

**RO**

**RO**

**RO**



COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE

Bruxelles, 22.10.2009  
COM(2009)557 final

**COMUNICAREA COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,  
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL  
REGIUNILOR**

**privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în  
Uniunea Europeană**

**COMUNICAREA COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,  
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL  
REGIUNILOR**

**privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în  
Uniunea Europeană**

**Introducere**

1. În această perioadă în care gospodăriile au dificultăți financiare, consumatorii europeni consacră mai mult timp căutării și comparării ofertelor online în speranța de a găsi cele mai bune prețuri. Cumpărăturile transfrontaliere online au două avantaje cheie pentru consumatori: posibilitatea alegerii dintr-o gamă mai mare de produse și posibilitatea de a face economii. Consumatorii care trăiesc în regiuni mai îndepărtate vor beneficia și ei de accesul la bunuri mai ieftine. De asemenea, în cazul întreprinderilor, acest comerț permite atingerea unor noi piețe și consumatori și răsplătește firmele inovatoare și competitive. Potențialul pieței interne a comerțului online cu amănuntul este considerabil.
2. Totuși, ca urmare a existenței în continuare a unor obstacole pe piața internă, comerțul electronic european este încă foarte fragmentat pe criterii naționale. Foarte des, consumatorii nu pot efectua o comandă adresată unui comerciant online din altă țară europeană. Comercianții cu amănuntul refuză mult prea des comenzi din partea consumatorilor care doresc să facă cumpărături transfrontaliere. Uneori, întreprinderile sunt împiedicate să realizeze vânzări transfrontaliere sau să se extindă la nivel european sau multinațional.
3. Comisia a analizat comerțul electronic transfrontalier în Uniunea Europeană și a întocmit o listă a obstacolelor care continuă să existe<sup>1</sup>. Actualmente, Comisia examinează în prezenta comunicare impactul cadrului politic existent în ceea ce privește vânzarea bunurilor prin intermediul comerțului electronic transfrontalier (comerțul electronic în domeniul serviciilor nu a fost analizat), prezintă noi elemente privind amploarea oportunităților ratate și propune luarea unor măsuri. Încrederea acordată de consumator operațiunilor online depinde de mulți factori, cum ar fi preocupările privind protecția datelor cu caracter personal, riscul cumpărării unor produse contrafăcute sau existența unor noi tipuri de practici comerciale neloiale online. Aceste probleme privesc totalitatea mediului online și nu sunt considerate drept obstacole specifice care să nu permită consumatorilor sau comercianților să exploateze posibilitățile oferite de comerțul transfrontalier. Prin urmare, ele nu fac obiectul acestei comunicări.

---

<sup>1</sup> „Document de lucru al serviciilor Comisiei: Raport privind comerțul electronic transfrontalier în Uniunea Europeană” – SEC(2009) 283, 5.3.2009, disponibil la următoarea adresă: [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm#E-commerce](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce).

## **O piață internă online fragmentată**

4. În timp ce comerțul electronic ia amploare la nivel național, este încă relativ rar ca unele bunuri (sau chiar servicii) să fie cumpărate din alte state membre de către consumatori. Discrepanța dintre comerțul electronic național și cel transfrontalier se accentuează ca urmare a obstacolelor întâmpinate de piața internă. Între 2006 și 2008, proporția tuturor consumatorilor din UE care au cumpărat cel puțin un articol prin intermediul internetului în cursul anului precedent, a crescut de la 27% la 33%, în timp ce comerțul electronic transfrontalier a rămas stabil (trecând de la 6% la 7%)<sup>2</sup>.
5. În întreaga Europă, consumatorii recunosc faptul că tranzacțiile transfrontaliere oferă avantaje, chiar dacă ei nu profită încă de acestea. O treime dintre cetățenii UE ar lua în considerare cumpărarea online a unui produs sau a unui serviciu dintr-un alt stat membru, dacă produsul respectiv ar fi mai ieftin sau de o calitate mai bună<sup>3</sup>. Un număr comparabil de cetățeni este, de asemenea, dispus să efectueze o achiziție în altă limbă și 59% dintre comercianții cu amănuntul sunt pregătiți să realizeze tranzacții în mai mult de o limbă<sup>4</sup>.
6. Comerțul transfrontalier stimulează întreprinderile să își dezvolte clientela și să exploateze noi piețe, dar puține magazine online sunt pregătite să răspundă nevoilor consumatorilor din străinătate. Cu toate că 51% dintre comercianții cu amănuntul din UE-27 efectuează vânzări online, numai 21% dintre ei realizează vânzări transfrontaliere. De obicei, comercianții cu amănuntul care efectuează tranzacții comerciale transfrontaliere nu vând decât în foarte puține state membre: doar 4% dintre vânzătorii cu amănuntul respectivi comercializează în 10 sau mai multe state membre, iar majoritatea lor efectuează tranzacții comerciale doar cu unul sau două alte state membre<sup>5</sup>.

## **Avantajele unei piețe interne online integrate**

### **O probabilitate sporită de a găsi oferte mai ieftine**

7. Cumpărăturile transfrontaliere online măresc posibilitatea economisirii banilor deoarece, pentru același produs, oferta este mai variată. Pentru consumator, gama posibilităților de a face economii va apărea numai în timpul procesului de cumpărare, în momentul căutării produselor și în timpul comparării ofertelor. Rezultatele unui test realizat în magazine online din întreaga Uniune Europeană oferă o primă imagine a economiilor potențiale pe care le-ar putea realiza în cazul tranzacțiilor transfrontaliere reale.
8. În fiecare dintre cele 27 de state membre ale UE, persoanele care au participat la test au avut drept sarcină căutarea pe internet a 100 de produse răspândite și notarea prețului pe care l-ar fi plătit pentru totalitatea lor. Ofertele naționale și

---

<sup>2</sup> Eurobarometru special 298: Protecția consumatorilor pe piața internă” (2008).

