



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 14.7.2004
KOM(2004) 479 slutlig

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET, EUROPAPARLAMENTET
OCH EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN**

”Förbättra förtroendet för elektroniska B2B-marknader”

{SEK(2004) 930}

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET, EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN

”Förbättra förtroendet för elektroniska B2B-marknader”

1. INLEDNING

Elektroniska marknadsplatser för handel mellan företag (nedan kallade ”elektroniska B2B-marknader”) är avancerade former av e-affärer (e-business), där köpare och säljare möts för att bedriva handel på elektronisk väg. Det handlar om allt från enkel katalogbaserad e-handel till komplicerade processintegrerade lösningar. E-marknader bidrar till en förbättrad effektivitet och ökad produktivitet och konkurrenskraft hos europeiska företag. Trots de potentiella fördelarna använder dock företag, framför allt små och medelstora företag, fortfarande elektroniska B2B-marknader i relativt liten utsträckning.

I november 2002 offentliggjorde Generaldirektoratet för näringsliv arbetsdokumentet *“B2B Internet trading platforms: Opportunities and barriers for SMEs - A first assessment”*¹. I detta arbetsdokument urskiljs ett antal möjliga hinder för att få små och medelstora företag att använda elektroniska handelsplattformar, t.ex. dålig kännedom om dem, bristande information och brist på förtroende för elektroniska transaktioner. Därefter inrättades en expertgrupp med experter från industrin och e-marknadsaktörer i syfte att diskutera dessa problem och lägga fram rekommendationer till kommissionen om hur man kan underlätta för små och medelstora företag att använda e-marknaderna. Kommissionen ser positivt på expertgruppens rapport² och stödjer huvudrekommendationen att stärka självregleringen på området i syfte att höja förtroendet för e-marknaderna.

Att elektroniska B2B-marknader används i en såpass liten utsträckning, i synnerhet av små och medelstora företag, skulle kunna förklaras av att köpare verkar kunna dra större nytta av dessa marknader än säljare. Detta leder till att små och medelstora företag, som ofta är leverantörer till stora företag, är mindre benägna att använda elektroniska B2B-marknader. Små och medelstora företag är särskilt kritiska till en speciell form av e-marknad, nämligen s.k. ”omvända online-auktioner”. En viss del av denna kritik rör det faktum att omvända online-auktioner främst används som ett medel för att pressa ner leverantörspriserna och således uppenbart gynnar köpare mer än säljare. Sådan kritik kan ha en negativ inverkan på användandet av e-affärer i allmänhet, och därmed på produktiviteten och konkurrenskraften hos europeiska företag. Kommissionens målsättning är dock inte att förespråka specifika handelsformer utan att få bort befintliga eller möjliga hinder som avhåller företag från att använda e-marknader på ett effektivt sätt som gynnar båda parter.

Syftet med detta meddelande är att stärka förtroendet för elektroniska B2B-marknader genom att undanröja problem och underlätta för företag att ta del av dessa nya handelsformer. Dessutom vill kommissionen förbättra kunskapen om det gällande rättsliga ramverket och ta itu med eventuella hinder för den inre marknaden som kan härledas från de olika nationella reglerna om illojala handelsmetoder på de elektroniska B2B-marknaderna.

¹ SEC (2002) 1217, 11.11.2002.

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

Målet med detta meddelande är framförallt att underlätta genomförandet av expertgruppens rekommendationer om att införa uppförandekoder, i syfte att få ett ökat förtroende för och större rättvisa på dessa marknader samt att underlätta för fler företag att använda dem. Även om ansvaret för detta främst ligger hos den privata sektorn är kommissionen villig att stödja försök att skapa samförstånd på detta område och att fortsätta främja självreglering genom lämpliga metoder.

