

**SV**

**SV**

**SV**



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 22.10.2009  
KOM(2009)557 slutlig

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

**om gränsöverskridande e-handel mellan företag och konsument i EU**



EU som köpt åtminstone en vara på nätet under det senaste året från 27 % till 33 %, medan den gränsöverskridande näthandeln förblev stabil (från 6 % till 7 %)<sup>2</sup>.

5. De europeiska konsumenterna är medvetna om att det finns fördelar med gränsöverskridande handel, även om de inte utnyttjar dem ännu. En tredjedel av EU:s konsumenter kan tänka sig att köpa varor eller tjänster från en annan medlemsstat på nätet om de är billigare eller bättre än dem som de kan köpa i vanliga butiker<sup>3</sup>. Ungefär lika många är också villiga att köpa varor på ett annat språk och 59 % av detaljisterna skulle kunna tänka sig att utföra transaktioner på mer än ett språk<sup>4</sup>.
6. Gränsöverskridande handel motiverar företagen att öka sin kundkrets och att slå sig in på nya marknader. Trots detta är det få nätbutiker som är beredda att betjäna utländska kunder. Även om 51 % av detaljisterna i EU-27 säljer sina varor på nätet är det bara 21 % som erbjuder försäljning över gränserna. De detaljister som säljer sina varor till konsumenter i andra länder gör det oftast bara till ett fåtal andra medlemsstater: endast 4 % av dem handlar med tio eller fler medlemsstater och de flesta av dem handlar bara med en eller två medlemsstater<sup>5</sup>.

## FÖRDELARNA MED EN INTEGRERAD INRE MARKNAD FÖR NÄTHANDEL

### Större chanser att hitta billigare erbjudanden

7. Gränsöverskridande näthandel ökar konsumenternas möjligheter att spara pengar eftersom ett större antal nätbutiker säljer samma produkt. För konsumenterna blir de potentiella möjligheterna att spara pengar tydliga först under själva inköpsprocessen, då de letar efter produkter och jämför priser. Resultatet av ett EU-omfattande test av nätbutiker ger en fingervisning om vilka besparingar konsumenterna skulle kunna göra vid verkliga gränsöverskridande transaktioner.
8. Testshoppare i de 27 medlemsstaterna fick en lista över 100 populära produkter som de skulle leta efter på Internet och notera det totala pris som de skulle ha betalat för varorna om de verkligen hade genomfört köpen. När de hittade både inhemska och gränsöverskridande erbjudanden kunde man jämföra priserna, inklusive leveranskostnader. Diagram 1 visar vilka möjligheter det finns för konsumenterna att spara pengar genom att handla över gränserna, även när man utgår ifrån att det skulle krävas att priset är 10 % lägre för att konsumenterna ska lockas att handla över nationsgränserna<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Special Eurobarometer 298: *Consumer protection in the internal market* (2008).

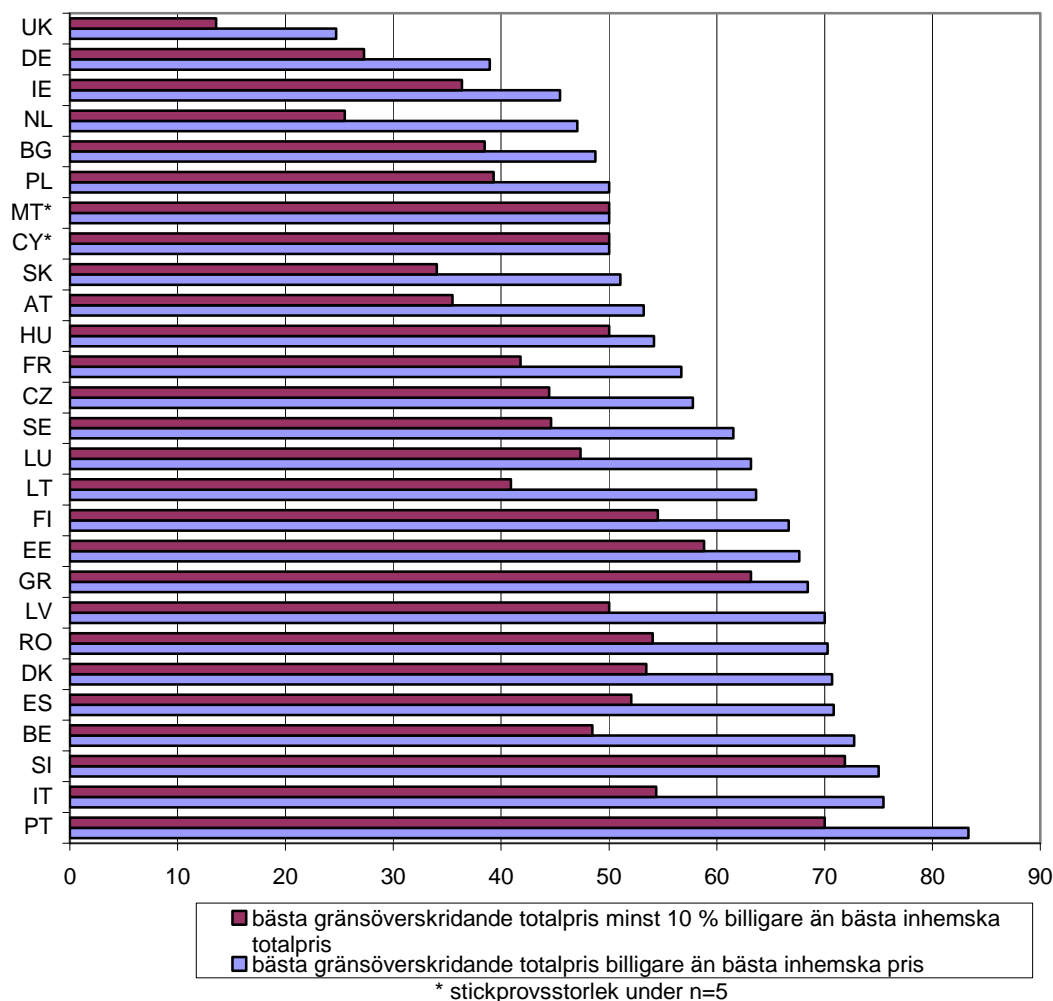
<sup>3</sup> Special Eurobarometer 254: *Internal Market — Opinions and experiences of Citizens in EU-25* (2006).