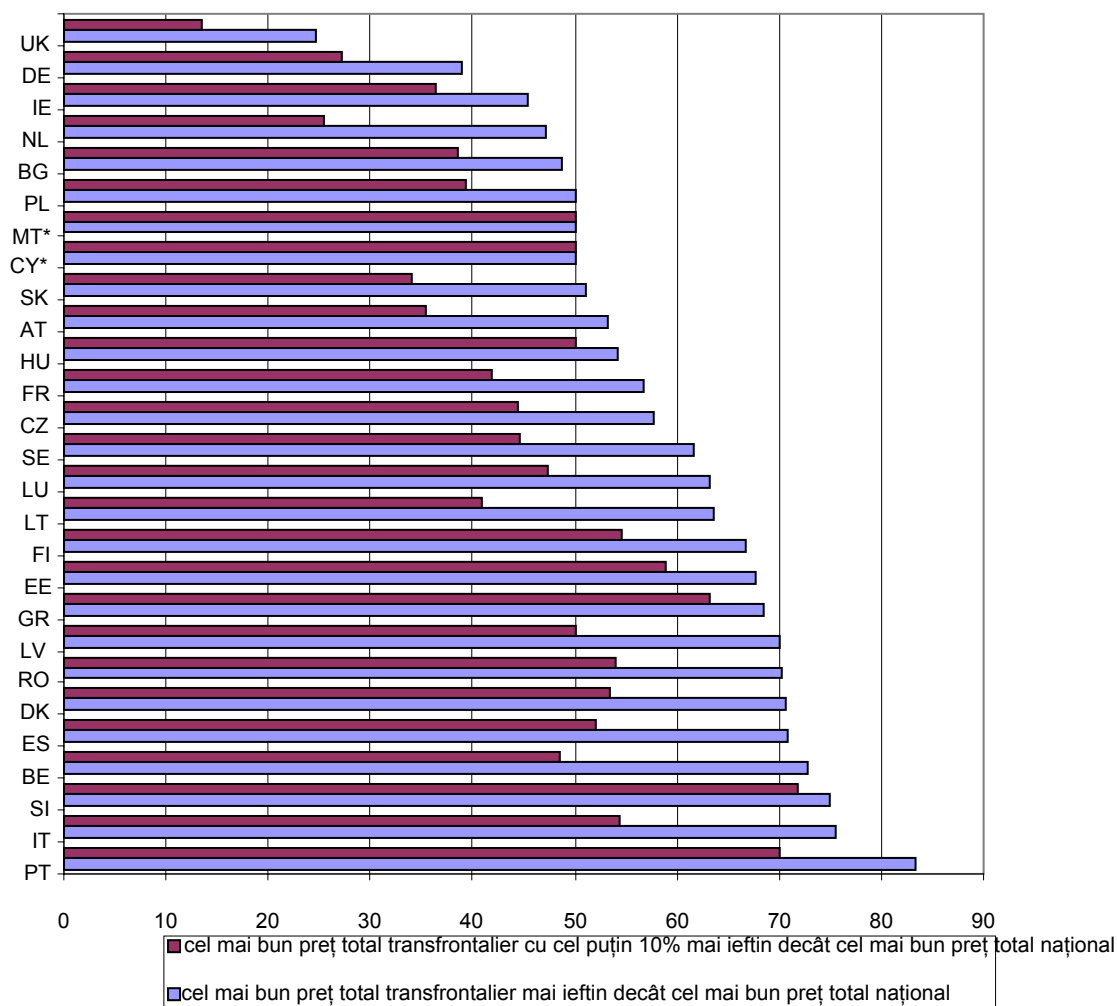
<sup>3</sup> Eurobarometru special 254 „Piața internă – opiniile și experiența cetățenilor din UE-25)” (2006).

<sup>4</sup> Eurobarometru special 298 (2008); Flash Eurobarometru nr. 224: „Atitudinile întreprinderilor față de vânzările transfrontaliere și protecția consumatorilor” (2008).

<sup>5</sup> Flash Eurobarometru nr. 224 (2008).

transfrontaliere disponibile pentru același produs au putut fi comparate, ținând cont de toate costurile de livrare. Figura 1 arată posibilitățile considerabile de economisire pe care le oferă tranzacțiile transfrontaliere, chiar dacă se estimează că pentru a incita consumatorii să efectueze cumpărături în străinătate, ar trebui ca ei să poată realiza economii de 10%<sup>6</sup>.

