

Avizul Comitetului Economic și Social European privind propunerea de regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind prevenirea geoblocării și a altor forme de discriminare bazate pe cetățenia sau naționalitatea, domiciliul sau sediul clienților pe piața internă și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 și a Directivei 2009/22/CE

[COM(2016) 289 final – 2016/0152 (COD)]

(2017/C 034/14)

Raportor: **Joost VAN IERSEL**

Sesizare	Parlamentul European, 9.6.2016 Consiliul Uniunii Europene, 10.6.2016
Temei juridic	Articolul 114 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene [COM(2016) 289 final – 2016/0152 (COD)]
Secțiunea competentă	Secțiunea pentru piața unică, producție și consum
Data adoptării în secțiune	4.10.2016
Data adoptării în sesiunea plenară	19.10.2016
Sesiunea plenară nr.	520
Rezultatul votului (voturi pentru/voturi împotriva/ abțineri)	216/3/6

1. Concluzii și recomandări

1.1. CESE salută propunerea de regulament privind geoblocarea, atât pentru întreprinderi, cât și pentru consumatori, ca fiind un element indispensabil al Strategiei privind piața unică digitală. Regulamentul reprezintă, totuși, un pas mic, nu un demers revoluționar. Întreprinderile și clienții – atât consumatorii, cât și întreprinderile în calitatea lor de utilizatori finali – vor continua să se confrunte cu dificultăți considerabile la efectuarea de vânzări și achiziții în cadrul pieței unice.

1.2. CESE îndeamnă Comisia Europeană și Consiliul să stabilească dispoziții juridice bine definite și ambițioase pentru succesul pieței unice digitale în favoarea consumatorilor și a întreprinderilor și ca o condiție prealabilă pentru crearea unei economii europene reziliente în raport cu restul lumii. Astfel de dispoziții ar promova, de asemenea, o imagine pozitivă a Uniunii Europene.

1.3. Rămâne de văzut dacă prezentul regulament va atenua cu adevărat frustrările consumatorilor. Comerțul offline tradițional va rămâne important, însă numărul societăților implicate în prezent în comerțul online transfrontalier este destul de limitat. Totuși, potențialul serviciilor de vânzare și cumpărare online este imens, în special la nivel transfrontalier.

1.4. Este extrem de necesar să existe condiții de concurență echitabile pentru comerțul offline și online. Prin urmare, Uniunea Europeană ar trebui să se axeze nu doar pe sistarea geoblocării nejustificate, ci și pe eliminarea obstacolelor încă existente în calea pieței unice, care descurajează sau împiedică comercianții să vândă online și/sau offline în mediu transfrontalier.

1.5. Încrederea în rândul întreprinderilor și al consumatorilor ar trebui să fie sprijinită prin adoptarea în paralel a altor dispoziții juridice. Unele din cele mai importante sunt Regulamentul privind serviciile de livrare a coletelor⁽¹⁾ – pentru a atenua problemele de transport și a reduce costurile printr-o concurență loială, care include, de asemenea, dispoziții sociale și care respectă pe deplin legislația UE în acest domeniu – și o revizuire echilibrată a normelor UE privind drepturile de autor.

⁽¹⁾ Avizul CESE privind propunerea de regulament privind serviciile de livrare transfrontalieră de colete, care completează propunerile formulate în prezentul aviz (a se vedea pagina 106 din prezentul Jurnal Oficial).

1.6. CESE se opune geoblocării nejustificate. Cu toate acestea, CESE recunoaște că există o serie de motive bine fondate pentru care întreprinderile, mai ales IMM-urile și microîntreprinderile, pot evita sau refuza comerțul online transfrontalier sau să-și adapteze prețurile și/sau condițiile ca urmare a diferențelor dintre piețe. Acestea vizează, printre altele, diferențele dintre sistemele juridice, cerințele naționale suplimentare, costurile adiționale de transport, cerințele lingvistice privind informațiile precontractuale și cerințele administrative (*back office*).