2. DE ELEKTRONISKA B2B-MARKNADERNA

Elektronisk B2B-handel, dvs. att köpa och sälja på nätet, har blivit ett allt mer populärt sätt att bedriva handel mellan företag. Många företag har utformat ambitiösa strategier för att öka effektiviteten i interna affärsmetoder samt för att förbättra och rationalisera förhållandet till kunderna. Om man t.ex. jämför med köp och försäljning via webbplatser är elektroniska B2B-marknader en avancerad form av elektronisk B2B-handel. De kan definieras som Internetbaserade handelsplattformar där företag utbyter varor och tjänster³.

Dessa nya handelsformer leder inte nödvändigtvis till en balanserad fördelning av kostnader och fördelar. Detta gäller särskilt omvända online-auktioner. Online-auktioner är formella prissättningsmetoder på en Internetbaserad handelsplattform som initieras av en säljare som vill sälja produkter eller tjänster till högsta möjliga pris. Omvända auktioner initieras av köparen med målsättningen att köpa produkter och tjänster till lägsta möjliga pris. Vissa omvända auktioner är uttryckligen inriktade på kortfristiga kostnadsminskningar istället för långsiktiga affärsförbindelser.

Kritiker påstår dock att de eventuella kostnadsbesparingar som kan göras genom omvända auktioner tack vare den ökade konkurrensen, överskuggas av de högre kostnader som uppkommer av att man oftare byter leverantör och att de olika leden i affärskedjan därmed blir mindre integrerade. För tillfället kan man inte dra några definitiva slutsatser från de empiriska och ekonomiska material som finns om de direkta och indirekta kostnaderna samt fördelarna med de olika elektroniska handelsformerna, inbegripet omvända auktioner, samt hur dessa påverkar dem som deltar i auktionerna. Därför kommer kommissionen att inleda en undersökning för att analysera de elektroniska B2B-marknaders inverkan på EU-industrins produktivitet och konkurrenskraft.

3. DEN RÄTTSLIGA RAMEN FÖR ELEKTRONISKA B2B-MARKNADER

Elektroniska B2B-marknader regleras av ett antal rättsliga bestämmelser som täcker olika delar av verksamheten såsom inrättandet, driften samt ingående av avtal på elektronisk väg. Dessa bestämmelser ska framförallt tjäna till att undanröja hinder för att leverera informationssamhällets tjänster i Europeiska unionen och att säkerställa en rättvis och icke snedvriden konkurrens. En större kännedom om gällande lagar kommer säkerligen att bidra till att öka förtroendet för de nya formerna av elektronisk handel. Kommissionen kommer därför att fortsätta söka stöd för den europeiska juridiska portalen för e-handel (European e-Business Legal Portal), vilket är en nätbaserad informationstjänst om den rättsliga ramen för

³ Se bilaga 1 för närmare upplysningar.

e-handel, främst för små och medelstora företag, som tillhandahålls av ett europeiska nätverk av euroinfocenter (ELEAS-nätverket)⁴.

Ökad medvetenhet kommer att stärka B2B-handeln

Att skapa förtroende blir allt viktigare vid elektroniska transaktioner mellan företag. Denna inställning bekräftas av resultaten från ett öppet samråd för företag om rättsliga hinder för e-affärer⁵ som leddes av kommissionen under det sista kvartalet av 2003. Ett nytt problem avser vissa former av online-auktioner eftersom dessa allt oftare används på elektroniska B2B-marknader. Många företag känner uppenbarligen inte till de rättsliga bestämmelser som gäller för sådana auktioner. De kan därför uppfatta det som svårt att skilja på en förskjutning i maktförhållandena på marknaden som måste accepteras av ekonomiska skäl, och illojala metoder som inte följer rättsliga bestämmelser eller uppförandekoder. En orsak till detta är att elektroniska auktioner, i motsats till traditionella auktioner, är ett relativt nytt fenomen som ännu inte har haft tid att utvecklas, och där det ännu inte vuxit fram metoder för att ta itu med de eventuella konflikter som kan uppstå i samband med auktioner.

Bestämmelserna om den inre marknaden gäller elektroniska B2B-marknader...