**Figura 1: Procentul de căutări în cazul cărora cea mai bună ofertă transfrontalieră a fost mai ieftină sau cu cel puțin 10% mai ieftină decât cea mai buna ofertă națională**



\* mărimea eșantionului sub n=5

Sursă: YouGovPsychonomics (2009)

- În 13 din cele 27 state membre ale UE (Portugalia, Italia, Slovenia, Spania, Danemarca, România, Letonia, Grecia, Estonia, Finlanda, Ungaria, Cipru, Malta), persoanele care au efectuat testul au putut găsi o ofertă transfrontalieră cu cel puțin 10% mai ieftină decât cea mai bună ofertă națională pentru cel puțin jumătate din toate produsele căutate. Acest rezultat confirmă faptul că efectuarea cumpărăturilor

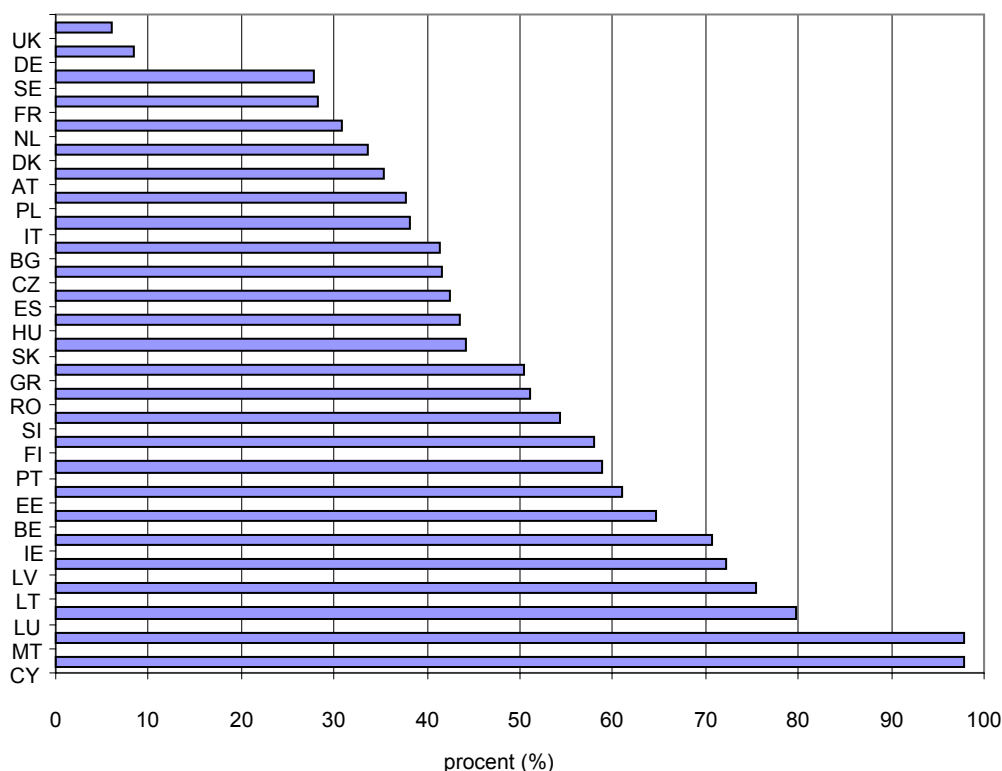
<sup>6</sup> „Evaluarea pe bază anonimă a comerțului transfrontalier online din UE prin vizita <<cumpărătorului misterios>>”, YouGovPsychonomics, date colectate pentru Comisia Europeană, 2009.

transfrontaliere mărește șansele de a găsi oferte mai ieftine pentru produse similare (toate costurile incluse)<sup>7</sup>.

### Accesul la produse nedisponibile pe plan național

10. În multe țări, numeroase produse nu sunt disponibile online. Cumpărăturile transfrontaliere oferă, prin urmare, avantajul unic de a permite consumatorilor accesul la produse care nu sunt vândute online în țara lor. În consecință, piața internă are un potențial enorm de a dezvolta un „șir lung” de produse a căror distribuție la nivel național nu ar fi rentabilă, mai ales în statele membre mai mici.

**Figura 2: Procentul de căutări de produse pentru care au fost găsite numai oferte transfrontaliere**



Sursă: YouGovPsychonomics (2009)

11. Din testul realizat la nivelul UE reiese că, în anumite țări, găsirea ofertelor online naționale este extrem de dificilă în cazul majorității produselor (a se vedea figura 2). Acesta este cazul, în special, pe piețele mai mici, pe care cumpărăturile transfrontaliere sunt, pentru clienți, singurul mod de a achiziționa produsele respective, cu condiția ca comerciantul cu amănuntul să fie în măsură de a le livra produsele. Persoanele care au efectuat testele în Cipru, Malta și Luxemburg, dar și în

<sup>7</sup> YouGovPsychonomics (2009). În cazul Ciprului și Maltei, rezultatele ar trebui interpretate cu prudență întrucât numărul foarte redus de oferte naționale nu a permis efectuarea unei comparații (a se vedea figura 1).

Lituania, Letonia, Irlanda, Belgia, Estonia, Portugalia și Finlanda nu au putut găsi oferte naționale online pentru cel puțin jumătate din produsele pe care le-au căutat<sup>8</sup>.

