

## ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

Περίληψη των απαντήσεων στη δημόσια διαβούλευση του 2015 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με θέμα:

**«ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΛΛΟΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΙΣΧΥΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΕ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ»**

### ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Η μεγάλη πλειονότητα των συμμετεχόντων συμφωνούν με τον ορισμό του προβλήματος του γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων μορφών διακρίσεων γεωγραφικού χαρακτήρα όπως παρουσιάζεται στο ερωτηματολόγιο. Παράλληλα, όμως, ορισμένοι συμμετέχοντες, ιδίως από ενώσεις επιχειρήσεων, διαφωνούν με τον ευρύ ορισμό του γεωγραφικού αποκλεισμού.

Συνολικά, οι περισσότεροι συμμετέχοντες, τόσο από την πλευρά των καταναλωτών όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων, συμφωνούν ότι οι καταναλωτές πρέπει να είναι σε θέση να πραγματοποιούν αγορές και να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες από οποιαδήποτε περιοχή της ΕΕ.

Σχεδόν το 90 % των καταναλωτών που συμμετείχαν στη διαβούλευση έχουν αντιμετωπίσει το πρόβλημα του γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών κατά την πραγματοποίηση αγορών σε άλλη χώρα της ΕΕ. Έως και το 50 % των συμμετεχόντων από την πλευρά των επιχειρήσεων συμφωνούν απόλυτα με την άποψη ότι όλες οι μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων γεωγραφικών περιορισμών που αναφέρονται συνιστούν σημαντικά εμπόδια στην ενιαία αγορά.

Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που πλήττονται περισσότερο από τον γεωγραφικό αποκλεισμό είναι τα είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ, τα φυσικά μέσα (βιβλία), το υλισμικό υπολογιστών και τα ηλεκτρονικά προϊόντα, τα αεροπορικά εισιτήρια και η ενοικίαση αυτοκινήτων. Παρά το γεγονός ότι το ερωτηματολόγιο δεν κάλυπτε περιορισμούς που αφορούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ή συναφείς πρακτικές αδειοδότησης (όπως στον τομέα του αθλητισμού), πολλοί συμμετέχοντες επισήμαναν τον γεωγραφικό αποκλεισμό ψηφιακού περιεχομένου, όπως οι υπηρεσίες μετάδοσης συνεχούς ροής (streaming), τα παιχνίδια και το λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών, τα ηλεκτρονικά βιβλία και οι συσκευές αναπαραγωγής πολυμέσων MP3.

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες, τόσο από την πλευρά των καταναλωτών όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων, συμφωνούν ότι οι έμποροι πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με τους περιορισμούς στις πωλήσεις. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων συμμερίζονται επίσης την άποψη ότι, εκτός από τη συμμόρφωση προς ρητές νομικές απαιτήσεις, δεν συντρέχουν αντικειμενικοί λόγοι που να δικαιολογούν τον αποκλεισμό ιστοτόπων.

Οι καταναλωτές συμφωνούν απόλυτα ή συμφωνούν με τις προτεινόμενες επιλογές πολιτικής, περιλαμβανομένης της επιβολής της απαίτησης να δέχονται οι έμποροι διασυνοριακές συναλλαγές χωρίς υποχρέωση παράδοσης.

Οι επιχειρήσεις και οι δημόσιες αρχές προτρέπουν την Επιτροπή να ορίσει την έννοια του δικαιολογημένου ή αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού. Οι επιχειρήσεις στην πλειονότητά τους αντιτίθενται στην υποχρέωση πώλησης και παράδοσης σε ολόκληρη την ΕΕ, επισημαίνοντας την ανάγκη σεβασμού της συμβατικής τους ελευθερίας.

Η μεγάλη πλειονότητα όλων των ομάδων συμμετεχόντων συμφωνούν ότι η επιβολή των κανόνων πρέπει να βελτιωθεί, μέσω της βελτίωσης των απαιτήσεων πληροφόρησης και της διασφάλισης της απαγόρευσης των διακρίσεων.

Η πλειονότητα των καταναλωτών που συμμετείχαν στη διαβούλευση εκτιμούν ότι τα περισσότερα από τα προτεινόμενα μέτρα θα έχουν θετικές επιπτώσεις στην αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού και των συνακόλουθων διακρίσεων, ενώ οι απόψεις των επιχειρήσεων δίστανται όσον αφορά τις αναμενόμενες επιπτώσεις.

## II. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Επιτροπή διοργάνωσε δημόσια διαβούλευση στο πλαίσιο των πρωτοβουλιών της για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού βάσει της στρατηγικής για την ψηφιακή ενιαία αγορά και για την καταπολέμηση των διακρίσεων λόγω τόπου διαμονής ή λόγω ιθαγένειας στο πλαίσιο της στρατηγικής για την ενιαία αγορά.

Η διαβούλευση ξεκίνησε στις 24 Σεπτεμβρίου και ολοκληρώθηκε στις 28 Δεκεμβρίου 2015.

Το ερωτηματολόγιο δημοσιεύθηκε σε 24 γλώσσες. Η διαβούλευση δημοσιοποιήθηκε μέσω των ιστοτόπων της Επιτροπής, των διαύλων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και μέσω των συναντήσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι απαντήσεις δημοσιεύθηκαν, εκτός από τις περιπτώσεις στις οποίες οι συμμετέχοντες ζήτησαν την τήρηση εμπιστευτικότητας.

Το ερωτηματολόγιο χωριζόταν στα ακόλουθα τρία μέρη: 1) «καταναλωτές», 2) «έμποροι» και 3) «καταναλωτές και επιχειρήσεις», ανάλογα με την πλευρά από την οποία επέλεξαν να τοποθετηθούν οι συμμετέχοντες.

Μολονότι οι περισσότερες ερωτήσεις ήταν κοινές και στα τρία μέρη του ερωτηματολογίου, κάθε μέρος περιελάμβανε επίσης ερωτήσεις οι οποίες απευθύνονταν ειδικά στις προαναφερόμενες ομάδες συμμετεχόντων. Για λεπτομερέστερη ανάλυση των απόψεων των συμμετεχόντων, οι ομάδες συμμετεχόντων υποδιαιρούνται σε επιμέρους κατηγορίες (όπως παρουσιάζεται στο τμήμα III της συνοπτικής έκθεσης κατωτέρω). Ελήφθησαν 433 απαντήσεις.

Το Κολέγιο της Ευρώπης, στην Μπρυζ, βοήθησε έως κάποιον βαθμό τις υπηρεσίες της Επιτροπής κατά την ανάλυση ορισμένων τμημάτων των απαντήσεων από επιλεγμένες ομάδες συμμετεχόντων. Σχετική έκθεση που εκπονήθηκε από το Κολέγιο της Ευρώπης θα δημοσιευθεί σε χωριστή έκδοση από το διαδικτυακό βιβλιοπωλείο της ΕΕ (EU bookshop).

Τα αριθμητικά στοιχεία και τα ποσοστά που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή της κατανομής των απαντήσεων στη δημόσια διαβούλευση προκύπτουν από τις απαντήσεις που δόθηκαν με τη βοήθεια του διαδικτυακού μέσου EUsurvey. Κατά την περιγραφή και ανάλυση των απόψεων των ενδιαφερόμενων μερών ελήφθησαν επίσης υπόψη και άλλες παρατηρήσεις τις οποίες υπέβαλαν τα ενδιαφερόμενα μέρη στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης, όπως έγγραφα θέσης και εισηγήσεις που υποβλήθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου· ωστόσο, δεν συνεκτιμήθηκαν στο πλαίσιο της στατιστικής απεικόνισης.

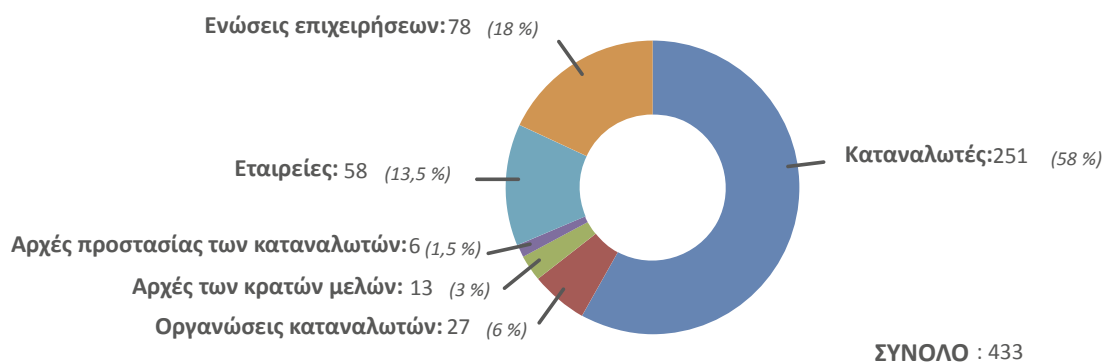
Οι απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις του διαδικτυακού μέσου EUsurvey ήταν προαιρετικές. Οι συμμετέχοντες επέλεξαν σε αρκετές περιπτώσεις να μην απαντήσουν σε όλες τις ερωτήσεις. Ως εκ τούτου, τα ποσοστά που παρατίθενται κατωτέρω έχουν προκύψει από τους συμμετέχοντες που απάντησαν στην αντίστοιχη ερώτηση. Οι συμμετέχοντες που δεν απάντησαν σε μια συγκεκριμένη ερώτηση δεν συνυπολογίζονται στα ποσοστά που παρουσιάζονται. Αυτό γίνεται για λόγους διασφάλισης της σαφήνειας ως προς την ερμηνεία των δεδομένων.

