

CS

CS

CS



KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ

V Bruselu dne 22.10.2009
KOM(2009)557 v konečném znění

**SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU
HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ**

o přeshraničním elektronickém obchodu mezi podniky a spotřebiteli v EU

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ

o přeshraničním elektronickém obchodu mezi podniky a spotřebiteli v EU

Úvod

1. V době, kdy se domácnosti potýkají s vyšší finanční zátěží, tráví evropští spotřebitelé více času vyhledáváním a porovnáváním nabídek na internetu v naději, že se jim podaří nalézt nejnižší ceny. Přeshraniční nakupování přes internet má dvě klíčové výhody pro spotřebitele – širší škálu zboží, ze které lze vybírat, a možnost ušetřit –, ale také pro podniky, neboť jim otvírá nové trhy a přivádí nové zákazníky a odměňuje inovativní a konkurenceschopné podniky. Spotřebitelé z odlehklých oblastí budou mít výhodu v tom, že se jim otevře přístup k levnému zboží. Potenciál vnitřního maloobchodního internetového trhu je značný.
2. V důsledku přetrvávajících omezení na vnitřním trhu je však evropský elektronický obchod stále značně roztržštěn a nepřekračuje hranice vnitrostátních trhů. Nežádka se stává, že spotřebitelé nemohou učinit objednávku u internetového obchodníka v jiné zemi EU. Maloobchodníci až příliš často odmítají objednávky od spotřebitelů, kteří nakupují přeshraničně. Podniky někdy upouštějí od přeshraničního prodeje nebo od expanze do celé EU nebo na trhy více států.
3. Komise prozkoumala přeshraniční elektronický obchod v EU a označila přetrvávající překážky¹. Jako následující krok zkoumá toto sdělení dopad, který má stávající politický rámec na prodej zboží prostřednictvím přeshraničního elektronického obchodu (toto sdělení se nezabývá elektronickým obchodem se službami), přináší další důkazy o rozsahu nevyužitých příležitostí a navrhuje body pro opatření. Důvěru spotřebitele v internetové prostředí ovlivňuje mnoho faktorů: spotřebitelé se obávají zneužití osobních údajů, padělaných výrobků nebo nových typů nekalých obchodních praktik na internetu. Tyto problémy platí pro internetové prostředí obecně a nejsou považovány za příčinu konkrétních omezení, která by zabraňovala spotřebitelům a obchodníkům v účasti na přeshraničním obchodu. Nejsou tedy předmětem tohoto sdělení.

ROZTRŽŠTĚNOST VNITŘNÍHO INTERNETOVÉHO TRHU

4. Zatímco elektronický obchod na vnitrostátní úrovni vzkvétá, je stále relativně neobvyklé, aby spotřebitel využíval internet k nákupu zboží (nebo služeb) v jiném členském státě. Rozšiřující se propast mezi domácím a přeshraničním elektronickým obchodem je výsledkem omezení na vnitřním trhu. Podíl všech spotřebitelů v EU, kteří v průběhu předchozího roku alespoň jednou nakupovali přes internet, se

¹ „Pracovní dokument útvarů Komise: zpráva o přeshraničním elektronickém obchodování v EU“, SEK(2009) 283 ze dne 5. března 2009, k nahlédnutí na internetových stránkách: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce

v letech 2006–2008 zvýšil z 27 % na 33 %; přeshraniční elektronický obchod však nezaznamenal téměř žádný nárůst (z 6 % na 7 %)².

5. Spotřebitelé z celé Evropy si jsou vědomi výhod spojených s přeshraničním nakupováním, přestože jich dosud nevyužívají. Jedna třetina občanů EU by zvažovala nákup zboží nebo služeb přes internet z jiného členského státu, pokud by byly levnější nebo lepší³. Podobný podíl občanů se nebrání nákupům v jiném jazyce a ve více než jednom jazyce je připraveno obchodovat 59 % maloobchodníků⁴.
6. Přeshraniční obchod je pobídkou pro podniky, aby rozšířily svoji zákaznickou základnu a pronikly na nové trhy: pouze málo internetových obchodů je však připraveno obsloužit zahraniční zákazníky. Přestože 51 % maloobchodníků z EU-27 obchoduje přes internet, pouze 21 % se věnuje přeshraničnímu prodeji. Maloobchodníci, kteří obchodují přeshraničně, obvykle prodávají své zboží pouze do několika málo členských států: pouze 4 % z nich obchodují s deseti nebo více členskými státy, přičemž většina obchoduje pouze s jedním nebo dvěma dalšími členskými státy⁵.

VÝHODY INTEGROVANÉHO VNITŘNÍHO INTERNETOVÉHO TRHU

Vyšší pravděpodobnost levnějších nabídek

7. Díky širší nabídce stejného zboží zvyšuje přeshraniční nakupování přes internet možnost úspory peněz. O částkách, které může ušetřit, se spotřebitel dozví teprve během samotného nákupu, když vyhledává požadované zboží a porovnává nabídky. Na základě výsledku testu internetových obchodů, který byl proveden v celé EU, si lze udělat obrázek o úsporách, kterých by spotřebitelé mohli dosáhnout skutečným přeshraničním nákupem.
8. Úkolem osob, které prováděly test v 27 členských státech EU, bylo vyhledat na internetu sto zadaných oblíbených výrobků a zaznamenat celkovou cenu, kterou by za toto zboží zaplatily. Pokud se podařilo nalézt jak domácí, tak zahraniční nabídky, bylo je možné po započtení všech poplatků za doručení porovnat. Z grafu 1 vyplývá, že přeshraniční nákup skýtá možnost značných úspor, a to i za předpokladu, že spotřebitel nakupuje přes hranice pouze tehdy, dosáhne-li nejméně 10% úspory⁶.