1.7. CESE subliniază că geoblocarea justificată ce rezultă din diferențele ample dintre politicile industriale și sistemele juridice divergente din statele membre împiedică dezvoltarea spontană a IMM-urilor și a întreprinderilor aflate în faza de extindere și care funcționează pe tot teritoriul Europei. La rândul lor, aceste divergențe subminează și transparența și predictibilitatea de care este absolută nevoie pentru a stimula investițiile și a câștiga încrederea piețelor în epoca digitală.

1.8. Așa cum este corect, regulamentul nu le impune comercianților obligația de a livra produse sau a furniza servicii către țara din care provine clientul în cazul în care comerciantul (încă) nu efectuează livrări sau nu operează în acea țară.

1.9. În același timp, orice client de pe piața unică are acces la orice ofertă și poate achiziționa produsul sau serviciul cu condiția să se ocupe de ridicarea produsului sau de primirea serviciului pe un teritoriu unde comerciantul își desfășoară deja activitatea, permițând astfel, în mod rezonabil, comercianților să recurgă la normele din țara lor de origine.

1.10. De asemenea, CESE salută cerințele în materie de furnizare de informații impuse comercianților în vederea sporirii transparenței și a informării consumatorilor, în conformitate cu Directiva din 2011 privind drepturile consumatorilor. Un site web de informare al UE poate fi util în acest sens. În contextul Directivei privind drepturile consumatorilor din 2011, întreprinderile sunt obligate să asigure transparența prețurilor. CESE încurajează întreprinderile să treacă dincolo de standardele minime, pentru a câștiga încrederea consumatorilor.

1.11. CESE salută rezultatele inițiale ale anchetei desfășurate în sectorul comerțului electronic, publicată recent de Comisia Europeană⁽²⁾, care demonstrează în special rolul comerțului electronic ca motor important al transparenței prețurilor și al concurenței la nivel de preț. Blocarea geografică nejustificată împiedică această evoluție naturală.

1.12. Cu toate acestea, o serie de aspecte necesită clarificări suplimentare, îndeosebi:

1.12.1. Trebuie să existe o formulare mai clară a dispoziției privind stabilirea legislației aplicabile: articolul 1 alineatul (5) prevede că comerciantul poate să vândă în același mod cum face în țara sa, bazându-se pe normele din această țară.

1.12.2. Serviciile postvânzare (în cazurile de neconformitate, costuri de returnare, opțiuni de despăgubire etc.) nu sunt vizate în mod specific de regulament, fiind reglementate prin Directiva privind drepturile consumatorilor din 2011. În Regulamentul privind geoblocarea ar trebui adăugată o trimitere la legislația relevantă a UE care se aplică. Acest lucru justifică o examinare mai aprofundată.

1.12.3. Unele dispoziții importante, precum articolul 7 privind sancțiunile aplicabile în cazul încălcării dispozițiilor și articolul 8 privind asistența pentru consumatori atribuie statelor membre responsabilitatea punerii în aplicare a regulamentului. Trebuie garantat că posibilele interpretări diferite nu conduc la o fragmentare și mai mare și la diminuarea impactului pe care îl are propunerea. CESE salută voința Comisiei de a pune în aplicare un model de reclamații pentru consumatori la nivelul întregii UE⁽³⁾.

1.13. Data menționată la articolul 11 pentru aplicarea literei (b) de la articolul 4 alineatul (1), și anume 1 iulie 2018, ar trebui să rămână deschisă și să fie stabilită într-o etapă ulterioară, în funcție de durata procesului legislativ.

1.14. CESE sprijină propunerea Comisiei privind un formular uniform pentru plângeri.

⁽²⁾ Ancheta a fost publicată în mai 2015, iar primele rezultate au fost făcute publice la 15 septembrie 2016.

⁽³⁾ Având în vedere diferențele de abordare dintre țări, acest lucru este departe de a fi ușor de realizat. În prezent, această chestiune este în curs de negociere între Comisie și Consiliu.

2. Introducere

2.1. Atât evoluția spre digitalizare în cadrul întreprinderilor, cât și piețele digitale cunosc o răspândire rapidă la nivel mondial. Date fiind consecințele profunde ale acestor procese dinamice, Comisia a declarat în mod justificat piața unică digitală ca fiind una dintre principalele sale priorități.