### **Gradul de fragmentare a pieței interne online**

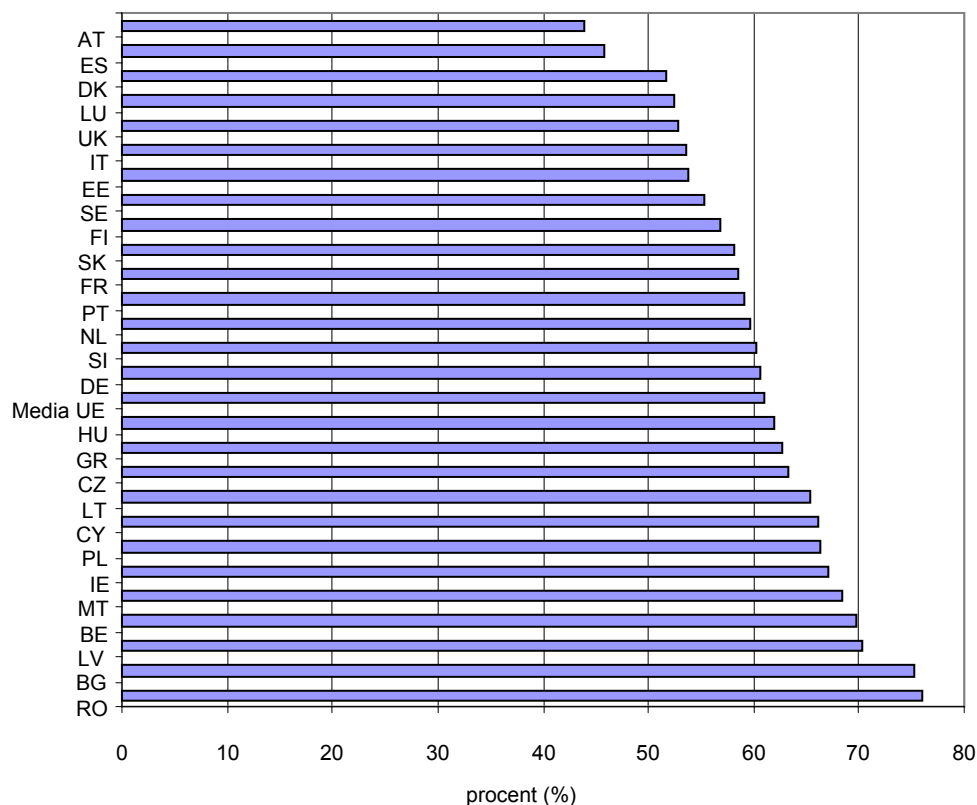
12. Din păcate, contrar așteptărilor care decurg din caracterul „universal” al comerțului electronic, consumatorii nu beneficiază de un acces egal la ofertele transfrontaliere: în anumite țări, este foarte improbabil ca aceștia să găsească în străinătate magazine care să onoreze comenzile consumatorilor. Cu toate că ofertele sunt accesibile din punct de vedere tehnic pentru consumatorii care le caută online, la un moment dat pe parcursul procesului de efectuare a comenzii online, site-urile internet întrerup tranzacția.
13. Testul european consacrat magazinelor online indică amploarea problemei. În total, au fost efectuate 10 964 de teste transfrontaliere. În medie, numai în 39% din cazuri a fost teoretic posibilă comandarea unui produs într-un magazin online care nu era situat în țara în care se afla consumatorul. 61% din totalul comenzilor au eșuat fie în urma refuzului comercianților de a livra în țara consumatorului, fie din alte motive (de exemplu, din cauza problemelor tehnice sau pentru că o opțiune specială de plată nu era disponibilă)<sup>9</sup>.

---

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

<sup>9</sup> YouGovPsychonomics (2009). S-a testat posibilitatea efectuării unei comenzi până la confirmarea finală. Nu s-au efectuat cumpărături efective.

**Figura 3. Oferte transfrontaliere tehnic accesibile consumatorilor în cazul cărora procesul de efectuare a comenzii a eșuat**



Sursă: YouGovPsychonomics (2009)

14. Multe magazine online nu sunt pregătite pentru vânzarea către consumatori din toate țările UE. Cumpărătorii din Belgia, Bulgaria, Letonia, Malta și România se confruntă cu cele mai ridicate procente de eșuare a comenzii (a se vedea figura 3). Numeroase magazine fac distincție între consumatori în funcție de locul în care aceștia trăiesc. De exemplu, o mare parte a persoanelor care au efectuat testele nu au reușit să se înregistreze pe site-ul internet pentru a continua tranzacția, numeroase site-uri internet au refuzat livrarea către țara cumpărătorului și multe opțiuni de plată nu au fost ușor accesibile pentru tranzacțiile transfrontaliere<sup>10</sup>.

### **Eliminarea obstacolelor de natură reglementară din calea comerțului electronic transfrontalier**

15. De mulți ani, obstacolele din calea comerțului electronic transfrontalier fac obiectul unor eforturi de reglementare la nivelul UE. Trebuie depuse eforturi suplimentare pentru realizarea unei piețe interne integrate a comerțului cu amănuntul. Raportul

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



Comisiei din martie 2009 conține o analiză exhaustivă a obstacolelor cu care se confruntă consumatorii și întreprinderile<sup>11</sup>.

16. Pentru comercianții cu amănuntul din Europa, principalele obstacole de natură reglementară din calea comerțului electronic transfrontalier au la origine fragmentarea normelor de protecție a consumatorilor și a altor norme privind TVA-ul, taxele de reciclare și impozitele. Modul de punere în aplicare a acestor norme diferă de la un stat membru la altul, ceea ce duce la apariția unui mediu de afaceri care este complex, costisitor și imprevizibil pentru întreprinderile care încearcă să vândă în străinătate. Adoptarea propunerilor menite să elimine aceste obstacole este, prin urmare, esențială pentru schimbarea atitudinii comercianților cu amănuntul și, implicit, pentru crearea unor noi oportunități pentru consumatori.
17. Consumatorii se confruntă cu o serie de probleme când încearcă să facă cumpărături online în altă țară. Cel mai des, comercianții online din străinătate refuză comenzile din partea consumatorilor care trăiesc în altă țară. De asemenea, consumatorii nu știu sigur ce trebuie să facă sau cui să se adreseze în cazul în care se confruntă cu o problemă, în special când este vorba de soluționarea unei plângeri împotriva unui comerciant din străinătate.
18. Ținând cont de natura complexă și independentă a problemelor identificate, este necesară o strategie pe mai multe niveluri. Următoarea parte prezintă, în ordinea priorității, măsurile de luat, a căror listă este rezultatul unei analize a principalelor provocări existente. Cu toate că fiecare dintre ele este importantă ca atare, trebuie înregistrate progrese în privința tuturor măsurilor pentru ca potențialul comerțului electronic transfrontalier să fie deblocat.