² Zvláštní průzkum Eurobarometr 298: „Ochrana spotřebitele na vnitřním trhu“ (2008).

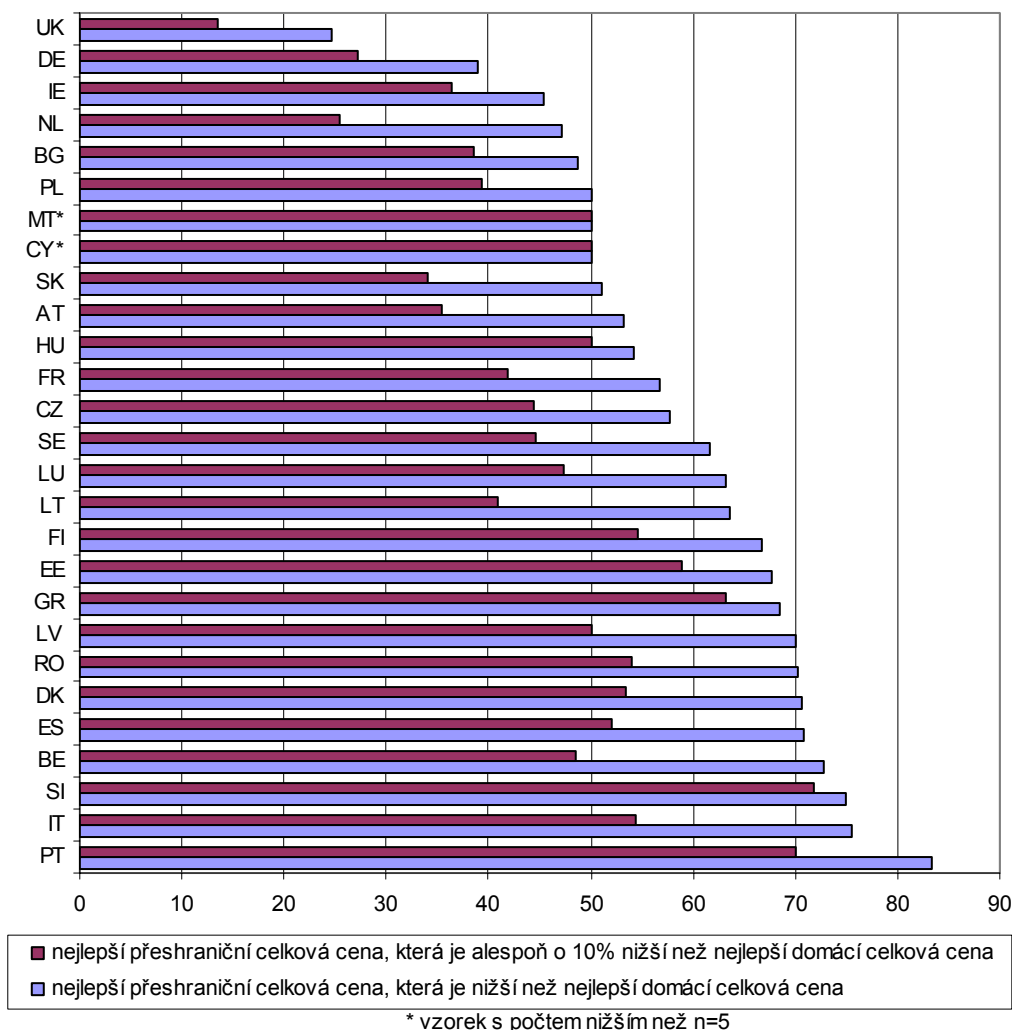
³ Zvláštní průzkum Eurobarometr 254: „Vnitřní trh – názory a zkušenosti občanů v zemích EU-25“ (2006).

⁴ Zvláštní průzkum Eurobarometr 298 (2008); bleskový průzkum Eurobarometr 224: „Názory podniků na přeshraniční obchody a ochranu spotřebitelů“ (2008).

⁵ Bleskový průzkum Eurobarometr 224 (2008).

⁶ „Mystery shopping evaluation of cross-border e-commerce in the EU“, YouGovPsychonomics, údaje shromážděné pro Evropskou komisi (2009).

Graf 1. Procento případů, ve kterých byla nejlepší nalezená přeshraniční nabídka levnější nebo nejméně o 10 % levnější než nejlepší domácí nabídka



Zdroj: YouGovPsychonomics (2009)

9. Test byl proveden ve 27 členských státech: ve 13 státech (v Portugalsku, Itálii, Slovinsku, Španělsku, Dánsku, Rumunsku, Lotyšsku, Řecku, Estonsku, Finsku, Maďarsku, na Kypru a na Maltě) se testujícím alespoň u poloviny veškerého hledaného zboží podařilo nalézt jednu přeshraniční nabídku, která byla nejméně o 10 % levnější než nejvýhodnější domácí nabídka. Tento výsledek potvrzuje, že přeshraniční nakupování zvyšuje možnost nalezení levnějších nabídek téhož zboží (včetně všech nákladů)⁷.

