

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie blokowania geograficznego oraz innych form dyskryminacji ze względu na przynależność państwową klientów, ich miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności na rynku wewnętrznym oraz w sprawie zmiany rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 i dyrektywy 2009/22/WE”

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

(2017/C 034/14)

Sprawozdawca: **Joost VAN IERSEL**

Wniosek o konsultację	Parlament Europejski, 9.6.2016 Rada Unii Europejskiej, 10.6.2016
Podstawa prawna	Art. 114 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej [COM(2016) 289 final – 2016/0152 (COD)]
Sekcja odpowiedzialna	Sekcja Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji
Data przyjęcia przez sekcję	4.10.2016
Data przyjęcia na sesji plenarnej	19.10.2016
Sesja plenarna nr	520
Wynik głosowania (za/przeciw/wstrzymało się):	216/3/6

1. Wnioski i zalecenia

1.1. EKES z zadowoleniem przyjmuje wniosek dotyczący rozporządzenia w sprawie blokowania geograficznego, zarówno z punktu widzenia przedsiębiorstw, jak i konsumentów, jako niezbędny element strategii jednolitego rynku cyfrowego. Wniosek ten nie powoduje jednak przełomu, a stanowi jedynie mały krok. Przedsiębiorstwa i klienci – zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorstwa jako użytkownicy końcowi – dalej będą napotykali znaczne trudności podczas sprzedaży i zakupów na jednolitym rynku.

1.2. EKES wzywa Komisję Europejską i Radę do opracowania ambitnych i dobrze zdefiniowanych regulacji prawnych, by stworzyć udany jednolity rynek cyfrowy sprzyjający konsumentom i przedsiębiorstwom, co również jest warunkiem wstępnym uodpornienia gospodarki europejskiej wobec reszty świata. Takie regulacje mogłyby również promować pozytywny wizerunek Unii Europejskiej.

1.3. Przyszłość pokaże, czy omawiane rozporządzenie faktycznie zmniejszy niezadowolenie konsumentów. Podczas gdy tradycyjne formy handlu dalej będą miały istotne znaczenie, liczba przedsiębiorstw zaangażowanych obecnie w transgraniczny handel elektroniczny jest nadal ograniczona. Potencjalne możliwości kupowania i sprzedawania przez internet są jednak ogromne, zwłaszcza w ujęciu transgranicznym.

1.4. Należy pilnie ustanowić równe warunki działania dla handlu tradycyjnego i elektronicznego. W związku z tym UE powinna koncentrować się nie tylko na zakończeniu nieuzasadnionego blokowania geograficznego, lecz również na usuwaniu pozostałych przeszkód na jednolitym rynku, które zniechęcają przedsiębiorców lub utrudniają im prowadzenie transgranicznej sprzedaży w formie elektronicznej lub tradycyjnej.

1.5. Należy budować zaufanie przedsiębiorstw i konsumentów poprzez równoległe przyjmowanie innych przepisów prawnych. Spośród nich do najważniejszych należy rozporządzenie w sprawie doręczania przesyłek⁽¹⁾ – mające na celu złagodzenie problemów związanych z transportem i obniżenie kosztów poprzez zapewnienie uczciwej konkurencji uwzględniającej również przepisy socjalne, przy pełnym poszanowaniu prawodawstwa UE w tej dziedzinie – oraz wyważony przegląd przepisów UE w zakresie prawa autorskiego.

⁽¹⁾ Opinia EKES-u w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia w sprawie transgranicznych usług doręczania przesyłek, która uzupełnia propozycje wysunięte w niniejszej opinii (zob. s. 106 niniejszego Dziennika Urzędowego).

1.6. EKES sprzeciwia się nieuzasadnionemu blokowaniu geograficznemu. Przyznaje niemniej, że istnieje szereg uzasadnionych powodów, dla których przedsiębiorstwa, zwłaszcza MŚP i mikroprzedsiębiorstwa, mogą unikać lub odmawiać transgranicznych transakcji w handlu elektronicznym lub dostosowywać ceny i/lub warunki do różnic między rynkami. Chodzi tu m.in. o różnice w systemach prawnych, dodatkowe wymogi krajowe, dodatkowe koszty transportu, wymogi językowe dotyczące informacji przedkontraktowych i wymogi związane z realizacją zleceń.