2.2. De asemenea, CESE participă activ la dezbaterile privind transformarea digitală. Într-o serie de avize, CESE s-a exprimat deja pe marginea aspectelor generale și orizontale ale digitalizării și a propunerilor privind aspecte specifice, astfel cum au fost prezentate de Comisie⁽⁴⁾.

2.3. În opinia Comitetului, revoluția digitală necesită condiții solide de promovare a pieței unice în această nouă eră. Aceste condiții trebuie asigurate de un cadru legislativ corespunzător, nou și/sau revizuit, care să garanteze drepturile cetățenilor și ale consumatorilor. De asemenea, întreprinderile ar trebui încurajate să utilizeze instrumente digitale și soluții inovatoare în operațiunile pe care le desfășoară în mediu transfrontalier.

2.4. Fiecare dintre cele 16 propuneri legislative și nelegislative care se regăsesc în pachetul privind piața unică digitală trebuie pe deplin avută în vedere pornind de la aceste aspecte, iar același lucru este valabil și în cazul propunerii privind geoblocarea.

2.5. Evaluarea practicilor curente demonstrează clar faptul că încă există numeroase obstacole în calea tranzacțiilor online transfrontaliere. Adeseori, dezvoltarea limitată a pieței transfrontaliere nu este o consecință a segmentării neechitabile a pieței, ci rezultatul incertitudinii comercianților în ceea ce privește atitudinile consumatorilor și celelalte obstacole administrative, diferențele dintre sistemele juridice și barierele lingvistice. Incertitudinile de acest fel sunt dăunătoare și pentru încrederea consumatorilor.

2.6. De asemenea, lipsa de informații contribuie la avântul vertiginos al comerțului electronic la nivel național (atât în ce privește vânzările, cât și achizițiile), dar și la faptul că acesta nu cunoaște o expansiune la nivel transfrontalier.

2.7. În ceea ce privește comerțul transfrontalier, mai există și diferențe semnificative între sectoare, între întreprinderile mari și cele mici, precum și între tipurile de operatori cum ar fi comercianții cu amănuntul sau intermediarii și site-urile web, în timp ce volumul comerțului online internațional variază considerabil de la un stat membru la altul.

2.8. Situația este complicată. În vederea promovării condițiilor necesare de concurență echitabilă și a soluțiilor transparente pentru întreprinderi și consumatori, pachetul legislativ aferent pieței unice digitale ar trebui introdus în mod coerent, în timp ce dispozițiile legislative complementare (legislația în materie de TVA, livrarea coletelor, reglementarea eliminării deșeurilor și drepturile consumatorilor) ar trebui să fie pe deplin compatibile.

2.9. Tendințele economice și tehnologice sunt ireversibile. Astfel, într-o lume în care comerțul online va crește oricum, scopul creării unor condiții de concurență echitabilă la nivel european atât pentru cetățeni, cât și pentru întreprinderi trebuie atins în cel mai scurt timp.

3. Un domeniu larg de aplicare

3.1. În această perioadă marcată de evoluții perturbatoare, industriile, atât cele producătoare cât și cele furnizoare de servicii, sunt în permanentă schimbare, apar noi modele economice de afaceri bazate pe partajare, iar metodele comerciale se adaptează în consecință. Rețelele și serviciile de socializare influențează în mod fundamental dezvoltarea de noi modele de comerț și de achiziționare de produse. Ele prezintă implicații majore în egală măsură pentru întreprinderi și pentru consumatori. Uniunea Europeană ar trebui să adapteze legislația existentă și pe cea nouă la noile realități ale pieței, fără a adopta o abordare rigidă, astfel încât să nu îngreuneze dezvoltarea de noi modele de afaceri și de abordări inovatoare.

3.2. Geoblocarea contravine principiului de bază al pieței unice. Deși adesea există motive justificate pentru diferențe de tratament în ceea ce privește stabilirea prețurilor sau a condițiilor ce rezultă, de exemplu, din fragmentarea piețelor sau din diferențele care se mențin între piețele naționale, întreprinderile și consumatorii vor beneficia de o piață deschisă și competitivă care conduce la o varietate de alegeri și o la o mai bună calitate la prețuri echitabile.