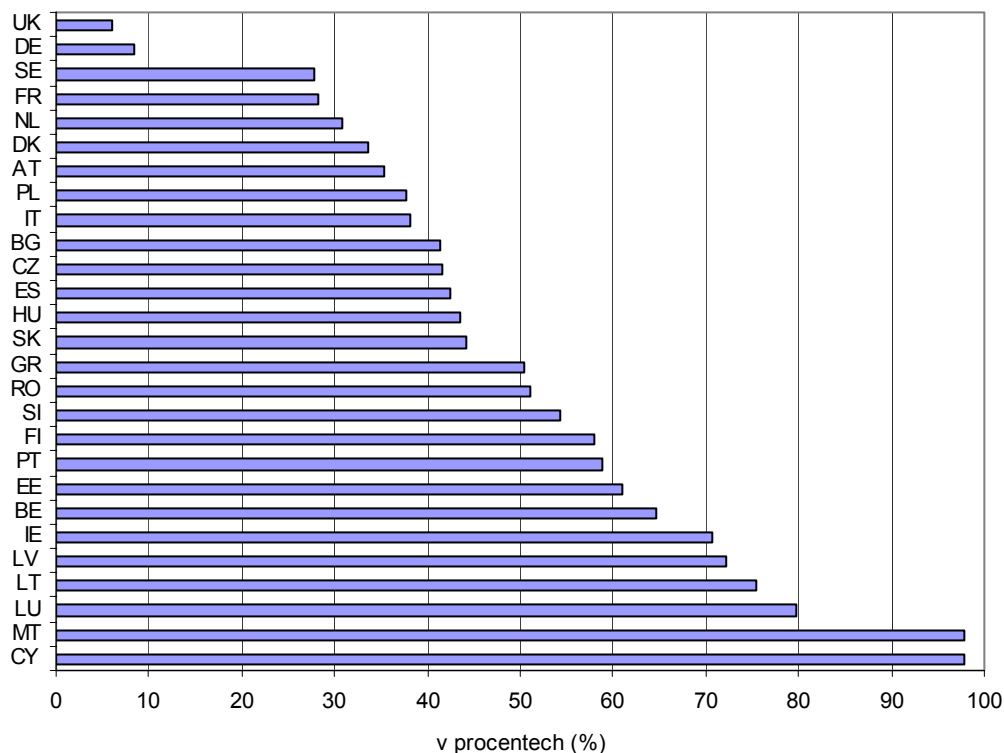
Přístup ke zboží, které nelze nalézt na domácím trhu

10. V některých zemích nelze na internetu nalézt značné množství zboží. Přeshraniční internetové nakupování má tedy již samo o sobě tu výhodu, že umožňuje spotřebitelům nalézt to, co v jejich zemi není na internetu k dostání. Vnitřní trh má

⁷ YouGovPsychonomics (2009). Na výsledky testu na Kypru a Maltě je třeba pohlížet s rezervou: domácích nabídek bylo velmi malé množství, což neumožňuje adekvátní srovnání (viz graf 1).

tedy obrovské možnosti nabídnout širokou škálu okrajového zboží, jehož distribuce na vnitrostátní bázi, a to zvláště v menších členských státech, by nebyla z ekonomického hlediska výhodná.

Graf 2. Procento případů, ve kterých byly nalezeny pouze přeshraniční nabídky



Zdroj: YouGovPsychonomics (2009)

- Test internetových obchodů, který byl proveden v celé EU, ukázal, že v některých zemích je pro většinu zboží velice obtížné nalézt na internetu domácí nabídky (viz graf 2). To se týká především menších trhů: přeshraniční nabídka je pak jediný způsob, jak mohou nakupující toto zboží získat, pokud je však maloobchodník s to jej zaslat. Testující na Kypru, Maltě, v Lucembursku, ale také v Litvě, Lotyšsku, Irsku, Belgii, Estonsku, Portugalsku a Finsku nenalezli domácí internetové nabídky nejméně u poloviny zboží, které hledali⁸.