Upprättandet av en elektronisk B2B-marknad regleras i e-handelsdirektivet⁶. B2B-marknader räknas till informationssamhällets tjänster, vilka kan etableras fritt utan föregående tillstånd. Dessutom föreskrivs det i inre marknads-klausulen att varje medlemsstat skall se till att de av informationssamhällets tjänster som en på dess territorium etablerad tjänsteleverantör tillhandahåller överensstämmer med de nationella bestämmelser som är tillämpliga i denna medlemsstat när det gäller det område som samordnas. Som en huvudregel får medlemsstaterna inte, av skäl som omfattas av det samordnade området, begränsa den fria rörligheten för de av informationssamhällets tjänster som har ursprung i en annan medlemsstat. Genom direktivet införs dock inte några nya regler om internationell privaträtt, och inte heller berörs domstolars behörighet.

När det gäller driften av en elektronisk B2B-marknad krävs det enligt öppenhetsbestämmelserna i direktivet uppgifter om tjänsteleverantörens identitet och var denne är etablerad, samt att kraven om öppenhet för att ingå avtal på elektronisk väg respekteras. Kommissionen anser att dessa rättsliga bestämmelser är viktiga steg i skapandet av en inre marknad för elektroniska B2B-marknader.

...men det finns fortfarande nationella skillnader

Mycket av den kritik som rör elektroniska B2B-marknader, i synnerhet elektroniska B2B-auktioner, kan härledas från bristen på insyn i hur elektroniska transaktioner utförs och de specifika affärsmetoder som uppfattas som illojala av företagen. Sådana påstådda illojala metoder rör t.ex. brist på tydlig information om villkoren för att delta i auktionen, osäkerhet när det gäller den exakta tidpunkten då ett avtal har ingåtts, möjlighet att dra tillbaka bud, osäkerhet när det gäller acceptering av det bästa budet vid online-auktioner och metoder som

⁴ <http://www.ebusinesslex.net>

⁵ Commission Staff Working Document: Legal barriers in e-business "The results of an open consultation of enterprises".

⁶ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden ("Direktiv om elektronisk handel") (EGT L 178, 17.7.2000, s. 1-16).

uppfattas som en snedvridning av prissättningsmekanismen vid online-auktioner (t.ex. budgivning av den som inlett auktionen). Sådana metoder omfattas generellt sett av nationell avtalsrätt och lagstiftning mot illojal konkurrens, vilket gäller både för vanliga auktioner och online-auktioner. Reglerna kan dock skifta från land till land, vilket leder till osäkerhet om vilka regler som gäller för gränsöverskridande elektroniska transaktioner.

I vissa fall står det tydligt i de nationella bestämmelserna att vissa förfaranden utgör ett avtalsbrott, t.ex. försäljning av defekta varor, försenad eller utebliven leverans av beställda varor, försenad eller utebliven betalning av varor och fel kvantitet eller dålig kvalitet på de levererade varorna. I andra fall är den rättsliga situationen mer oklar, t.ex. om man får sätta dolda reservationspriser vid auktioner, huruvida den som tar initiativ till auktionen också får lägga bud och huruvida denne är skyldig att acceptera det bästa budet. Enligt vissa nationella rättsliga bestämmelser är det dessutom upp till parterna att komma överens om i vilken utsträckning sådana förfaringssätt är tillåtna eller inte. Det kan också vara oklart hur nationella bestämmelser tillämpas på nätet (t.ex. definitionen av den exakta tidpunkt då ett avtal ingås vid en online-auktion).

Utan en fortsatt analys är det svårt att bedöma i vilken utsträckning de rapporterade fallen av illojala affärsmetoder på de elektroniska B2B-marknaderna verkligen omfattas av gällande nationell lagstiftning. Det föreligger dock olikheter mellan medlemsstaterna när det gäller det sätt på vilket sådana metoder regleras, vilket kan leda till att det uppstår hinder när e-marknader används för gränsöverskridande elektroniska transaktioner. Därför tänker kommissionen fortsätta att undersöka hur långt nationella skillnader kan utgöra ett hinder för den inre marknaden för elektroniska B2B-transaktioner.