1.7. EKES podkreśla, że uzasadnione blokowanie geograficzne wynikające z dużego zróżnicowania polityki przemysłowej państw członkowskich i rozbieżnych systemów prawnych utrudnia spontaniczny rozwój MŚP i przedsiębiorstw typu scale-up działających w skali europejskiej. Różnice te z kolei podważają przejrzystość i przewidywalność, które są niezmiernie potrzebne do stymulowania inwestycji i uspokajania rynków w dobie cyfrowej.

1.8. We wniosku dotyczącym rozporządzenia słusznie nie nakłada się na handlowców obowiązku dostarczania towarów lub świadczenia usług w kraju usługobiorcy, jeżeli handlowiec nie prowadzi (jeszcze) działalności lub dystrybucji w danym kraju.

1.9. Każdy konsument na jednolitym rynku będzie miał słusznie dostęp do każdej oferty i będzie mógł dokonywać zakupu towarów lub usług, o ile sam zorganizuje odbiór towaru lub usługi na terytorium, na którym handlowiec prowadzi już działalność, co w rozsądnym stopniu pozwoli handlowcom na stosowanie przepisów swojego kraju.

1.10. Ponadto EKES z zadowoleniem przyjmuje wymogi informacyjne nałożone na handlowców w celu zwiększenia przejrzystości i dostarczania informacji klientowi, zgodnie z przyjętą w 2011 r. dyrektywą w sprawie praw konsumentów. Pomocna w tym wypadku mogłaby być informacyjna strona internetowa UE. W kontekście dyrektywy w sprawie praw konsumentów z 2011 r. przedsiębiorstwa są zobowiązane do zapewnienia przejrzystości cen. EKES zachęca przedsiębiorstwa do wychodzenia poza minimalne standardy w celu zdobycia zaufania konsumentów.

1.11. EKES z zadowoleniem przyjmuje wstępne wyniki badania sektora handlu elektronicznego, opublikowane niedawno przez Komisję Europejską⁽²⁾, świadczące zwłaszcza o tym, że handel elektroniczny stanowi ważny motor przejrzystości cenowej oraz konkurencji cenowej. Nieuzasadnione blokowanie geograficzne hamuje ten naturalny rozwój.

1.12. Niektóre aspekty wymagają jednak dalszych wyjaśnień, w szczególności:

1.12.1. Należy w trybie pilnym precyzyjnie sformułować klauzulę określającą prawo właściwe – art. 1 ust. 5 stanowi, że handlowiec może „sprzedawać” podobnie jak w swoim kraju, opierając się na przepisach swojego kraju.

1.12.2. Usługi posprzedażne (w przypadkach braku zgodności, zwrotu kosztów, odszkodowań itd.) nie są wyraźnie objęte rozporządzeniem, zatem reguluje je dyrektywa w sprawie praw konsumentów z 2011 r. W rozporządzeniu w sprawie blokowania geograficznego należy dodać odniesienie do mających zastosowanie stosownych przepisów unijnych. Wymaga to dalszego rozważenia.

1.12.3. Niektóre ważne przepisy, takie jak art. 7 dotyczący kar za naruszenie przepisów i art. 8 dotyczący pomocy dla konsumentów, powierzają odpowiedzialność za egzekwowanie przestrzegania rozporządzenia państwom członkowskim. Należy dopilnować, by potencjalnie rozbieżne interpretacje nie prowadziły do dalszej fragmentacji, a co za tym idzie, do osłabienia skutków rozporządzenia. EKES z zadowoleniem przyjmuje dążenie Komisji do wprowadzenia ogólnounijnego modelu skarg konsumenckich⁽³⁾.

1.13. Wspomniany w art. 11 termin wejścia w życie przepisów art. 4 ust. 1 lit. b), tj. 1 lipca 2018 r., powinien pozostać otwarty i zostać określony dopiero na późniejszym etapie, zależnie od czasu trwania procesu legislacyjnego.

1.14. EKES popiera wniosek Komisji dotyczący jednolitego formularza skargi.

⁽²⁾ Badanie opublikowano w maju 2015 r., a wstępne ustalenia zostały podane do publicznej wiadomości w dniu 15 września 2016 r.
⁽³⁾ Ze względu na różnice w podejściu poszczególnych krajów, nie jest to łatwe do osiągnięcia. Sprawa ta jest obecnie przedmiotem dyskusji między Komisją a Radą.