ROZSAH ROZTŘÍŠTĚNOSTI VNITŘNÍHO INTERNETOVÉHO TRHU

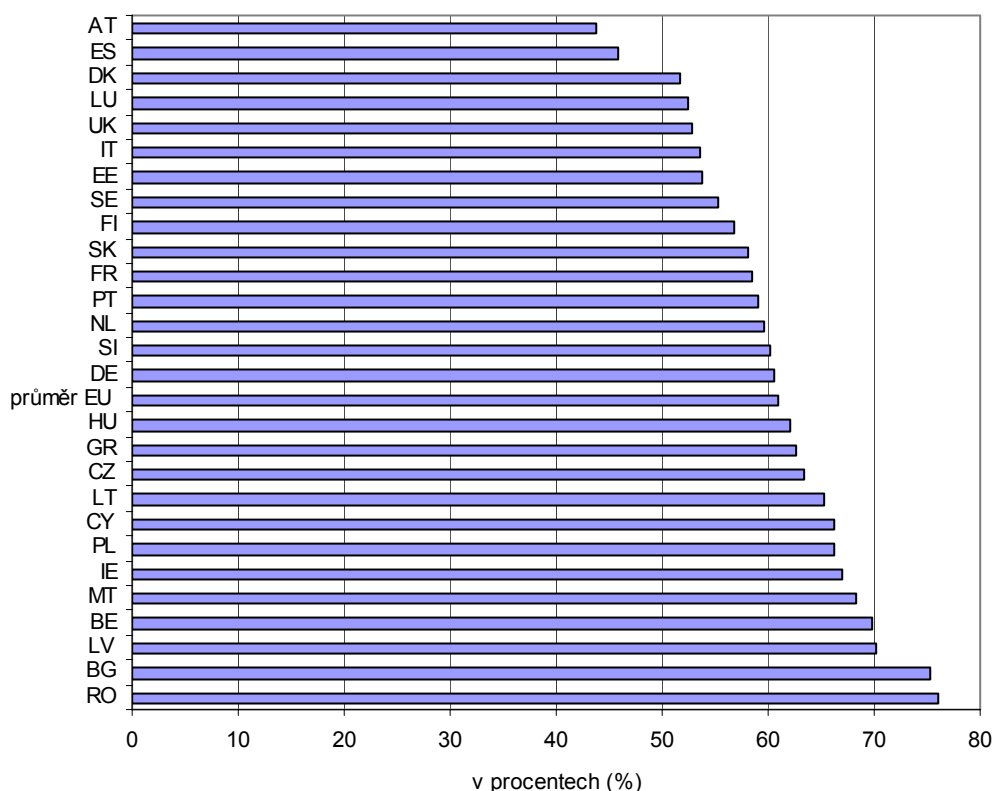
- Na rozdíl od toho, co by se dalo očekávat od elektronického obchodu vzhledem k jeho charakteru „bez hranic“, nemají bohužel spotřebitelé k přeshraničním nabídkám stejný přístup: spotřebitelé z některých zemí s vysokou pravděpodobností nenajdou zahraniční obchody, které by byly schopny přijmout jejich objednávku. Zatímco nabídky jsou pro spotřebitele, kteří je hledají na internetu, technicky

⁸ YouGovPsychonomics (2009).

přístupné, v určitém okamžiku během vytváření objednávky internetové stránky transakci ukončí.

13. Zmíněný test internetových obchodů odhalil rozsah tohoto problému. Celkem bylo provedeno 10 964 přeshraničních testů. Průměrně pouze v 39 % případů bylo teoreticky možné učinit objednávku u internetového obchodu, který se nacházel v jiné zemi než spotřebitel. 61 % všech objednávek by bylo neúspěšných: buď proto, že obchodníci odmítají prodej do země spotřebitele, nebo z jiných důvodů (například kvůli technickým problémům nebo proto, že určitý způsob platby nebyl dostupný)⁹.

Graf 3. Přeshraniční nabídky, které byly spotřebitelům technicky přístupné, avšak objednávku se nepodařilo úspěšně dokončit



Zdroj: YouGovPsychonomics (2009)

14. Mnoho internetových obchodů není připraveno na prodej zákazníkům do všech zemí EU. Nejčastěji byly zamítnuty objednávky zákazníků z Belgie, Bulharska, Lotyšska, Malty a Rumunska (viz graf 3). Mnoho obchodů rozlišuje mezi zákazníky na základě toho, kde žijí. Mnozí testující se například, aby mohli pokračovat v transakci, nemohli na internetové stránce zaregistrovat, mnoho internetových stránek neumožňovalo zaslání zakoupeného zboží do země spotřebitele a způsoby platby k provedení přeshraničních transakcí často nebyly okamžitě dostupné¹⁰.

⁹ YouGovPsychonomics (2009). Uskutečnitelnost objednávky byla testována až ke stránce se závěrečným potvrzením objednávky. Žádný výrobek nebyl skutečně zakoupen.

¹⁰ YouGovPsychonomics (2009).

ODSTRAŇOVÁNÍ PRÁVNÍCH PŘEKÁŽEK PŘI PŘESHRANIČNÍM ELEKTRONICKÉM OBCHODOVÁNÍ

15. Po mnoho let byly překážky při přeshraničním elektronickém obchodování předmětem zájmu regulačních orgánů na úrovni EU. Pro dosažení jednotného maloobchodního vnitřního trhu je však třeba udělat více. Zpráva Komise z března 2009 obsahuje souhrnnou analýzu překážek, se kterými se potýkají spotřebitelé a podniky¹¹.
16. Hlavní právní překážky při přeshraničním elektronickém obchodování, se kterými se potýkají evropští maloobchodníci, mají původ v nejednotných pravidlech ochrany spotřebitele a dalších pravidlech týkajících se DPH, poplatků za recyklaci a poplatků za autorská práva. Způsob provádění těchto pravidel se v každém členském státě značně liší, což vytváří složité, nákladné a nepředvídatelné podnikatelské prostředí pro subjekty, které uvažují o přeshraničním prodeji. Přijetí návrhů na odstranění těchto překážek je tedy nezbytně nutné k tomu, aby maloobchodníci změnili svůj postoj, což v konečném důsledku povede ke zlepšení příležitostí pro spotřebitele.
17. Spotřebitelé, kteří se pokoušejí nakoupit přes internet v jiné zemi, čelí řadě problémů. Nezřídka se stává, že zahraniční internetoví obchodníci odmítají vyřídit objednávku spotřebitelů žijících v jiné zemi. Spotřebitelé si často nevědí rady s tím, co by měli udělat nebo na koho se obrátit v případě, že se vyskytne nějaký problém, zvláště pokud jde o řešení stížností se zahraničním obchodníkem.
18. Vzhledem ke složitosti a vzájemnému propojení identifikovaných problémů je třeba vytvořit kombinovanou strategii. Následující odstavce představují body pro opatření, seřazené sestupně podle důležitosti, které jsou založeny na analýze nejdůležitějších přetrvávajících problémů. Každá položka je sama o sobě důležitá, avšak je-li cílem uvolnění potenciálu přeshraničního elektronického obchodu, je třeba dosáhnout zlepšení ve všech uvedených bodech.