<sup>4</sup> Special Eurobarometer 298 (2008); Flash Eurobarometer 224: *Business attitudes towards cross-border sales and consumer protection* (2008).

<sup>5</sup> Flash Eurobarometer 224 (2008).

<sup>6</sup> *Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU*, YouGovPsychonomics, uppgifter insamlade på uppdrag av Europeiska kommissionen, 2009.

**Diagram 1. Den procentuella andelen sökningar där det bästa gränsöverskridande erbjudandet var billigare eller minst 10 % billigare än det bästa inhemska erbjudandet**



Källa: YouGovPsychonomics (2009)

9. I 13 av de 27 EU-medlemsstaterna (Portugal, Italien, Slovenien, Spanien, Danmark, Rumänien, Lettland, Grekland, Estland, Finland, Ungern, Cypern och Malta) kunde testshopparna i åtminstone hälften av fallen hitta erbjudanden i andra länder som var minst 10 % billigare än de bästa inhemska erbjudandena. Det här resultatet bekräftar att gränsöverskridande inköp ökar chanserna att hitta samma produkter till ett billigare pris (inklusive alla omkostnader)<sup>7</sup>.

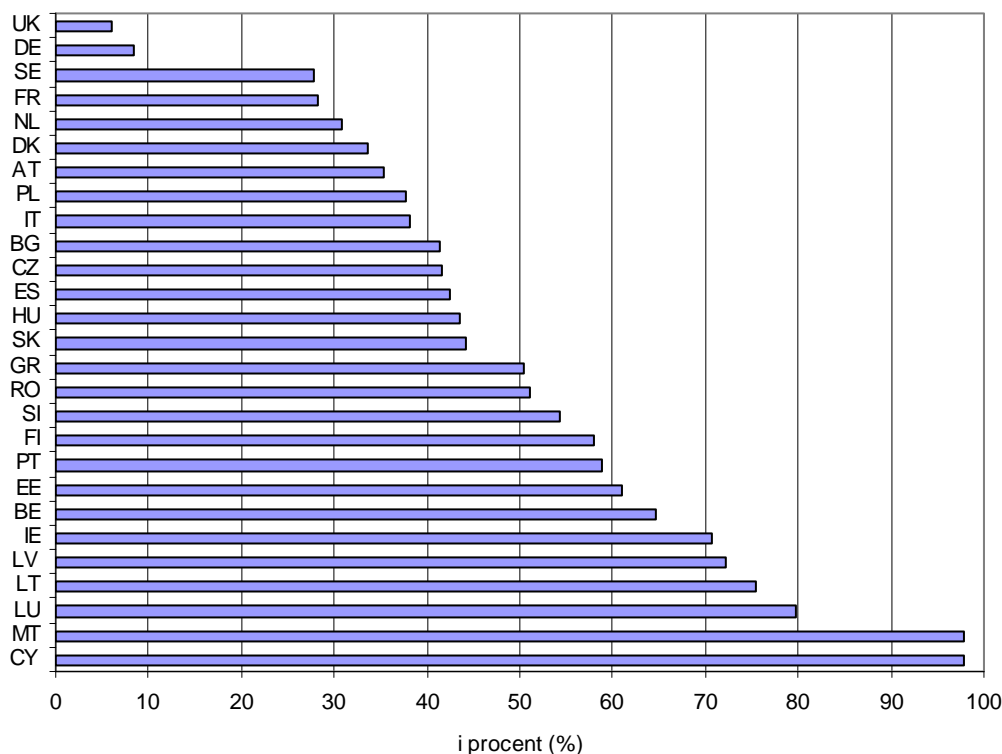
### **Tillgång till produkter som inte finns på den inhemska marknaden**