### **Examinarea fragmentării normelor de protecție a consumatorilor**

19. Efectul normelor fragmentate de protecție a consumatorilor asupra contractelor, laolaltă cu impactul conflictului dintre legislații, duc la costuri suplimentare semnificative suportate de comercianții care doresc să vândă în mai multe state membre. Propunerea de directivă privind drepturile consumatorilor va examina acest obstacol principal în calea creării unei piețe interne a comerțului cu amănuntul. Propunerea vizează fuzionarea într-un singur instrument a patru directive actuale privind protecția consumatorilor, simplificând și actualizând astfel normele existente, înlăturând obstacolele din calea pieței interne<sup>12</sup> și evitând aplicarea multor pachete de norme diferite.
20. Prin urmare, propunerea va crea un ansamblu unic de norme complet armonizate în cadrul unui domeniu vizat, care să asigure un nivel înalt de protecție a consumatorilor în întreaga Comunitate și să permită comercianților să vândă consumatorilor din cele 27 de state membre în același mod ca și pe piața lor națională, utilizând, de exemplu, aceiași termeni contractuali și același material informativ standardizați. În consecință, propunerea va reduce în mod semnificativ costurile de conformare suportate de comercianți, garantând în același timp un nivel înalt de protecție a consumatorilor.

---

<sup>11</sup> „Document de lucru al serviciilor Comisiei: raport privind comerțul electronic transfrontalier în Uniunea Europeană” – SEC(2009) 283, 5.3.2009.

<sup>12</sup> Propunere de directivă privind drepturile consumatorilor - COM(2008) 614.

21. În plus, adoptarea propunerii va întări protecția consumatorilor și punerea ei în aplicare în contractele de comerț electronic transfrontalier și va simplifica sarcina mediatorilor de soluționare extrajudiciară a disputelor. Comisia invită Parlamentul European și Consiliul să acorde prioritatea cuvenită prezentei propuneri.

### **Garantarea aplicării eficiente a articolului 20 din directiva privind serviciile**

22. Articolul 20 alineatul (2) din directiva privind serviciile vizează eliminarea, într-un manieră inovatoare, a unuia dintre principalele obstacole din calea comerțului transfrontalier, prin solicitarea adresată statelor membre de a pune capăt discriminărilor din partea comercianților care refuză să vândă consumatorilor sau tratează în mod diferențiat consumatorii pe baza naționalității lor sau a locului lor de reședință<sup>13</sup>.
23. Interzicând discriminarea, articolul permite totodată comercianților să aplice „diferențe între condițiile de acces în cazul în care acele diferențe sunt justificate în mod direct prin criterii obiective”, ceea ce ar putea include, în anumite cazuri, obstacole de natură reglementară. Eliminarea unor astfel de obstacole, prevăzută în prezenta comunicare, va implica, prin urmare, completarea articolului 20 alineatul (2), astfel încât să se reducă posibilele motive care permit comercianților să invoce aceste criterii.
24. Ținând cont de importanța articolului 20 alineatul (2) pentru comerțul electronic transfrontalier, punerea lui în aplicare completă și aplicarea lui eficientă reprezintă o prioritate majoră pentru Comisie. Prin urmare, Comisia oferă indicații statelor membre pentru a garanta punerea în aplicare, până la sfârșitul lui 2009, intenționând ca ulterior să monitorizeze în mod activ aplicarea de către autoritățile naționale și de către instanțe.

### **Aplicarea transfrontalieră mai eficace a reglementării**

25. Consumatorii vor fi cumpărători transfrontalieri mai încrezători dacă vor ști că autoritățile de protecție a consumatorilor monitorizează practicile de afaceri ale comercianților. Acțiunile periodice concertate de supraveghere a pieței („verificări minuțioase”) de către autoritățile responsabile cu controlul respectării drepturilor consumatorilor, în cadrul regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorilor, au permis autorităților naționale să examineze neregularități și să se asigure că este respectată legislația privind protecția consumatorilor<sup>14</sup>.
26. Recenta verificare minuțioasă efectuată în mai 2009 asupra comerțului online de echipament electronic a evidențiat neregularități în cazul a 55% din site-uri. Problemele cele mai frecvente care s-au constatat se referă la informațiile înșelătoare, absente sau incomplete privind drepturile consumatorilor, la costul total și la coordonatele comerciantului, subliniind necesitatea unei mai bune aplicări a dispozițiilor directivei privind comerțul electronic, precum și a normelor de protecție a consumatorului. În următoarea etapă, cea de aplicare, statele membre vor combate

---

<sup>13</sup> Directiva 2006/123/CE din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne.