Odstranění nejednotnosti pravidel ochrany spotřebitele

19. Nejednotnost pravidel ochrany spotřebitele při uzavírání smluv spolu s pravidly o kolizních normách jsou příčinou toho, že obchodníci, kteří chtějí prodávat své zboží do ostatních členských států, mají značné dodatečné náklady spojené s dodržováním pravidel. Návrh směrnice o právech spotřebitelů se zaměří na odstranění této hlavní překážky při vytváření maloobchodního vnitřního trhu. Cílem návrhu je spojit čtyři existující směrnice o ochraně spotřebitele do jediného nástroje, a tedy zjednodušit a aktualizovat stávající pravidla, odstranit překážky na vnitřním trhu¹² a zabránit používání mnoha různých souborů pravidel.
20. Návrh tedy vytvoří jediný, zcela harmonizovaný soubor pravidel pro cílovou oblast: zajistí vysokou a společnou úroveň ochrany spotřebitelů v celém Společenství a obchodníkům umožní prodej do 27 členských států, který se například díky používání stejných standardních smluvních podmínek a informačních materiálů nebude lišit od způsobu prodeje na domácím trhu. Návrh proto významným

¹¹ „Pracovní dokument útvarů Komise: zpráva o přeshraničním elektronickém obchodování v EU“, SEK(2009) 283 ze dne 5. března 2009.

¹² Návrh směrnice o právech spotřebitele – KOM(2008) 614.

způsobem sníží náklady obchodníků na zajištění souladu s pravidly a poskytne spotřebitelům vysokou úroveň ochrany.

21. Přijetí návrhu také posílí ochranu spotřebitelů a prosazování pravidel týkajících se smluv v přeshraničním elektronickém obchodu a usnadní zprostředkovávání mimosoudního řešení sporů. Komise vyzývá Evropský parlament a Radu, aby tomuto návrhu přikládaly patřičnou důležitost.

Zajištění účinného provádění článku 20 směrnice o službách

22. Ustanovení čl. 20 odst. 2 směrnice o službách řeší jednu z hlavních překážek přeshraničního obchodu inovativním způsobem: výslovně ukládá členským státům, aby zamezily diskriminaci, které se dopouštějí obchodníci odmítající prodej nebo uplatňující rozdílný přístup na základě státní příslušnosti nebo místa bydliště spotřebitele.¹³
23. Zmíněné ustanovení zakazuje diskriminaci, zároveň však dává obchodníkům možnost „zohlednit rozdíly v podmínkách přístupu, pokud jsou tyto rozdíly přímo opodstatněné objektivními kritérii“, což se v některých případech může týkat právních překážek. Jejich odstranění, jak je uvedeno v tomto sdělení, tedy upřesní smysl čl. 20 odst. 2, neboť omezí množství možných důvodů, na jejichž základě by se obchodníci mohli dovolávat těchto kritérií.
24. Vzhledem k důležitosti čl. 20 odst. 2 pro přeshraniční elektronické obchodování je jeho úplné provedení a účinné prosazování jednou z hlavních priorit Komise. Ta proto členským státům poskytuje pokyny, aby zajistila provedení do konce roku 2009, a poté zamýšlí aktivně sledovat jeho uplatňování vnitrostátními orgány a soudy.

Zvýšení účinnosti přeshraničního prosazování práva

25. Spotřebitelé budou mít k přeshraničnímu nákupu větší důvěru, pokud budou vědět, že orgány na ochranu spotřebitele sledují obchodní praktiky obchodníků. Pravidelné činnosti dozoru nad trhem, které ve vzájemné shodě provádějí orgány prosazující zájmy spotřebitelů v rámci nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele, umožňují vnitrostátním orgánům vyšetřit nesrovnalosti a zajistit dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele¹⁴.
26. Nedávno uskutečněná (květen 2009) společná kontrola dodržování předpisů při prodeji elektronického zařízení přes internet odhalila nesrovnalosti na 55 % internetových stránek. Nejčastěji zjištěnými problémy byly zavádějící, chybějící nebo neúplné informace o právech spotřebitelů, celkové ceně a kontaktních údajích na obchodníka, což poukazuje na skutečnost, že je třeba lépe prosazovat ustanovení směrnice o elektronickém obchodu i pravidla ochrany spotřebitele. V následující fázi prosazování budou členské státy odstraňovat přeshraniční nesrovnalosti tak, že požádají orgány ostatních členských států o pomoc s vyšetřováním a prosazováním¹⁵.

¹³ Směrnice 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu.

¹⁴ Nařízení (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele.

¹⁵ Viz http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/electronic_goods/index_en.htm

27. Odstranění překážek, podpora transparentních informací a posílení důvěry spotřebitele v internetové obchodníky a jejich nabídky závisí na účinnějším prosazování stávajících pravidel členskými státy. K dosažení tohoto cíle navrhla nedávno Komise řadu konkrétních doporučení¹⁶.