2. Wprowadzenie

2.1. Na całym świecie szybko rozpowszechnia się zarówno transformacja cyfrowa w przedsiębiorstwach, jak i rynki cyfrowe. Ze względu na kolosalne konsekwencje tych dynamicznych procesów Komisja słusznie oświadczyła, że jednolity rynek cyfrowy będzie jednym z jej najważniejszych priorytetów.

2.2. Również EKES jest mocno zaangażowany w dyskusje na temat transformacji cyfrowej. W szeregu swoich opinii EKES zajął już stanowisko na temat ogólnych i horyzontalnych aspektów cyfryzacji oraz przedstawionych przez Komisję wniosków dotyczących konkretnych kwestii⁽⁴⁾.

2.3. EKES uważa, że do przeprowadzenia rewolucji cyfrowej konieczne są solidne warunki promowania jednolitego rynku w nowej epoce. Te warunki muszą zostać określone przez odpowiednie – nowe lub zmienione – ramy prawne gwarantujące prawa obywateli i konsumentów. Ponadto należy zachęcać przedsiębiorstwa do korzystania z cyfrowych narzędzi i rozwiązań innowacyjnych w działalności transgranicznej.

2.4. Należy odtąd w pełni uwzględniać każdy z 16 wniosków legislacyjnych i nielegislacyjnych zawartych w pakiecie jednolitego rynku cyfrowego. To samo dotyczy wniosku w sprawie blokowania geograficznego.

2.5. Z oceny obecnych praktyk wynika, że transgraniczne transakcje internetowe nadal napotykają wiele przeszkód. Ograniczony rozwój rynku transgranicznego często nie jest skutkiem nieuczciwej segmentacji rynku, lecz rezultatem niepewności przedsiębiorców co do oczekiwań konsumentów oraz innych przeszkód administracyjnych, różnic w otoczeniu regulacyjnym i barier językowych. Tego rodzaju wątpliwości nie służą też budowaniu zaufania konsumentów.

2.6. Brak informacji przyczynia się również do tego, że handel elektroniczny (zarówno w zakresie kupna, jak i sprzedaży) szybko się rozwija na poziomie krajowym, ale w dalszym ciągu jest słabo rozwinięty w kontekście transgranicznym.

2.7. Istnieją również znaczne różnice w międzynarodowej wymianie handlowej w zależności od sektora, między większymi a mniejszymi przedsiębiorstwami oraz w zależności od rodzaju operatorów, takich jak sprzedawcy lub pośrednicy i strony internetowe, a obroty w międzynarodowym handlu online znacznie się różnią w zależności od państwa członkowskiego.

2.8. Sytuacja jest złożona. Aby propagować wymagane równe warunki i przejrzyste rozwiązania dla przedsiębiorstw i konsumentów, należy wprowadzać pakiet aktów prawnych dotyczących jednolitego rynku cyfrowego w sposób jednolity, a jednocześnie zadbać o pełną zgodność innych przepisów prawnych dotyczących powiązanych dziedzin, na przykład VAT-u, doręczania przesyłek, rozporządzenia o unieszkodliwianiu odpadów i prawa konsumentów.

2.9. Trendy gospodarcze i technologiczne są nieodwracalne. Zatem w świecie, w którym handel przez internet i tak będzie rosł, należy jak najszybciej stworzyć równe szanse zarówno dla obywateli, jak i przedsiębiorstw w Europie.

3. Szerszy kontekst

3.1. W obecnych czasach przełomowych zmian, branże wytwórczości i usług nieustannie się zmieniają, wyłaniają się nowe modele biznesowe konsumpcji współdzielonej, a metody handlu są odpowiednio dostosowywane. Media i usługi społecznościowe zasadniczo wpływają na rozwój nowych wzorców handlu i kupowania towarów. Niesie to ogromne konsekwencje dla przedsiębiorstw i konsumentów. UE powinna dostosować istniejące i nowe przepisy do nowej rzeczywistości rynkowej, bez rygorystycznego podejścia, tak by nie utrudniać rozwoju nowych modeli biznesowych i strategii innowacyjnych.

3.2. Blokowanie geograficzne jest sprzeczne z podstawową zasadą jednolitego rynku. Choć często można uzasadnić różnice w traktowaniu pod względem cen lub warunków, wynikające na przykład z pozostałej fragmentacji rynku lub różnic między rynkami krajowymi, zarówno przedsiębiorcy, jak i konsumenci skorzystaliby na otwartym i konkurencyjnym rynku, który prowadziłby do różnorodności wyboru i lepszej jakości za uczciwe ceny.