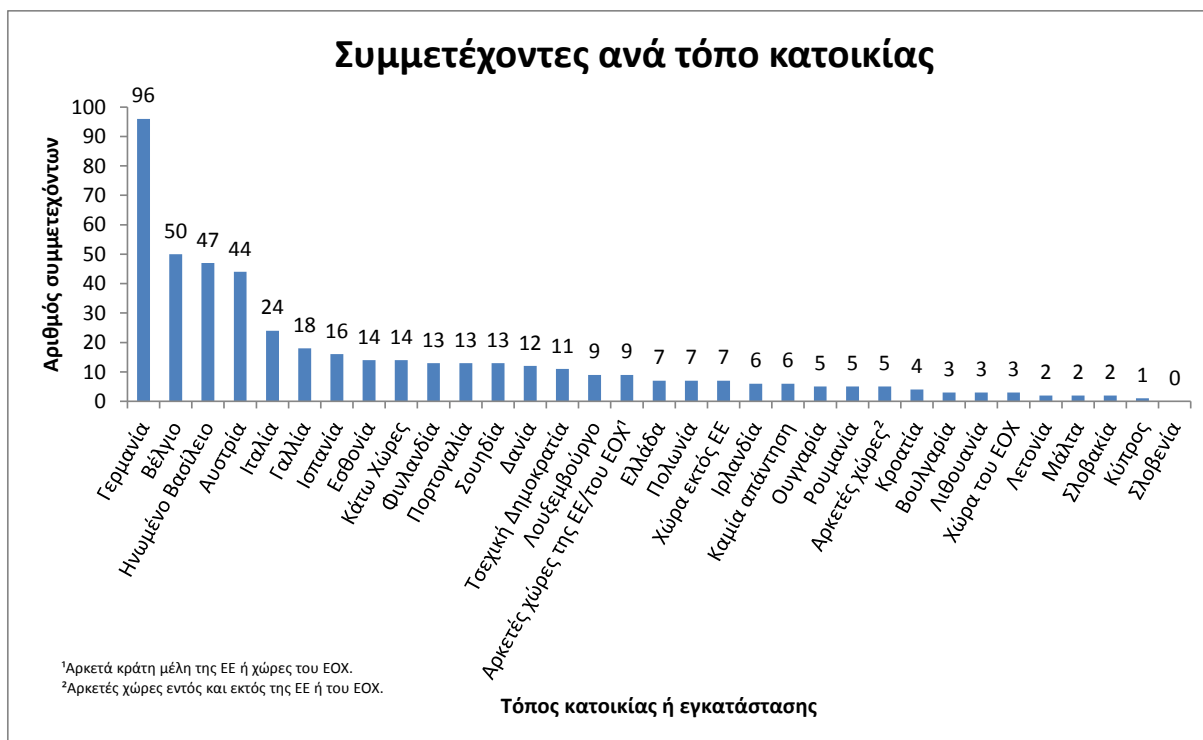
### III. ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Στην επισκόπηση των συμμετεχόντων που παρατίθεται κατωτέρω παρουσιάζεται αναλυτικά η ταξινόμηση και των 433 απαντήσεων συμμετεχόντων στη διαβούλευση από την Επιτροπή.

|                                  | Απαντήσεις |
|----------------------------------|------------|
| Καταναλωτές                      | 251        |
| Οργανώσεις καταναλωτών           | 27         |
| Αρχές των κρατών μελών           | 13         |
| Αρχές προστασίας των καταναλωτών | 6          |
| Εταιρείες                        | 58         |
| Ενώσεις επιχειρήσεων             | 78         |
| <b>Σύνολο</b>                    | <b>433</b> |

#### Ομάδες συμμετεχόντων





**Σημείωση:** Τόπος κατοικίας κατά δήλωση των συμμετεχόντων. Ο συνολικός αριθμός των συμμετεχόντων, όπως εμφανίζεται στο γράφημα ανωτέρω, υπερβαίνει τον συνολικό αριθμό των απαντήσεων (433). Η διαφορά αυτή αντικατοπτρίζει τους συμμετέχοντες οι οποίοι δήλωσαν πολλαπλούς τόπους κατοικίας.

Δεδομένου ότι στόχος της διαβούλευσης ήταν η διατύπωση των απόψεων των ενδιαφερόμενων μερών, δεν είναι δυνατόν να θεωρηθεί ότι οι απαντήσεις είναι στατιστικά αντιπροσωπευτικές.

Επιδιώχθηκε η διατύπωση απόψεων από καταναλωτές, ενώσεις καταναλωτών, επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων, καθώς και από κράτη μέλη, από τα θεσμικά τους όργανα και τις οικείες εθνικές αρχές.

Βάσει των απαντήσεων που δόθηκαν στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης, καθίσταται εμφανές ότι οι συμμετέχοντες έδωσαν πολύ διαφορετικές ερμηνείες σχετικά με το ποια ενδιαφερόμενα μέρη θα έπρεπε να απαντήσουν από την πλευρά «καταναλωτή και επιχείρησης». Αντί των σκοπούμενων ομάδων-στόχων εταιρειών λιανικού εμπορίου, οι συμμετέχοντες συμπεριέλαβαν στη συγκεκριμένη κατηγορία ευρύ φάσμα διαφορετικών ενδιαφερόμενων μερών, π.χ. μια μικρή ευρωπαϊκή επιχείρηση παιγνίων, μια πολυεθνική εταιρεία ηλεκτρονικών προϊόντων, μια ευρωπαϊκή ένωση στον τομέα του τουρισμού και ένα υπουργείο κράτους μέλους. Δεδομένου του μικρού αριθμού συμμετεχόντων στη συγκεκριμένη κατηγορία (συνολικά 25 υποβολές) και της εκλαμβανόμενης ασάφειας του ορισμού της εν λόγω κατηγορίας ενδιαφερόμενων μερών, συνιστάται οποιαδήποτε εξαγωγή συμπερασμάτων από τις απαντήσεις αυτές να γίνεται με ορισμένο βαθμό επιφύλαξης.

Κατά την ανάλυση των εισηγήσεων που υποβλήθηκαν στο πλαίσιο της διαβούλευσης, οι απαντήσεις ταξινομήθηκαν σε τρεις ευρείες κατηγορίες: καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών· επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων· κράτη μέλη και εθνικές αρχές.

#### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Συμμετοχή μεμονωμένων καταναλωτών από διάφορα κράτη μέλη. Οι περισσότερες απαντήσεις από μεμονωμένους καταναλωτές ελήφθησαν από τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστρία και την Ιταλία. Ελήφθησαν επίσης δύο εισηγήσεις από περιοχές εκτός της ΕΕ.

Συμμετείχαν επίσης οργανώσεις εκπροσώπησης καταναλωτών τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Συμμετοχή επιχειρήσεων από διάφορα κράτη μέλη. Οι περισσότερες από τις ληφθείσες απαντήσεις προήλθαν από τη Γερμανία, την Αυστρία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ελήφθησαν επίσης πέντε παρατηρήσεις από επιχειρήσεις με έδρα εκτός της ΕΕ.

Στην πλειονότητά τους, οι επιχειρήσεις που διατύπωσαν τις απόψεις τους διευκρινίζουν ότι οι πωλήσεις τους πραγματοποιούνται είτε κατεξοχήν μέσω διαδικτύου είτε μέσω διαδικτύου και εκτός αυτού. Μόνο μία συμμετέχουσα επιχείρηση πραγματοποιεί πωλήσεις αποκλειστικά σε καταστήματα συμβατικού τύπου.

Παρότι ορισμένες απαντήσεις ελήφθησαν από μεγάλες επιχειρήσεις, πολλές επιχειρήσεις αυτοχαρακτηρίζονται ως μικρές ή πολύ μικρές επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις διευκρίνισαν ότι δραστηριοποιούνται σε πολλούς διαφορετικούς τομείς, περιλαμβανομένων των τομέων του λιανικού εμπορίου, του λογισμικού, της ΤΠ, των τηλεπικοινωνιών και των μεταφορών.

Στη διαβούλευση συμμετείχε μεγάλος αριθμός ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες δραστηριοποιούνται ως επί το πλείστον σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Απαντήσεις ελήφθησαν επίσης από ενώσεις επιχειρήσεων οι οποίες δεν έχουν έδρα στην ΕΕ.

Ορισμένες ενώσεις εκπροσωπούν επιχειρήσεις από όλους τους τομείς. Η πλειονότητα των ενώσεων που συμμετείχαν στη διαβούλευση εκπροσωπούν επιχειρήσεις από συγκεκριμένους τομείς, όπως οι τομείς του λιανικού/ηλεκτρονικού εμπορίου, των μέσων ενημέρωσης, της βιομηχανίας, της μόδας, των τυχερών παιχνιδιών ή των νομικών υπηρεσιών.

Το ερωτηματολόγιο επικρίθηκε από ορισμένους συμμετέχοντες ως μεροληπτικό.

Στο ερωτηματολόγιο επισημαίνεται ότι δεν συμπεριλαμβάνονται πτυχές που αφορούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Ωστόσο, αρκετοί συμμετέχοντες αναφέρονται σε πρακτικές που βασίζονται σε δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, π.χ. σε σχέση με το ψηφιακό περιεχόμενο. Φαίνεται ότι δεν γνωρίζουν όλοι οι συμμετέχοντες τη σχέση της παρούσας πρωτοβουλίας και άλλων πρωτοβουλιών στο πλαίσιο της στρατηγικής για την ψηφιακή ενιαία αγορά, όπως η φορητότητα.

Όσον αφορά τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών από συγκεκριμένους τομείς, αρκετές επιχειρήσεις λαχειοφόρων αγορών υπογραμμίζουν ότι το κανονιστικό πλαίσιο για τα τυχερά παιχνίδια, συμπεριλαμβανομένων τυχόν περιορισμών γεωγραφικού χαρακτήρα, εμπίπτει στην αρμοδιότητα των κρατών μελών λόγω του ειδικού χαρακτήρα των τυχερών παιχνιδιών και εξυπηρετεί το δημόσιο συμφέρον. Από τον τομέα της μουσικής, οι ενώσεις εκφράζουν την ανησυχία τους σχετικά με τις μη επιδιωκόμενες πολλαπλασιαστικές συνέπειες που θα προκληθούν σε σχέση με την αποστολή ψηφιακών προϊόντων που περιλαμβάνουν περιεχόμενο το οποίο προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας εάν δεν οριστεί με σαφήνεια το πεδίο εφαρμογής της πρωτοβουλίας κατά του γεωγραφικού αποκλεισμού. Πολλές ενώσεις από τη βιομηχανία των οπτικοακουστικών μέσων και των μέσων ενημέρωσης επισημαίνουν ότι οι πρακτικές των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και αδειοδότησης δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της παρούσας πρωτοβουλίας και τονίζουν τη σημασία της εδαφικής αδειοδότησης, της επιχειρηματικής ελευθερίας και του δικαιώματος στην ιδιοκτησία δυνάμει του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ.

Αρκετές ενώσεις από τον τομέα των εκδόσεων επισημαίνουν προβλήματα σχετικά με την είσπραξη του ΦΠΑ στη χώρα κατανάλωσης και το γεγονός ότι πολλά ψηφιακά προϊόντα περιλαμβάνουν περιεχόμενο που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (για παράδειγμα η πολιτική ειδησεογραφία). Η παρουσία σε μια δεδομένη αγορά εκτός των εθνικών συνόρων συνεπάγεται δαπάνες και υποχρεώσεις τις οποίες ένας έμπορος λιανικής πώλησης καλείται να αξιολογήσει πριν συμφωνήσει να πραγματοποιήσει πωλήσεις σε πελάτες του εξωτερικού (ΦΠΑ, υποβολή φορολογικής

δήλωσης, υποχρεώσεις παροχής υπηρεσιών και συμβατικές υποχρεώσεις), διαδικασία που συνιστά σοβαρή πρόκληση για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Συμμετοχή αρκετών κρατών μελών καθώς και εθνικών αρχών από κράτη μέλη. Οι εθνικές αρχές περιλαμβάνουν κατά κύριο λόγο τις αρχές που είναι αρμόδιες για θέματα προστασίας των καταναλωτών ή ανταγωνισμού. Συνολικά, στο ερωτηματολόγιο της δημόσιας διαβούλευσης απάντησαν ή διατύπωσαν τις απόψεις τους με την υποβολή χωριστών γραπτών παρατηρήσεων δημόσιοι φορείς από 16 κράτη μέλη.

## **IV. ΜΟΡΦΕΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΥ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

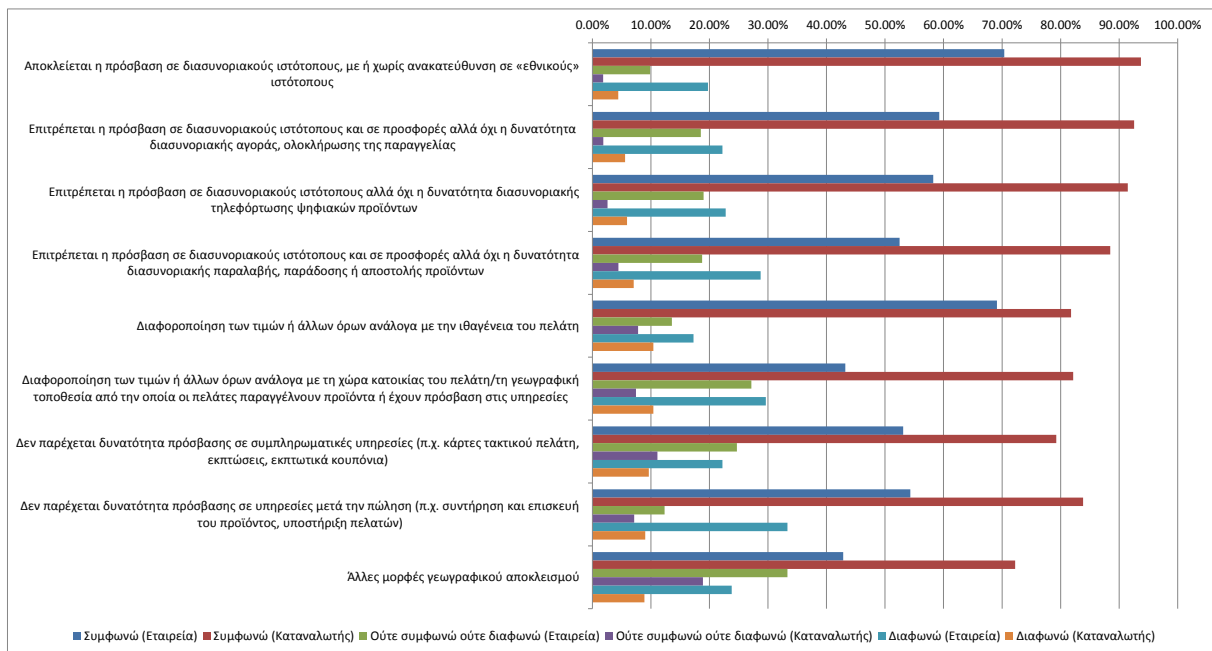
Σε όλες τις ομάδες των διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών που συμμετείχαν στη διαβούλευση διαπιστώνεται η έντονη υποστήριξη της γενικής αρχής σύμφωνα με την οποία πρέπει να παρέχεται σε όλους τους καταναλωτές και σε όλες τις επιχειρήσεις η δυνατότητα πραγματοποίησης αγορών και πρόσβασης σε υπηρεσίες από οποιαδήποτε περιοχή της ΕΕ.

Ορισμένα ενδιαφερόμενα μέρη, ιδίως από τις ενδιαφερόμενες ενώσεις επιχειρήσεων, διατυπώνουν επικριτικές παρατηρήσεις σχετικά με τον ευρύ ορισμό του γεωγραφικού αποκλεισμού στη δημόσια διαβούλευση. Στην πλειονότητά τους, οι εν λόγω συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τον γεωγραφικό αποκλεισμό ως αποκλεισμό από τη διαδικτυακή πρόσβαση σε μια προσφορά λόγω της γεωγραφικής θέσης των πελατών, αποκλεισμός που διαχωρίζεται από τους περιορισμούς πραγματοποίησης αγορών και παράδοσης.

### *α. Η σημασία του γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών*

Όσον αφορά το ερώτημα σχετικά με τις μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων γεωγραφικών περιορισμών που θεωρείται ότι δημιουργούν σημαντικά εμπόδια στην ενιαία αγορά, οι συμμετέχοντες συμφωνούν εν γένει ότι οι πρακτικές οι οποίες δεν επιτρέπουν την πρόσβαση είτε σε προσφορές είτε σε αυτό καθαυτό το προϊόν / αυτή καθαυτή την υπηρεσία συνιστούν σημαντικούς φραγμούς. Οι απόψεις που εκφράστηκαν σχετικά με τον βαθμό στον οποίο οι πρακτικές γεωγραφικού αποκλεισμού συνιστούν εμπόδια στην ενιαία αγορά αντικατοπτρίζονται επίσης από τη βαρύτητα που αποδίδεται στις διάφορες πρακτικές γεωγραφικού αποκλεισμού (διάγραμμα 1).

## Διάγραμμα 1. Η σημασία των διαφόρων μορφών γεωγραφικού αποκλεισμού<sup>1</sup>



### Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών

Οι τέσσερις στους πέντε συμμετέχοντες που χαρακτηρίζονται ως καταναλωτές ή οργανώσεις καταναλωτών συμφωνούν ότι οι μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού που απαριθμούνται ανωτέρω δημιουργούν σημαντικά εμπόδια στην ενιαία αγορά. Σημαντικότερα θεωρούνται τα εμπόδια που απορρέουν από τον περιορισμό της πρόσβασης σε ιστοτόπους. Παρότι το ερωτηματολόγιο δεν κάλυπτε τους περιορισμούς που συνδέονται με δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, πολλοί μεμονωμένοι καταναλωτές επισημαίνουν ότι ο γεωγραφικός αποκλεισμός που συνδέεται με ψηφιακό περιεχόμενο αποτελεί ζήτημα ιδιαίτερης σημασίας (π.χ. πρόσβαση σε τηλεοπτικές εκπομπές ή σε πλατφόρμες εφαρμογών ή οπτικοακουστικού περιεχομένου).

Όσον αφορά την αξιολόγηση της σημασίας των εν λόγω εμποδίων, οι καταναλωτές έκριναν ότι όλα τα απαριθμούμενα είδη πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού είναι ιδιαίτερης σημασίας (δεδομένου ότι το 85-90 % των συμμετεχόντων τα χαρακτηρίζουν «σημαντικά»/«πολύ σημαντικά»). Σημαντικότερα θεωρούνται τα εμπόδια που αποκλείουν την πρόσβαση σε προσφορές (>90 %), ενώ οι περιορισμοί για τα ψηφιακά προϊόντα / τις ψηφιακές υπηρεσίες (87 %) θεωρούνται ελαφρώς σημαντικότεροι από ό,τι οι περιορισμοί για τα μη ψηφιακά προϊόντα / τις μη ψηφιακές υπηρεσίες (82 %).

Όσον αφορά τους λόγους τους οποίους προβάλλουν οι έμποροι για την άρνησή τους να πραγματοποιήσουν πωλήσεις ή για τη χρέωση εκ μέρους τους υψηλότερης τιμής λόγω του τόπου κατοικίας, περίπου το ήμισυ των συμμετεχόντων (46 %) δεν έχουν λάβει καμία εξήγηση. Μόλις ένας στους δέκα συμμετέχοντες περίπου (11 %) δηλώνουν ότι ζήτησαν εξηγήσεις και, στις περισσότερες περιπτώσεις, έλαβαν από τον έμπορο την εξήγηση περί διακρίσεων λόγω τόπου κατοικίας. Περίπου στο ένα τέταρτο των περιπτώσεων (27 %), οι καταναλωτές ζήτησαν αλλά δεν έλαβαν από τους εμπόρους εξηγήσεις σχετικά με τους λόγους για τους οποίους είτε αρνήθηκαν να πραγματοποιήσουν

<sup>1</sup> Για τους σκοπούς της παρουσίασης, απεικονίζονται οι επιλογές απάντησης «Συμφωνώ απόλυτα»/«Συμφωνώ» και «Διαφωνώ πλήρως»/«Διαφωνώ».

την πώληση είτε χρέωσαν υψηλότερη τιμή. Στο 16 % των περιπτώσεων που αναφέρθηκαν, οι έμποροι παρείχαν εκ των προτέρων εξηγήσεις.

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Οι συμμετέχοντες από επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων διατυπώνουν διαφορετική άποψη από την άποψη των καταναλωτών. Μολονότι στη μεγάλη τους πλειονότητα (75 %), οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι ο αποκλεισμός της πρόσβασης σε ιστοτόπους δημιουργεί φραγμούς, ποσοστό άνω του 50 % των συμμετεχόντων εκτιμούν ότι οι περιορισμοί λόγω προβλημάτων αποστολής ή πληρωμής προβάλλουν σημαντικά προσκόμματα στις εμπορικές συναλλαγές.

Ορισμένα ενδιαφερόμενα μέρη από ενώσεις επιχειρήσεων και μεμονωμένες επιχειρήσεις επισημαίνουν την ανάγκη αποσαφήνισης των δυνητικών επιπτώσεων για τα ζητήματα των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας / αδειοδότησης στο πλαίσιο μελλοντικών πρωτοβουλιών.

Κατά την ιεραρχική κατάταξη της σημασίας των απαριθμούμενων μορφών γεωγραφικού αποκλεισμού, οι επιχειρήσεις και οι ενώσεις επιχειρήσεων παρουσιάζουν την τάση να τις θεωρούν λιγότερο σημαντικές σε σύγκριση με τους καταναλωτές. Ωστόσο, δύο στους τρεις συμμετέχοντες από επιχειρήσεις θεωρούν ότι η ανακατεύθυνση ή η άρνηση πρόσβασης σε ιστοτόπο συνιστούν «σημαντικά» ή «πολύ σημαντικά» εμπόδια. Και τούτο παρά το γεγονός ότι αρκετές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη διαβούλευση ισχυρίζονται ότι ο γεωγραφικός αποκλεισμός είναι θετικός για τους καταναλωτές, διότι τους προωθεί σε ιστοτόπους που είναι προσαρμοσμένοι στην εγχώρια αγορά των πελατών. Περίπου στο 50 % των απαντήσεων των επιχειρήσεων αναφέρεται ότι τα δυσανάλογα έξοδα μεταφοράς ή η χρήση υποδείγματος που ισχύει για ορισμένες μόνο χώρες (π.χ. δήλωση διεύθυνσης, ταχυδρομικού κώδικα, τηλεφώνου κ.λπ.) αποτελούν σημαντικά εμπόδια.

Επιχειρήσεις που πραγματοποιούν πωλήσεις και αγορές προϊόντων και υπηρεσιών έλαβαν εκ των προτέρων επεξήγηση από τον πωλητή σε περίπου μία στις οκτώ περιπτώσεις (14 %), ήτοι με την ίδια συχνότητα με την οποία έλαβαν επεξήγηση σχετικά με την άρνηση πώλησης ή τη χρέωση υψηλότερης τιμής λόγω του τόπου κατοικίας/εγκατάστασης. Σε ποσοστό ελαφρώς μεγαλύτερο από το ένα τρίτο του συνόλου των περιπτώσεων (36 %), ο πωλητής δεν έδωσε στους πελάτες καμία εξήγηση, ενώ μόλις λίγο περισσότεροι από το ένα τρίτο των συμμετεχόντων ανέφεραν ότι δεν έχουν ζητήσει ποτέ εξηγήσεις από τον πωλητή.

