2.

markten, om eventuele lacunes en/of een eventuele behoefte aan Europese harmonisatie vast te stellen.

- Zij zal de belanghebbenden aanmoedigen om gedragscodes overeen te komen of te herzien teneinde eerlijke handelspraktijken op B2B-e-markten verder te bevorderen zoals in deze mededeling wordt beschreven. De Commissie is bereid bij te dragen tot de totstandkoming van een consensus onder de handelspartners door alle belanghebbenden op sectorniveau bijeen te brengen en de wettelijke vereisten nader toe te lichten.
- Zij zal een studie verrichten naar de economische effecten van B2B-e-markten op het concurrentievermogen en op de productiviteit van bedrijven in de EU, met een analyse van de directe en indirecte kosten en baten voor de deelnemers aan e-markten. De resultaten van deze studie zullen verder worden besproken met de belanghebbenden, zodat zij hun bedrijfsstrategieën voor B2B-e-markten kunnen optimaliseren.
- Zij zal coherente informatie over de toepassing van de bestaande concurrentieregels op B2B-e-markten verstrekken, als leidraad voor concurrentiebevorderend gedrag.

Deze mededeling moet de belanghebbenden bij B2B-e-markten aanmoedigen om nauwer overleg te plegen over de beginselen van eerlijke handel en de veiligheidsvereisten. Zo kunnen belemmeringen voor de deelname aan deze elektronische handelsvormen uit de weg worden geruimd, met positieve gevolgen voor de efficiëntie van de bedrijfsprocessen en het concurrentievermogen van Europese bedrijven. De Commissie zal via de Europese portaalsite voor e-markten regelmatig verslag over de voortgang uitbrengen.