

Bruxelles, 25.5.2016
SWD(2016) 174 final

DOCUMENT DE LUCRU AL SERVICIILOR COMISIEI

REZUMATUL EVALUĂRII IMPACTULUI

care însoțește documentul

**propunere de REGULAMENT AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL
CONSILIULUI**

**privind prevenirea geoblocării și a altor forme de discriminare pe motive de cetățenie
sau naționalitate, domiciliu sau sediu pe piața unică**

{ COM(2016) 289 final }
{ SWD(2016) 173 final }

Fișă rezumat
Evaluarea impactului propunerii de Regulament privind prevenirea geoblocării și a altor forme de discriminare pe motive de cetățenie sau naționalitate, domiciliu sau sediu
A. Necesitatea unei acțiuni
De ce? Care este problema abordată?
Clienții - în special consumatorii, dar și întreprinderile mici - se arată din ce în ce mai interesați de cumpărăturile transfrontaliere. Ei se confruntă însă tot mai des cu situații în care comercianții care își desfășoară activitatea în alte state membre refuză să le vândă sau își adaptează prețurile pe motiv că respectivii clienți provin dintr-un alt stat membru. În 2015, o anchetă bazată pe metoda „clientului misterios” a scos la iveală faptul că doar puțin peste o treime din tentativele de achiziții transfrontaliere au avut succes (37 %). Pot exista motive întemeiate care să justifice decizia de a nu vinde peste granițe (de exemplu, diferențele de legislație în materie de protecție a consumatorilor, TVA-ul, blocajele din canalele de distribuție transfrontaliere etc.). Totuși, un mare număr de restricții pot fi considerate nejustificate.
Ce se așteaptă de la această inițiativă?
Obiectivul inițiativei este de a asigura nediscriminarea clienților pe piața unică. Mai multe dintre cauzele profunde ale acestui tip de comportament al societăților sunt abordate în paralel, de exemplu prin inițiativele Comisiei (contractele digitale, livrarea coletelor, extinderea minighişeului unic în materie de TVA) din cadrul strategiei privind piața unică digitală și al strategiei privind piața unică. Prezenta inițiativă se axează în special pe situațiile în care nu există niciun motiv obiectiv care să justifice diferențele de tratament dintre clienții interni și cei străini.
Care este valoarea adăugată a acțiunii la nivelul UE?
Problema este de natură tipic transfrontalieră și este întâlnită în toate statele membre. În prezent, statele membre și autoritățile naționale de aplicare a legii nu se pot baza pe un cadru juridic suficient de clar pentru a asigura punerea în aplicare a dispozițiilor actuale. Prin urmare, din motive legate de amploarea acțiunii și ținând seama de efectele preconizate, obiectivele pot fi realizate mai bine printr-o acțiune la nivelul UE.

B. Soluții
Ce opțiuni de politică legislative și nelegislative au fost luate în considerare? Există o opțiune preferată sau nu? De ce?
O mai mare transparență (opțiunea 1) nu va permite atingerea obiectivului. O interdicție care să vizeze blocarea accesului la site-urile internet și redirecționarea automată, cu excepția cazului în care a fost acordat consimțământul explicit (opțiunea 2), combinată cu obligația de a oferi explicații în cazurile în care astfel de blocaje sunt justificate în mod excepțional, va aborda doar parțial problema. Opțiunea preferată (opțiunea 3) se axează pe identificarea situațiilor specifice în care geodiscriminarea nu poate fi justificată (în ceea ce privește bunurile corporale, în cazul în care consumatorul organizează transportul transfrontalier; în ceea ce privește serviciile prestate într-un loc fizic în care comerciantul își desfășoară activitatea și în ceea ce privește serviciile furnizate pe cale electronică, în cazul în care nu persistă nicio problemă de livrare). Opțiunea 4 constă în întocmirea unei liste suplimentare de motive întemeiate de geodiscriminare pentru a clarifica principiile stabilite la articolul 20 alineatul (2) din Directiva privind serviciile. Această opțiune a fost respinsă din cauza complexității sale. Opțiunea 5 includea obligația ca societățile să livreze bunuri corporale

peste granițe și constituia mijlocul optim de realizare a obiectivului, dar a fost respinsă pe motiv că ar impune întreprinderilor costuri disproporționate.

Care sunt susținătorii fiecărei opțiuni?

