

Yttrande från Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om Förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om åtgärder mot geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kundernas nationalitet, boplatssort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG

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

(2017/C 034/14)

Föredragande: **Joost VAN IERSEL**

Remiss	Europaparlamentet, 9.6.2016 Europeiska unionens råd, 10.6.2016
Rättslig grund	Artikel 114 i fördraget om Europeiska unionens funktions- sätt [COM(2016) 289 final – 2016/0152 (COD)]
Ansvarig facksektion	Inre marknaden, produktion och konsumtion
Antagande av facksektionen	4.10.2016
Antagande vid plenarsessionen	19.10.2016
Plenarsession nr	520
Resultat av omröstningen (för/emot/nedlagda röster)	216/3/6

1. Slutsatser och rekommendationer

1.1 EESK välkomnar förslaget till förordning om geoblockering, både för företag och för konsumenter, som ett nödvändigt inslag i strategin för den digitala inre marknaden. Förordningen utgör dock enbart ett litet steg och skapar ingen radikal förändring av situationen. Företag och kunder – både konsumenter och företag i egenskap av slutanvändare – kommer även fortsättningsvis att ställas inför stora svårigheter när de vill sälja och köpa på den inre marknaden.

1.2 EESK uppmanar Europeiska kommissionen och rådet att fastställa ambitiösa och väldefinierade rättsliga bestämmelser för att skapa en framgångsrik digital inre marknad till förmån för konsumenter och företag, vilket också är en förutsättning för att skapa en motståndskraftig europeisk ekonomi gentemot resten av världen. Sådana arrangemang skulle också främja en positiv bild av EU.

1.3 Det återstår att se huruvida denna förordning verkligen kommer att minska konsumenternas frustration. Även om traditionell offlinehandel även i framtiden kommer att vara viktig är antalet företag som för närvarande bedriver gränsöverskridande onlinehandel fortfarande ganska begränsat. Potentialen för att köpa och sälja på nätet, i synnerhet över gränserna, är dock enorm.

1.4 Man måste omgående skapa lika villkor för offline- och onlinehandel. EU bör därför inte bara fokusera på att sätta stop för omotiverad geoblockering, utan också på att ta itu med de återstående hinder på den inre marknaden som försvårar för näringsidkare eller avskräcker dem från att sälja online och/eller offline över gränserna.

1.5 Förtroendet hos företag och konsumenter bör främjas genom att andra rättsliga bestämmelser antas parallellt. Några av de viktigaste bland dessa är en förordning om paketleveranser⁽¹⁾ – för att minska transportproblemen och kostnaderna genom rättvis konkurrens, som även inbegriper sociala bestämmelser och som till fullo respekterar EU:s lagstiftning på detta område – och en väl avvägd översyn av EU:s upphovsrättslagstiftning.

⁽¹⁾ EESK:s yttrande om förslaget till förordning om gränsöverskridande paketleveranstjänster, som kompletterar de förslag som läggs fram i detta yttrande (se sidan 106 i detta nummer av EUT).

1.6 EESK motsätter sig omotiverad geoblockering. Kommittén erkänner dock ett rad välgrundade skäl som företag, särskilt små och medelstora företag samt mikroföretag, kan ha för att undvika eller vägra att bedriva gränsöverskridande onlinehandel eller för att anpassa priser och/eller villkor till följd av skillnader mellan marknader. Dessa rör bland annat olika rättsliga förutsättningar, ytterligare nationella krav, ytterligare transportkostnader, språkrav på förhandsinformation samt back office-krav.

1.7 EESK understryker att motiverad geoblockering till följd av de stora skillnaderna mellan medlemsstaternas industripolitik och olika rättsystem hindrar spontan utveckling av små och medelstora företag och expanderande företag som bedriver verksamhet i hela Europa. Dessa skillnader undergräver i sin tur också den insyn och förutsägbarhet som så väl behövs för att stimulera investeringar och lugna marknaderna i den digitala tidsåldern.

1.8 Den föreslagna förordningen medför med rätta inte några skyldigheter för näringsidkare att leverera varor till eller tillhandahålla tjänster i kundens land om näringsidkaren (ännu) inte levererar till eller bedriver verksamhet i det berörda landet.

1.9 Alla kunder på den inre marknaden kommer helt korrekt att ha tillgång till alla erbjudanden och få köpa varan eller tjänsten så länge de ordnar hämtning av varan eller tar emot tjänsten i ett område där näringsidkaren redan är verksam, vilket helt rimligt ger näringsidkarna möjlighet att tillämpa hemlandets regler.