10. I flera länder finns många produkter inte tillgängliga via Internet. Gränsöverskridande näthandel har därför den inneboende fördelen att den ger konsumenterna möjlighet att hitta produkter som de inte kan få tag på på nätet i sitt

<sup>7</sup> YouGovPsychonomics (2009). Resultaten för Cypern och Malta bör tolkas med försiktighet eftersom det fanns mycket få inhemska erbjudanden att jämföra med (se diagram 1).

eget land. Den inre marknaden har därför en enorm potential att kunna utveckla en s.k. *long tail* av produkter som inte skulle vara ekonomiskt lönsamma att enbart distribuera nationellt, särskilt i de mindre medlemsstaterna.

**Diagram 2. Procentandel produktsökningar där endast gränsöverskridande erbjudanden påträffades**



Källa: YouGovPsychonomics (2009)

- Det EU-omfattande testet av nätbutiker visade att det i vissa länder var mycket svårt att hitta inhemska erbjudanden på nätet för de flesta av produkterna (se diagram 2). Detta gäller särskilt mindre marknader, vilket innebär att det enda sättet för konsumenterna i de länderna att köpa just de produkterna är att köpa dem från en butik i ett annat land, om butiken är villig att leverera produkterna utomlands. Testshoppare i Cypern, Malta och Luxemburg men också i Litauen, Lettland, Irland, Belgien, Estland, Portugal och Finland kunde inte hitta åtminstone hälften av testprodukterna i inhemska nätbutiker<sup>8</sup>.

#### OMFATTNINGEN AV UPPDELNINGEN AV DEN INRE MARKNADEN FÖR NÄTHANDEL

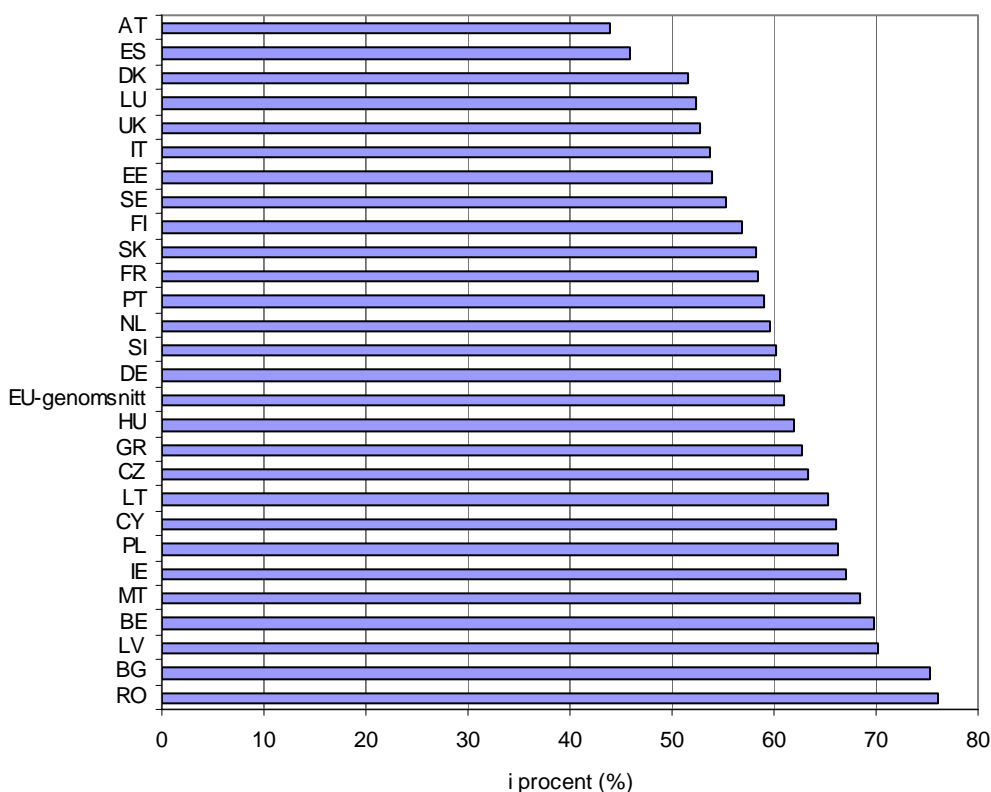
- Tvärtemot vad man skulle kunna tro med tanke på att det ligger i e-handelns natur att vara ”gränslös”, har konsumenterna dessvärre inte lika tillgång till gränsöverskridande erbjudanden. I vissa länder är det föga troligt att konsumenterna kan hitta utländska nätbutiker som är villiga att ta emot beställningar från dem. Även om vissa erbjudande tekniskt sett är tillgängliga för konsumenterna som letar efter dem

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

på nätet kommer webbplatserna någon gång under beställningsprocessen att avsluta transaktionen.

