



COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS

Bruxelas, 14.7.2004  
COM(2004) 479 final

**COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO CONSELHO, AO PARLAMENTO EUROPEU  
E AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU**

**"Reforçar a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa"**

{SEC(2004) 930}

# COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO CONSELHO, AO PARLAMENTO EUROPEU E AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU

## "Reforçar a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa"

### 1. INTRODUÇÃO

Os mercados electrónicos empresa-a-empresa (B2B) são formas avançadas de comércio electrónico, que aproximam compradores e vendedores para efeitos de operações comerciais por meios electrónicos. As suas diferentes formas variam entre a simples compra e venda em linha a partir de um catálogo e soluções sofisticadas com integração de processos. Deste modo, os mercados electrónicos contribuem para melhorar a eficiência e para reforçar a produtividade e a competitividade das empresas europeias. No entanto, apesar dos benefícios potenciais, a participação das empresas, nomeadamente das PME, nos mercados electrónicos empresa-a-empresa é ainda relativamente baixa.

Em Novembro de 2002, a Direcção-Geral da Empresa publicou um documento de trabalho dos serviços da Comissão intitulado "*B2B Internet trading platforms: Opportunities and barriers for SMEs - A first assessment*"<sup>1</sup>, que identificou diversos obstáculos potenciais que entravam a participação das PME nas plataformas de comércio electrónico, nomeadamente a falta de sensibilização, a falta de informação e a falta de confiança nas transacções electrónicas. Seguidamente, foi criado um grupo de peritos da indústria e dos operadores dos mercados electrónicos para prosseguir o debate destes problemas e apresentar recomendações à Comissão sobre a maneira de facilitar a participação das PME nos mercados electrónicos. A Comissão congratula-se com o relatório do grupo de peritos<sup>2</sup> e apoia a principal recomendação de um reforço da auto-regulação para melhorar o nível de confiança nos mercados electrónicos.

O recurso relativamente baixo aos mercados electrónicos empresa-a-empresa, em especial por parte das PME, pode explicar-se pelo facto de os compradores parecerem retirar mais vantagens destes mercados electrónicos do que os vendedores. Consequentemente, as PME, que são frequentemente fornecedoras de grandes empresas, mostram-se mais reticentes em recorrer aos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Concretamente, as PME exprimiram preocupações em relação a uma forma específica de aplicações do comércio electrónico – os leilões invertidos em linha. Algumas destas preocupações têm a ver com o facto de esses leilões serem usados essencialmente como um instrumento para fazer baixar os preços dos fornecedores, favorecendo, aparentemente, mais os compradores do que os vendedores. Tais preocupações podem ter um impacto negativo no recurso ao comércio electrónico em geral e, consequentemente, na produtividade e na competitividade das empresas europeias. No entanto, o objectivo da Comissão não é promover formas de comércio específicas, mas antes eliminar os obstáculos existentes ou potenciais susceptíveis de impedir as empresas de recorrer aos mercados electrónicos de maneira eficiente e vantajosa para todas as partes.

---

<sup>1</sup> SEC(2002)1217, de 11.11.2002.

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

O objectivo da presente comunicação é reforçar a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa desfazendo as preocupações existentes e facilitando a participação das empresas nestas novas formas de comércio. Além disso, a comunicação visa melhorar a compreensão do quadro legal aplicável e abordar os obstáculos potenciais ao mercado interno que possam decorrer das diferentes regras nacionais sobre as práticas comerciais desleais nos mercados electrónicos empresa-a-empresa.

Mais importante ainda, a comunicação visa facilitar a implementação ulterior das recomendações do grupo de peritos no tocante ao desenvolvimento de códigos de conduta, de molde a reforçar a confiança e a lealdade e facilitar uma maior participação das empresas nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Embora a responsabilidade incumba de maneira predominante ao sector privado, a Comissão está disposta a apoiar a formação de um consenso neste domínio e a promover a auto-regulação através de meios adequados.