⁽⁴⁾ JO C 264, 20.7.2016, p. 86;
JO C 264, 20.7.2016, p. 57;
JO C 264, 20.7.2016, p. 51;
JO C 71, 24.2.2016, p. 65.

3.3. Importanța comerțului electronic B2C – consumatorii și întreprinderile, în calitate de utilizatori finali – ar trebui să fie văzută într-un context mai larg. Mai mult ca oricând, întreprinderile se văd obligate să inoveze și să lucreze eficient la prețuri moderate. Inovațiile recente împing limitele și ajută întreprinderile să devină mai solide și mai rezistente. Din acest motiv, printre altele, CESE sprijină pe deplin obiectivul de eliminare a oricărei forme de discriminare a clientului pe criterii de naționalitate și/sau pe baza domiciliului acestuia.

3.4. Totuși, decizia de a participa pe piața internațională este și va rămâne exclusiv la latitudinea fiecărei societăți. Dovezile practice arată că majoritatea (largă) a întreprinderilor aleg o abordare națională.

3.5. Spre deosebire de Statele Unite ale Americii, Europa progresează lent. Sectoarele digitale din China și India sunt pe cale să își consolideze pozițiile pe care le ocupă în prezent. Printre cei mai importanți 20 de lideri de piață în materie de internet nu se numără nicio întreprindere europeană. Potrivit studiilor internaționale, Europa este campioană la înființarea de întreprinderi. Totuși, fragmentarea pieței europene împiedică dezvoltarea spontană a unor întreprinderi europene nou înființate și a celor dornice de extindere. Segmentarea pieței inhibă adesea dezvoltarea acesteia.

3.6. Comisia a stabilit în mod corect diferența între geoblocarea justificată și cea nejustificată. Geoblocarea justificată în comerțul B2C are loc îndeosebi ca rezultat al fragmentării pieței UE și al situațiilor lipsite de transparență.

3.7. Dezvăluirea clară de (noi) deficiențe pe piața internă este un efect secundar extrem de grăitor al combaterii geoblocării. Este esențial să se analizeze atent în fiecare caz în parte în ce măsură există un temei pentru restricționarea accesului la anumite servicii sau pentru un tratament diferit în ceea ce privește prețul și/sau condițiile pe criterii de naționalitate sau de domiciliu.

3.8. O analiză a potențialei geoblocări și a dezvoltării sectorului pe o piață internă vastă ca cea din SUA ar fi fost extrem de utilă, oricât de dificilă și costisitoare ar fi fost ea. Aceasta ar fi putut oferi un model de urmat pentru Europa. La fel ca în Europa, diferitele state din SUA pot dispune de anumite competențe juridice ce împiedică operațiunile la nivel național, însă acestea au în mod sigur o amploare mai redusă decât în Europa. Libera inițiativă și cererea din partea consumatorilor favorizează într-o proporție covârșitoare comerțul electronic B2C, creând astfel un mediu fertil pentru concurență și, de asemenea, pentru întreprinderile nou înființate și pentru cele dornice să se extindă, care prezintă un ritm de creștere rapid pe piața internă a Statelor Unite.

3.9. O astfel de imagine ar putea contribui la evaluarea unor potențiale evoluții în Europa. Analizele Comisiei, bazate pe sondaje în rândul întreprinderilor, descriu practicile actuale pe piețe preponderent naționale. Exemplul Statelor Unite poate ilustra potențialul real al activității economice pe baza comerțului electronic B2C în urma eliminării tuturor barierelor importante.

3.10. Promovarea comerțului transfrontalier se regăsește pe agenda UE de ceva vreme. Au fost adoptate o serie de directive precum Directiva privind serviciile din 2006 și Directiva privind drepturile consumatorilor din 2011. Acestea pun accentul pe protecția consumatorilor și, în același timp, vizează obligarea întreprinderilor să garanteze suficientă transparență pentru consumatori și să pună capăt discriminării transfrontaliere nejustificate.