13. Det EU-omfattande testet av nätbutiker visar hur stort detta problem är. Totalt utfördes 10 964 gränsöverskridande tester. I genomsnitt var det bara i 39 % av fallen teoretisk möjligt att göra en beställning hos en nätbutik som inte fanns i samma land som konsumenten. 61 % av beställningarna skulle inte ha kunnat genomföras, antingen för att nätbutikerna vägrar att hantera beställningar från den berörda konsumentens land eller av andra anledningar (t.ex. på grund av tekniska problem eller för att en viss betalningsmetod inte finns tillgänglig)<sup>9</sup>.

**Diagram 3. Gränsöverskridande erbjudanden som var tekniskt tillgängliga för konsumenterna men där beställningen misslyckades**



*Källa: YouGovPsychonomics (2009)*

<sup>9</sup> YouGovPsychonomics (2009). Testerna omfattade att göra beställningar fram till och med den sista bekräftningssidan. Inga verkliga köp genomfördes.

14. Många nätbutiker är inte beredda att sälja varor till konsumenterna från alla EU-länderna. Testshopparna från Belgien, Bulgarien, Lettland, Malta och Rumänien hade de största svårigheterna (se diagram 3). Konsumenterna behandlas olika beroende på i vilket land de bor. Många testshoppare kunde t.ex. inte registrera sig på webbplatsen och fortsätta transaktionen, många webbplatser levererade inte varorna till det land där kunden bodde och många betalningsmöjligheter fanns inte omedelbart tillgängliga när det gällde gränsöverskridande transaktioner<sup>10</sup>.

#### **RÄTTSLIGA HINDER FÖR GRÄNSÖVERSKRIDANDE NÄTHANDEL**

15. Under många år har en av EU:s prioriteringar varit att i sin lagstiftning undanröja hinder för gränsöverskridande e-handel. För att uppnå en integrerad inre marknad för detaljhandel krävs dock ytterligare insatser. Kommissionens rapport från mars 2009 innehåller en omfattande analys av de hinder som håller tillbaka konsumenterna och företag<sup>11</sup>.
16. För detaljister i Europa är de främsta rättsliga hindren för gränsöverskridande e-handel att konsumentskyddsreglerna och andra bestämmelser om moms, återvinningsavgifter och upphovsrättsavgifter skiljer sig åt i de olika EU-länderna. Bestämmelserna tillämpas på markant skilda sätt i de olika medlemsstaterna, vilket ger upphov till ett komplicerat, kostsamt och oförutsägbart företagsklimat för de företag som överväger att sälja sina varor i andra länder. Att anta lagförslag som syftar till att avlägsna dessa hinder är därför av största betydelse för att man ska kunna ändra detaljisternas beteende, och därigenom ge konsumenterna bättre möjligheter.
17. Konsumenterna stöter på en rad olika problem när de försöker handla på nätet i ett annat land. Det är snarare regel än undantag att näthandlare vägrar att ta emot beställningar från konsumenterna som bor i ett annat land. Konsumenterna är inte heller säkra vad de ska göra eller vem de kan vända sig till om de stöter på problem, särskilt när det gäller att lösa tvister med utländska näthandlare.
18. Med tanke på att problemen är så komplicerade och knutna till varandra behövs det en flerdimensionell strategi. Nedan presenteras en rad åtgärds punkter i prioriteringsordning, baserade på en analys av de viktigaste utmaningar som återstår. Varje åtgärds punkt är viktig i sig men framsteg måste göras på alla punkter för att den gränsöverskridande näthandelns potential ska kunna tas till vara.

#### **Lösa problemet med de skiftande konsumentskyddsreglerna**

19. Det faktum att konsumentskyddsreglerna är så skiftande skapar tillsammans med lagvalsregler betydande extrakostnader för näringsidkare som vill sälja sina varor i flera olika medlemsstater, eftersom de måste följa flera olika regeluppsättningar. Förslaget till ett direktiv om konsumenträttigheter har som mål att avlägsna detta största hindret för en inre marknad för detaljhandel. Förslaget syftar till att slå ihop fyra befintliga konsumentskyddsdirektiv till en enda rättsakt, och därmed förenkla

---

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

<sup>11</sup> Kommissionens arbetsdokument: *report on cross-border e-commerce in the EU*, SEK(2009) 283, 5.3.2009.

och uppdatera de befintliga reglerna, avlägsna hinder för den inre marknaden<sup>12</sup> och undvika att näringsidkarna måste följa så många olika regler.