Det krävs större insyn i de rättsligt skydden mot illojala affärsmetoder

För att göra de nationella bestämmelserna om illojala affärsmetoder mer genomsynliga kommer kommissionen att inleda en undersökning som kan bidra till en debatt om behovet av europeisk harmonisering av rättsliga bestämmelser, och som tar hänsyn till nuläget i gällande EU-lagstiftning⁷. Samtidigt kommer kommissionen att uppmuntra företag att komma med konkreta exempel på illojala metoder på de elektroniska B2B-marknaderna. Dessa uppgifter kommer att samlas in genom befintliga nätverk, såsom den europeiska juridiska portalen för e-handel, den europeiska portalen för elektroniska B2B-marknadsplatser (European B2B e-marketplaces portal)⁸ och de nationella kontaktpunkterna för e-handel⁹. Resultaten kommer att analyseras och offentliggöras av kommissionen.

Dessutom kommer det att inrättas en grupp med juridiska experter på elektroniska B2B-marknader med representanter från medlemsstaterna och andra berörda aktörer. Dessa ska utvärdera den rättsliga situationen ytterligare och analysera de specifika klagomål som företagen lagt fram. De kommer att uppmanas att utarbeta en rapport om behovet av ytterligare europeisk harmonisering på avtalsrättsområdet och av att de gällande skydden mot illojala affärsmetoder på de elektroniska B2B-marknaderna utvärderas, i syfte att underlätta

⁷ T.ex. direktivet om vilseledande och jämförande reklam, rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam (EGT L 250, 19.9.1984, s. 17) och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG om ändring av direktiv 84/450/EEG om vilseledande reklam så att detta omfattar jämförande reklam (EGT L 290, 22.10.1997, s. 18).

⁸ <http://www.emarketservices.com>

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

gränsöverskridande elektroniska transaktioner mellan företag. Denna rapport kommer att följas upp i linje med den pågående utvecklingen i fråga om europeisk avtalsrätt.¹⁰

Konkurrensreglerna för de elektroniska B2B-marknaderna är tillräckliga

Ett annat problem är att de som använder eller innehar elektroniska B2B-marknader kan snedvrider konkurrensen, t.ex. genom att koncentrera köp- eller säljkraft eller genom att utbyta känslig företagsinformation. Kommissionen är medveten om sådana konkurrenshämmande risker och tillämpar därför strikt gemenskapens konkurrenslagstiftning¹¹ för att förhindra koncentrationseffekter och för att säkerställa att konkurrensavtal eller missbruk av en dominerade ställning inte förekommer¹².

I detta hänseende är det särskilt viktigt att man förhindrar missbruk av en marknadsdominerande ställning med tanke på vilka som använder e-marknader. Något som ofta ses som problematiskt är att e-marknader kan skapa s.k. nätverkseffekter, eftersom deras värde för enskilda användare ökar ju fler som använder dem. Om nätverkseffekterna är tillräckligt starka att förmå deltagare att använda samma nätverk kan detta leda till en dominerande ställning för en nätverksoperatör. Dessutom kan det uppstå risk för marknadsdominans om man försöker påtvinga användandet av en enda e-marknad eller förhindra att alla intresserade köpare och säljare får tillgång till den. Något som också är relevant är risken att e-marknadsanvändare koncentrerar köp- eller säljvolymen, vilket skulle kunna utgöra ett konkurrensproblem om det påverkar hur de uppträder som köpare eller säljare och om de inte har obetydliga marknadsandelar. Man befärar också att elektroniska handelsplattformar skulle kunna underlätta utbytet av marknadskänslig företagsinformation om priser, kvantiteter och andra kontraktsvillkor, och därmed leda till samordnade konkurrenshämmande förfaranden eller avtal mellan konkurrenter. Huruvida informationsutbytet utgör ett konkurrensproblem eller inte beror väldigt mycket på vilken typ av information det gäller och hur stor konkurrensen är på marknaden i fråga. Det är det till exempel troligare att utbyte av känslig information om priser, användare osv. på en fåtalsdominerad marknad med endast några få aktörer orsakar konkurrensproblem än på en e-marknad med många köpare och säljare.