Σύμφωνα με την άποψη του πωλητή, σε λιγότερους από έναν στους τρεις πελάτες (29 %) δίνονται εξηγήσεις για τη χρήση του γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών. Περίπου το ένα τρίτο των επιχειρήσεων (34 %) διευκρινίζουν ότι παρέχουν εκ των προτέρων εμπειριστατωμένη εξήγηση στον ιστοτόπό τους, σε δημοσίως διαθέσιμο υλικό ή στο κατάστημά τους. Λιγότεροι από το ένα τρίτο (31 %) των συμμετεχόντων δηλώνουν ότι δεν τους ζητείται να παράσχουν καμία εξήγηση, ενώ σπάνιες είναι οι περιπτώσεις στις οποίες οι έμποροι δίνουν εξηγήσεις κατόπιν αιτήματος ένωσης καταναλωτών (μόνο στο 6 % των περιπτώσεων). Πρέπει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι στη συγκεκριμένη ερώτηση ελήφθη πολύ μικρός αριθμός απαντήσεων.

*β. Η εμπειρία του γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών*

*ι) Αντικείμενο γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών*

### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Όταν ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν την εμπειρία τους σε σχέση με τον γεωγραφικό αποκλεισμό ή άλλους γεωγραφικούς περιορισμούς κατά την πραγματοποίηση διασυνοριακών αγορών, η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών και των ενώσεων καταναλωτών (89,4 %) επιβεβαιώνουν ότι έχουν αποτελέσει αντικείμενο γεωγραφικού αποκλεισμού.

Οι συνηθέστεροι περιορισμοί με τους οποίους βρίσκονται αντιμέτωποι οι καταναλωτές, ανεξαρτήτως του οικονομικού τομέα ή του είδους των προϊόντων και των υπηρεσιών που αγοράζουν, συνίστανται



στην άρνηση πώλησης (συμπεριλαμβανομένης της αυτόματης ανακατεύθυνσης), στην άρνηση αποστολής, στη διαφοροποίηση της τιμής κατά την πραγματοποίηση διασυνοριακών αγορών και στην άρνηση χορήγησης έκπτωσης.

Οι καταναλωτές αναφέρουν ότι αποτελούν αντικείμενο γεωγραφικού αποκλεισμού στον τομέα του λιανικού εμπορίου όταν επιχειρούν να αγοράσουν είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ, φυσικά μέσα (βιβλία), υλισμικό υπολογιστών και ηλεκτρονικά προϊόντα. Στον ψηφιακό τομέα, οι καταναλωτές αναφέρουν δυσκολίες οι οποίες συνδέονται με την αδυναμία πραγματοποίησης αγορών ή πρόσβασης όσον αφορά τις υπηρεσίες μετάδοσης συνεχούς ροής, τα παιχνίδια και το λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών, τα ηλεκτρονικά βιβλία και τις συσκευές αναπαραγωγής πολυμέσων MP3 (μολονότι το ερωτηματολόγιο δεν κάλυπτε περιορισμούς σχετικούς με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ή παρεμφερείς πρακτικές αδειοδότησης, όπως στον τομέα του αθλητισμού). Επιπλέον, προκλήσεις εγείρονται επίσης στο πεδίο των υπηρεσιών διαμονής και αναψυχής. Οι καταναλωτές βιώνουν επίσης την εμπειρία του γεωγραφικού αποκλεισμού όταν επιχειρούν να πραγματοποιήσουν αγορές αεροπορικών εισιτηρίων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων ή όταν επιθυμούν να αποκτήσουν πρόσβαση σε υπηρεσίες πολιτιστικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου. Ορισμένοι από τους συμμετέχοντες διευκρινίζουν ότι έχουν αποτελέσει αντικείμενο γεωγραφικού αποκλεισμού κατά την ενοικίαση αυτοκινήτου σε άλλη χώρα. Επιπροσθέτως, οι πελάτες εξέφρασαν επίσης τη δυσαρέσκειά τους για το γεγονός ότι δεν μπορούσαν να αποκτήσουν πρόσβαση σε ιστοτόπους διαδικτυακών τυχερών παιχνιδιών σε άλλα κράτη μέλη.

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων που πραγματοποιούν πωλήσεις και αγορές προϊόντων και υπηρεσιών βρίσκονται αντιμέτωπες με το πρόβλημα του γεωγραφικού αποκλεισμού σε μικρότερο βαθμό από ό,τι οι καταναλωτές, καθώς οι έξι στις δέκα επιχειρήσεις (63 %) απαντούν ότι αποτελούν αντικείμενο γεωγραφικού αποκλεισμού. Αντιθέτως, περισσότεροι από το ένα τρίτο των συμμετεχόντων (37 %) δηλώνουν ότι δεν έχουν αντιμετωπίσει το πρόβλημα του γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών μεταξύ επιχειρήσεων κατά την άσκηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Στην πλειονότητά τους, οι εθνικές δημόσιες αρχές συμφωνούν με τις μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού που προσδιορίζονται στη δημόσια διαβούλευση. Δύο αρχές υπογραμμίζουν την ανάγκη να οριστεί με μεγαλύτερη ακρίβεια το πεδίο εφαρμογής της πρωτοβουλίας και να διασαφηνιστούν οι πλέον προβληματικές πρακτικές. Ένα κράτος μέλος παραθέτει παρόμοια παραδείγματα γεωγραφικού αποκλεισμού με τα παραδείγματα που παρουσιάζει η Επιτροπή.

Ένα άλλο κράτος μέλος συμφωνεί με τις κατηγορίες που προσδιορίζει η Επιτροπή, αλλά τονίζει τους θεμιτούς λόγους «από την πλευρά της προσφοράς» που εμποδίζουν τις επιχειρήσεις να πραγματοποιούν διασυνοριακές αποστολές (βλέπε τίτλο «V. Αιτιολόγηση του γεωγραφικού αποκλεισμού»). Επισημαίνει ότι δεν είναι σαφές αν η πρωτοβουλία άπτεται του γεωγραφικού αποκλεισμού που συνδέεται με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Κάποιο άλλο κράτος μέλος πιστεύει ακράδαντα ότι οι πτυχές των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας πρέπει να παραμείνουν εκτός του πεδίου εφαρμογής της πρωτοβουλίας σχετικά με τον γεωγραφικό αποκλεισμό. Επιπλέον, ένα άλλο κράτος μέλος αναφέρει περιπτώσεις άρνησης διασυνοριακής αποστολής τεχνικών προϊόντων, παιχνιδιών και οικιακών ειδών. Μια περιφέρεια κράτους μέλους υπογραμμίζει τη σημασία της δυνατότητας μεταφοράς των ψηφιακών προϊόντων.

*ii) Εφαρμογή πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών*

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Στην ερώτηση σχετικά με την εμπειρία τους όσον αφορά την εφαρμογή πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών, ποσοστό ελαφρώς μικρότερο από το ήμισυ των επιχειρήσεων (45 %) δηλώνουν ότι έχουν εφαρμόσει πρακτικές γεωγραφικού αποκλεισμού ή άλλων γεωγραφικών περιορισμών κατά την άσκηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (στο πλαίσιο συναλλαγών είτε μεταξύ επιχειρήσεων είτε από επιχείρηση σε καταναλωτή). Ωστόσο, ο αριθμός των απαντήσεων που ελήφθησαν από επιχειρήσεις σχετικά με την ερώτηση αυτή ήταν περιορισμένος. Οι περισσότεροι έμποροι προβάλλουν ως βασικούς λόγους για την εφαρμογή πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού τους κανόνες για τον ΦΠΑ, τους αποκλίνοντες εθνικούς κανονισμούς, τη νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών και τα έξοδα αποστολής. Άλλοι το πράττουν για λόγους συμμόρφωσης προς τους περιορισμούς που αφορούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τη χορήγηση αδειών, καθώς και προς τις απαιτήσεις υποβολής φορολογικών δηλώσεων και διενέργειας λογιστικού ελέγχου που απορρέουν από τις συμβατικές τους υποχρεώσεις ή από τα επιχειρηματικά μοντέλα τους. Κάποιοι άλλοι επισημαίνουν τις αποκλίσεις μεταξύ των τεχνικών απαιτήσεων στα διάφορα κράτη μέλη, την αποφυγή της γραφειοκρατίας και νομικών διαφορών, καθώς και τον στόχο της παροχής καλύτερων και ειδικά προσαρμοσμένων υπηρεσιών στους καταναλωτές. Μερικοί από τους εμπόρους αυτούς αναφέρουν επίσης ως λόγο τη συμμόρφωση προς τις νομοθετικές διατάξεις σχετικά με την τιμολόγηση και την παραπλανητική διαφήμιση, τα τέλη ανακύκλωσης στις συναλλαγές πωλήσεων, καθώς και την καταπολέμηση της απάτης. Σε όλες τις απαντήσεις τους, οι έμποροι εκτιμούν ότι οι προαναφερόμενοι λόγοι δικαιολογούν την εφαρμογή πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού.

Από τα έγγραφα θέσης που υποβλήθηκαν καθίσταται σαφές ότι οι επιχειρήσεις θεωρούν ορισμένες μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού ευνοϊκές για τους καταναλωτές (π.χ. ανακατεύθυνση σε ιστοτόπους στους οποίους τα προϊόντα είναι προσαρμοσμένα στην εγχώρια αγορά των καταναλωτών). Στην πλειονότητα των σχετικών απαντήσεων θεωρείται ότι η γεωγραφική διαφοροποίηση επιβάλλεται βάσει απαιτήσεων συμμόρφωσης προς τις τοπικές κείμενες διατάξεις (π.χ. όσον αφορά τους διαφορετικούς τεχνικούς, κανονιστικούς, νομικούς και φορολογικούς κανόνες στα διάφορα κράτη μέλη).

## **V. ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΥ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ**

### *α) Περιπτώσεις αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού*

Από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων καταδεικνύεται ότι η πλειονότητα των συμμετεχόντων πιστεύουν ότι οι απαριθμούμενες πρακτικές δεν μπορούν να δικαιολογήσουν πρακτικές γεωγραφικού αποκλεισμού ή διαφοροποιημένης μεταχείρισης λόγω του τόπου κατοικίας, παρά το γεγονός ότι οι απόψεις των καταναλωτών και των επιχειρήσεων παρουσιάζουν μεγαλύτερες αποκλίσεις σε σύγκριση με τις περισσότερες από τις υπόλοιπες ερωτήσεις.

### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Τόσο οι μεμονωμένοι καταναλωτές όσο και οι οργανώσεις καταναλωτών διατυπώνουν ενστάσεις όσον αφορά τις απαριθμούμενες περιπτώσεις που χρησιμοποιούνται ως πιθανή αιτιολόγηση, ιδίως στις περιπτώσεις στις οποίες η αποστολή είναι εύκολα προσβάσιμη και ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να αναλάβει το επιπλέον κόστος (άνω του 80 %), όταν δεν υπάρχει επιπλέον κόστος ή διοικητική επιβάρυνση (άνω του 90 %) ή όταν η πληρωμή γίνεται με μέσα πληρωμής που ισχύουν και γίνονται δεκτά διεθνώς (87 %).