20. Förslaget kommer att skapa enhetliga bestämmelser inom ett specifikt område och garantera en hög gemensam konsumentskyddsnivå i hela gemenskapen. Näringsidkarna får möjlighet att sälja sina varor till konsumenter i 27 medlemsstater på samma villkor som på hemmamarknaden och de kan t.ex. använda samma standardvillkor i avtalen och samma informationsmaterial. Förslaget kommer därför att kraftigt minska näringsidkarnas kostnader för att följa lagstiftningen och samtidigt garantera ett gott konsumentskydd.
21. Dessutom kommer antagandet av förslaget att stärka konsumentskyddet och göra det lättare att verkställa gränsöverskridande näthandelskontrakt. Förslaget kommer också att göra det lättare för medlare att lösa tvister utanför domstol. Kommissionen uppmanar Europaparlamentet och rådet att prioritera detta förslag.

### **Säkra att artikel 20 i tjänstedirektivet tillämpas på ett effektivt sätt**

22. I artikel 20.2 i tjänstedirektivet försöker man komma tillrätta med ett av de främsta hindren för gränsöverskridande handel på ett innovativt sätt genom att särskilt kräva att medlemsstaterna sätter stopp för den diskriminering som näringsidkare som vägrar att sälja till vissa kunder på grund av deras nationalitet eller bosättningsort gör sig skyldiga till<sup>13</sup>.
23. Diskriminering förbjuds men enligt artikeln får dock näringsidkarna ”införa skillnader i villkoren när dessa är direkt motiverade av objektiva faktorer” vilket i vissa fall kan omfatta rättsliga hinder. Avlägsnandet av sådana hinder som beskrivs i detta meddelande kommer därför att komplettera artikel 20.2 genom att näringsidkarnas möjligheter att återöppna dessa kriterier minskas.
24. Med tanke på den betydelse som artikel 20.2 har för gränsöverskridande e-handel är det av högsta prioritet för kommissionen att se till att den genomförs fullt ut och tillämpas på ett effektivt sätt. Kommissionen hjälper därför medlemsstaterna att säkra genomförandet av bestämmelsen innan slutet av 2009 och har därefter för avsikt att aktivt övervaka att de nationella myndigheterna och domstolarna tillämpar bestämmelsen.

### **Ökad gränsöverskridande handel genom effektivare tillsyn**

25. Konsumenterna kommer att få mer förtroende för gränsöverskridande näthandel om de vet att konsumentskyddsmyndigheterna övervakar näthandlarnas affärsmetoder. Regelbundna, samordnade marknadskontroller mellan tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskydd, inom ramen för förordningen om konsumentskyddssamarbete, har gjort det möjligt för nationella myndigheter att utreda oegentligheter och säkra överensstämmelse med konsumentskyddslag<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Förslag till direktiv om konsumenträttigheter (KOM(2008) 614).

<sup>13</sup> Direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden.

<sup>14</sup> Förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen.

26. Den kontroll som genomfördes i maj 2009 när det gäller onlineförsäljning av elektronisk utrustning avslöjade oegentligheter på 55 % av webbplatserna. De vanligaste problemen gällde vilseledande, bristande eller ofullständig information om konsumenträttigheter, det totala priset och kontaktuppgifter till näthandlaren. Detta indikerar att det finns behov av att bestämmelserna i e-handelsdirektivet och konsumentskyddsreglerna tillämpas på ett bättre sätt. I den efterföljande genomförandefasen kommer medlemsstaterna att ta itu med gränsöverskridande oegentligheter genom att begära bistånd för utredningar och tillsyn från myndigheter i de andra medlemsstaterna<sup>15</sup>.
27. För att undanröja hinder, främja öppenhet och öka konsumenternas förtroende för näthandel och näthandlare måste medlemsstaterna se till att de tillämpar de befintliga reglerna på ett effektivare sätt. Kommissionen har nyligen lagt fram en rad rekommendationer om hur man ska kunna uppnå detta<sup>16</sup>.

### **Bekämpa otillbörliga affärsmetoder**

28. I direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder fastställs en samlad uppsättning regler om legitima och förbjudna affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter i hela EU<sup>17</sup>. För att säkra att näthandlare som vill sälja och göra reklam för sina produkter har enkla och förutsägbara regler att följa och att konsumenterna kan lita på näthandlarnas erbjudanden är det viktigt att de nationella tillsynsmyndigheterna ser till att direktivet genomförs på samma sätt i alla medlemsstater.
29. För att främja att direktivet tolkas och tillämpas på samma sätt överallt kommer kommissionen därför att före slutet av 2009 offentliggöra riktlinjer som bland annat omfattar de nya begrepp som introduceras i direktivet. Detta kommer att göra det lättare för seriösa näringsidkare att sälja sina varor i andra länder, i synnerhet på nätet. Effektivare gränsöverskridande tillsyn av lagstiftningen om otillbörliga affärsmetoder kommer att öka konsumenternas förtroende och uppmuntra seriösa näringsidkare eftersom det minskar illojal konkurrens från oseriösa företag.