<sup>14</sup> Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului.

neregularitățile transfrontaliere prin solicitarea sprijinului din partea autorităților altor state membre, în materie de investigații și de asigurare a aplicării legislației.<sup>15</sup>

27. O aplicare mai eficace a regulilor existente de către statele membre este necesară pentru înlăturarea obstacolelor, favorizarea transparenței informațiilor și întărirea încrederii consumatorilor în fiabilitatea ofertelor și comercianților online. Recent, Comisia a prezentat o serie de recomandări specifice privind căi pentru atingerea acestor obiective.<sup>16</sup>

### **Contracarea practicilor comerciale neloiale**

28. Directiva privind practicile comerciale neloiale (2005/29/CE) stabilește un pachet unic de norme privind practicile comerciale legitime și interzise ale întreprinderilor față de consumatori pe teritoriul UE<sup>17</sup>. Pentru a garanta accesul comercianților online pe piață și la publicitate într-un mediu normativ simplificat și previzibil și pentru a asigura consumatorii că pot avea încredere în ofertele online pe care le vizualizează, în prezent este important ca autoritățile naționale responsabile cu aplicarea normelor să asigure punerea în aplicare uniformă a directivei.
29. Prin urmare, Comisia va publica, până la sfârșitul lui 2009, linii directoare care să acopere, printre altele, noile concepte introduse de directivă, în scopul sprijinirii interpretării și aplicării uniforme. Acest lucru va înlesni lansarea comercianților serioși în practicile transfrontaliere, în special în cele online. Aplicarea mai eficientă a legislației la nivel transfrontalier referitoare la practicile neloiale va avea un impact foarte pozitiv atât asupra încrederii consumatorilor, cât și asupra comercianților de bună credință, reducând concurența neloială din partea comercianților necinstiți.

### **Promovarea altor sisteme de soluționare a litigiilor, precum și procedura de gestionare a cererilor de despăgubire transfrontaliere cu valoare redusă**

30. Pe lângă măsurile existente de aplicare a normelor, la nivelul UE au fost puse în funcțiune mecanisme pentru a permite facilitarea acțiunilor corective eficace: o procedură privind cererile de despăgubire cu valoare redusă pentru litigiile transfrontaliere, care a intrat în vigoare în 2009, simplifică, accelerează și reduce costul procedurilor de soluționare a litigiilor referitoare la cereri care nu depășesc 2000 EUR; o directivă privind anumite aspecte ale medierii în materie civilă și comercială întărește medierea<sup>18</sup>.
31. De asemenea, Comisia facilitează accesul consumatorilor la procedurile extrajudiciare în cazul litigiilor transfrontaliere privind tranzacțiile online, prin intermediul rețelei centrelor europene pentru consumatori (ECC-Net), care conectează consumatorii cu 400 de organisme din UE consacrate soluționării extrajudiciare a litigiilor<sup>19</sup>. Comisia va continua să favorizeze utilizarea acestor

---

<sup>15</sup> A se consulta site-ul: [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm#E-commerce](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce).

<sup>16</sup> Comunicarea COM(2009) 330, 2.7.2009, privind aplicarea acquis-ului în domeniul protecției consumatorilor.

<sup>17</sup> Directiva 2005/29/CE din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori.

<sup>18</sup> Regulamentul (CE) nr. 861/2007 de stabilire a unei proceduri europene cu privire la cererile cu valoare redusă; Directiva privind anumite aspecte ale medierii în materie civilă și comercială.

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

mecanisme prin publicarea unui ghid adresat cetățenilor referitor la procedura de urmat în cazul cererilor de despăgubire cu valoare redusă, prin lansarea unui portal UE consacrat justiției online (e-justice) și prin depunerea unor eforturi suplimentare pentru promovarea rețelei ECC.

### **Simplificarea obligației de declarare a TVA-ului pentru comercianții la distanță**

32. În prezent, comercianții online trebuie să poseze un număr de TVA în fiecare țară în care vânzările lor anuale depășesc un anumit plafon, situația fiind complicată și mai mult de faptul că plafoanele și valorile TVA diferă de la o țară la alta.
33. Comisia a propus introducerea unui ghișeu unic pentru persoanele impozabile nestabilite pentru a permite comercianților îndeplinirea anumitor obligații legate de TVA – cum ar fi înregistrarea și declararea TVA – în propriul stat membru, precum și simplificarea modalităților de vânzare la distanță prin stabilirea unui plafon unic de 150 000 EUR la nivelul UE<sup>20</sup>.
34. De asemenea, în prezent, vânzătorilor la distanță li se impune să elibereze întotdeauna o factură TVA completă, chiar și în cazul în care un furnizor național care vinde același produs aceluiași consumator poate să nu aibă această obligație. Comisia a propus introducerea, în anumite condiții, a unei „facturi simplificate” pentru vânzătorii la distanță<sup>21</sup>.
35. Ambele propuneri ar permite vânzătorilor la distanță transfrontalieri să se conformeze mult mai ușor la obligațiile lor în materie de TVA. În consecință, Comisia invită Consiliul să acorde prioritate acestor propuneri.

### **Reducerea sarcinii administrative a întreprinderilor online privind deșeurile de echipamente electrice și electronice**

36. Vânzarea transfrontalieră de bunuri electronice (una din categoriile de bunuri pentru care cererea online este printre cele mai ridicate) face obiectul unor bariere de reglementare suplimentare. Lipsa actuală a armonizării în domeniul punerii în aplicare la nivel național a normelor privind deșeurile de echipamente electrice și electronice (directiva DEEE) implică existența unor niveluri diferite de taxe și plafoane legate de înregistrarea și declararea echipamentelor electrice și electronice de către comercianții online, care pot fi prohibitive pentru comercianții transfrontalieri.
37. În recenta sa propunere, Comisia a luat măsuri importante destinate armonizării punerii în aplicare, clarificând anumite dispoziții ale directivei, inclusiv domeniul ei. Articolul 16 propune armonizarea înregistrării și declarării de către producătorii din UE, asigurând interoperabilitatea registrelor naționale pentru producători. Acest lucru ar permite producătorilor să se înregistreze online într-un stat membru, pentru

---

<sup>20</sup> Propunere de directivă a Consiliului de modificare a Directivei 77/388/CEE în scopul simplificării obligațiilor în materie de taxă pe valoarea adăugată - COM(2004) 728.