1.10 EESK välkomnar dessutom de informationskrav som åläggs näringsidkarna för att öka insynen och informationen till kunderna, i linje med 2011 års konsumenträttsdirektiv. En informativ EU-webbplats kan här vara till hjälp. I enlighet med 2011 års konsumenträttsdirektiv är företagen skyldiga att säkerställa pristransparens. EESK uppmanar företagen att gå längre än miniminormerna för att vinna konsumenternas förtroende.

1.11 EESK välkomnar de preliminära resultaten av den utredning om e-handelssektorn som nyligen offentliggjordes av Europeiska kommissionen⁽²⁾, särskilt att e-handeln är en viktig drivkraft för pristransparens och priskonkurrens. Omotiverad geoblockering hindrar denna naturliga utveckling.

1.12 Vissa aspekter behöver dock klargöras ytterligare. Detta gäller särskilt följande:

1.12.1 Formuleringen om fastställande av tillämplig lag (i artikel 1.5 anges att näringsidkaren kan "sälja" på samma sätt som denne gör på hemmaplan, utifrån hemlandets regler) måste omgående förtydligas.

1.12.2 Service efter försäljningen (vid fall av bristande överensstämmelse, kostnader för att skicka tillbaka varan, ersättningsalternativ m.m.) omfattas inte uttryckligen av förordningen och regleras därför genom 2011 års konsumenträttsdirektiv. En hänvisning bör införas i förordningen om geoblockering till relevant tillämplig EU-lagstiftning. Detta kräver ytterligare övervägande.

1.12.3 Vissa viktiga bestämmelser, t.ex. artikel 7 om sanktioner vid överträdelse och artikel 8 om kundstöd, överläter ansvaret för genomförandet av förordningen till medlemsstaterna. Det måste säkerställas att eventuella skiljaktiga tolkningar inte leder till ökad fragmentering och därigenom en försvagning av förordningens effekter. EESK välkomnar kommissionens avsikt att inrätta en EU-omfattande modell för klagomål för konsumenterna⁽³⁾.

1.13 Det datum som nämns i artikel 11 för tillämpning av artikel 4.1 b, det vill säga den 1 juli 2018, bör hållas öppet och endast fastställas i ett senare skede, beroende på hur lång lagstiftningsprocessen blir.

1.14 EESK stöder kommissionens förslag om ett enhetligt klagomålsformulär.

⁽²⁾ Utredningen offentliggjordes i maj 2015 och de första resultaten offentliggjordes den 15 september 2016.

⁽³⁾ Med tanke på skillnaderna mellan länderna är detta ingen lätt uppgift. Frågan diskuteras för närvarande mellan kommissionen och rådet.

2. Inledning

2.1 Både den digitala omvandlingen av företag och digitala marknadsplatser sprider sig snabbt i hela världen. Med tanke på de oerhörda konsekvenserna av dessa dynamiska processer har kommissionen med rätta förklarat att den digitala inre marknaden är en av dess främsta prioriteringar.

2.2 Kommittén är också starkt engagerad i diskussioner om den digitala omvandlingen. EESK har redan i en rad yttranden kommenterat de övergripande och horisontella aspekterna av digitalisering och förslag som rör specifika frågor som lagts fram av kommissionen⁽⁴⁾.

2.3 EESK anser att den digitala revolutionen kräver stabila villkor för att främja den inre marknaden i denna nya era. Dessa villkor måste definieras genom en lämplig – ny och/eller reviderad – rättslig ram som garanterar medborgarnas och konsumenternas rättigheter. Dessutom bör företagen uppmuntras att använda digitala verktyg och innovativa lösningar för att bedriva verksamhet över gränserna.

2.4 Samtliga 16 lagstiftningsförslag och andra förslag som ingår i paketet för den digitala inre marknaden måste beaktas fullt ut från denna utgångspunkt, och samma sak gäller förslaget om geoblockering.

2.5 Utvärderingen av nuvarande praxis visar tydligt att det fortfarande finns många hinder för gränsöverskridande onlinetransaktioner. Begränsad gränsöverskridande marknadsutveckling är ofta inte en följd av orättvis marknadssegmentering, utan ett resultat av näringsidkarnas osäkerhet kring konsumenternas attityder och kvarstående administrativa hinder, olika regelverk och språkbarriärer. Den här typen av osäkerhet skadar också konsumenternas förtroende.