## **2. B2B E-MERCADOS**

O comércio electrónico empresa-a-empresa, ou seja a compra e a venda em linha, tem vindo a ganhar popularidade no âmbito das transacções entre empresas. Muitas empresas adoptaram, entretanto, estratégias ambiciosas para reforçar a eficiência dos processos internos e melhorar e racionalizar as relações com a clientela. Os mercados electrónicos são uma forma avançada de comércio electrónico empresa-a-empresa quando comparados, por exemplo, com a compra e venda através de sítios web. Podem ser definidos como plataformas de comércio com base na Internet nas quais as empresas trocam bens e serviços<sup>3</sup>.

Estas novas formas de comércio não levam necessariamente a uma distribuição equilibrada dos custos e dos benefícios. Esta observação aplica-se, nomeadamente, aos leilões invertidos em linha. Os leilões em linha são procedimentos formais de fixação de preços numa plataforma de comércio da Internet iniciados por um vendedor a fim de vender produtos ou serviços ao preço mais elevado possível. Os leilões invertidos são lançados pelo comprador a fim de adquirir produtos e serviços ao preço mais baixo possível.

Certos leilões invertidos visam explicitamente obter reduções de custos a curto prazo em vez de estabelecer relações comerciais a longo prazo. No entanto, há quem defenda que as economias potenciais realizadas graças aos leilões invertidos, obtidas sob o efeito de uma pressão acrescida da concorrência, podem ser ultrapassadas pelo aumento dos custos ligados às mudanças frequentes de fornecedores e à menor integração das cadeias de abastecimento daí decorrente. Actualmente, os elementos empíricos e económicos disponíveis sobre os custos e benefícios directos e indirectos das diferentes formas de comércio electrónico, incluindo os leilões invertidos, não permitem tirar conclusões definitivas sobre os efeitos que têm nos participantes. Consequentemente, a Comissão irá lançar um estudo económico a fim de analisar o impacto dos mercados electrónicos empresa-a-empresa na competitividade e na produtividade da indústria da União Europeia.

---

<sup>3</sup> Para mais elementos, ver Anexo 1.

### 3. QUADRO LEGAL DOS MERCADOS ELECTRÓNICOS EMPRESA-A-EMPRESA

Os mercados electrónicos empresa-a-empresa estão sujeitos a diversas regras que cobrem diferentes fases das suas actividades, da criação ao funcionamento e à celebração de contratos por meios electrónicos. Estas regras visam, em especial, eliminar os obstáculos ao fornecimento de serviços da sociedade da informação na União Europeia e garantir uma concorrência leal e não distorcida. Uma maior sensibilização para o direito aplicável contribuirá certamente para melhorar a confiança nas novas formas do comércio electrónico. A Comissão continuará, por conseguinte, a procurar apoio para o portal legal do comércio electrónico europeu, um serviço de informação em linha sobre o quadro legal do comércio electrónico, nomeadamente para as PME, oferecido por uma rede europeia de *Euro Info Centres* (rede ELEAS)<sup>4</sup>.

#### *Sensibilização reforçará o comércio empresa-a-empresa*

Instaurar a confiança é cada vez mais uma questão-chave para as transacções electrónicas entre empresas. Este ponto de vista é confirmado pelos resultados de uma consulta alargada às empresas sobre os obstáculos legais ao comércio electrónico<sup>5</sup>, realizada pelos serviços da Comissão durante o último trimestre de 2003. Uma nova preocupação tem a ver com certas formas de leilões em linha devido à sua utilização crescente nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Muitas empresas ignoram aparentemente as regras aplicáveis a estes leilões. Pode, assim, ser-lhes difícil distinguir entre uma mutação do poder do mercado que deve ser aceite por razões económicas e práticas desleais que não respeitam as disposições legais ou os códigos de conduta. Uma das razões para este fenómeno é que, contrariamente aos leilões tradicionais, os leilões electrónicos são um fenómeno relativamente novo que ainda não teve tempo de evoluir e desenvolver práticas comerciais que resolvam os conflitos potenciais inerentes aos instrumentos dos leilões em geral.