### **Främja alternativa tvistlösningsystem och gränsöverskridande småmålsförfarande**

30. Utöver de befintliga tillsynsåtgärderna har man på EU-nivå infört system för att göra det lättare att vidta effektiva, korrigerande åtgärder: ett småmålsförfarande för gränsöverskridande tvister som trädde i kraft 2009 och som förenklar, påskyndar och minskar kostnaderna för behandling av krav som inte överstiger 2 000 euro, och ett direktiv om vissa aspekter på medling på privaträttens område<sup>18</sup>.
31. Genom nätverket av europeiska konsumentcentrum får konsumenterna också lättare tillgång till förfaranden utanför domstol i gränsöverskridande tvister. Via nätverket

---

<sup>15</sup> Se: [http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic\\_goods/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic_goods/index_en.htm)

<sup>16</sup> Meddelande av den 2 juli 2009 om tillsyn av konsumentregelverket (KOM(2009) 330 slutlig).

<sup>17</sup> Direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden.

<sup>18</sup> Förordning (EG) nr 861/2007 om inrättande av ett europeiskt småmålsförfarande; direktiv 2008/52/EG om vissa aspekter på medling på privaträttens område.

kan konsumenterna få kontakt med 400 alternativa tvistlösningsorgan i EU<sup>19</sup>. Kommissionen kommer att fortsätta att främja dessa förfaranden genom att offentliggöra en handbok om småmålsförfaranden för medborgarna, upprätta en e-juridikportal och göra ytterligare ansträngningar för att främja nätverket av europeiska konsumentcentrum.

### **Förenkla momsrapporteringskyldigheterna för distansförsäljare**

32. För närvarande måste näthandlare momsregistreras i varje land där deras årliga omsättning överstiger ett bestämt tröskelvärde. Det blir inte lättare av att tröskelvärdena och mervärdesskattesatserna varierar från ett land till ett annat.
33. Kommissionen har lagt fram ett förslag om att införa en enda kontaktpunkt för icke-etablerade skattepliktiga personer för att ge näringsidkare möjlighet att uppfylla vissa momsskyldigheter, t.ex. att registrera och deklarerar moms, i sin hemmedlemsstat. Kommissionen har också föreslagit att reglerna för distansförsäljning förenklas genom att man fastställer ett gemensamt EU-omfattande tröskelvärde på 150 000 euro<sup>20</sup>.
34. Idag måste distansförsäljare alltid utfärda en fullständig faktura med uppgift om moms även om en inhemsk leverantör som säljer samma vara till samma konsument inte behöver göra det. Kommissionen har föreslagit att man under vissa omständigheter inför en ”förenklad faktura” för distansförsäljare<sup>21</sup>.
35. Båda förslagen kommer att göra det betydligt enklare för gränsöverskridande distansförsäljare att uppfylla sina momsskyldigheter. Kommissionen uppmanar därför rådet att prioritera dessa förslag.

### **Minska den administrativa belastningen för nätföretagen i samband med avfall som utgörs av eller innehåller elektriska eller elektroniska produkter**

36. När det gäller gränsöverskridande försäljning av elektroniska produkter (en av de varukategorier som det är störst efterfrågan på online) finns det ytterligare rättsliga hinder. Den aktuella bristande harmoniseringen av de nationella genomförandebestämmelserna om avfall som utgörs av eller innehåller elektriska eller elektroniska produkter (direktivet om elektriskt och elektroniskt avfall) resulterar i olika avgifter och tröskelvärden för Internetåterförsäljares registrering och rapportering av elektriska och elektroniska produkter. Detta kan ha en avskräckande effekt på gränsöverskridande näringsidkare.
37. I det förslag som kommissionen nyligen lade fram har man kommit en bra bit på väg mot en harmonisering av genomförandet genom att vissa bestämmelser i direktivet har gjorts tydligare, inklusive dess räckvidd. I artikel 16 förslås att registrerings- och rapporteringskraven för tillverkarna i EU harmoniseras genom att man ser till att de nationella systemen för registrering är driftskompatibla. Detta skulle innebära att

---

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

<sup>20</sup> Förslag till rådets direktiv om ändring av direktiv 77/388/EEG i syfte att förenkla skyldigheterna på mervärdesskattområdet (KOM(2004) 728).

<sup>21</sup> Förslag till rådets direktiv om ändring av direktiv 2006/112/EG om ett gemensamt system för mervärdesskatt, när det gäller regler om fakturering (KOM(2009) 21).

tillverkare bara skulle behöva registrera sin verksamhet i en enda medlemsstat för hela EU, istället för att som nu registrera sig i varje enskild medlemsstat för sig<sup>22</sup>.

38. Kommissionens förslag skulle på ett betydande sätt bidra till att minska de praktiska problemen som konstaterats i det nuvarande systemet. Kommissionen uppmanar Europaparlamentet och rådet att prioritera detta förslag.