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Οι απαντήσεις των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στη διαβούλευση είναι πιο ομοιόμορφα κατανομημένες μεταξύ των επιλογών «δικαιολογείται» και «δεν δικαιολογείται». Όσον αφορά την αιτιολόγηση σχετικά με την αποστολή, περίπου το ήμισυ των συμμετεχόντων θεωρούν

δικαιολογημένη τη διαφοροποιημένη μεταχείριση, ενώ περίπου το ένα πέμπτο των συμμετεχόντων εκφράζουν την αντίθετη άποψη. Ειδικότερα στις περιπτώσεις στις οποίες ένας έμπορος διαφημίζει τις υπηρεσίες / το προϊόν του στη συγκεκριμένη χώρα, ή στοχεύει τη χώρα του πελάτη με σχετικό ιστότοπο, οι συμμετέχοντες από επιχειρήσεις τείνουν να είναι περισσότερο δεκτικοί στο να μην επιτρέπεται καμία δικαιολογία. Εν γένει, πολλές επιχειρήσεις επισημαίνουν ότι κάθε προμηθευτής προϊόντων / πάροχος υπηρεσιών θα πρέπει να είναι ελεύθερος να αποφασίζει το γεωγραφικό πεδίο άσκησης των δραστηριοτήτων του και δεν πρέπει επ' ουδενί λόγω να αναγκάζεται να επεκτείνει την προσφορά του σε αγορές στις οποίες δεν είχε δραστηριοποιηθεί κατά το παρελθόν. Επιπλέον της δημόσιας διαβούλευσης, διάφορες επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων παραθέτουν παραδείγματα περιπτώσεων στις οποίες εκτιμούν ότι ο γεωγραφικός αποκλεισμός δικαιολογείται. Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων αναφέρουν κατ' επανάληψη τις διαφορές όσον αφορά τις εγγυήσεις, τον ΦΠΑ, τα δικαιώματα των καταναλωτών, τις γλωσσικές απαιτήσεις ως βάσιμους λόγους που δικαιολογούν αντικειμενικά τη διαφοροποιημένη μεταχείριση.

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Οι δημόσιες αρχές τείνουν να υιοθετούν την άποψη ότι οι απαριθμούμενες πρακτικές δεν θα πρέπει να δικαιολογούνται. Μεταξύ των απόψεων που παρουσιάζονται στα έγγραφα θέσης προβάλλεται το επιχείρημα ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις, η εισαγωγή διακρίσεων ως προς τις τιμές λόγω γεωγραφικής θέσης μπορεί να συνεπάγεται την παροχή συνολικών οικονομικών πλεονεκτημάτων ή πλεονεκτημάτων υπέρ του καταναλωτή. Ωστόσο, ακόμη και όταν η εισαγωγή διακρίσεων ως προς τις τιμές ενδέχεται να δικαιολογείται είτε από την πλευρά της προσφοράς είτε από την πλευρά της ζήτησης, οι συμμετέχοντες ισχυρίζονται ότι δεν θα πρέπει να δικαιολογείται με απώτερο σκοπό την πληρωμή υψηλότερης τιμής από τους καταναλωτές βάσει της προθυμίας τους να το πράξουν, αλλά μόνο για λόγους ιθαγένειας ή τόπου κατοικίας.

*β) Αντικειμενικοί παράγοντες που δικαιολογούν τον γεωγραφικό αποκλεισμό (πέραν των νομικών περιορισμών)*

Οι απαντήσεις στην ερώτηση «Ποιοι λόγοι, εξαιρουμένων των νομικών περιορισμών, θα μπορούσαν αντικειμενικά να δικαιολογήσουν γεωγραφικό αποκλεισμό;» αποκαλύπτουν αποκλίσεις μεταξύ των απόψεων των ενδιαφερόμενων μερών. Οι καταναλωτές τείνουν να συμμαρίζονται την άποψη ότι δεν υπάρχουν άλλοι αντικειμενικοί λόγοι, ενώ οι επιχειρήσεις και οι ενώσεις επιχειρήσεων παραθέτουν διάφορους λόγους για την υιοθέτηση διαφορετικής μεταχείρισης.

### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Στη συντριπτική πλειονότητα των απαντήσεών τους, οι καταναλωτές τάσσονται εν γένει κατά κάθε μορφής γεωγραφικού αποκλεισμού. Ωστόσο, σε μερικές μεμονωμένες απαντήσεις προσδιορίζονται ορισμένες περιπτώσεις στις οποίες θα μπορούσε να δικαιολογηθεί η διαφοροποιημένη μεταχείριση, όπως η μη διαθεσιμότητα υπηρεσιών μετά την πώληση ή το πολύ υψηλό κόστος μεταφοράς σε δυσπρόσιτες περιοχές.

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Οι συμμετέχοντες από επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων παραθέτουν διάφορους λόγους διαφοροποιημένης μεταχείρισης λόγω, π.χ., εθνικών διαφορών όσον αφορά τον ΦΠΑ, τους κανόνες για την υγεία και την ασφάλεια των προϊόντων, τα έξοδα μεταφοράς κ.λπ. Από τις απόψεις που εκφράζονται προκύπτει ότι όλοι οι υφιστάμενοι λόγοι γεωγραφικού αποκλεισμού τους οποίους επικαλούνται κατά κανόνα (βλέπε κατωτέρω) οι συμμετέχοντες θεωρούνται βάσιμοι. Ορισμένοι συμμετέχοντες συμμαρίζονται επίσης τη γενικότερη άποψη ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι ελεύθερες να καθορίζουν τις τιμές σε διαφορετικές αγορές (πρακτική που αναφέρεται ενίοτε ως «γεωγραφική προσαρμογή» («geo-tailoring»)). Άλλοι συμμετέχοντες αναφέρουν ως λόγο άρνησης πρόσβασης σε ορισμένες χώρες τον κίνδυνο της δικτυοπαραβίασης (hacking) ή προβληματισμούς σχετικούς με την ασφάλεια στον κυβερνοχώρο. Κάποιες επιχειρήσεις αναφέρουν επίσης τον τομέα

των τυχερών παιχνιδιών, στον οποίο οι νομικές απαιτήσεις επιβάλλουν περιορισμούς ως προς την εδαφικότητα (π.χ. άρνηση πρόσβασης σε ιστοτόπους τυχερών παιχνιδιών που διαθέτουν σχετική άδεια για καταναλωτές από άλλα κράτη μέλη· αποκλεισμός της πρόσβασης διευθύνσεων IP σε ιστοτόπους τυχερών παιχνιδιών που δεν διαθέτουν σχετική άδεια ή σε ιστοτόπους που εδρεύουν σε άλλα κράτη μέλη).

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Στην ερώτηση σχετικά με τους λόγους που θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν γεωγραφικό αποκλεισμό, οι περισσότερες δημόσιες αρχές συμπεριρίζονται την άποψη ότι μόνον η ιθαγένεια ή ο τόπος κατοικίας δεν μπορεί να θεωρηθεί βάσιμος λόγος για την άρνηση πραγματοποίησης διασυνοριακών πωλήσεων. Ωστόσο, σε αρκετές απαντήσεις υποδεικνύονται επίσης βάσιμοι λόγοι που θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν την άρνηση αυτή και να προκύψουν στο πλαίσιο των διασυνοριακών συναλλαγών, όπως για παράδειγμα οι εξής: επίλυση διαφορών και υπηρεσίες μετά την πώληση· κόστος αποστολής, ασφάλεια και λόγοι σχετικοί με φαινόμενα απάτης· διαφορές ως προς τους φορολογικούς συντελεστές· διαφορετικό επίπεδο αγοραστικής ισχύος στο κράτος μέλος του καταναλωτή και του εμπόρου· και διαφορετικά πρότυπα ασφαλείας για προϊόντα ή υπηρεσίες.

## **VI. ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

### *α) Μέτρα πολιτικής*

#### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Στην ερώτηση σχετικά με τα πιθανά μέτρα πολιτικής που θα μπορούσαν να ληφθούν, η συντριπτική πλειονότητα των μεμονωμένων καταναλωτών και των οργανώσεων καταναλωτών συμφωνούν απόλυτα ή συμφωνούν ότι απαιτείται περισσότερη διαφάνεια και θέσπιση κανόνων για την απαγόρευση ορισμένων επιχειρηματικών πρακτικών. Η ευρεία πλειονότητα των συμμετεχόντων υποστηρίζουν τη λήψη σχεδόν όλων των προτεινόμενων μέτρων πολιτικής.

Η συντριπτική πλειονότητα (94 %) της αντίστοιχης κατηγορίας συμμετεχόντων τάσσονται υπέρ της απαγόρευσης του διακριτικού αποκλεισμού της πρόσβασης σε ιστοτόπους. Εννέα στους δέκα (93 %) συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ της απαγόρευσης της άρνησης τηλεφόρτωσης ψηφιακών προϊόντων (π.χ. λογισμικό ή βιντεοπαιχνίδια). Περισσότεροι από οκτώ στους δέκα (ποσοστό μεταξύ του 84 % και του 87 %) συμμετέχοντες από τη συγκεκριμένη ομάδα τάσσονται υπέρ της υποχρέωσης των επιχειρήσεων να διευκρινίζουν –είτε πριν από τη συναλλαγή είτε κατόπιν αιτήματος– τους λόγους της διαφορετικής μεταχείρισης των πελατών με κριτήριο τον τόπο κατοικίας / την ιθαγένεια. Παρόμοιο ποσοστό (μεταξύ του 71 % και του 87 %) συμμετεχόντων υποστηρίζουν τη θέσπιση κανόνων που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση ημεδαπών και αλλοδαπών χρηστών ή τη θέσπιση κανόνων που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους μπορεί κάλλιστα να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση. Σχεδόν εννέα στους δέκα (87 %) από τους συμμετέχοντες της αντίστοιχης κατηγορίας συμφωνούν με τη θέσπιση κανόνων που απαγορεύουν τρόπους και μέσα διακριτικού γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλους περιορισμούς. Περαιτέρω, η συντριπτική πλειονότητα των συμμετεχόντων τάσσεται υπέρ της εφαρμογής πολιτικών που απαιτούν από τους εμπόρους να λαμβάνουν συγκατάθεση πριν από την αυτόματη ανακατεύθυνση. Ομοίως, στη μεγάλη τους πλειονότητα (70 % έως 80 %), οι συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ της θέσπισης κανόνων που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές με χρήστες σε ολόκληρη την ΕΕ, είτε υπό όρους που αντανακλούν τα πρόσθετα έξοδα είτε στις περιπτώσεις στις οποίες οι χρήστες αναλαμβάνουν οι ίδιοι την αποστολή.

Οι ενώσεις καταναλωτών υποστηρίζουν τα προτεινόμενα μέτρα πολιτικής σε επίπεδο ΕΕ, ιδίως όσον αφορά τη θέσπιση κανόνων που εξηγούν τους λόγους τους οποίους μπορούν ή δεν μπορούν να επικαλούνται οι έμποροι για να εφαρμόζουν διαφορετική μεταχείριση.

## Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων

Οι απόψεις μεταξύ των επιχειρήσεων μάλλον δίστανται. Ποσοστό άνω του 50 % της αντίστοιχης κατηγορίας συμμετεχόντων διαφωνούν πλήρως ή διαφωνούν με τους κανόνες που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές με χρήστες σε ολόκληρη την ΕΕ υπό τους ίδιους όρους που ισχύουν και για τους χρήστες από τη χώρα καταγωγής του παρόχου/προμηθευτή. Ομοίως, στην πλειονότητά τους αντιτίθενται στη θέσπιση κανόνων που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται τις εν λόγω συναλλαγές υπό όρους που συνεπάγονται πρόσθετα διοικητικά έξοδα. Η πλειονότητα της συγκεκριμένης κατηγορίας συμμετεχόντων αντιτίθενται επίσης στη θέσπιση κανόνων που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται τις συναλλαγές αυτές ακόμη και αν οι χρήστες είναι διατεθειμένοι να οργανώσουν οι ίδιοι την αποστολή.

Στη σχετική τους πλειονότητα, οι συμμετέχοντες συμφωνούν με τις περισσότερες προτάσεις πολιτικής όσον αφορά την αύξηση της διαφάνειας. Μόλις λίγο περισσότεροι από έναν στους τρεις συμμετέχοντες (35 %) πιστεύουν ότι «οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υποχρεούνται να καθιστούν σαφείς, πριν από τη συναλλαγή, τους λεπτομερείς, αντικειμενικούς και επαληθεύσιμους λόγους για τους οποίους μεταχειρίζονται τους πελάτες διαφορετικά, ανάλογα με τον τόπο κατοικίας τους ή την υπηκοότητά τους», ενώ πέντε στις δέκα απαντήσεις (49 %) αναφέρουν ότι «οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υποχρεούνται να εξηγούν, εφόσον τους ζητηθεί, τους λεπτομερείς, αντικειμενικούς και επαληθεύσιμους λόγους για τους οποίους μεταχειρίζονται τους πελάτες διαφορετικά, ανάλογα με τον τόπο κατοικίας τους ή την υπηκοότητά τους». Περίπου στο ένα τρίτο των απαντήσεων (30 %), οι συμμετέχοντες συμφωνούν ότι πρέπει να θεσπιστούν «κανόνες που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση ημεδαπών και αλλοδαπών χρηστών», ενώ στο ένα τέταρτο των απαντήσεων (25 %), οι συμμετέχοντες επιθυμούν προτάσεις πολιτικής οι οποίες να καλύπτουν «κανόνες που απαγορεύουν στους εμπόρους να αρνούνται τη διασυνοριακή τηλεφόρτωση ψηφιακών προϊόντων (π.χ. λογισμικό ή βιντεοπαιχνίδια)».

Περίπου το ήμισυ των συμμετεχόντων (50 %) συμφωνούν με την εφαρμογή πολιτικής που απαγορεύει τον διακριτικό αποκλεισμό της πρόσβασης σε ιστοτόπους. Δεν διαμορφώνεται σαφής πλειονότητα όσον αφορά τη θέση υπέρ ή κατά των υπόλοιπων επιλογών.

Οι ενώσεις επιχειρήσεων τάσσονται εν γένει υπέρ του σκοπού της απαγόρευσης του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού, υπογραμμίζοντας παράλληλα τη σημασία της συμβατικής ελευθερίας. Πολλές από αυτές ζητούν τη διατύπωση σαφούς ορισμού για τον γεωγραφικό αποκλεισμό και για τις πρακτικές που θεωρούνται αδικαιολόγητες. Ορισμένες ενώσεις εκτιμούν ότι δεν είναι αναγκαία η θέσπιση νέας νομοθεσίας και τονίζουν τη σημασία της επιβολής των υφιστάμενων κανόνων (οδηγία για τις υπηρεσίες, οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών, δίκαιο περί ανταγωνισμού).

Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων από τον τομέα των τυχερών παιχνιδιών επισημαίνουν τη θεμιτή ανάγκη του αποκλεισμού της πρόσβασης σε ιστοτόπους παράνομων επιχειρήσεων (για λόγους προστασίας των καταναλωτών και δημόσιας τάξης).

Ορισμένες ενώσεις επιχειρήσεων τάσσονται υπέρ επιλογών πολιτικής που υποχρεώνουν τον έμπορο να μην επιφυλάσσει διακριτική μεταχείριση σε πελάτες της αλλοδαπής στις περιπτώσεις στις οποίες ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να οργανώσει ο ίδιος την αποστολή ενός υλικού προϊόντος. Η επιλογή αυτή βασίζεται στην παραδοχή ότι η εν λόγω πολιτική θα ασκείται στη συνήθη περιοχή αποστολής του εμπόρου και υπό τους ίδιους όρους που ισχύουν και για τους ημεδαπούς πελάτες ή για τους πελάτες που βρίσκονται στη συνήθη περιοχή αποστολής του εμπόρου. Ομοίως, ορισμένες επιχειρήσεις αναγνωρίζουν ότι η κατάσταση της ζήτησης που εκφράζεται αυτοβούλως, και εφόσον εφαρμόζεται το δίκαιο του εμπόρου, αποτελεί εντελώς διαφορετική περίπτωση για τον έμπορο σε σύγκριση με τις ενεργητικές πωλήσεις.

Στο σύνολο των ομάδων συμμετεχόντων δεν διαμορφώνεται σαφής πλειονότητα η οποία να τάσσεται υπέρ της θέσπισης ειδικών κανόνων για τις διαδικτυακές συναλλαγές ή για την πραγματοποίηση αγορών και την υποβολή παραγγελιών σε φυσικό κατάστημα.

## **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Μολονότι οι περισσότερες δημόσιες αρχές επισημαίνουν την ανάγκη της αποτελεσματικής επιβολής της υφιστάμενης νομοθεσίας (οδηγία για τις υπηρεσίες, κοινοτικό κεκτημένο για την προστασία των καταναλωτών), αρκετές δημόσιες αρχές υποστηρίζουν επίσης τη θέσπιση στοχοθετημένου μέσου για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού.

Στην πλειονότητά τους, οι δημόσιες αρχές συμφωνούν με την ανάγκη να διασφαλιστεί περισσότερη διαφάνεια, ιδίως με το να επιτρέπεται στους καταναλωτές να βλέπουν τις διαφορές μεταξύ των τιμών (π.χ. με την απαγόρευση της αυτόματης ανακατεύθυνσης). Ένα κράτος μέλος εκφράζει εντόνως την αντίθεσή του στην υποχρέωση των επιχειρήσεων να αποκαλύπτουν εκ των προτέρων τους λόγους του γεωγραφικού αποκλεισμού και θεωρεί ότι το μέτρο αυτό συνεπάγεται δυσανάλογη επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις.

Οι απόψεις των δημόσιων αρχών ποικίλλουν όσον αφορά την προτιμώμενη μέθοδο για την αντιμετώπιση των πρακτικών γεωγραφικού αποκλεισμού. Ορισμένες υποστηρίζουν την ιδέα της κατάρτισης καταλόγων δικαιολογημένων και αδικαιολόγητων πρακτικών. Κάποιες άλλες προτιμούν την υιοθέτηση ανοικτής προσέγγισης, βάσει της οποίας θα παρέχονται στη νομοθεσία μόνον παραδείγματα προβληματικών πρακτικών. Ένα κράτος μέλος επισημαίνει τον κίνδυνο οι εξαντλητικοί κατάλογοι να καθίστανται σύντομα παρωχημένοι. Προτιμάται, αντιθέτως, η θέσπιση τεχνολογικά ουδέτερης νομοθεσίας που θα βασίζεται σε αρχές. Μία δημόσια αρχή υποστηρίζει την επιλογή της μετακύλισης του δυνητικού (πρόσθετου) κόστους στον καταναλωτή, υπό την προϋπόθεση ότι ο έμπορος οφείλει να παρέχει αιτιολόγηση για το πρόσθετο κόστος.

Σε ορισμένες απαντήσεις εκφράζεται η θέση υπέρ της αποτελεσματικότερης επιβολής των νέων κανόνων με τον συνδυασμό ενισχυμένων εξουσιών της Επιτροπής και αποτελεσματικότερης συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων εθνικών αρχών. Κάποιες απαντήσεις επικαλούνται την ανάγκη ενίσχυσης του δικτύου συνεργασίας για την προστασία των καταναλωτών.

### *β) Εξαίρεση των ΜΜΕ*

Στην ερώτηση σχετικά με το εάν οι ΜΜΕ, και ειδικότερα οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, θα πρέπει να εξαιρούνται, το ένα τρίτο του συνολικού αριθμού των συμμετεχόντων τάσσονται υπέρ της εν λόγω εξαίρεσης, ενώ τα δύο τρίτα δεν θα εξαιρούσαν τις ΜΜΕ. Ακριβώς οι ίδιες αναλογίες (το ένα τρίτο έναντι των δύο τρίτων) αντικατοπτρίζονται επίσης τόσο στην κατηγορία των καταναλωτών όσο και στην κατηγορία των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στη διαβούλευση. Στην ερώτηση σχετικά με τις συνθήκες υπό τις οποίες θα πρέπει να εξαιρούνται οι ΜΜΕ, οι συμμετέχοντες διατύπωσαν διάφορες προτάσεις. Ορισμένοι συμμετέχοντες θα αποδέχονταν την εξαίρεση των ΜΜΕ μόνον εάν το μικρό τους μέγεθος δεν επιτρέπει πρακτικά την προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών σε επίπεδο Ένωσης, άλλοι πρότειναν τη χρήση κατάτατου ορίου / ποσοτικού κριτηρίου με βάση, π.χ., τον αριθμό των εργαζομένων, τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης, τα συνολικά έσοδα ή τον όγκο παραγωγής. Κάποιοι άλλοι ισχυρίζονται ότι η εξαίρεση θα ήταν αναγκαία μόνον εφόσον θα ήταν υπερβολικά μεγάλος ο διοικητικός αντίκτυπος. Μία ένωση επιχειρήσεων επικροτεί ένθερμα τις εξαιρέσεις για μικρές επιχειρήσεις, ωστόσο, δεν δέχεται επ' ουδενί λόγω την εφαρμογή γενικής απαλλαγής, αλλά μόνο κατόπιν κατά περίπτωση εξέτασης.

### *γ) Βέλτιστο εργαλείο πολιτικής*

## **Καταναλωτές και ενώσεις καταναλωτών**

Στην ερώτηση σχετικά με το ποιο θα ήταν το καλύτερο εργαλείο πολιτικής, οι καταναλωτές προτείνουν πολύ διαφορετικές προσεγγίσεις. Παραδείγματα αποτελούν η καθιέρωση της πραγματικά ελεύθερης κυκλοφορίας ψηφιακών και μη ψηφιακών προϊόντων στο εσωτερικό της ΕΕ, η άρση όλων των περιορισμών στην ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και η θέσπιση νομικού πλαισίου της ΕΕ επιπλέον των εθνικών μέτρων εφαρμογής. Αναφέρονται επίσης η βελτίωση της επιβολής της

νομοθεσίας και η πιθανή επιβολή χρηματικών προστίμων. Συνολικά, πολλοί συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ της εφαρμογής εναρμονισμένων ευρωπαϊκών κανόνων επί του θέματος αυτού. Κάποιοι άλλοι, ωστόσο, δεν θα υποστήριζαν τη λήψη νομοθετικών μέτρων, ισχυριζόμενοι ότι οι ευρωπαϊκές Συνθήκες δεν θα επέτρεπαν παρεμβάσεις βάσει των οποίων οι πωλητές θα υποχρεώνονταν να δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένες εδαφικές επικράτειες.