Kommissionen har fått praktisk erfarenhet i utvärderingen av elektroniska B2B-marknader genom ett antal mål som omfattats av artiklarna 81 och 82 i EG-fördraget och av EG:s koncentrationsförordning. Denna erfarenhet har visat att de befintliga konkurrensreglerna är tillräckliga för att man ska kunna ta itu med eventuella konkurrensproblem som uppstår genom dessa nya handelsformer och se till att konkurrensen inte snedvrider. I de fall som har behandlats hittills har konkurrensfrågorna kunnat klargöras eftersom de berörda elektroniska marknadsplatserna har erbjudit ett effektivt skydd för känslig företagsinformation eller begränsat gemensamma inköp. Enligt den nya förordningen 1/2003¹³ som ersätter förordning 17/1962 föreskrivs inte längre en förhandsanmälan av avtal och avslut av kommissionen.

¹⁰ Meddelande från kommissionen till rådet och Europaparlamentet om europeisk avtalsrätt (EGT C 255, 13.9.2001, s.1), meddelande från kommissionen till Europaparlamentet och rådet: En mer samordnad europeisk avtalsrätt - En handlingsplan (EGT C 63, 15.3.2003, s.1).

¹¹ Framför allt artiklarna 81 och 82 i EG-fördraget, Rådets förordning (EG) nr 139/2004 av den 20 januari 2004 om kontroll av företagskoncentrationer ("EG:s koncentrationsförordning") (EUT L 24, 29.1.2004, s. 1-22).

¹² Denna bedömning måste dock göras från fall till fall så att de följande avsnitten inte kan påverka tillämpningen av EG:s konkurrensregler i specifika fall.

¹³ Rådets förordning (EG) nr 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpning av konkurrensreglerna i artiklarna 81 och 82 i fördraget, EGT L 1, 4.1.2003, s. 1-25.

Detta medför att e-marknadsaktörer själva måste bedöma, med åberopande av kommissionens beslut och riktlinjer, t.ex. riktlinjerna för horisontella samarbetsavtal¹⁴, om avtalen i fråga överensstämmer med artikel 81 i EG-fördraget. Såväl kommissionen som nationella konkurrensmyndigheter och domstolar kan dock antingen på eget initiativ eller efter ett klagomål utreda eventuella överträdelser av EG:s konkurrensregler på e-marknaderna.

... men insynen i gällande konkurrensregler kan förbättras ytterligare

Förtroendet för elektroniska B2B-marknader skulle definitivt gynnas av större kunskap om gällande konkurrensregler. Detta skulle underlätta för såväl e-marknadsaktörer som handelspartner att efterleva reglerna samt få en disciplinär verkan. Kommissionen vill därför ge aktörer på elektroniska B2B-marknader lätt tillgång till sådan sammanhängande information. I detta syfte skulle portalen för e-marknadsplatser kunna ge information om kommissionens konkurrenslagstiftning när det gäller etablering och drift av elektroniska B2B-marknader, främst i form av länkar till beslut och dokument på kommissionens hemsida. Man borde också informera om hur man framför klagomål på konkurrenshämmande beteende på elektroniska B2B-marknader.

4. SJÄLVREGELRINGENS BETYDELSE FÖR ATT SKAPA FÖRTROENDE FÖR ELEKTRONISKA B2B-MARKNADER

De rättsliga bestämmelserna som gäller etablering och drift av elektroniska B2B-marknader lämnar i vissa fall utrymme för avtal mellan företag om drifts- och kontraktsvillkor. I detta sammanhang kan självreglering spela en viktig roll i utformandet av affärsmetoder som grundas på principer om rättvis handel och ömsesidig nytta av att handla på nätet.