### **Praktiska lösningar för förvaltning av upphovsrättsavgifter**

39. Berörda parter på nationell och europeisk nivå försöker sedan 2006 hitta lösningar på praktiska problem i samband med gränsöverskridande förvaltning av upphovsrättsavgifter vid försäljning av tomma medier och inspelningsutrustning. För närvarande kan näringsidkare som bedriver gränsöverskridande verksamhet bli tvungna att betala och rapportera upphovsrättsavgifter i flera länder för samma varor.
40. En majoritet av de berörda aktörerna är eniga om att det nuvarande systemet för rapportering, betalning och återbetalning av avgifterna hindrar gränsöverskridande e-handel. Ännu har man dock inte kunnat enas om några praktiska lösningar som skulle göra de befintliga nationella avgiftssystemen lättare att använda. De berörda aktörerna bör öka sina ansträngningar för att snabbt hitta lösningar på problemen och därmed göra det möjligt för företagen att effektivisera sin gränsöverskridande logistik.

### **Bidra till att minska hinder för nätförsäljning i samband med vertikala begränsningar**

41. Konkurrensregler om vertikala begränsningar har i hög grad bidragit till att avlägsna otillbörliga begränsningar för e-handel i distributionsavtal genom att de förbjuder konkurrensbegränsningar för gränsöverskridande markandsföring och försäljning via Internet<sup>23</sup>. Den gällande gruppundantagsförordningen löper ut den 31 maj 2010. Kommissionen håller för närvarande på att se över hur den förordningen har tillämpats hittills i syfte att tydliggöra och förenkla reglerna. Kommissionen reflekterar också över hur den pågående översynen kan bidra till att minska hindren för försäljning via Internet och skapa effektivitetsvinster som ökar konsumenternas välfärd<sup>24</sup>.
42. När det gäller exklusiv distribution kommer man i den pågående översynen att närmare undersöka de kriterier som används för att skilja mellan aktiv och passiv försäljning. Detta för att kartlägga de vanligaste metoderna som betraktas som begränsningar för passiv försäljning och som sannolikt kommer att innebära en överträdelse av konkurrensreglerna. Exempelvis kan förmodat olagligt beteende omfatta metoder som att kärva att en exklusiv distributör från sin webbplats automatiskt dirigerar om kunderna till tillverkarens webbplats eller andra exklusiva

---

<sup>22</sup> Förslag till direktiv om avfall som utgörs av eller innehåller elektriska eller elektroniska produkter (WEEE) (omarbetning).

<sup>23</sup> Kommissionens förordning (EG) nr 2790/1999 av den 22 december 1999 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden (gruppundantagsförordningen); Kommissionens tillkännagivande – Riktlinjer för vertikala begränsningar (EGT C 291, 13.10.2000, s. 1).

<sup>24</sup> Se *Online Commerce Roundtable: Opportunities and Barriers to Online Retailing* på: [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)

distributörers webbplatser. Ett annat exempel skulle vara att avsluta en kunds transaktion på nätet i det ögonblick då kreditkortsuppgifterna visar en adress utanför det exklusiva geografiska området.

43. När det gäller selektiv distribution kommer man vid den pågående översynen att undersöka huruvida de kriterier som används för att välja ut återförsäljare (såsom kraven på att de ska ha en vanlig butik) är berättigade med hänsyn till konsumenterna välfärd och huruvida de otillbörligt begränsar nättransaktioner och gränsöverskridande transaktioner. Vid den vertikala översynen kommer man också att undersöka huruvida tillverkarna i selektiva distributionsnätverk avskräcker auktoriserade återförsäljare från att använda Internet.
44. Distribution på nätet kommer därför att vara ett av de viktigaste områdena vid den pågående översynen av konkurrensreglerna om vertikala begränsningar. Kommissionen kommer därför att noga undersöka huruvida de befintliga reglerna behöver anpassas för att ytterligare främja gränsöverskridande e-handel.

### **Bättre betalningssystem och logistik samt färre tekniska hinder**

45. EU har också vidtagit åtgärder när det gäller betalningssystem i syfte att öka kompatibiliteten och skapa en smidig gränsöverskridande marknad. Detta har skett dels genom lagstiftning (direktivet om betalningstjänster) och dels genom att man stöder branschinitiativ (det gemensamma eurobetalningsområdet)<sup>25</sup>. För konsumenterna och näringsidkarna (särskilt små och medelstora företag) är det dock fortfarande en utmaning att göra och ta emot gränsöverskridande betalningar via nätet över hela EU, och det har en bromsande effekt på den gränsöverskridande handeln.
46. Reformen av postsektorn fick förnyad kraft genom antagandet av det tredje postdirektivet under 2008. I direktivet åtar sig medlemsstaterna att öppna sina postmarknader fullt ut. Genom fullständig marknadsöppning etableras en inre marknad och postoperatörerna bör kunna inrätta dotterbolag i andra medlemsstater och leverera försändelser via egna nätverk eller ha fler möjligheter att välja vilken postoperatör de vill använda i en annan medlemsstat när det gäller post inom gemenskapen. Konsumenterna och näringsidkarna kommer att kunna dra nytta av den förbättrade gränsöverskridande logistiken som följer av detta<sup>26</sup>.
47. Kommissionen kommer också att fortsätta att garantera att otillbörliga hinder för handel med varor på den inre marknaden avlägsnas och att inga nya uppkommer.