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Οι επιχειρήσεις διατυπώνουν εξίσου αποκλίνουσες απόψεις με τους καταναλωτές. Ορισμένες δηλώνουν ότι δεν θα πρέπει να ληφθούν μέτρα πολιτικής. Κάποιες άλλες υπογραμμίζουν τη σημασία του ανταγωνισμού. Άλλοι συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ της εφαρμογής κοινών κανόνων που διευκολύνουν τις διασυνοριακές εμπορικές συναλλαγές. Τέλος, αρκετοί συμμετέχοντες αναφέρουν ως προτιμώμενη επιλογή τη λήψη μη νομοθετικών μέτρων ή την έκδοση κατευθυντήριων γραμμών.

Ορισμένες ενώσεις επιχειρήσεων αντιτίθενται στη θέσπιση καταλόγων αιτιολόγησης, διότι θεωρούν ότι δεν θα αντικατοπτρίζουν τον σύνθετο χαρακτήρα των επιχειρηματικών μοντέλων, δεν θα είναι ποτέ πλήρεις και σύντομα θα καθίστανται παρωχημένοι.

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Στη συγκεκριμένη ανοικτή ερώτηση ελήφθη περιορισμένος μόνον αριθμός απαντήσεων, αλλά σύμφωνα με αρκετές απαντήσεις από κράτη μέλη θεωρείται σημαντική η παρακολούθηση και η επιβολή της εφαρμογής από τις εθνικές αρχές, σε συνδυασμό με τη συνεργασία των εθνικών αρχών. Εκφράζονται αποκλίνουσες απόψεις σχετικά με το κατά πόσον κρίνεται επαρκές το υφιστάμενο καθεστώς βάσει του άρθρου 20 της οδηγίας για τις υπηρεσίες.

#### *δ) Αποτελεσματική εφαρμογή*

Συνολικά, οι συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ σχεδόν όλων των προτεινόμενων τρόπων για τη βελτίωση της αποτελεσματικής εφαρμογής. Περισσότεροι από επτά στους δέκα (72 %) συμμετέχοντες υποστηρίζουν την ανάθεση καθηκόντων παρακολούθησης και επιβολής της εφαρμογής στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καθώς και στις εθνικές αρχές. Παρόμοιος αριθμός συμμετεχόντων (70 %) τάσσονται υπέρ της καθιέρωσης αποτελεσματικότερου μηχανισμού διασυνοριακής συνεργασίας μεταξύ των εθνικών αρχών. Ποσοστό άνω του 50 % των συμμετεχόντων επιθυμούν τη συγκρότηση φορέων εναλλακτικής επίλυσης διαφορών για τη διασφάλιση της εφαρμογής. Η στήριξη αυτή είναι μεγαλύτερη μεταξύ των καταναλωτών, με περισσότερους από επτά στους δέκα (78 %, 74 % και 77 % αντιστοίχως) συμμετέχοντες να επιθυμούν τις τρεις πρώτες επιλογές επιβολής της εφαρμογής. Οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν σε μικρότερο βαθμό τους προτεινόμενους μηχανισμούς εφαρμογής. Ωστόσο, οι μισές από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη διαβούλευση υποστηρίζουν την παρακολούθηση και την επιβολή της εφαρμογής από τις εθνικές αρχές. Όσον αφορά τις υπόλοιπες επιλογές επιβολής της εφαρμογής, δεν μπορούν να προσδιοριστούν ποσοστά πλειονότητας μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στη διαβούλευση. Όταν τους ζητείται να διευκρινίσουν την απάντησή τους, ορισμένες εταιρείες αναφέρουν ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή βρίσκεται στην πλέον κατάλληλη θέση για να αναλάβει την επιβολή της εφαρμογής λόγω της πανευρωπαϊκής διάστασης του προβλήματος. Άλλες εταιρείες εκφράζουν επιφυλάξεις έναντι της αποτελεσματικότητας των οικείων εθνικών αρχών επιβολής της νομοθεσίας. Κάποιοι άλλοι συμμετέχοντες αναφέρουν τον ρόλο των δικαστηρίων. Στην ερώτηση σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές, περιλαμβανομένης και της αυτορρύθμισης των επιχειρήσεων, οι συμμετέχοντες δεν τάσσονται ούτε υπέρ ούτε κατά της αυτορρύθμισης, επισημαίνοντας ότι δεν θα μπορούσε να αποφέρει πραγματική λύση για τους καταναλωτές.

### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Στις περισσότερες απαντήσεις τους, τα κράτη μέλη και οι αρχές τους τάσσονται υπέρ της βελτιωμένης επιβολής της εφαρμογής από τις εθνικές αρχές. Αρκετά κράτη μέλη επικροτούν επίσης την εξασφάλιση αποτελεσματικότερης συνεργασίας μεταξύ των εθνικών αρχών.

## **VII. ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ**

### *α) Συνολικός αντίκτυπος*

#### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Η ευρεία πλειονότητα (94 %) των καταναλωτών πιστεύουν ότι ο αντίκτυπος θα ήταν πολύ θετικός ή θετικός. Μόνον ένα μικρό ποσοστό (4 %) των συμμετεχόντων εκτιμούν ότι ο αντίκτυπος θα ήταν αρνητικός ή αρκετά αρνητικός. Οι καταναλωτές επισημαίνουν επίσης τις ευκαιρίες και τη βελτίωση της πρόσβασης στην αγορά. Ορισμένοι ισχυρίζονται ότι, λόγω της αύξησης των προσφορών, του ευρύτερου φάσματος επιλογών και των ανταγωνιστικών τιμών, θα προέβαιναν και σε περισσότερες αγορές. Τέλος, οι συμμετέχοντες αναφέρουν τον ευνοϊκό αντίκτυπο για τους μετανάστες και τις μειονότητες όσον αφορά τη βελτίωση της διασυνοριακής πρόσβασης.

Οι απόψεις των ενώσεων καταναλωτών δίστανται σε μεγαλύτερο βαθμό. Όλες οι ενώσεις καταναλωτών εκτός από μία θεωρούν θετική τη λήψη μέτρων για την αύξηση της διαφάνειας, ενώ η σχετική πλειονότητα των συμμετεχόντων (44 %) απαντούν ότι οι «κανόνες που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση ημεδαπών και αλλοδαπών χρηστών» και οι «κανόνες που απαγορεύουν τρόπους και μέσα διακριτικού γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλους περιορισμούς» θα είχαν πολύ αρνητικό αντίκτυπο στις ευκαιρίες αγοράς.

#### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Μεταξύ των επιχειρήσεων, έξι στους δέκα συμμετέχοντες (64 %) αναμένουν θετικό αντίκτυπο στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ παρόμοια ποσοστά συμμετεχόντων (59 %, 58 % και 55 %) αναμένουν τέτοιου είδους αντίκτυπο στο διασυνοριακό εμπόριο γενικά, στην οικονομία και στον επιχειρηματικό τους κλάδο αντιστοίχως. Αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία, στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο κ.λπ. αναμένουν λιγότεροι από το ένα τέταρτο των συμμετεχόντων, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν μεμονωμένες επιχειρήσεις (13 % έως 25 %). Ορισμένες ενώσεις υποστηρίζουν ότι η απαγόρευση του γεωγραφικού αποκλεισμού αναμένεται να μειώσει τον ανταγωνισμό. Λόγω της εκ των πραγμάτων υποχρέωσης πραγματοποίησης πωλήσεων, μόνον οι μεγάλοι έμποροι θα είναι σε θέση να συμμορφωθούν προς την υποχρέωση αυτή και να επιβιώσουν οικονομικά. Οι μικρότεροι έμποροι δεν θα μπορούν να ανταποκριθούν στην εν λόγω ζήτηση πωλήσεων και εάν δεν είναι αρκετά ανταγωνιστικοί, η εξέλιξη αυτή θα έχει ως συνέπεια τη συγκέντρωση στην αγορά. Σε αυτή την περίπτωση, μόνον οι μεγάλοι έμποροι θα μπορούν να επιβιώσουν, γεγονός που θα συνεπάγεται περιορισμένο φάσμα επιλογών και προσφορών για τους καταναλωτές.

#### **Κράτη μέλη και εθνικές αρχές**

Στις περισσότερες απαντήσεις τους, τα κράτη μέλη και οι αρχές τους επικαλούνται την αρχή της ελευθερίας του συμβάλλεσθαι, η οποία δεν θα πρέπει να υπονομεύεται από το νέο μέσο κατά του γεωγραφικού αποκλεισμού. Επισημαίνουν επίσης ότι οι θεμιτοί στόχοι για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού πρέπει να σταθμιστούν έναντι του κινδύνου επιπλέον επιβαρύνσεων για τις επιχειρήσεις.

### *β) Αντίκτυπος των επιμέρους μέτρων*

Συνολικά, στη μεγάλη τους πλειονότητα, οι συμμετέχοντες όλων των ομάδων θεωρούν πολύ θετικό ή αρκετά θετικό τον αντίκτυπο στις δραστηριότητές τους. Στη συντριπτική τους πλειονότητα (79 %), οι συμμετέχοντες αναμένουν θετικό αντίκτυπο σε περίπτωση θέσπισης κανόνων που απαγορεύουν



τρόπους και μέσα διακριτικού γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλους περιορισμούς. Παρόμοιο ποσοστό (78 %) συμμετεχόντων αναμένουν θετικό αντίκτυπο εάν θεσπιστούν κανόνες που απαγορεύουν στους εμπόρους να αρνούνται τη διασυνοριακή τηλεφόρτωση ψηφιακών προϊόντων. Περισσότεροι από επτά στους δέκα (73 %) συμμετέχοντες αναμένουν θετικό αντίκτυπο σε περίπτωση θέσπισης κανόνων για την απαγόρευση του διακριτικού αποκλεισμού της πρόσβασης σε ιστοτόπους. Διαπιστώνεται σαφής πλειονότητα των συμμετεχόντων που θεωρούν ότι θετικός θα είναι επίσης ο αντίκτυπος όσον αφορά τη λήψη άλλων πιθανών μέτρων, όπως περισσότερη διαφάνεια, ήτοι πληροφόρηση του πελάτη, κανόνες που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές υπό ορισμένες συνθήκες και κανόνες που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους μπορεί ή δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση.

Δεν παρατηρείται, ωστόσο, σαφής πλειονότητα ως προς τον αναμενόμενο αντίκτυπο της εφαρμογής κανόνων που αφορούν ειδικά είτε τις συναλλαγές μέσω διαδικτύου είτε τις συναλλαγές εκτός διαδικτύου αντιστοίχως.