<sup>21</sup> Propunere de modificare a Directivei 2006/112/CE privind sistemul comun al taxei pe valoarea adăugată în ceea ce privește normele privind facturarea - COM(2009) 21.

ansamblul activităților lor din UE, în loc să se înregistreze în fiecare stat membru în parte<sup>22</sup>.

38. Propunerea Comisiei ar contribui semnificativ la atenuarea problemelor de ordin practic identificate în sistemul actual. Comisia invită Parlamentul European și Consiliul să acorde prioritatea corespunzătoare prezentei propuneri.

### **Soluții practice pentru gestionarea drepturilor de autor**

39. Părțile interesate la nivel național și european negociază din 2006 soluții la problemele de ordin practic legate de gestionarea transfrontalieră a drepturilor de autor asupra vânzărilor de suporturi neînregistrate și de aparatură de înregistrare. În prezent, comercianții transfrontalieri se pot găsi în situația de a plăti și declara drepturi de autor în mai multe țări pentru aceleași mărfuri.
40. Majoritatea părților interesate sunt de acord cu faptul că actualul sistem de declarare, plată și rambursare a drepturilor reprezintă un obstacol în calea comerțului electronic transfrontalier. Până în prezent nu s-a ajuns la nici un acord în privința soluțiilor practice care ar îmbunătăți eficacitatea sistemelor de impozitare naționale actuale. Părțile interesate ar trebui să-și sporească eforturile pentru găsirea rapidă de soluții care să permită societăților să-și raționalizeze logistica transfrontalieră.

### **Contribuții la reducerea obstacolelor din calea vânzărilor online în contextul restricțiilor verticale**

41. Normele din domeniul concurenței referitoare la restricțiile verticale au contribuit în mod decisiv la eliminarea restricțiilor abuzive impuse comerțului electronic în acordurile de distribuție, prin interzicerea restricțiilor anticoncurențiale la comercializarea și vânzarea transfrontalieră pe internet<sup>23</sup>. Actualul regulament de exceptare pe categorii va expira la 31 mai 2010. Actualmente, Comisia examinează modul în care acest regulament a fost aplicat până în prezent pentru a clarifica și simplifica normele susmenționate. Comisia analizează, de asemenea, modul în care examinarea în curs poate contribui la reducerea obstacolelor din calea vânzărilor pe internet și la favorizarea sporirii eficacității, care vor fi în favoarea consumatorilor<sup>24</sup>.
42. În ceea ce privește distribuția exclusivă, actuala analiză va permite selectarea mai precisă a criteriilor utilizate în scopul diferențierii dintre vânzările active și cele pasive în vederea trecerii în revistă a practicilor cele mai curente care trebuie considerate drept restricții impuse vânzărilor pasive susceptibile să încalce normele din domeniul concurenței. De exemplu, practicile prin care se impune unui distribuitor exclusiv să instaleze pe site-ul internet propriu un sistem care să dirijeze clienții în mod automat spre site-ul fabricantului sau al altor distribuitori exclusivi ar putea face parte din comportamentele ilicite presupuse. Un alt exemplu ar fi

---

<sup>22</sup> Propunere de reformare a Directivei 2002/96/CE privind deșeurile de echipamente electrice și electronice (DEEE) - COM(2008) 810.

<sup>23</sup> Regulamentul (CE) nr. 2790/1999 al Comisiei din 22 decembrie 1999 privind aplicarea articolului 81 alineatul (3) din tratat categoriilor de acorduri verticale și practici concertate (regulamentul de exceptare pe categorii); Nota Comisiei (2000/C 291/01) Linii directe privind restricțiile verticale.

<sup>24</sup> A se vedea „Masa rotundă pe tema comerțului online: oportunitățile și barierele în calea comerțului online cu amănuntul” disponibil la următoarea adresă: [http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009\\_online\\_commerce/roundtable\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_online_commerce/roundtable_report_en.pdf)

întreruperea procesului de efectuare, de către un consumator online, a unei tranzacții în momentul în care datele legate de cartea lui de credit conțin o adresă situată în afara teritoriului exclusiv vizat.

43. În ceea ce privește distribuția selectivă, actuala analiză va permite să se verifice dacă criteriile utilizate pentru alegerea distribuitorilor (cum ar fi condiția impusă distribuitorului de a poseda un magazin propriu) pot fi justificate sau nu prin interesul bunăstării consumatorului și dacă ele creează obstacole nejustificate în calea tranzacțiilor transfrontaliere online. Examinarea verticală va permite, de asemenea, să se constate dacă, în rețelele de distribuție selectivă, fabricanții descurajează sau nu distribuitorii desemnați din rețea să utilizeze internetul.
44. Distribuția online va fi una din temele principale ale examinării actuale a normelor din domeniul concurenței în ceea ce privește restricțiile verticale. În această privință, Comisia va examina îndeaproape dacă normele în vigoare trebuie adaptate pentru a stimula mai mult comerțul electronic transfrontalier.