Elektroniska B2B-marknader ska bygga på förtroende och tillit

Det skulle definitivt gynna den fortsatta utvecklingen av elektroniska B2B-marknader om alla användare kände sig säkra på att transaktionsprocessen kunde genomföras på ett genomsynligt, säkert och rättvist sätt. För att elektroniska B2B-marknader ska kunna bli mer allmänt accepterade måste de bygga på förtroende och tillit. Företagens förväntningar på näthandel skiljer sig i grunden inte från konsumenternas förväntningar, även om företagen inte omfattas av samma grad av rättsligt skydd.

Självreglering kan spela en betydande roll på områden som inte omfattas av (tvingande) lagstiftning. Det lämpar sig därför väl för online-auktioner, eftersom de flesta nationella avtalslagarna ger parterna möjlighet att enas om vilka metoder som ska användas. Online-auktioner är ett relativt nytt område där självreglering kan bidra till att det skapas rättvisa affärsmetoder. Många potentiella konflikter som beror på att vissa metoder uppfattas som illojala skulle kunna undvikas genom bättre insyn i gällande regler, särskilt om dessa grundas på ett brett samförstånd mellan de olika parterna.

Kommissionen stödjer tanken om självreglering av elektroniska B2B-marknader

Kommissionen anser att e-marknader endast kan fungera effektivt och på längre sikt om de baseras på rättvisa handelsprinciper som gör det möjligt för företagen att använda dem utan

¹⁴ Riktlinjer för tillämpningen av artikel 81 i EG-fördraget på horisontella samarbetsavtal, EGT C 3, 6.1.2001, s. 2-30.

att ta onödiga risker. För att självregleringen ska kunna vara effektiv måste den bygga på samförstånd mellan alla berörda aktörer. Kommissionen anser att alla berörda aktörer, såsom e-marknadsaktörer och köpare och säljare, bör delta i utvecklandet av uppförandekoder, så att dessa tillgodoser allas intressen och resulterar i att aktörerna anstränger sig mer för att tillämpa rättvisa affärsmetoder. För att underlätta detta initiativ att skapa samförstånd och för att utvärdera behoven och möjligheterna kommer en öppen workshop om förtroende för elektroniska B2B-marknader att organiseras under den andra halvan av 2004. Kommissionen är beredd att underlätta processen genom att sammanföra de berörda aktörerna, dock utan att vara direkt inblandad i förhandlingarna om de konkreta villkoren för eventuella uppförandekoder.

En referensmodell för uppförandekoder på elektroniska B2B-marknader

Behoven av och förutsättningarna för självreglering kan skilja sig åt mellan olika sektorer och handelsformer. Det verkar finnas ett särskilt behov för uppförandekoder som specificerar reglerna för insyn i elektroniska omvända B2B-auktioners verksamhet. Enligt rekommendationerna från expertgruppen om B2B-Internetplattformar bör sådana uppförandekoder särskilt ta hänsyn till användarnas behov av information om e-marknaden i fråga (t.ex. deltagare, transaktionsprocessmodeller, prissättningsmekanismer, teknisk säkerhet, privatlivsskydd och sekretess, gällande lagstiftning och tvistlösningssystem)¹⁵.

De första stegen mot att utveckla uppförandekoder har tagits av europeiska sammanslutningar inom olika industrisektorer. En preliminär bedömning visar dock att de ofta är ofullständiga och inte i tillräckligt stor utsträckning tar upp alla relevanta frågor.¹⁶ Kommissionen uppmanar därför den privata sektorn att se över gällande uppförandekoder för att göra dem mer omfattande och kompletta.

Uppförandekoder för elektroniska B2B-marknader är frivilliga...

Uppförandekoder grundas per definition på frivilliga överenskommelser och är inte rättsligt bindande. Kommissionen anser att frivilliga åtaganden är det som lämpar sig bäst för att skapa ett klimat med ömsesidigt förtroende och därmed stärka e-handeln. Kommissionen anser därför att företag som antar uppförandekoder verkligen bör följa dem.