⁽⁴⁾ Dz.U. C 264 z 20.7.2016, s. 86,
Dz.U. C 264 z 20.7.2016, s. 57,
Dz.U. C 264 z 20.7.2016, s. 51,
Dz.U. C 71 z 24.2.2016, s. 65.

3.3. Znaczenie handlu elektronicznego w segmencie B2C – konsumenci i przedsiębiorstwa jako użytkownicy końcowi – należy postrzegać w szerszym kontekście. Przedsiębiorstwa są obecnie bardziej niż kiedykolwiek zobowiązane do wprowadzania innowacji i wydajności pracy za umiarkowane ceny. Nowe przełomowe zmiany przesuwają granice i pomagają przedsiębiorstwom wzmocnić się i uzyskać większą odporność. Między innymi dlatego EKES w pełni popiera cel, jakim jest zniesienie wszelkiej dyskryminacji wobec klienta ze względu na przynależność państwową lub miejsce pobytu.

3.4. Decyzja o wejściu na rynek międzynarodowy jest jednak wyłącznym prawem poszczególnych przedsiębiorstw i taka pozostanie. Praktyka pokazuje, że (znaczna) większość przedsiębiorstw wybiera podejście krajowe.

3.5. W porównaniu z USA Europa wciąż niezmiernie powoli posuwa się naprzód. Sektory cyfrowe w Chinach i Indiach zmierzają do osiągnięcia silnej pozycji. Wśród 20 największych na świecie przedsiębiorstw działających w internecie ani jedno nie jest europejskie. Zgodnie z międzynarodowymi badaniami, Europa jest liderem w zakładaniu przedsiębiorstw. Jednakże rozdrobnienie europejskiego rynku utrudnia spontaniczny rozwój przedsiębiorstw typu start-up i scale-up na skalę europejską. Segmentacja rynku często hamuje jego rozwój.

3.6. Komisja słusznie rozróżnia uzasadnione i nieuzasadnione blokowanie geograficzne. Uzasadnione blokowanie geograficzne w handlu B2C występuje przede wszystkim w wyniku fragmentacji rynku UE i nieprzejrzystych sytuacji.

3.7. Bardzo wymownym efektem ubocznym zwalczania blokowania geograficznego jest odkrywanie (nowych) nieprawidłowości na rynku wewnętrznym. Trzeba skrupulatnie przeanalizować poszczególne przypadki pod kątem tego, czy istnieją podstawy do ograniczenia dostępu do niektórych usług lub odmiennego traktowania pod względem ceny lub warunków ze względu na obywatelstwo lub miejsce zamieszkania.

3.8. Zarys potencjalnych zakresów blokowania geograficznego i rozwoju rynku na dużym rynku krajowym, takim jak USA, mógłby okazać się niezwykle użyteczny, jakkolwiek trudna i kosztowna byłaby taka analiza. Mogłoby to dostarczyć Europie wzoru do naśladowania. Tak jak w Europie, poszczególne stany USA również mogą posiadać pewne uprawnienia legislacyjne, które utrudniają działalność w skali całego kraju, ale z pewnością są one mniej szerokie niż w Europie. Wolna przedsiębiorczość i popyt konsumencki prawdopodobnie zdecydowanie faworyzują handel elektroniczny w sektorze B2C, co tworzy otoczenie sprzyjające konkurencji i szybkiemu rozwojowi firm typu start-up i scale-up na krajowym rynku USA.

3.9. Taki zarys mógłby pomóc w ocenie przyszłych zmian w Europie. W analizach prowadzonych przez Komisję na podstawie badań wśród przedsiębiorstw wskazuje się na zasadniczo krajowy charakter obecnych praktyk rynkowych. Przykład USA może zilustrować prawdziwy potencjał działalności gospodarczej w zakresie handlu elektronicznego w segmencie B2C po usunięciu wszystkich głównych barier.

3.10. Już od jakiegoś czasu program UE przewiduje wspieranie sprzedaży transgranicznej. Wprowadzono szereg dyrektyw, takich jak dyrektywa usługowa z 2006 r. i dyrektywa w sprawie praw konsumentów z 2011 r. Kładzie się w nich nacisk na ochronę konsumentów, starając się zmusić przedsiębiorstwa do zagwarantowania konsumentom wystarczającej przejrzystości oraz zaprzestania nieuzasadnionej dyskryminacji w wymiarze transgranicznym.