3.11. CESE își exprimă dezamăgirea că implementarea inadecvată și punerea în aplicare incorectă, precum și asigurarea deficitară a respectării legislației existente a Uniunii creează adesea bariere de durată.

3.12. Până în prezent, totuși, efectul dispozițiilor juridice de încurajare a comerțului electronic transfrontalier rămâne limitat. Pe baza unor ample studii de piață și a unor sondaje în rândul întreprinderilor și al consumatorilor, Comisia conchide că „deși achizițiile online au devenit o practică normală pentru clienți, achizițiile online transfrontaliere rămân o excepție. Numai jumătate din numărul întreprinderilor care comercializează online fac acest lucru și la nivel transfrontalier”⁽⁵⁾.

⁽⁵⁾ Cf. Evaluarea impactului privind geoblocarea și alte forme de discriminare în Europa bazate pe cetățenia sau naționalitatea, domiciliul sau sediul clienților pe piața internă [COM(2016) 289 final, p. 2]. Totuși, în Comunicarea sa din 2012 privind serviciile, Comisia a afirmat în mod corect că întreprinderile dispun de libertatea de a stabili zona geografică către care să își îndrepte activitățile în cadrul UE, „chiar și pentru vânzările online”.

3.13. CESE este de acord că restricțiile transfrontaliere legate de naționalitate sau de domiciliu subminează încrederea în piața unică și, prin urmare, ar trebui combătute. Pe baza unor anchete ample, se poate conchide pe deplin justificat că există sprijin remarcabil în rândul consumatorilor și în sectorul afacerilor pentru deschiderea pieței europene comerțului online B2C. Parlamentul European are aceeași opinie ⁽⁶⁾.

4. Situația actuală

4.1. În vederea îmbunătățirii activităților transfrontaliere de cumpărare și vânzare, Comisia a elaborat un pachet de măsuri în diferite domenii, precum înregistrarea TVA-ului și normele privind TVA-ul pentru comerțul electronic, livrarea coletelor, reformarea drepturilor de autor și reformarea Regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorilor. De asemenea, este esențial ca acordurile verticale încheiate între furnizori și distribuitori și măsurile unilaterale luate de întreprinderile individuale să fie pe deplin în conformitate cu politica UE în domeniul concurenței.

4.2. Propunerea de regulament privind geoblocarea face parte din acest pachet general. Ar trebui observat că o serie de sectoare importante nu fac obiectul acestui regulament, inclusiv sectorul sănătății/pacienții, transportul feroviar de pasageri, serviciile financiare (cu amănuntul), muzica în format electronic, serviciile audiovizuale și anumite tipuri de jocuri de noroc. Justificarea este că acestea necesită dispoziții sectoriale specifice care, în opinia CESE, ar trebui să fie puse în aplicare în curând pentru a acoperi lacunele din legislația privind piața unică digitală.

4.3. Același lucru se aplică în cazul problematicii extrem de importante a drepturilor de autor. Deși aspectele privind drepturile de autor sunt excluse – pe bună dreptate – din sfera de acoperire a prezentei propuneri, CESE îndeamnă Comisia să adopte măsuri adecvate pentru a combate fragmentarea în acest domeniu, a atenua frustrările consumatorilor și a participa la construirea unei autentice piețe unice digitale.

4.4. Sinteza consultării publice din 2015 privind geoblocarea conchide că întreprinderile și consumatorii, în egală măsură, sunt nemulțumiți în general de fragmentarea actuală a pieței unice. Se pare, totuși, că întreprinderile și asociațiile de întreprinderi acceptă situația actuală și o pun pe seama sistemelor juridice divergente din diferitele state membre ⁽⁷⁾.

4.5. CESE observă că este important pentru IMM-uri ca propunerea să nu creeze o obligație de livrare în întreaga Europă. Totuși, IMM-urile vor beneficia în mod sigur de pe urma oportunităților ⁽⁸⁾ de a-și putea vinde produsele și serviciile pe întregul continent, mai ales în regiunile de graniță, în timp ce, în calitate de utilizatori finali, se vor bucura de aceleași drepturi de consumatori, ceea ce este util la achiziționarea de produse și servicii din alte state membre. În plus, CESE subliniază că punerea în aplicare cu succes a Regulamentului privind serviciile de livrare a coletelor este necesară pentru a sprijini și stimula comerțul transfrontalier.