#### **Îmbunătățirea sistemelor de plăți și logistica, precum și îndepărtarea obstacolelor tehnice**

45. Sistemele de plată s-au situat, de asemenea, în centrul acțiunii UE care vizează îmbunătățirea interoperabilității și crearea unei piețe transfrontaliere fluide; această acțiune privește legislația (directiva privind serviciile de plată) sau se concretizează printr-o susținere a inițiativelor luate de industria în cauză (spațiul unic de plată în euro)<sup>25</sup>. Totuși, pentru consumatori și comercianți (în special pentru IMM-uri), efectuarea și recepționarea plăților transfrontaliere online pe teritoriul UE rămâne, în continuare, o provocare și un element disuasiv major pentru comerțul transfrontalier.
46. Reforma sectorului poștal a primit un nou impuls odată cu adoptarea celei de-a treia directive poștale în 2008, care impune statelor membre deschiderea integrală a piețelor poștale naționale. Odată cu deschiderea integrală a pieței, se va crea o piață internă, iar operatorii poștali ar trebui să poată deschide filiale în alte state membre și să expedieze articole prin rețeaua proprie sau să aibă mai multe opțiuni privind operatorul poștal utilizat în alte state membre în ceea ce privește corespondența intracomunitară. Consumatorii și comercianții vor beneficia de pe urma îmbunătățirii logisticii transfrontaliere<sup>26</sup>.
47. Comisia va continua, de asemenea, să se asigure că obstacolele nejustificate din calea comerțului cu bunuri pe piața internă sunt eliminate și că nu sunt create altele noi.

---

<sup>25</sup> Directiva 2007/64/CE privind serviciile de plată în cadrul pieței interne.

<sup>26</sup> Directiva 97/67/CE (modificată prin Directiva 2002/39/CE și prin Directiva 2008/6/CE) - „directiva poștală”.

## **Acțiuni complementare destinate eliminării obstacolelor nereglementare din calea comerțului electronic transfrontalier**

### **Colaborarea cu sectorul în cauză pentru promovarea unei piețe cu amănuntul paneuropene online**

48. Percepțiile consumatorilor asupra posibilităților de efectuare a tranzacțiilor online rezultă parțial din modelele comerciale în baza cărora piața internă online era considerată până în prezent drept o suprapunere de piețe naționale.
49. Comisia invită principalele motoare de căutare și actori online să sensibilizeze mai mult consumatorii asupra posibilităților tranzacțiilor transfrontaliere. Întreprinderile online ar trebui să adopte nume de domenii care se termină cu .eu (singura soluție unică de prim-plan pentru Europa), pentru a contribui la eliminarea concepției naționale a comerțului, care se bazează pe existența numelor de domenii naționale. În plus, societățile care se înregistrează sub un nume de domeniu având terminația .eu trebuie să se conformeze normelor europene, ceea ce oferă o protecție de bază consumatorilor care fac apel la ele, iar societățile europene care aplică standarde înalte s-ar putea diferenția de celelalte prin adoptarea domeniului .eu. Comercianții ar trebui să creeze site-uri internet multinaționale sau paneuropene.
50. Cu toate că găsirea ofertelor transfrontaliere pe internet este posibilă, ea necesită mai mult timp și efort decât găsirea ofertelor naționale care sunt adresate unui public național. Principalele motoare de căutare și site-uri internet de comparare a prețurilor ar trebui să propună în mod mai sistematic rezultate de căutare sau de comparare a prețurilor care să combine oferte transfrontaliere și naționale, precum și să fie disponibile în mai mult de o limbă<sup>27</sup>. Experiența din sectorul aviației a arătat că site-urile internet multilingve transparente reprezintă cea mai bună modalitate de a stimula tranzacțiile transfrontaliere online<sup>28</sup>. Comisia va continua să discute cu operatorii de pe piață modalitățile prin care aceștia pot favoriza comerțul electronic transfrontalier.

### **Informații destinate consumatorilor și comercianților**

51. Consumatorii informați, care își cunosc drepturile și sunt capabili să recunoască și să semnalizeze infracțiunile, vor avea mai multe șanse să profite de avantajele oferite de cumpărăturile online transfrontaliere. În acest scop, Comisia va îmbunătăți și va actualiza „eYouGuide - drepturile dumneavoastră online”, publicat în mai 2009<sup>29</sup> și va continua să sprijine rețeaua Centrelor europene pentru consumatori, care oferă informații și consiliere cumpărătorilor transfrontalieri. The Enterprise Europe Network (Rețeaua întreprinderilor europene) va fi utilizată pentru informarea comercianților asupra obligațiilor și oportunităților lor.

---

<sup>27</sup> Astfel cum a fost recomandat în Comunicarea Comisiei COM(2008)566 „Multilingvismul: un avantaj pentru Europa și un angajament comun”.

<sup>28</sup> În special de la adoptarea Regulamentului (CE) nr. 1008/2008 al Parlamentului European și al Consiliului din 24 septembrie 2008 privind normele comune pentru operarea serviciilor aeriene în Comunitate (reformare).

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

## **Întărirea monitorizării pieței**

52. În determinarea ei de a supraveghea mai bine piața cu amănuntul internă, Comisia va trebui să asigure, de asemenea, un control permanent al comerțului electronic transfrontalier pentru a garanta faptul că responsabilii politici, autoritățile responsabile cu supravegherea aplicării normelor și cetățenii sunt la curent cu evoluțiile pieței. Pe lângă utilizarea anchetelor efectuate de Eurostat, Comisia va continua să colaboreze cu Banca Centrală Europeană și cu principalele societăți care emit cărți de credit pentru a elabora statistici privind vânzările transfrontaliere, pe baza tranzacțiilor efectuate cu cărți de credit, respectând totodată în mod strict legislația în vigoare în materie de respectare a vieții private și de protecție a datelor.

## **Concluzie**

53. Prezenta comunicare pune bazele unei strategii pentru îmbunătățirea funcționării comerțului online transfrontalier. Realizarea acestui obiectiv ar aduce beneficii consumatorilor, întreprinderilor și competitivității economiei UE. Tabloul de bord al pieței de consum va asigura în continuare monitorizarea atentă a progresului înregistrat cu privire la toate aceste aspecte.