---

<sup>25</sup> Direktiv 2007/64/EG om betaltjänster på den inre marknaden.

<sup>26</sup> Direktiv 97/67/EG (ändrat genom direktiv 2002/39/EG och direktiv 2008/6/EG) "Postdirektivet".

## YTTERLIGARE ÅTGÄRDER FÖR ATT AVLÄGSNA ANDRA ÄN RÄTTSLIGA HINDER FÖR GRÄNSÖVERSKRIDANDE E-HANDEL

### Samarbete med näringslivet för att främja en EU-omfattande marknad för detaljhandel på nätet

48. Konsumenternas uppfattningar om de möjligheter som Internet erbjuder är delvis resultatet av affärsmodeller som hittills har betraktat den inre marknaden för näthandel som en samling enskilda nationella marknader.
49. Kommissionen uppmanar de stora sökmotorerna och onlineaktörerna att öka konsumenternas kunskaper om de gränsöverskridande möjligheterna. Nätföretag bör registrera domännamn som slutar på .eu (den gemensamma toppdomänen för Europa), i ett försök att utplåna nationella uppfattningar som bygger på de olika ländernas domännamn. Eftersom alla företag som registrerar ett namn under .eu-domänen måste följa europeiska regler innebär detta ett grundskydd för konsumenterna och europeiska företag med höga standarder kan utmärka sig genom att registrera ett .eu-domännamn. Näringsidkare bör skapa webbplatser som riktar sig till flera eller samtliga EU-länder.
50. Även om det är möjligt att hitta gränsöverskridande erbjudanden på nätet är det svårare och mer tidskrävande än att hitta inhemska erbjudanden som riktar sig till en nationell publik. Större sökmotorer och prisjämförelsesidor bör mer systematiskt visa sökresultat eller prisjämförelser som omfattar såväl gränsöverskridande som inhemska erbjudanden, på mer än ett språk<sup>27</sup>. Erfarenheter från luftfartssektorn har visat att flerspråkiga, lättillgängliga webbplatser är det bästa sättet att främja gränsöverskridande transaktioner på nätet<sup>28</sup>. Kommissionen kommer att fortsätta att diskutera med olika marknadsaktörer om hur de kan främja gränsöverskridande e-handel.

### Information till konsumenter och näringsidkare

51. Välinformerade konsumenter som vet vilka rättigheter de har och som kan känna igen och anmäla överträdelser har större möjligheter att utnyttja fördelarna med gränsöverskridande näthandel. Kommissionen kommer därför att utvidga och uppdatera vägledningen om konsumenträttigheter på nätet (*eYouGuide to your Rights Online*) som offentliggjordes i maj 2009<sup>29</sup>. Kommissionen kommer också att fortsätta att ge stöd till nätverket av europeiska konsumentcentrum, som ger gränsöverskridande konsumenter information och vägledning. Nätverket för företagsstöd, Enterprise Europe Network, kommer att användas för att informera näringsidkarna om deras skyldigheter och möjligheter.

---

<sup>27</sup> I enlighet med kommissionens meddelande KOM(2008) 566 – *Flerspråkighet: en tillgång för Europa och ett gemensamt åtagande*.

<sup>28</sup> I synnerhet efter antagandet av Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1008/2008 av den 24 september 2008 om gemensamma regler för tillhandahållande av lufttrafik i gemenskapen (omarbetning).

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

## **Förstärkt marknadsövervakning**

52. Som ett led i kommissionens åtagande för att bättre övervaka detaljhandeln på den inre marknaden kommer man också att löpande övervaka den gränsöverskridande e-handeln för att garantera att beslutsfattare, tillsynsmyndigheter och konsumenterna har kunskap om marknadsutvecklingen. Utöver befintliga undersökningar från Eurostat kommer kommissionen att fortsätta att arbeta tillsammans med Europeiska centralbanken och de största kreditkortsföretagen – med full respekt för lagstiftningen om skydd av privatliv och personuppgifter – för att utveckla statistik över gränsöverskridande försäljning baserad på kreditkortstransaktioner.

## **SLUTSATS**

53. I detta meddelande läggs grunden för en strategi för en bättre fungerande gränsöverskridande e-handel. Om detta mål uppnås skulle det medföra stora fördelar för konsumenterna, företagen och EU:s konkurrenskraft. Framsteg inom alla dessa områden kommer att övervakas kontinuerligt via resultattavlan för konsumentmarknaderna.