2.6 Brist på information bidrar också till att e-handeln (både köp och försäljning) ökar snabbt på nationell nivå men fortfarande är underutvecklad i gränsöverskridande sammanhang.

2.7 Det finns också betydande skillnader i gränsöverskridande handel mellan sektorer, större och mindre företag och typer av aktörer såsom återförsäljare eller grossister och webbplatser, medan volymen för internationell onlinehandel varierar avsevärt mellan medlemsstaterna.

2.8 Situationen är komplicerad. För att främja nödvändiga lika konkurrensvillkor och öppna lösningar för företag och konsumenter bör lagstiftningspaketet för den digitala inre marknaden genomföras på ett konsekvent sätt, samtidigt som andra rättsliga bestämmelser om närliggande frågor, till exempel om moms, paketleveranser, avfallshantering och konsumenträtt, bör vara fullt förenliga.

2.9 Ekonomiska och tekniska trender är oåterkalleliga. I en värld där onlinehandeln ändå kommer att öka måste målet att skapa lika konkurrensvillkor i Europa för både allmänheten och företag uppnås så snart som möjligt.

3. Ett brett tillämpningsområde

3.1 I vår tid av omvälvande utveckling befinner sig industrin – såväl tillverknings- som tjänsteindustrin – i ständig omvandling, nya affärsmodeller inom delningsekonomin växer fram och handelsmetoder anpassas i enlighet med detta. Sociala medier och tjänster påverkar på ett grundläggande sätt utvecklingen av nya mönster för att handla med och köpa varor. Detta får enorma konsekvenser för både företagen och konsumenterna. EU bör anpassa befintlig och ny lagstiftning till de nya marknadsförhållandena, utan att anta någon tungrodd strategi, för att inte hindra utvecklingen av nya affärsmodeller och innovativa strategier.

3.2 Geoblockering strider mot en grundläggande princip för den inre marknaden. Även om det ofta finns motiverade skäl för särbehandling i fråga om priser eller villkor, som exempelvis beror på den marknadsfragmentering som fortfarande förekommer eller skillnader mellan nationella marknader, kommer såväl företag som konsumenter att dra nytta av en öppen och konkurrensutsatt marknad som skapar valmöjligheter och bättre kvalitet till rimliga priser.

⁽⁴⁾ EUT C 264, 20.7.2016, s. 86.
EUT C 264, 20.7.2016, s. 57.
EUT C 264, 20.7.2016, s. 51.
EUT C 71, 24.2.2016, s. 65..

3.3 Betydelsen av e-handeln mellan företag och konsument (B2C) – där konsument och företag är slutanvändare – måste ses i ett större sammanhang. Företagen måste – i dag mer än någonsin – vara nyskapande och arbeta effektivt till måttliga priser. Nya genombrott flyttar gränserna och hjälper företagen att bli mer robusta och motståndskraftiga. Av bland annat denna anledning stöder EESK till fullo målet att undanröja all diskriminering av kunder på grund av nationalitet och/eller bosättningsort.

3.4 Huruvida man vill satsa internationellt är och förblir dock helt upp till det enskilda företaget. Det finns konkreta exempel som visar att (den stora) majoriteten av företagen väljer att satsa på den nationella marknaden.

3.5 Jämfört med Förenta staterna släpar Europa fortfarande efter. De kinesiska och indiska digitala sektorerna är på väg att nå en stark ställning. Bland de 20 främsta internetföretagen i världen återfinns inte ett enda europeiskt företag. Enligt internationella studier går Europa i spetsen när det gäller nystartade företag. Den fragmenterade europeiska marknaden hindrar emellertid den spontana utvecklingen av nystartade och expanderande företag som bedriver verksamhet i hela Europa. Marknadssegmentering hämmar ofta utvecklingen på marknaden.

3.6 Kommissionen gör med rätta åtskillnad mellan motiverad och omotiverad geoblockering. Motiverad geoblockering inom handel mellan företag och konsument sker främst på grund av fragmenteringen av EU:s marknad och situationer som inte är öppna för insyn.

3.7 Det är en mycket talande sidoeffekt av kampen mot geoblockering att (nya) brister på den inre marknaden avslöjas tydligt. Det är viktigt att från fall till fall noggrant analysera huruvida det finns skäl till begränsningar av tillgången till en viss tjänst eller till olika behandling i fråga om pris och/eller villkor på grund av nationalitet eller bosättningsort.