#### *As regras do mercado interno são aplicáveis aos mercados electrónicos empresa-a-empresa...*

A criação de um mercado electrónico empresa-a-empresa está sujeita à directiva sobre o comércio electrónico<sup>6</sup>. Os mercados electrónicos empresa-a-empresa são considerados como serviços da sociedade da informação, que podem ser criados livremente sem autorização prévia. Além disso, a cláusula do mercado interno dispõe no sentido de cada Estado-Membro assegurar que os serviços da sociedade da informação fornecidos por um prestador estabelecido no seu território respeitem as disposições nacionais nele aplicáveis que decorram do domínio coordenado. Regra geral, os Estados-Membros não podem, por razões que relevem do domínio coordenado, restringir a livre circulação dos serviços da sociedade da informação provenientes de outro Estado-Membro. Contudo, a directiva não estabelece normas adicionais de direito internacional privado, nem abrange a jurisdição dos tribunais.

---

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

<sup>5</sup> Documento de trabalho dos serviços da Comissão sobre os obstáculos legais ao comércio electrónico: *The results of an open consultation of enterprises*, [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> Directiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de Junho de 2000, relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade da informação, em especial do comércio electrónico, no mercado interno ("Directiva sobre o comércio electrónico") JO L 178, de 17.07.2000, p. 1-16.

No que respeita ao funcionamento de um mercado electrónico empresa-a-empresa, as regras de transparência da directiva exigem informação sobre a identidade e o local de estabelecimento do prestador de serviços e o respeito das obrigações de transparência para a celebração electrónica de contratos. A Comissão considera que estas disposições constituem passos importantes na criação de um mercado interno dos mercados electrónicos empresa-a-empresa.

*...mas continuam a existir regras nacionais diferentes*

Muitas preocupações relativas aos mercados electrónicos empresa-a-empresa, em especial aos leilões electrónicos empresa-a-empresa, são atribuídas à falta de transparência sobre a forma como as transacções electrónicas são conduzidas e a práticas comerciais específicas que são percebidas como desleais pelas empresas. Exemplos de tais práticas cujo carácter desleal é postulado têm a ver com a ausência de uma referência clara às condições de participação, às incertezas relativas ao momento exacto da celebração de um contrato, à possibilidade de retirar ofertas, e ainda com as incertezas relativas à aceitação da melhor oferta em leilões em linha e com as práticas que são consideradas como uma distorção do mecanismo de fixação dos preços em leilões em linha (p. ex., a apresentação de ofertas pelo organizador do leilão). Tais práticas estão geralmente abrangidas pelo direito nacional dos contratos e pela legislação contra a concorrência desleal, que são aplicáveis tanto a leilões clássicos como em linha. No entanto, estas regras podem variar de um país para outro, o que provoca sentimentos de incerteza quanto às regras aplicáveis às transacções electrónicas transfronteiriças.

Em certos casos, a regras nacionais em vigor indicam claramente que práticas específicas constituem uma ruptura de contrato, por exemplo a venda de bens defeituosos, a entrega tardia ou a não entrega de produtos encomendados, o atraso no pagamento ou o não pagamento de mercadorias, uma quantidade incorrecta ou má qualidade dos bens entregues. Noutros casos, o quadro legal é menos claro, por exemplo no que se refere à fixação oculta das bases de licitação dos leilões, ao direito de o organizador do leilão apresentar ofertas ou à obrigação de o organizador aceitar a melhor oferta. Em especial, certas disposições nacionais podem oferecer diferentes opções às partes para acordarem até que ponto tais práticas são permitidas ou não. Podem também subsistir dúvidas sobre a forma como as regras nacionais em vigor em matéria de leilões são aplicáveis ao ambiente em linha (por exemplo, a definição do momento exacto em que um contrato é celebrado num leilão em linha).

Sem uma análise mais aprofundada, é difícil avaliar em que medida os casos comunicados de práticas comerciais desleais nos mercados electrónicos empresa-a-empresa estão realmente abrangidos pela legislação nacional em vigor. Em todo o caso, existem diferenças entre os Estados-Membros na forma como tais práticas são reguladas, o que pode traduzir-se em obstáculos aquando de um recurso aos mercados electrónicos para transacções electrónicas transfronteiriças. Por conseguinte, a Comissão pretende continuar a avaliar até que ponto as diferenças que se verificam a nível nacional podem constituir um obstáculo ao mercado interno das transacções electrónicas empresa-a-empresa.