3.11. EKES jest rozczarowany faktem, że niewłaściwe wdrażanie i nieprawidłowe stosowanie, a także niedostateczne egzekwowanie istniejącego prawodawstwa UE, często stwarza trwałe bariery.

3.12. Do tej pory jednak wpływ przepisów prawnych zachęcających do transgranicznego handlu elektronicznego pozostaje ograniczony. W oparciu o szeroko zakrojone badania rynkowe i sondaże wśród przedsiębiorstw i konsumentów Komisja stwierdza, że „o ile zakupy przez internet stały się dla konsumentów normalną formą zakupów, kupowanie przez internet przez granicę pozostaje wyjątkiem. Tylko połowa przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż przez internet sprzedaje za granicę”⁽⁵⁾.

⁽⁵⁾ Zob. Ocena wpływu w sprawie blokowania geograficznego i innych form dyskryminacji ze względu na miejsce zamieszkania lub siedzibę lub przynależność państwową w Europie (COM(2016) 289 final, s. 2). Jednakże Komisja słusznie wskazała w swoim komunikacie w sprawie usług z 2012 r., że przedsiębiorstwa mogą swobodnie określać obszar geograficzny, na którym koncentrują swoją działalność w ramach Unii Europejskiej, „nawet wtedy, gdy prowadzą sprzedaż w internecie”.

3.13. EKES zgadza się, że ograniczenia związane z przynależnością państwową lub miejscem zamieszkania podważają zaufanie do jednolitego rynku, i w związku z tym powinny być zwalczane. Na podstawie szczegółowych badań można zasadnie wysnuć wnioski, że istnieje ogromne poparcie zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców dla otwarcia europejskiego rynku handlu elektronicznego w sektorze B2C. Tego samego zdania jest Parlament Europejski ⁽⁶⁾.

4. Sytuacja obecna

4.1. W celu poprawy transgranicznego zakupu i sprzedaży Komisja opracowała pakiet środków dotyczących różnych dziedzin, takich jak rejestracja VAT i przepisy w sprawie podatku VAT w handlu elektronicznym, doręczanie przesyłek, reforma prawa autorskiego, zmiana rozporządzenia w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów. Niezwykle istotne jest również to, by porozumienia wertykalne między dostawcami a dystrybutorami i jednostronne środki przyjmowane przez poszczególne przedsiębiorstwa były w pełni zgodne z polityką konkurencji UE.

4.2. Wniosek dotyczący rozporządzenia w sprawie blokowania geograficznego stanowi część wspomnianego pakietu. Należy zauważyć, że pewne istotne sektory nie są objęte rozporządzeniem, np. sektor zdrowia/pacjentów, kolejowy transport pasażerski, usługi finansowe (bankowość detaliczna), elektroniczne pliki muzyczne, usługi audiowizualne i pewne formy hazardu. Wynika to z faktu, że sektory te wymagają szczegółowych przepisów sektorowych, które, zdaniem EKES-u, należy wkrótce wprowadzić, by wypełnić luki w prawodawstwie związanym z jednolitym rynkiem cyfrowym.

4.3. Odnosi się to również do niezwykle ważnej kwestii praw autorskich. Choć kwestie dotyczące praw autorskich zostały słusznie wyłączone z zakresu omawianego wniosku, mimo iż zdecydowanie są z nim związane, EKES wzywa Komisję do przyjęcia odpowiednich środków w celu przeciwdziałania fragmentacji tego obszaru, by zmniejszyć niezadowolone konsumentów i wspierać tworzenie rzeczywistego jednolitego rynku cyfrowego.

4.4. Z podsumowania konsultacji publicznych z 2015 r. w sprawie blokowania geograficznego wynika, że zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorstwa są ogólnie niezadowoleni z obecnego rozdrobnienia jednolitego rynku. Wydaje się, że przedsiębiorstwa i organizacje biznesowe akceptują jednak obecny stan rzeczy, przypisując go rozbieżnym systemom prawnym w różnych państwach członkowskich ⁽⁷⁾.