4.6. Divergențele dintre sistemele juridice contribuie la explicarea diferenței dintre geoblocarea justificată și cea nejustificată. În afară de categoria societăților care pur și simplu decid să nu își desfășoare activitatea la nivel internațional, rezervele societăților în ceea ce privește eliminarea geoblocării trebuie atribuite în mare măsură incertitudinii pe care o resimt acestea în ceea ce privește practicile divergente la nivel european care îngreunează comerțul internațional.

4.7. Consumatorii au multe plângeri referitoare la comerțul transfrontalier, deși exemplele disponibile sunt destul de limitate ca dimensiune, fiind de dorit elaborarea de evaluări suplimentare. Plângerile se referă la o gamă amplă de aspecte, precum lipsa informațiilor, restricțiile sau refuzul în materie de livrare, lipsa justificărilor sau a explicațiilor pentru refuzul de a presta servicii sau a livra produse, redirectionarea, diferențele de preț, respingerea plății cu anumite cărți de credit, diferențierea pe baza adreselor de facturare și de livrare, precum și diferențele lingvistice. Unele dintre aceste aspecte sunt o consecință a diferențelor dintre sistemele juridice. Cu toate acestea, altele, ce rezultă din clauze contractuale sau practici concertate care conduc la o segmentare verticală relativ răspândită a pieței, adică pe baza caracteristicilor personale, ar trebui interzise ⁽⁹⁾. Consolidarea încrederii consumatorilor și a întreprinderilor în piața online este esențială pentru a stimula comerțul electronic transfrontalier, în beneficiul consumatorilor, al întreprinderilor și al cetățenilor.

⁽⁶⁾ Cf. Rezoluția Parlamentului European din 19 ianuarie 2016 referitoare la pregătirea unui act legislativ privind piața unică digitală [2015/2147(INI)], capitolul 2.

⁽⁷⁾ Sinteza răspunsurilor la consultarea publică din 2015 a Comisiei Europene pe tema geoblocării, p. 15.

⁽⁸⁾ Cf. Alianța Europeană a Micilor Întreprinzători (European Small Business Alliance – ESBA).

⁽⁹⁾ Cf. și Documentul de analiză ce prezintă constatările inițiale ale unui sondaj în sectorul comerțului electronic, derulat de DG Concurență, SWD(2016) 70, cf. punctul 7.

4.8. Pe lângă aplicarea unui tratament diferit în ceea ce privește prețul, condițiile sau alte aspecte ale serviciilor furnizate în același timp și în același loc (de exemplu, prin localizarea adreselor de IP sau stabilirea profilului), geoblocarea nejustificată ar trebui interzisă. Nu există nicio justificare a diferenței sistematice de tratament în ceea ce privește servicii precum închirierea de mașini, parcurile de distracții sau serviciile hoteliere. Ar trebui permise, totuși, promoțiile temporare sau diferențele de prețuri, de exemplu, pe durata vacanțelor școlare, care ar fi așadar temporare și orizontale.

4.9. Restricțiile contractuale în materie de vânzări transfrontaliere îmbracă multiple forme, restricțiile contractuale teritoriale putând fi identificate la toate categoriile de produse⁽¹⁰⁾. Cu toate acestea, unele restricții aparent nejustificate sunt, de fapt, acceptabile, precum exemplul obișnuit al stabilirii diferite a prețurilor. Comisia are dreptate atunci când vorbește despre o zonă gri⁽¹¹⁾ în acest context. De exemplu, diferențele între prețuri se explică (cel puțin parțial) prin diferitele piețe, diferitele categorii de consumatori vizate și costuri mai mari care rezultă din reglementările naționale diferite sau suplimentare și consiliere juridică, servicii de plată, livrare și returnări⁽¹²⁾.