3.8 En bild av potentiell geoblockering och marknadsutveckling på en stor hemmamarknad som t.ex. Förenta staterna skulle ha varit till stor nytta, oavsett hur svår och dyr en sådan analys skulle vara att utföra. Den skulle möjligen ha kunnat utgöra en förebild för Europa. Liksom i Europa kan enskilda amerikanska delstater också ha vissa rättsliga befogenheter som försvårar landsomfattande verksamhet, men dessa är helt klar mindre omfattande än i Europa. Fri företagsamhet och konsumenters efterfrågan främjar förmodligen till övervägande del e-handel mellan företag och konsument, vilket skapar en gynnsam miljö för konkurrens samt för snabbväxande nystartade företag och expanderande företag på den amerikanska hemmamarknaden.

3.9 En sådan bild skulle kunna bidra till att utvärdera den eventuella framtida utvecklingen i Europa. Kommissionens analyser, som bygger på undersökningar inom företag, beskriver nuvarande praxis på marknader som huvudsakligen är av nationell karaktär. Exemplet med Förenta staterna kan illustrera den verkliga potentialen för ekonomisk verksamhet inom e-handel mellan företag och konsument när alla större hinder har undanröjts.

3.10 Att främja gränsöverskridande försäljning är redan sedan en tid tillbaka en fråga på EU:s dagordning. En rad direktiv – t.ex. tjänstedirektivet från 2006 och 2011 års direktiv om konsumenträttigheter – har införts. I dessa betonas konsumentskyddet, samtidigt som de syftar till att tvinga företag att garantera tillräcklig insyn för konsumenten och stoppa omotiverad gränsöverskridande diskriminering.

3.11 EESK beklagar att otillräckligt genomförande, felaktig tillämpning och bristfällig tillsyn av befintlig EU-lagstiftning ofta leder till bestående hinder.

3.12 Hittills har dock effekterna av rättsliga bestämmelser för att främja gränsöverskridande e-handel varit begränsade. Utifrån omfattande marknadsundersökningar och enkäter bland företag och konsument drar kommissionen slutsatsen att även om köp på nätet har blivit normalt för konsument utgör gränsöverskridande e-handel fortfarande ett undantag. Endast hälften av de företag som säljer online gör så över gränserna⁽⁵⁾.

⁽⁵⁾ Se konsekvensbedömningen av geoblockering och andra former av diskriminering på grund av bosättningsort, etableringsort eller nationalitet i Europa (COM(2016) 289 final, s. 2). Kommissionen slog emellertid i sitt meddelande om tjänster från 2012 med rätta fast att företagen själva har rätt att bestämma vilket geografiskt område de vill inrikta sin verksamhet på inom EU, även vid försäljning online.

3.13 EESK instämmer i att gränsöverskridande restriktioner kopplade till nationalitet eller bosättningsort undergräver förtroendet för den inre marknaden och därför bör bekämpas. På grundval av omfattande undersökningar skulle det vara motiverat att dra slutsatsen att det finns ett överväldigande stöd bland både konsumenter och företag för att öppna den europeiska marknaden för e-handel mellan företag och konsumenter. Europaparlamentet är av samma uppfattning ⁽⁶⁾.

4. Det aktuella läget

4.1 För att förbättra gränsöverskridande köp och försäljning har kommissionen utarbetat en rad åtgärder på olika områden, till exempel momsregistrering och momsregler för e-handel, paketleveranser, reform av upphovsrätten och en översyn av förordningen om konsumentskyddssamarbete. Det är också mycket viktigt att vertikala avtal mellan leverantörer och distributörer och unilaterala åtgärder från enskilda företag ligger helt i linje med EU:s konkurrenspolitik.

4.2 Förslaget till förordning om geoblockering ingår i detta övergripande paket. Det bör noteras att ett antal viktiga sektorer inte omfattas av förordningen, t.ex. patienter/hälso- och sjukvårdssektorn, persontrafik på järnväg, finansiella tjänster (till privatpersoner och mindre företag), elektroniska musikformat, audiovisuella tjänster samt vissa former av spelverksamhet. Tanken är att dessa sektorer kräver sektorsspecifika bestämmelser som, enligt EESK, bör införas så snart som möjligt för att fylla luckor i lagstiftningen för den digitala inre marknaden.