4.5. EKES zauważa, że dla MŚP ważne jest, że wniosek nie tworzy obowiązku dostarczania w całej Europie. Jednak MŚP z pewnością skorzystają na możliwości ⁽⁸⁾ sprzedawania produktów i usług na całym kontynencie, zwłaszcza w regionach przygranicznych, a jednocześnie, jako użytkownicy końcowi korzystają z tych samych praw co konsumenci, co jest pomocne przy zakupie towarów i usług z innych państw członkowskich. Ponadto EKES podkreśla, że do wspierania i pobudzania handlu transgranicznego niezbędne jest pomyślnie wdrożenie rozporządzenia w sprawie usług doręczania przesyłek.

4.6. Rozbieżności między systemami prawnymi pomagają wyjaśnić rozróżnienie między uzasadnionym a nieuzasadnionym blokowaniem geograficznym. Nie licząc tych przedsiębiorstw, które po prostu nie chcą prowadzić działalności międzynarodowej, rezerwę przedsiębiorstw wobec znoszenia blokowania geograficznego należy w znacznej części przypisać ich niepewności co do rozbieżnych praktyk w całej Europie, które utrudniają handel międzynarodowy.

4.7. Konsumenci zgłaszają wiele skarg dotyczących handlu transgranicznego, chociaż wielkość dostępnej próby jest dość ograniczona i pożądana jest dalsza ocena. Skargi dotyczą rozmaitych kwestii, takich jak brak informacji, ograniczenia lub odmowy dostawy, braku uzasadnienia lub wyjaśnień, jeśli usługi lub towary zostają odrzucone, zmiany planu podróży, różnic cenowych, odrzucania niektórych kart kredytowych, zróżnicowania w zależności od adresów fakturowania i dostawy oraz języka. Niektóre z tych praktyk wynikają z różnic między systemami prawnymi. Inne jednak, wynikające z postanowień umownych lub uzgodnionych praktyk, i prowadzące do stosunkowo powszechnej pionowej segmentacji rynku (tj. na podstawie cech osobowych), powinny zostać zakazane ⁽⁹⁾. Zwiększenie zaufania konsumentów i przedsiębiorstw do rynków internetowych ma zasadnicze znaczenie dla zwiększenia transgranicznego handlu elektronicznego z korzyścią dla konsumentów, przedsiębiorstw i obywateli.

⁽⁶⁾ Zob. rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 19 stycznia 2016 r. w sprawie „W kierunku aktu o jednolitym rynku cyfrowym” (2015/2147(INI)), rozdział 2.

⁽⁷⁾ Streszczenie odpowiedzi na konsultacje społeczne KE z 2015 r. w sprawie blokowania geograficznego, s. 15.

⁽⁸⁾ Zob. Europejskie Stowarzyszenie Małych Przedsiębiorstw (ESBA).

⁽⁹⁾ Zob. także dokument roboczy przedstawiający wstępne ustalenia z badania sektora handlu elektronicznego przeprowadzonego przez DG ds. Konkurencji SWD(2016) 70 final, zob. pkt 7.

4.8. Należy zakazać nieuzasadnionego blokowania geograficznego, podobnie jak należy zakazać różnego traktowania pod względem ceny, warunków lub innych aspektów usług świadczonych w tym samym czasie i w tym samym miejscu (na przykład przez śledzenie adresów IP lub profilowanie). Nie ma uzasadnienia dla systemowych różnic w traktowaniu w takich usługach, jak wynajem samochodów, parki rozrywki lub hotele. Należy jednak zezwolić na tymczasowe promocje lub różnice cenowe, na przykład w czasie wakacji szkolnych, czyli horyzontalne i ograniczone w czasie.

4.9. Umowne ograniczenia sprzedaży transgranicznej występują w różnorodnych formach, a umowne ograniczenia terytorialne można znaleźć we wszystkich kategoriach produktów⁽¹⁰⁾. Niektóre pozornie nieuzasadnione ograniczenia, takie jak powszechny przykład różnic w cenach, są jednak dopuszczalne. Komisja ma rację, mówiąc o szarej strefie⁽¹¹⁾ w tym kontekście. Przykładowo różnice w cenach mogą być (przynajmniej częściowo) uzasadnione różnicami między rynkami, różnymi kategoriami odbiorców docelowych i wyższymi kosztami wynikającymi z różnych lub dodatkowych przepisów krajowych i doradztwa prawnego, usług płatniczych, dostaw i obsługi zwrotów⁽¹²⁾.