*É necessária mais transparência das garantias jurídicas contra as práticas comerciais desleais*

Para melhorar a transparência das regras nacionais aplicáveis às práticas comerciais desleais, a Comissão irá lançar um estudo que possa contribuir para o debate político sobre a necessidade de uma harmonização europeia das disposições relevantes tendo também em

conta a actual legislação comunitária<sup>7</sup>. Paralelamente, a Comissão incitará as empresas a fornecer indicações sobre exemplos concretos de práticas desleais nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Esta informação será recolhida através de redes de empresas existentes, como o portal legal de comércio electrónico, o portal europeu dos mercados electrónicos empresa-a-empresa<sup>8</sup> e os pontos de contacto nacionais para o comércio electrónico<sup>9</sup>. Os resultados serão analisados ulteriormente e publicados pelos serviços da Comissão.

Além disso, será instituído um grupo de juristas especialistas dos mercados electrónicos empresa-a-empresa composto por representantes dos Estados-Membros e dos agentes relevantes, para avaliar de maneira mais aprofundada o quadro legal e analisar as queixas específicas comunicadas pelas empresas. Este grupo será convidado a elaborar um relatório sobre a necessidade de uma harmonização europeia ulterior no âmbito do direito dos contratos e a necessidade de avaliar as garantias existentes contra as práticas comerciais desleais nos mercados electrónicos empresa-a-empresa, a fim de facilitar as transacções electrónicas transfronteiriças entre empresas. Os novos elementos que se adoptem em consonância com o presente relatório terão em conta a evolução do direito europeu dos contratos<sup>10</sup>.

### ***Regras de concorrência para os mercados electrónicos empresa-a-empresa são suficientes***

Uma outra preocupação essencial decorre de os participantes ou os proprietários dos mercados electrónicos empresa-a-empresa poderem distorcer a concorrência, por exemplo agrupando poder de compra ou de venda ou compartilhando informações comerciais sensíveis. A Comissão está consciente de tais riscos de comportamento anti-concorrencial e aplica, por conseguinte, estritamente o direito comunitário da concorrência<sup>11</sup> a fim de prevenir efeitos de concentração e evitar a ocorrência de acordos anti-concorrenciais ou o abuso de posição dominante.<sup>12</sup>

Neste sentido, a prevenção dos abusos de posição dominante no mercado é particularmente importante, tendo em conta os perfis dos utentes dos mercados electrónicos. Uma preocupação frequentemente expressa tem a ver com a eventualidade de os mercados electrónicos criarem os chamados efeitos de rede, já que o seu valor para os utentes aumenta com o número de utentes, o que pode traduzir-se numa posição dominante de um operador de rede se os efeitos de rede forem suficientemente fortes para incitar todos os agentes do mercado a utilizar a mesma rede. Além disso, poderão surgir riscos de posição dominante na sequência dos esforços realizados para impor a utilização exclusiva de um dado mercado electrónico ou para impedir o acesso dos compradores e vendedores interessados a esse

---

<sup>7</sup> Por exemplo a Directiva 84/450/CEE do Conselho, de 10 de Setembro de 1984, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros em matéria de publicidade enganosa (JO L 250, de 19.9.1984, p. 17) e a Directiva 97/55/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 6 de Outubro de 1997 que altera a Directiva 84/450/CEE relativa à publicidade enganosa para incluir a publicidade comparativa (JO L 290, de 23.10.1997, p. 18).

<sup>8</sup> <http://www.emarketsservices.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> Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu sobre o direito europeu dos contratos (JO C 255 de 13.9.2001, p.1); Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho - Maior coerência no direito europeu dos contratos - Plano de acção (JO C 63 de 15.3.2003, p.1).

<sup>11</sup> Nomeadamente os artigos 81.º e 82.º do Tratado CE e o Regulamento (CE) n.º 139/2004 do Conselho, de 20 de Janeiro de 2004, relativo ao controlo das concentrações de empresas (Regulamento das concentrações comunitárias) (JO L 24, de 29.01.2004, p. 1-22).