4.3 Samma sak gäller den mycket viktiga frågan om upphovsrätt. Trots att upphovsrättsliga frågor med rätta är undantagna från det aktuella förslagens tillämpningsområde, även om det definitivt finns ett samband, uppmanar EESK kommissionen att vidta lämpliga åtgärder för att bekämpa fragmenteringen på detta område, minska konsumenternas frustration och bidra till att skapa en verklig digital inre marknad.

4.4 I sammanfattningen av 2015 års offentliga samråd om geoblockering drar man slutsatsen att både konsumenter och företag generellt sett är missnöjda med den nuvarande fragmenteringen av den inre marknaden. Det verkar dock som att företag och näringslivsorganisationer accepterar den nuvarande situationen, som man anser beror på de olika rättssystemen i de enskilda medlemsstaterna ⁽⁷⁾.

4.5 EESK konstaterar att det är viktigt för små och medelstora företag att förslaget inte medför en skyldighet att leverera i hela Europa. Små och medelstora företag kommer emellertid helt klart att gynnas av möjligheterna ⁽⁸⁾ att kunna sälja produkter och tjänster över hela kontinenten, särskilt i gränsregioner, samtidigt som de i egenskap av slutanvändare har samma rättigheter som konsumenter, vilket är användbart när de köper varor och tjänster från andra medlemsstater. EESK betonar dessutom att ett framgångsrikt genomförande av förordningen om paketleveranstjänster är nödvändigt för att stödja och stimulera gränsöverskridande handel.

4.6 Skillnaderna mellan rättssystemen kan bidra till att förklara åtskillnaden mellan motiverad och omotiverad geoblockering. Bortsett från den kategori av företag som helt enkelt bestämt sig för att inte satsa internationellt kan företagens tveksamhet när det gäller avskaffandet av geoblockering till stor del tillskrivas deras nuvarande osäkerhet avseende varierande praxis runt om i Europa som utgör ett hinder för internationell handel.

4.7 Konsumenterna har många klagomål när det gäller gränsöverskridande handel, även om det tillgängliga urvalet är ganska begränsat och ytterligare bedömningar skulle vara önskvärda. Klagomålen omfattar en rad olika frågor, såsom brist på information, leveransbegränsningar eller vägran att leverera, att ingen motivering eller förklaring lämnas när kunden nekas att köpa varor eller tjänster, omdirigering, prisskillnader, att vissa kreditkort inte tas emot, differentiering utifrån fakturerings- och leveransadress och språk. Vissa av dessa beror på skillnader mellan rättssystemen. Andra, som däremot är ett resultat av avtalsklausuler eller samordnade förfaranden och leder till en relativt omfattande vertikal marknadssegmentering, dvs. som är personbaserade, bör förbjudas ⁽⁹⁾. Det är avgörande att man stärker konsumenternas och företagets förtroende för internetmarknaderna i syfte att stimulera den gränsöverskridande e-handeln på ett sätt som gynnar såväl konsumenter som företag och medborgare.

⁽⁶⁾ Se Europaparlamentets resolution av den 19 januari 2016 om "Vägen mot en rättsakt för den digitala inre marknaden" (2015/2147 (INI)), kapitel 2.

⁽⁷⁾ Sammanfattning av svaren på kommissionens offentliga samråd 2015 om geoblockering, s. 15.

⁽⁸⁾ Se europeiska småföretagaralliansen (European Small Business Alliance, ESBA).

⁽⁹⁾ Se även diskussionsdokumentet med en presentation av de första resultaten av den branschutredning av e-handeln som utförts av GD Konkurrens, SWD(2016) 70 final, se punkt 7.

4.8 Utöver tillämpningen av olika behandling i fråga om pris, villkor eller andra aspekter för tjänster som tillhandahålls vid samma tidpunkt och på samma plats (till exempel genom spårning av IP-adresser eller profilering) bör omotiverad geoblockering förbjudas. Det finns inget som motiverar olika behandling på ett systematiskt sätt när det gäller tjänster som biluthyrning, nöjesparker eller hotell. Tillfälliga erbjudanden eller prisskillnader, till exempel under skollov (dvs. på tillfällig och horisontell basis), bör emellertid tillåtas.