4.10. Zarówno wśród konsumentów, jak i w środowisku biznesu powszechny jest negatywny odbiór i związane z tym skargi na fałszywe obietnice jednolitego rynku. Skargi te wynikają zasadniczo z dwóch pokrywających się zjawisk: krajowych polityk przemysłowych i rozbieżności w przepisach.

4.11. EKES wielokrotnie krytykował istnienie 28 polityk przemysłowych, jako że krajowa optyka w polityce przemysłowej utrudnia ogólnounijne działania w biznesie, a w szczególności podważa możliwości transgranicznej działalności MŚP. Brak koordynacji polityk krajowych i oczywisty brak jednolitości, tam gdzie jest ona konieczna, utrudnia planowanie transgraniczne. Nieprzewidywalne i arbitralne środki podejmowane przez rządy przydają jeszcze niepewności.

4.12. Obecna sceneria jest niewątpliwie barwna: istnieją różne normy krajowe i różne systemy certyfikacji, niektóre strony internetowe są blokowane, by uniemożliwić sprzedaż z innego kraju, systemy płatności zwykle różnią się, wymogi językowe mogą być zaporowe, organy nadzoru rynku nakładają czasami dodatkowe wymogi⁽¹³⁾, a obowiązujące dyrektywy UE są źle wdrożone lub nie zostały wdrożone wcale. Dobrze znanym przykładem jest art. 20 dyrektywy usługowej, systematycznie ignorowany przez państwa członkowskie, chociaż w tym konkretnym przypadku brakuje jasności co do sposobu prawidłowego egzekwowania tego artykułu. Wszystkie te czynniki osłabiają zarówno przejrzystość rynku, jak i pożądaną równość warunków konkurencji.

4.13. Kluczową kwestię stanowi rynek wewnętrzny. Społeczeństwo online stawia jednolity rynek w centrum uwagi. Zmniejsza się dystans między przedsiębiorstwami i konsumentami na całym kontynencie. Jedno kliknięcie myszki natychmiast otwiera szeroki wachlarz opcji i możliwości wyboru. Możliwości specjalizacji i dostosowania rozwiązań mogą rosnąć w postępie geometrycznym. Należy jednak pamiętać, że nawet gdyby jednolity rynek działał doskonale, dalej istniałyby różnice między regionami.

4.14. Sztuczne bariery utrudniają firmom, zwłaszcza MŚP, spontaniczny rozwój. Przedsiębiorstwa dążą do koordynacji działań, aby obchodzić problemy lub pokonywać przeszkody w celu zabezpieczenia pozycji na rynku. Porozumienia horyzontalne i wertykalne między przedsiębiorstwami handlowymi i dystrybutorami, a także różne formy podziału rynku, postrzegane zazwyczaj jako nieuzasadnione blokowanie geograficzne, często muszą również być postrzegane jako środki ochronne stosowane przez przedsiębiorstwa wobec arbitralnych ich zdaniem barier krajowych. Na przykład z powodu strategii krajowych koszty transportu i usług posprzedażowych nieoczekiwanie mogą okazać się wyższe. Przedsiębiorstwa, zobowiązane do dostawy w każdych okolicznościach, mogą mieć trudności w realizacji swoich zobowiązań w obliczu nieznanymi warunków.

4.15. W niektórych przypadkach korzysta się z transgranicznych pośredników do złagodzenia krajowych problemów między przedsiębiorstwem w kraju pochodzenia a klientami w innym kraju. Niezależnie od tego, na ile może to być przydatne, takie rozwiązanie ogólnie nie ułatwia bezpośrednich stosunków między przedsiębiorstwami dostarczającymi a klientami.

⁽¹⁰⁾ Tamże, pkt 98 i 99.

⁽¹¹⁾ Tamże, pkt 102. Należy wyraźniej zdefiniować ową szarą strefę.

⁽¹²⁾ Tamże, pkt 114.

⁽¹³⁾ Zob. np. Niemcy.

4.16. Nie ulega wątpliwości, że należy lokalizować i zwalczać nieuzasadnione blokowanie geograficzne. EKES podkreśla jednak, że wprowadzając prawidłowe warunki, należy również wyciągnąć prawidłowe wnioski z obecnego rozdrobnienia rynku wewnętrznego wynikającego z rozbieżnych podejść krajowych.

Bruksela, dnia 19 października 2016 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Georges DASSIS