<sup>12</sup> Esta avaliação deverá, porém, ser realizada numa base casuística de modo a que as passagens seguintes não prejudiquem a aplicação das regras da concorrência da CE a casos específicos.

mercado. Outro aspecto relevante é o risco de os agentes dos mercados electrónicos conseguirem agrupar volumes de compra ou de venda, o que pode constituir um problema de concorrência se esse facto afectar o seu comportamento enquanto compradores ou vendedores e as suas quotas de mercado não forem negligenciáveis. Há também a preocupação de as plataformas comerciais electrónicas poderem facilitar a troca de informação comercial sensível sobre os preços, as quantidades ou outras condições do contrato, conduzindo, assim, a práticas concertadas ou acordos anti-concorrenciais entre concorrentes. Se a troca de informação constitui ou não um problema de concorrência depende em larga medida do tipo de informação e da intensidade da concorrência no mercado em causa. Por exemplo, a troca de informação sensível sobre os preços, os intervenientes, etc. num mercado oligopolístico com um número reduzido de agentes poderá suscitar mais preocupações em matéria de concorrência do que num mercado electrónico com muitos compradores ou vendedores.

A Comissão adquiriu experiência prática na avaliação dos mercados electrónicos empresa-a-empresa graças a diversos processos ao abrigo dos artigos 81.º e 82.º do Tratado CE e do regulamento CE sobre as concentrações. Esta experiência demonstrou que as regras de concorrência existentes respondem de forma suficiente às preocupações potenciais em matéria de concorrência suscitadas por estas novas formas de comércio electrónico e garantem que não haja distorção da concorrência. Nos processos apreciados até ao momento, as preocupações em matéria de concorrência foram dissipadas porque os mercados electrónicos em causa asseguravam uma protecção eficaz da informação comercial sensível ou a limitação das compras em comum. O novo Regulamento 1/2003<sup>13</sup>, que substitui o Regulamento 17/1962, já não prevê um sistema de notificação prévia dos acordos e a luz verde da Comissão. Consequentemente, os operadores dos mercados electrónicos deverão avaliar por si próprios, em função das decisões e orientações da Comissão, nomeadamente as orientações relativas aos acordos de cooperação horizontal<sup>14</sup>, se os acordos em questão são compatíveis ou não com o artigo 81.º do Tratado CE. A Comissão, as autoridades nacionais da concorrência e os tribunais podem, no entanto, por sua própria iniciativa ou na sequência de uma queixa, analisar os mercados electrónicos na perspectiva de eventuais infracções às regras da concorrência comunitárias.

*...mas a transparência das regras de concorrência aplicáveis pode ainda ser melhorada*

Um conhecimento mais profundo das regras de concorrência aplicáveis beneficiaria certamente a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Esse conhecimento facilitaria também o cumprimento destas regras pelos operadores dos mercados electrónicos e pelos parceiros comerciais e teria um efeito disciplinar. A Comissão propõe-se, por conseguinte, facilitar o acesso dos agentes dos mercados electrónicos empresa-a-empresa a essa informação apresentada de forma coerente. Para o efeito, o portal dos mercados electrónicos poderia apresentar informação sobre a prática da Comissão em matéria de direito da concorrência no tocante à criação e ao funcionamento de mercados electrónicos empresa-a-empresa, essencialmente sob a forma de hiperligações às decisões e documentos relevantes no sítio web da Comissão. Conviria também oferecer informação sobre como apresentar queixa de comportamento anti-concorrencial nos mercados electrónicos empresa-a-empresa.

---

<sup>13</sup> Regulamento (CE) n.º 1/2003 do Conselho, de 16 de Dezembro de 2002, relativo à execução das regras de concorrência estabelecidas nos artigos 81.º e 82.º do Tratado, JO L 1, de 04.01.2003, p. 1-25.

<sup>14</sup> Orientações sobre a aplicação do artigo 81.º do Tratado CE aos acordos de cooperação horizontal, JO C 3, de 6.1.2001, p. 2-30.

#### **4. A AUTO-REGULAÇÃO E A INSTAURAÇÃO DA CONFIANÇA NOS MERCADOS ELECTRÓNICOS EMPRESA-A-EMPRESA**

As disposições aplicáveis à criação e ao funcionamento dos mercados electrónicos empresa-a-empresa deixam, em certos casos, margem para acordos entre as empresas sobre condições de funcionamento e cláusulas contratuais. Neste contexto, a auto-regulação pode desempenhar um importante papel na modelação de práticas comerciais baseadas nos princípios de lealdade comercial e nas vantagens mútuas do comércio em linha.