Det krävs större insyn i de överenskomna uppförandekoderna för att stimulera fortsatt utveckling av affärsmetoder. Genom att hålla sig till en uppförandekod kan aktörer och företag på den elektroniska B2B-marknaden räkna med ett ökat förtroende för deras tjänster, i synnerhet om uppförandekoden stöds av ett system som bygger på certifiering från en tredje part som kontrollerar att man följer överenskomna principer.

...men större insyn kommer att bidra till att främja principerna om rättvis handel

Kommissionen uppmanar aktörerna på de elektroniska B2B-marknaderna att själva förbättra insynen i villkoren för deltagandet och att ge potentiella köpare och säljare all relevant information för att underlätta bedömningen av trovärdigheten och säkerheten på e-marknaden. Med hjälp av sådan information kan man vidareutveckla oberoende system för denna bedömning, vilket kommer att göra det möjligt för företag att ta välgrundade beslut om vilka elektroniska B2B-marknader de ska använda. Den europeiska portalen för e-handel kan i detta

¹⁵ Se bilagorna 2 och 3.

¹⁶ Se bilaga 2.

hänseende spela en viktig roll när det gäller att på ett bättre sätt informera företag om vilka elektroniska B2B-marknader som följer de grundläggande principerna om rättvis handel.

För att ytterligare förbättra effektiviteten i självregleringen på detta område uppmantrar kommissionen handelsorganisationer och handelskammare att informera sina medlemmar om innehållet i befintliga uppförandekoder och att hjälpa dem så att de verkligen kan använda de elektroniska B2B-marknaderna. All information och utbildning bör hållas strikt neutral och bör inte resultera i bindande rekommendationer om användandet av vissa särskilda elektroniska B2B-marknader.

5. SLUTSATSER

I detta meddelande diskuteras behovet av ett ökat förtroende för elektroniska B2B-marknader för att minska de ekonomiska risker som uppstår i samband med illojala eller olagliga affärsmetoder på dessa marknader. Det finns en möjlighet att de elektroniska B2B-marknaderna bidrar till en förbättrad effektivitet genom att transaktionskostnaderna minskar och konkurrensen stärks, men detta beror till stor del på hur villiga företagen är att använda dem. För att undanröja de potentiella hinder som beror på brist på förtroende för de elektroniska B2B-marknaderna tänker kommissionen vidta följande åtgärder:

- I nära samarbete med medlemsstaterna analysera gällande nationell lagstiftning om illojala handelsmetoder på elektroniska B2B-marknader, i syfte att identifiera möjliga luckor och/eller behov för harmonisering på EU-nivå.
- Uppmuntra aktörerna att komma överens om eller se över uppförandekoder för att främja de principer om rättvis handel på de elektroniska B2B-marknaderna som beskrivs i detta meddelande. Kommissionen är beredd att underlätta processen för att skapa samförstånd mellan handelspartner genom att sammanföra alla berörda aktörer på branschnivå och förklara vilka rättsliga bestämmelser som måste följas.
- Inleda en undersökning av vilken ekonomisk inverkan de elektroniska B2B-marknaderna har på de europeiska företagens konkurrenskraft och produktivitet, och därvid analysera de direkta och indirekta kostnaderna och fördelarna för dem som använder dessa marknader. Resultaten av denna undersökning kommer att diskuteras med aktörerna så att dessa kan optimera sina affärsstrategier på de elektroniska B2B-marknaderna.
- Erbjuder sammanhängande information om hur konkurrensreglerna tillämpas på elektroniska B2B-marknader för att ge vägledning om konkurrensfrämjande beteende.

Syftet med detta meddelande är att uppmantra en intensivare dialog mellan aktörer på elektroniska B2B-marknader när det gäller att respektera principerna om rättvis handel och säkerhetsbestämmelser. Detta borde leda till att möjliga hinder för användandet av sådana elektroniska handelsformer undanröjs, och få en positiv inverkan på affärsmetodernas effektivitet och de europeiska företagens konkurrenskraft. Kommissionen kommer via den europeiska portalen för e-handel regelbundet att rapportera om de framgångar som uppnåtts.