4.9 Avtalsenliga gränsöverskridande försäljningsrestriktioner förekommer i många olika former och avtalsenliga territoriella begränsningar återfinns inom alla produktkategorier⁽¹⁰⁾. Vissa begränsningar som verkar omotiverade är dock i praktiken acceptabla, t.ex. det vanliga exemplet med olika prissättning. Kommissionen talar med rätta om en gräzon⁽¹¹⁾ i detta sammanhang. Skillnader i pris kan exempelvis (åtminstone delvis) förklaras med olika marknader, olika kategorier av konsumenter som är målgruppen och de merkostnader som orsakas av skilda eller ytterligare nationella bestämmelser och juridisk rådgivning, betaltjänster, leveranser och hantering av returerna⁽¹²⁾.

4.10 Negativa uppfattningar och motsvarande klagomål som avser den inre marknadens falska löften är utbredda bland såväl konsumenter som företag. Dessa klagomål rör i princip två överlappande fenomen: nationell industripolitik och skillnader i lagstiftning.

4.11 EESK har ofta kritiserat att de 28 medlemsstaterna bedriver sin egen industripolitik, eftersom ett nationellt fokus på industripolitik hämmar EU-omfattande näringsverksamhet och i synnerhet undergräver små och medelstora företags möjligheter till gränsöverskridande verksamhet. Osamordnade nationella åtgärder som tydligt saknar enhetlighet, där så vore lämpligt, hindrar gränsöverskridande planering. Oförutsägbara eller godtyckliga statliga åtgärder skapar ytterligare osäkerhet.

4.12 Dagens situation är mycket brokig: Det förekommer olika nationella standarder och olika certifieringssystem, vissa webbplatser är blockerade för att förhindra försäljning till ett annat land, betalningssystemen varierar vanligtvis, språkraven kan omöjliggöra handel, marknadskontrollmyndigheter ställer ibland ytterligare krav⁽¹³⁾ och befintliga EU-direktiv genomförs dåligt eller inte alls. Ett välkänt exempel är artikel 20 i tjänstedirektivet, som medlemsstaterna systematiskt ignorerar, även om det just i detta fall är oklart hur artikeln ska genomföras på ett korrekt sätt. Alla dessa faktorer undergräver både öppenheten på marknaden och de lika konkurrensvillkor som eftersträvas.

4.13 Den inre marknaden är en central fråga. Onlinesamhället medför ett större fokus på den inre marknaden. Företag och konsumenter i hela EU förs närmare varandra. Genom ett enda klick har man plötsligt ett enormt antal alternativ och valmöjligheter. Möjligheterna till specialiseringar och finjusterade lösningar kan växa exponentiellt. Man bör dock komma ihåg att det även med en perfekt fungerande inre marknad fortfarande skulle finnas skillnader mellan regionerna.

4.14 Artificiella hinder står i vägen för företagens (särskilt de små och medelstora företagens) spontana utveckling. Företagen söker samordnade åtgärder för att kringgå problem eller övervinna hinder i syfte att säkra marknadspositioner. Vertikala och horisontella avtal mellan näringsidkare och distributörer samt olika former av marknadssegmentering som allmänt anses utgöra omotiverad geoblockering måste ofta också ses som defensiva insatser mot vad företagen anser vara godtyckliga nationella hinder. Leveranskostnader och kostnader för service efter försäljning kan exempelvis bli högre än väntat på grund av nationell politik. Ett företag som är skyldigt att leverera under alla omständigheter kan ha svårt att uppfylla sina skyldigheter under okända förhållanden.

4.15 I vissa fall utnyttjas gränsöverskridande mellanhänder för att minska nationella problem mellan företag i ursprungslandet och kunder i ett annat land. Hur nyttiga dessa än kan vara underlättar de i allmänhet inte direktkontakter mellan leverantörer och kunder.

⁽¹⁰⁾ Se föregående fotnot, punkterna 98 och 99.

⁽¹¹⁾ Se föregående fotnot, punkt 102. Denna gräzon bör definieras tydligare.

⁽¹²⁾ Se föregående fotnot, punkt 114.

⁽¹³⁾ Se Tyskland som exempel.

4.16 Det råder ingen tvekan om att omotiverad geoblockering måste kartläggas och bekämpas, men EESK understryker att man i samband med insatserna för att skapa korrekta villkor måste dra rätt slutsatser av den pågående fragmenteringen av den inre marknaden till följd av olika nationella tillvägagångssätt.

Bryssel den 19 oktober 2016.

Georges DASSIS
*Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs
ordförande*