##### ***Mercados electrónicos empresa-a-empresa devem assentar na confiança***

A continuação do desenvolvimento dos mercados electrónicos empresa-a-empresa beneficiaria certamente se todos os participantes se sentissem seguros de que os processos de transacção decorriam de forma transparente, segura e leal. Para obter uma maior aceitação, os mercados electrónicos empresa-a-empresa devem assentar na confiança. Neste sentido, as expectativas das empresas em relação ao comércio em linha não são fundamentalmente diferentes das expectativas dos consumidores, embora as empresas não tenham o mesmo nível de protecção legal.

A auto-regulação pode desempenhar um importante papel em domínios ainda não abrangidos pela legislação (vinculativa). Isto torna-a especialmente aplicável aos leilões em linha, uma vez que a maior parte dos direitos nacionais dos contratos oferece às partes a possibilidade de acordar entre si as práticas específicas a respeitar. No domínio relativamente novo dos leilões em linha, a auto-regulação pode contribuir para a modelação de práticas comerciais leais. Muitos conflitos potenciais resultantes de um sentimento de práticas desleais poderiam ser evitados através de uma maior transparência das regras aplicadas, em especial se estas se basearem num vasto consenso entre os diferentes parceiros.

##### ***A Comissão é favorável à ideia da auto-regulação dos mercados electrónicos empresa-a-empresa***

A Comissão considera que os mercados electrónicos, para serem sustentáveis e eficientes, devem basear-se nos princípios de comércio leal, de molde a que as empresas que neles possam participar sem correr riscos injustificados. Para ser eficiente, a auto-regulação deve reflectir um consenso entre todos os intervenientes. A Comissão incentiva o desenvolvimento de códigos de conduta com a participação de todos os intervenientes, nomeadamente operadores dos mercados electrónicos, compradores e vendedores, de modo a que o código de conduta reflecta um equilíbrio de interesses e se traduza num maior respeito das práticas leais por parte dos intervenientes. Para facilitar esta iniciativa de instituição de um consenso e avaliar as suas necessidades e possibilidades, será organizado no segundo semestre de 2004 um seminário sobre a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. É de notar que a Comissão está disposta a facilitar este processo aproximando os intervenientes, embora sem estar directamente associada às negociações relativas aos termos concretos de eventuais códigos de conduta.

##### ***Um modelo de referência para os códigos de conduta nos mercados electrónicos empresa-a-empresa***

As necessidades e perspectivas dos esforços de auto-regulação podem variar entre os sectores e as formas de comércio. Parece existir uma necessidade especial de códigos de conduta que discriminem melhor as regras de transparência relativas ao funcionamento dos leilões

electrónicos invertidos empresa-a-empresa. De acordo com as recomendações do grupo de peritos para as plataformas comerciais empresa-a-empresa na Internet, tais códigos de conduta deveriam, em especial, ir ao encontro das necessidades dos utentes em matéria de informação sobre o mercado electrónico em questão (por exemplo, participantes, modelos de processos de transacção, mecanismos de fixação dos preços, segurança técnica, dados pessoais e confidencialidade, direito aplicável e sistemas de resolução dos litígios).<sup>15</sup>

Os primeiros esforços de elaboração de códigos de conduta foram empreendidos por associações europeias em diversos sectores industriais. No entanto, uma avaliação preliminar mostra que estão, na sua maioria, incompletos e não tratam adequadamente todas as questões relevantes.<sup>16</sup> A Comissão convida, por conseguinte, o sector privado a rever os códigos de conduta existentes, com vista a torná-los mais abrangentes e completos.

### *Os códigos de conduta dos mercados electrónicos empresa-a-empresa são voluntários*

Por definição, os códigos de conduta baseiam-se em acordos voluntários e não são juridicamente vinculativos. A Comissão considera que tais compromissos voluntários constituem a melhor maneira para criar um clima de confiança mútua e, assim, reforçar o comércio electrónico. Considera, por conseguinte, que as empresas que subscrevem códigos de conduta devem observá-los.