Opțiunea 1 este susținută ferm de consumatori, dar unele întreprinderi și-au exprimat rezerve. Opțiunea 2 este sprijinită în mod clar de consumatori și aprobată de întreprinderi. O majoritate clară a consumatorilor sprijină opțiunea 3, în timp ce pozițiile întreprinderilor sunt divergente, unele declarându-și opoziția față de aceasta, iar altele intenționând să o accepte, de exemplu în cazul tranzacțiilor în care clienții organizează singuri livrarea. Opțiunea 4 este solicitată de unele întreprinderi pentru a îmbunătăți claritatea juridică, în timp ce altele se arată reticente. Deși consumatorii sprijină, în principiu, opțiunea 5, întreprinderile i se opun cu fermitate.

C. Impactul opțiunii preferate

Care sunt avantajele opțiunii preferate (dacă există; în caz contrar, avantajele opțiunilor principale)?

Din datele disponibile, cum ar fi, de exemplu, vânzarea la distanță de produse electronice, una dintre cele mai populare categorii de vânzări online, reiese că ridicarea restricțiilor de geoblocare impuse de societăți pentru vânzările transfrontaliere poate avea ca efect net o creștere estimată de aproximativ 1,1 % din mărimea totală a pieței (volumul total al vânzărilor). Cea mai mare parte a schimburilor comerciale respective ar avea drept consecință o reducere a achizițiilor de pe piața națională, în special în ceea ce privește cumpărăturile offline pe piața națională. Efectul net de dezvoltare a comerțului este estimat la numai 0,4 %. Ca un corolar al celor de mai sus, scăderea prețurilor este estimată în medie, în UE, la -0,5 % pentru mediul offline și la -0,6 % pentru cel online. Nu sunt prevăzute creșteri de prețuri pentru niciun stat membru. În cazul în care apar efecte similare pentru toate bunurile corporale, creșterea totală la nivelul UE-28 a surplusului consumatorului ar putea fi, în medie, de 0,8 %, cu variații de la un stat membru la altul. Cu toate acestea, trebuie să se țină seama de faptul că scenariul de referință va fi afectat de eficacitatea inițiativelor de reglementare conexe.

Care sunt costurile opțiunii preferate (dacă există; în caz contrar, costurile opțiunilor principale)?

Abandonarea redirectionării automate și solicitarea aprobării înainte de redirectionarea vizitatorilor generează costuri punctuale de conformare, dar ar viza doar o mică parte din site-urile internet mari (aproximativ 2 % din site-urile internet care reprezintă 7,5 % din traficul transfrontalier). Ar putea apărea și alte costuri de conformare, dar acestea ar fi foarte limitate, întrucât comercianții ar trata pur și simplu clienții străini la fel ca pe cei interni. Comercianții ar putea recupera costurile suplimentare suportate, cum ar fi cele legate de sistemele de plată și alte costuri, într-un mod transparent, în măsura în care acestea sunt justificate în mod obiectiv.

Care va fi impactul asupra societăților comerciale, a IMM-urilor și a microîntreprinderilor?

Această măsură se va aplica tuturor întreprinderilor, inclusiv IMM-urilor și microîntreprinderilor. Singura sarcină suplimentară ar fi legată, eventual, de o ușoară creștere a comisioanelor pentru serviciile de plată și de necesitatea de a identifica cota TVA din țara clientului în cazul vânzărilor online (înregistrarea fiind gestionată prin intermediul minighișeului unic pentru TVA). Odată cu noua propunere privind TVA, aceste informații vor fi ușor de obținut. Cu toate acestea, în cazul societăților care sunt scutite de la plata TVA în conformitate cu legislația națională, acest lucru ar reprezenta o povară considerabilă. Prin urmare, acestea sunt scutite de obligația de a acorda un tratament egal. Excluderea totală a microîntreprinderilor și a întreprinderilor mici nu ar fi o opțiune viabilă.

Va exista un impact semnificativ asupra bugetelor și administrațiilor naționale?
În ceea ce privește consumatorii, asigurarea punerii în aplicare va fi efectuată de structuri deja existente și coordonate în temeiul Regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului. Prin urmare, nu se prevăd noi costuri de organizare. În decursul unei perioade de opt ani (2007-2015), aproximativ 1 500 de plângeri au fost supuse atenției Comisiei, care consideră totuși că acest număr nu corespunde nici pe departe numărului consumatorilor care au întâmpinat probleme. Se estimează că regulamentul va clarifica obligațiile comercianților și va descuraja relele practici. Prin urmare, creșterea volumului de muncă anual al statelor membre va rămâne, probabil, limitată.
Vor exista și alte consecințe semnificative?
Nu. Această măsură se aplică tuturor comercianților care vând către clienți din UE, motiv pentru care nu afectează competitivitatea pe plan internațional.
D. Măsuri ulterioare
Când va fi revizuită politica?
O evaluare sub toate aspectele ar trebui să aibă loc la cinci ani după intrarea în vigoare.