Odstranění nekalých obchodních praktik

28. Směrnice o nekalých obchodních praktikách (2005/29/ES) stanoví jednotný soubor pravidel o povolených a zakázaných obchodních praktikách vůči spotřebitelům v celé EU¹⁷. Aby bylo možno zajistit, že maloobchodníci na internetu budou moci propagovat a uvádět své zboží na trh ve zjednodušeném a průhledném regulačním prostředí a že spotřebitelé budou moci důvěřovat internetovým nabídkám, které naleznou, je nyní důležité, aby vnitrostátní orgány zodpovědné za prosazování zajistily jednotné provádění směrnice.
29. Komise pak koncem roku 2009 zveřejní pokyny, které se kromě jiného budou týkat nových koncepcí zavedených směrnicí, aby tak usnadnila jednotný výklad a použití. Tak se seriózním obchodníkům usnadní zapojení do přeshraničních praktik, zvláště pak přes internet. Účinnější přeshraniční prosazování pravidel týkajících se nekalých obchodních praktik bude mít výrazný kladný dopad na důvěru spotřebitele a na poctivé obchodníky díky omezení nekalé konkurence nepoctivých obchodníků.

Podpora alternativních schémat řešení sporů a přeshraničního řízení o drobných nárocích

30. Kromě probíhajících opatření na podporu prosazování pravidel byly na úrovni EU zřízeny mechanismy za účelem usnadnění účinných nápravných opatření: řízení o drobných nárocích v oblasti přeshraničních sporů, které vstoupilo v platnost v roce 2009, zjednodušuje, urychluje a snižuje výdaje na soudní spory ohledně nároků v hodnotě nepřesahující 2 000 EUR; směrnice o některých aspektech mediace v občanských a obchodních věcech podporuje mediaci¹⁸.
31. Komise také prostřednictvím sítě evropských spotřebitelských center (ECC-Net), která spojuje spotřebitele a 400 subjektů pro alternativní řešení sporů v EU¹⁹, usnadňuje spotřebiteli přístup k mimosoudním postupům při internetových přeshraničních sporech. Komise bude tyto mechanismy dále podporovat: zveřejní pokyny provádějící občana řízením o drobných nárocích, vytvoří portál e-justice a bude nadále usilovat o podporu sítě evropských spotřebitelských center.

Zjednodušení vykazování DPH pro prodejce na dálku

32. V současnosti se internetoví obchodníci musí zaregistrovat pro účely DPH v každé zemi, kde jejich roční prodej přesáhne určitou hranici. Situaci komplikuje skutečnost, že tato hranice a výše DPH je v každé zemi jiná.

¹⁶ Sdělení KOM(2009) 330 ze dne 2. července 2009 o vymáhání spotřebitelského acquis.

¹⁷ Směrnice 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu.

¹⁸ Nařízení (ES) č. 861/2007, kterým se zavádí evropské řízení o drobných nárocích; směrnice 2008/52/ES o některých aspektech mediace v občanských a obchodních věcech.

¹⁹ Viz http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/index_en.htm

33. Komise navrhla zavedení systému jednoho správního místa pro neusazené osoby povinné k dani, aby umožnila obchodníkům dostát určitým povinnostem spojeným s DPH, jako je registrace a podání daňového přiznání k DPH, v jejich vlastním členském státě. Dále navrhla zjednodušení pravidel pro prodej na dálku zřízením jednotné hranice ve výši 150 000 EUR platné v celé EU²⁰.
34. Kromě toho se po prodejích na dálku v současné době žádá, aby vždy vystavovali fakturu s úplnými údaji o DPH, zatímco domácí dodavatel prodávající totéž zboží stejnému zákazníkovi tak nutně činit nemusí. Komise navrhuje, aby prodejci na dálku mohli za určitých podmínek vydávat zjednodušenou fakturu²¹.
35. Oba návrhy by pro přeshraniční prodejce na dálku značně zjednodušily plnění povinností spojených s DPH. Komise proto vyzývá Radu, aby těmto návrhům přikládala patřičnou důležitost.

Snížení administrativní zátěže týkající se odpadních elektrických a elektronických zařízení pro podniky působící na internetu

36. Přeshraniční prodej elektronického zboží (jedna z kategorií zboží, po které je na internetu největší poptávka) je zatížen ještě dalšími právními překážkami. V důsledku současné nedostatečné harmonizace při vnitrostátním provádění pravidel týkajících se odpadních elektrických a elektronických zařízení (směrnice o OEEZ) jsou úrovně poplatků a hranic pro registraci a vykazování elektrických a elektronických zařízení maloobchodníky na internetu různé, což může znemožňovat činnost přeshraničních obchodníků.
37. Komise ve svém nedávném návrhu učinila významné kroky směrem k harmonizaci provádění, neboť upřesnila některá ustanovení zmíněné směrnice a také její rozsah. V článku 16 se navrhuje harmonizace registrace a vykazování ze strany výrobců v EU, které by bylo dosaženo propojením vnitrostátních registrů výrobců. Díky tomu by výrobci mohli v jednom členském státě provést registraci, která by odrážela jejich činnosti v celé EU, a nemuseli by se registrovat v každém státě zvlášť²².
38. Návrh Komise by významně přispěl k řešení praktických problémů, které jsou spojeny se současným systémem. Komise vyzývá Evropský parlament a Radu, aby tomuto návrhu přikládaly patřičnou důležitost.