É necessária uma maior transparência dos códigos de conduta adoptados para estimular o desenvolvimento das práticas comerciais. Aderindo a um código de conduta, os operadores dos mercados electrónicos empresa-a-empresa e as empresas podem contar com uma maior confiança nos seus serviços, em especial se o código de conduta for apoiado por um sistema de certificação de uma terceira entidade que verifique a observância dos princípios adoptados.

### *...mas uma maior transparência contribuirá para promover os princípios do comércio leal*

A Comissão incentiva os operadores dos mercados electrónicos empresa-a-empresa a desde já reforçarem a transparência das condições de participação e a fornecer aos potenciais compradores e vendedores toda a informação relevante para uma melhor avaliação da fiabilidade e da segurança dos mercados electrónicos. Com base nessa informação, podem ainda ser desenvolvidos sistemas de classificação independentes, que permitirão às empresas tomar decisões informadas sobre os mercados electrónicos empresa-a-empresa a utilizar. Neste sentido, o portal europeu dos mercados electrónicos desempenhará um papel importante ao informar melhor as empresas sobre os mercados electrónicos empresa-a-empresa que respeitam os princípios essenciais do comércio leal.

Para reforçar ainda mais a eficiência da auto-regulação neste domínio, a Comissão incentiva as organizações empresariais e as câmaras de comércio a informar os seus membros sobre as disposições dos códigos de conduta existentes e a oferecer orientações para uma participação eficaz nos mercados electrónicos empresa-a-empresa. Todos os esforços em matéria de informação e formação devem manter-se estritamente neutros e não devem conduzir a recomendações vinculativas sobre a utilização de determinados mercados electrónicos empresa-a-empresa.

---

<sup>15</sup> Ver Anexos 2 e 3.

<sup>16</sup> Ver Anexo 2.

## 5. CONCLUSÕES

A presente comunicação trata da necessidade de reforçar a confiança nos mercados electrónicos empresa-a-empresa para reduzir os riscos económicos decorrentes de práticas comerciais desleais ou ilegais nesses mercados. Os mercados electrónicos empresa-a-empresa possuem potencial para reforçar a eficiência mediante uma redução dos custos das transacções e um reforço da concorrência, mas esses ganhos de eficiência dependem em grande medida da vontade das empresas em participar. Para eliminar os obstáculos potenciais ao recurso aos mercados electrónicos empresa-a-empresa resultantes da falta de confiança, a Comissão prevê tomar as medidas seguintes:

- Análise, em estreita colaboração com os Estados-Membros, da legislação nacional vigente aplicável às práticas comerciais desleais nos mercados electrónicos empresa-a-empresa, para identificar eventuais lacunas e/ou necessidades de harmonização europeia.
- Incentivo aos intervenientes para adoptarem ou reverem códigos de conduta, para uma melhor promoção dos princípios do comércio leal nos mercados electrónicos empresa-a-empresa, tal como se descreve na presente comunicação; a Comissão está disposta a facilitar o processo de formação de um consenso entre os parceiros comerciais aproximando todos os intervenientes a nível sectorial e explicando as disposições legais a cumprir.
- Lançamento de um estudo sobre o impacto económico dos mercados electrónicos empresa-a-empresa na competitividade e na produtividade das empresas da União, analisando em especial os custos e benefícios directos e indirectos para os agentes dos mercados electrónicos. Os resultados deste estudo serão objecto de debate ulterior com os intervenientes com vista a otimizar as suas estratégias comerciais para os mercados electrónicos empresa-a-empresa.
- Disponibilização de informação coerente sobre a aplicação das regras de concorrência existentes aos mercados electrónicos empresa-a-empresa de molde a oferecer orientações em matéria de comportamento pró-concorrência.

Com a presente comunicação pretende-se incentivar um diálogo mais intenso entre os intervenientes dos mercados electrónicos empresa-a-empresa no tocante à observância dos princípios do comércio leal e das exigências em matéria de segurança. Consequentemente, os obstáculos potenciais à participação em tais formas de comércio electrónico devem ser eliminados, dando um impacto positivo à eficiência dos processos comerciais e à competitividade das empresas europeias. Os serviços da Comissão darão regularmente conta dos progressos realizados através do portal europeu dos mercados electrónicos.