4.10. Percepțiile negative și plângerile aferente referitoare la promisiunile false ale pieței unice sunt larg răspândite în rândul consumatorilor și, în egală măsură, al întreprinderilor. Aceste plângeri rezultă în principal din două fenomene suprapuse: politicile industriale naționale și legislația divergentă.

4.11. CESE a criticat adesea existența a 28 de politici industriale, întrucât abordarea națională a politicii industriale îngreunează operațiunile comerciale la nivelul UE și, în special, subminează orientarea IMM-urilor spre operațiuni transfrontaliere. Politicile naționale necoordonate, ce prezintă o evidentă lipsă de uniformitate, împiedică uneori planificarea transfrontalieră. Măsurile guvernamentale imprevizibile sau arbitrare contribuie și ele la sporirea incertitudinii.

4.12. Peisajul actual este, fără îndoială, divers: există diferite standarde naționale și diverse mecanisme de certificare; unele site-uri web sunt blocate pentru a fi împiedicate să vândă dintr – o altă țară; de obicei diferă regimurile de efectuare a plăților; cerințele lingvistice pot fi prohibitive; autoritățile de supraveghere a pieței impun uneori cerințe⁽¹³⁾ suplimentare, iar directivele UE existente fie sunt puse în aplicare în mod necorespunzător, fie nu sunt puse în aplicare deloc. Un exemplu bine cunoscut este articolul 20 din Directiva privind serviciile, pe care statele membre îl ignoră în mod sistematic, deși, în acest caz, este neclar cum trebuie pus în aplicare corect. Toți acești factori subminează atât transparența pieței, cât și multor condiții de concurență echitabilă.

4.13. Piața internă constituie un element-cheie. Societatea online pune un accent deosebit asupra pieței unice. Întreprinderile și consumatorii de pe întregul continent sunt aduși mai aproape unii de ceilalți. Cu doar un clic, se deschide instantaneu o varietate imensă de opțiuni și alegeri. Pot crește exponențial oportunitățile pentru specialități și soluții de adaptare. Cu toate acestea, ar trebui să se țină seama de faptul că, și dacă piața unică ar funcționa perfect, tot ar mai exista diferențe între regiuni.

4.14. Obstacolele artificiale împiedică dezvoltarea spontană a întreprinderilor, îndeosebi a IMM – urilor. Întreprinderile caută acțiuni concertate pentru evitarea problemelor sau pentru depășirea obstacolelor, în vederea asigurării pozițiilor pe piață. Acordurile verticale și orizontale dintre comercianți și distribuitori, precum și diferitele tipuri de segmentare a pieței, considerate în general drept forme nejustificate de geoblocare, trebuie să fie văzute adesea ca măsuri de apărare împotriva a ceea ce întreprinderile consideră a fi obstacole naționale arbitrare. De exemplu, costurile de transport și costul serviciilor postvânzare datorate politicilor naționale ar putea să devină mai mari în mod neașteptat. O întreprindere obligată să livreze indiferent de circumstanțe poate întâmpina dificultăți în respectarea angajamentelor în contextul unor condiții necunoscute.

4.15. În anumite cazuri, se face apel la intermediari transfrontalieri pentru a rezolva complicațiile care pot apărea la nivel național între întreprinderea din țara de origine și consumatorii din țara de destinație. Oricât de util ar fi acest demers, în general, el nu facilitează relațiile directe dintre întreprinderile furnizoare și consumatori.

⁽¹⁰⁾ Ibid. punctele 98 și 99.

⁽¹¹⁾ Ibid. punctul 102. Această zonă gri ar trebui definită mai clar.

⁽¹²⁾ Ibid. punctul 114.

⁽¹³⁾ A se vedea Germania ca exemplu.

4.16. Nu există nicio îndoială că geoblocarea nejustificată trebuie cartografiată și combătută, însă CESE insistă că, în momentul stabilirii condițiilor corecte, trebuie să se tragă și o serie de concluzii corecte în urma fragmentării continue a pieței interne datorate diferitelor abordări naționale.

Bruxelles, 19 octombrie 2016.

Președintele
Comitetului Economic și Social European
Georges DASSIS