Praktická řešení pro správu poplatků za autorská práva

39. Od roku 2006 hledají zúčastněné strany na vnitrostátní a evropské úrovni řešení praktických záležitostí spojených s přeshraniční správou poplatků za autorská práva u prodeje nenahraných nosičů a nahrávacích zařízení. V současné době se může stát, že přeshraniční obchodníci musí zaplatit a vykázat poplatky za autorská práva za totéž zboží v několika zemích.

²⁰ Návrh směrnice Rady kterou se mění směrnice č. 77/388/EHS s cílem zjednodušit povinnosti týkající se DPH – KOM(2004) 728.

²¹ Návrh, kterým se mění směrnice 2006/112/ES o společném systému daně z přidané hodnoty, pokud jde o pravidla fakturace – KOM(2009) 21.

²² Návrh přepracování směrnice 2002/96/ES o odpadních elektrických a elektronických zařízeních (OEEZ) – KOM(2008) 810.

40. Většina zúčastněných stran se shodla, že současný systém vykazování, odvodů a vracení poplatků brání provádění přeshraničního elektronického obchodu. Dosud však nebylo dosaženo dohody ohledně praktických řešení, která by zlepšila fungování stávajících vnitrostátních systémů odvodu poplatků. Zúčastněné strany by měly zdvojnásobit své úsilí a rychle najít řešení, aby umožnily podnikům zefektivnit jejich přeshraniční logistiku.

V kontextu vertikálních omezení přispět ke snížení počtu bariér při internetovém prodeji

41. Pravidla hospodářské soutěže ohledně vertikálních omezení významně přispěla k odstranění nepatřičných omezení v elektronickém obchodu, pokud jde o dohody o distribuci, neboť zakázala omezení přeshraničního internetového obchodování a prodeje narušující hospodářskou soutěž²³. Použitelnost v současné době platného nařízení o blokových výjimkách skončí dne 31. května 2010. Komise právě zkoumá způsob, jakým bylo doposud toto nařízení uplatňováno, aby mohla upřesnit a zjednodušit zmíněná pravidla. Komise se také zamýšlí nad tím, jak může probíhající přezkum přispět ke snížení omezení v prodeji přes internet a podpořit spokojenost spotřebitele²⁴.
42. Pokud jde o výhradní distribuci, budou se v rámci probíhajícího přezkumu dále rozvíjet kritéria používaná k rozlišení mezi aktivním a pasivním prodejem, aby bylo možné identifikovat nejběžnější praktiky, které lze považovat za omezení pasivního prodeje a které mohou narušit pravidla hospodářské soutěže. Domnělé protiprávní jednání by například mohlo zahrnovat praktiky jako vznesení požadavku, aby výhradní distributor zřídil na svých internetových stránkách automatické přesměrování na stránky výrobce nebo na stránky jiných výhradních distributorů. Jiným příkladem by mohlo být ukončení internetové transakce v okamžiku, kdy z údajů spotřebitelovy kreditní karty vyjde najevo, že se adresa nenachází v cílové, obchodníkem stanovené oblasti.
43. Pokud jde o selektivní distribuci, bude se probíhající přezkum zabývat tím, zda platí či neplatí, že kritéria používaná k výběru prodejců (jako například požadavek, aby prodejce měl k dispozici kamenný obchod) nachází oprávnění na základě spotřebitelovy spokojenosti a zda zbytečně neomezují přeshraniční internetové transakce. Vertikální přezkum se bude také zabývat tím, zda v rámci selektivní distribuční sítě neodrazují výrobci své prodejce od používání internetu.
44. Internetová distribuce bude jednou z hlavních oblastí, na kterou se probíhající přezkum pravidel hospodářské soutěže týkajících se vertikálních omezení zaměří. V této souvislosti Komise důkladně prozkoumá, zda je třeba přizpůsobit stávající pravidla, aby se umožnil další rozvoj přeshraničního elektronického obchodu.

²³ Nařízení Komise (ES) č. 2790/1999 ze dne 22. prosince 1999 o použití čl. 81 odst. 3 Smlouvy na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě (nařízení o blokových výjimkách); sdělení Komise (2000/C 291/01) Pokyny k vertikálním omezením.

²⁴ Viz „Kulatý stůl o internetovém obchodu: zpráva o příležitostech a překážkách pro maloobchodní prodej přes internet“; k nahlédnutí na internetových stránkách http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_online_commerce/roundtable_report_en.pdf

Zlepšení platebních systémů a logistiky a odstranění technických omezení

45. Opatření EU, která mají zvýšit interoperabilitu a vytvořit fungující přeshraniční trh se zaměřila také na platební systémy, a to buď cestou nových předpisů (směrnice o platebních službách), nebo podporou iniciativ ze strany průmyslu (jednotná oblast pro platby v eurech).²⁵ Spotřebitelům a obchodníkům (zvláště malým a středním podnikům) však uskutečňování a přijímání internetových plateb přeshraničně po celé EU stále činí potíže a představuje hlavní problém, který je odrazuje od přeshraničního obchodování.
46. Reformě poštovního odvětví se dostalo nového impulsu přijetím třetí poštovní směrnice v roce 2008, která zavazuje členské státy k úplnému otevření svých poštovních trhů. Jakmile bude trh úplně otevřen, zřídí se vnitřní trh a provozovatelé poštovních služeb by měli být schopni založit dceřiné společnosti v jiných členských státech a doručovat zásilky prostřednictvím vlastní sítě, nebo by si mohli vybírat z většího počtu provozovatelů poštovních služeb v ostatních členských státech, jejichž prostřednictvím by zasílali přeshraniční poštu. Z výsledného zlepšení přeshraniční logistiky budou mít prospěch spotřebitelé i obchodníci.²⁶
47. Komise se bude nadále starat o to, aby neodůvodněné překážky v obchodu se zbožím na vnitřním trhu byly odstraňovány a nevznikaly překážky nové.

DODATEČNÁ OPATŘENÍ K ODSTRANĚNÍ JINÝCH NEŽ PRÁVNÍCH PŘEKÁŽEK PŘI PŘESHHRANIČNÍM ELEKTRONICKÉM OBCHODOVÁNÍ

Spolupráce s průmyslem na podpoře celoevropského maloobchodního internetového trhu

48. Pohled spotřebitelů na internetové příležitosti je částečně ovlivněn obchodními modely, v nichž vnitřní internetový trh dosud existoval paralelně vedle vnitrostátních trhů.
49. Komise vyzývá provozovatele hlavních vyhledávačů a významné subjekty působící na internetu, aby zvyšovaly povědomí spotřebitelů o přeshraničních příležitostech. Internetové podniky by si měly zavést doménu s koncovkou „.eu“ (jediná evropská doména na vysoké úrovni), aby nedocházelo k národnostnímu vnímání internetových stránek s národní doménou. Vzhledem k tomu, že společnosti, které se registrují pod doménou „.eu“, musí vyhovovat evropským pravidlům, znamenala by koncovka „.eu“ také určitou základní ochranu spotřebitele, a evropské společnosti s vysokými standardy by se díky této doméně mohly odlišit od jiných společností. Obchodníci by si měli vytvořit internetové stránky pro více zemí nebo pro celou Evropu.
50. Nalezení přeshraničních nabídek na internetu je možné, avšak vyžaduje více času a úsilí než vyhledání domácích nabídek, které jsou zaměřeny na vnitrostátní spotřebitele. Hlavní internetové vyhledávače a internetové stránky umožňující porovnání cen by měly nabízet systematictější řazení nalezených výsledků nebo cenové srovnání jak přeshraničních, tak domácích nabídek. Měly by také být

²⁵ Směrnice 2007/64/ES o platebních službách na vnitřním trhu.

²⁶ Směrnice 97/67/ES (změněná směrnicí 2002/39/ES a směrnicí 2008/6/ES), tzv. „poštovní směrnice“.

dostupné ve více než jednom jazyce.²⁷ Zkušenosti z oblasti letecké dopravy ukazují, že mnohojazyčné a jednoduché internetové stránky jsou nejlepším způsobem, jak podpořit přeshraniční internetové transakce.²⁸ Komise bude se subjekty na trhu dále diskutovat o tom, jak mohou usnadnit přeshraniční elektronický obchod.

Informace pro spotřebitele a obchodníky

51. Z přeshraničního internetového nakupování budou mít prospěch spíše ti spotřebitelé, kteří jsou poučeni, znají svá práva a jsou schopni rozpoznat a ohlásit zjištěné případy porušení pravidel. Za tímto účelem Komise rozšíří a aktualizuje příručku „eYouGuide to your Rights Online“ (Elektronický průvodce spotřebitele – Vaše práva na internetu) zveřejněnou v květnu 2009²⁹ a bude pokračovat v podpoře sítě evropských spotřebitelských center, která poskytuje informace a poradenství těm, kteří nakupují přeshraničně. Obchodníci budou o svých právech a povinnostech informováni prostřednictvím sítě Enterprise Europe Network.

Posílení kontroly trhu

52. Součástí záměru Komise, která hodlá lépe sledovat maloobchodní aktivity na vnitřním trhu, se musí stát také další sledování přeshraničního elektronického obchodu, aby se zajistilo, že tvůrci politik, orgány zodpovědné za jejich prosazování a občané znají vývoj na trhu. Kromě existujících průzkumů Eurostatu bude Komise, v naprostém souladu s předpisy o ochraně soukromí a osobních údajů, pokračovat ve spolupráci s Evropskou centrální bankou a předními společnostmi vydávajícími kreditní karty na rozvoji statistik přeshraničního prodeje založených na transakcích za použití kreditní karty.

ZÁVĚR

53. Toto sdělení stanoví základy strategie pro lepší fungování přeshraničního elektronického obchodu. Dosažení tohoto cíle by přineslo výhody spotřebitelům a podnikům a zlepšilo by konkurenceschopnost hospodářství EU. Pokrok v uvedených bodech bude dále pozorně sledován prostřednictvím hodnotící zprávy o spotřebitelských trzích.

²⁷ Jak se doporučuje ve sdělení Komise KOM(2008) 566 „Mnohojazyčnost: přínos pro Evropu i společný závazek“.

²⁸ Zvláště po přijetí nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 ze dne 24. září 2008 o společných pravidlech pro provozování leteckých služeb ve Společenství (přepřevzaté znění).

²⁹ Viz http://ec.europa.eu/information_society/eyouguidenavigation/index_en.htm