### **Καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών**

Η έκταση του αναμενόμενου θετικού αντίκτυπου είναι ακόμη μεγαλύτερη εάν εξεταστούν μόνον οι απαντήσεις των καταναλωτών. Η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών (95 %) δηλώνουν ότι αναμένουν θετικό αντίκτυπο σε περίπτωση που τεθούν σε ισχύ κανόνες για την απαγόρευση του διακριτικού γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων περιορισμών. Το 88 % των καταναλωτών αναμένουν θετικό αντίκτυπο εάν θεσπιστούν κανόνες σχετικά με τη διασυνοριακή τηλεφόρτωση ψηφιακών προϊόντων. Το 92 % των καταναλωτών θεωρούν ότι η απαγόρευση του αποκλεισμού της πρόσβασης σε ιστοτόπους θα έχει θετικό αντίκτυπο. Ομοίως, η σαφής πλειονότητα των καταναλωτών αναμένουν θετικό αντίκτυπο από τη λήψη μέτρων που αφορούν τη διαφάνεια, την απαίτηση από τους εμπόρους να δέχονται ορισμένες διασυνοριακές συναλλαγές, καθώς και τους λόγους που αποσαφηνίζουν τη διαφοροποιημένη μεταχείριση (81 %, 64 % και 80 % αντιστοίχως).

### **Επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων**

Βάσει των απαντήσεών τους, η πλειονότητα των επιχειρήσεων (56 %) αναμένουν αρνητικό αντίκτυπο από την εφαρμογή κανόνων που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές υπό τους ίδιους όρους που ισχύουν και για τους χρήστες της χώρας καταγωγής του εμπόρου. Ομοίως, πάνω από το ήμισυ των επιχειρήσεων (55 %) δηλώνουν ότι ανάλογος αρνητικός αντίκτυπος θα πρέπει να αναμένεται μετά τη θέσπιση κανόνων που επιβάλλουν στους εμπόρους να λαμβάνουν τη συγκατάθεση των χρηστών πριν από την αυτόματη ανακατεύθυνση. Το ήμισυ των συμμετεχόντων προβλέπουν αρνητικό αντίκτυπο σε περίπτωση θέσπισης κανόνων που περιλαμβάνουν κλειστό κατάλογο των λόγων για τους οποίους μπορεί να δικαιολογείται διαφορετική μεταχείριση. Ωστόσο, το ένα τέταρτο των επιχειρήσεων δηλώνουν, για όλα τα δυνητικά μέτρα, ότι υιοθετούν ουδέτερη θέση όσον αφορά τον αναμενόμενο αντίκτυπό τους.

Όταν ζητήθηκε από τις επιχειρήσεις να απαντήσουν αν τέτοιου είδους αντίκτυπος θα υπάρξει κυρίως στην οικονομία, στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο, στο διασυνοριακό εμπόριο γενικά ή στον επιχειρηματικό τους κλάδο, η σαφής πλειονότητα (62 %) των επιχειρήσεων δεν απάντησαν στην ερώτηση. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων που απάντησαν στην ερώτηση κατανέμονται και στις τέσσερις επιλογές (31 % «στην οικονομία», 29 % «στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο», 23 % «στον επιχειρηματικό μου κλάδο» και 17 % «στο διασυνοριακό εμπόριο γενικά»).

Στην ερώτηση που τέθηκε στους συμμετέχοντες μιας ομάδας επιχειρήσεων σχετικά με τον τομέα στον οποίο τα συγκεκριμένα μέτρα θα δημιουργούσουν επιπλέον επιβαρύνσεις, οι απαντήσεις κατανέμονται μεταξύ των εξής τεσσάρων επιλογών: οι συμμετέχοντες επιλέγουν τα πρόσθετα διοικητικά έξοδα συμμόρφωσης (30 %), τα πρόσθετα έξοδα εμπορίας ή σχεδιασμού ιστοτόπου (22 %), τα πρόσθετα έξοδα προσωπικού (24 %) και τα πρόσθετα έξοδα αποστολής (25 %).

### **Κράτη μέλη και αρχές προστασίας των καταναλωτών**

Από τα επιμέρους μέτρα που απαριθμούνται στη δημόσια διαβούλευση, όλοι οι συμμετέχοντες από τις δημόσιες αρχές υποστηρίζουν τη θέσπιση κανόνων που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση ημεδαπών και αλλοδαπών πελατών (στο 50 % των απαντήσεων το αποτέλεσμα κρίνεται αρκετά θετικό, ενώ στο υπόλοιπο 50 % κρίνεται πολύ θετικό).

Τα τρία τέταρτα των συμμετεχόντων τάσσονται υπέρ της θέσπισης κανόνων που περιλαμβάνουν κλειστό κατάλογο των λόγων για τους οποίους μπορεί να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση ημεδαπών και αλλοδαπών πελατών, ενώ το ένα τέταρτο υιοθετεί ουδέτερη στάση.

Οι συμμετέχοντες υποστηρίζουν εν γένει τη λήψη των άλλων επιμέρους μέτρων που αναφέρονται, με εξαίρεση τους κανόνες που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές με πελάτες από ολόκληρη την ΕΕ, υπό τους ίδιους όρους που ισχύουν και για τους πελάτες από τη χώρα «καταγωγής» του παρόχου/προμηθευτή, δεδομένου ότι το ήμισυ των συμμετεχόντων εκτιμούν ότι το αποτέλεσμα θα είναι αρκετά αρνητικό. Αυτό αντικατοπτρίζεται στις απαντήσεις σχετικά με τους κανόνες που απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται διασυνοριακές συναλλαγές με πελάτες σε ολόκληρη την ΕΕ και να παρέχουν διασυνοριακή αποστολή των προϊόντων εφόσον οι πελάτες είναι πρόθυμοι να οργανώσουν οι ίδιοι την αποστολή και να καλύψουν το επιπλέον κόστος αποστολής. Το ήμισυ των συμμετεχόντων τάσσονται κατά της θέσπισης τέτοιου είδους κανόνων.

## VIII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Οι απαντήσεις στο πλαίσιο της διαβούλευσης καταδεικνύουν ότι, στη συντριπτική τους πλειονότητα, οι συμμετέχοντες τάσσονται υπέρ της γενικής αρχής σύμφωνα με την οποία οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μπορούν να πραγματοποιούν αγορές εμπορευμάτων σε οποιαδήποτε περιοχή της ΕΕ. Σε όλο το φάσμα, και ανεξαρτήτως της γεωγραφικής τους θέσης, οι απαντήσεις από καταναλωτές και οργανώσεις καταναλωτών εξέφρασαν μια εν γένει δυσαρέσκεια όσον αφορά την υφιστάμενη κατάσταση. Επιχειρήσεις, από διάφορους τομείς δραστηριότητας, συμφωνούν με την περιγραφή των υφιστάμενων φραγμών στην ενιαία αγορά, ενώ ζητούν να επιδειχθεί επιφυλακτικότητα κατά τη θέσπιση σαρωτικών νέων μέτρων για την αντιμετώπιση της κατάστασης. Τα κράτη μέλη θεωρούν επίσης υψηλής σημασίας τον γεωγραφικό αποκλεισμό.

Όσον αφορά τις διάφορες μορφές γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλους γεωγραφικούς περιορισμούς που εφαρμόζονται επί του παρόντος, η σαφής πλειονότητα των συμμετεχόντων συμφωνούν με τη γενική σημασία τους. Στις απαντήσεις αναφέρονται ελάχιστοι επιπλέον περιορισμοί. Τόσο από την πλευρά των καταναλωτών όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων, οι απαντήσεις αναδεικνύουν τη γενικευμένη δυσαρέσκεια που επικρατεί όσον αφορά την υφιστάμενη κατάσταση κατακερματισμού της ενιαίας αγοράς. Ωστόσο, σε ειδικότερα ζητήματα, οι απόψεις των καταναλωτών και των οργανώσεων καταναλωτών, αφενός, και των επιχειρήσεων και των ενώσεων επιχειρήσεων, αφετέρου, παρουσιάζουν κάποιες αποκλίσεις. Παρότι προβληματίζονται για τους υφιστάμενους φραγμούς, οι επιχειρήσεις και οι οργανώσεις επιχειρήσεων παρουσιάζονται περισσότερο συγκαταβατικές έναντι της υφιστάμενης κατάστασης, την οποία αποδίδουν στα αποκλίνοντα νομικά καθεστάτα μεταξύ των διαφόρων κρατών μελών. Οι καταναλωτές και οι οργανώσεις καταναλωτών εκφράζουν τη θέση αρχής σύμφωνα με την οποία η επικράτηση των υφιστάμενων πρακτικών προβάλλει σημαντικά προσκόμματα στην ενιαία αγορά.

Οι αποκλίσεις μεταξύ των απόψεων που εκφράζουν οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις οξύνονται ακόμη περισσότερο κατά την εξέταση των πιθανών λόγων που θα δικαιολογούσαν τον γεωγραφικό αποκλεισμό και άλλους γεωγραφικούς περιορισμούς. Οι καταναλωτές και οι οργανώσεις καταναλωτών τείνουν να θεωρούν ότι οι περισσότερες από τις απαριθμούμενες πρακτικές «δεν δικαιολογούνται», ενώ οι επιχειρήσεις, αν και εκφράζουν περισσότερο δισταγμένες απόψεις, τείνουν να αποδέχονται σε μεγαλύτερο βαθμό τους διάφορους λόγους που θα μπορούσαν αντικειμενικά να δικαιολογήσουν τον γεωγραφικό αποκλεισμό. Στις απαντήσεις εκφράζεται επίσης ο προβληματισμός,

ο οποίος προέρχεται κυρίως από επιχειρήσεις αλλά και από δημόσιες αρχές, ότι ο διαχωρισμός που γίνεται στο πλαίσιο της διαβούλευσης μεταξύ των πρακτικών που «δικαιολογούνται» και εκείνων που «δεν δικαιολογούνται» είναι ασαφής καθώς και ότι είναι δύσκολο να εφαρμοστεί στην πράξη. Σε περίπτωση λήψης μέτρων πολιτικής στο μέλλον για την αντιμετώπιση των εν λόγω πρακτικών, πολλοί συμμετέχοντες από επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων υπογραμμίζουν την ανάγκη διατύπωσης σαφούς ορισμού, βάσει της αρχής της ασφάλειας δικαίου, σχετικά με το ποια πρακτική θεωρείται ότι «δικαιολογείται» ή «δεν δικαιολογείται». Παρόμοιους προβληματισμούς εκφράζουν και συμμετέχοντες από κράτη μέλη, οι οποίοι τάσσονται υπέρ της υιοθέτησης επιφυλακτικής προσέγγισης, εφιστώντας ιδιαίτερος την προσοχή στις απόπειρες προσδιορισμού των λόγων που ενδέχεται να συνεπάγονται στην πράξη μη επιδιωκόμενες επιπτώσεις ή απαράδεκτες παραβιάσεις της συμβατικής ελευθερίας.

Όσον αφορά τα προτιμώμενα μέτρα πολιτικής για την αντιμετώπιση της υφιστάμενης κατάστασης, η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών και των οργανώσεων καταναλωτών υποστηρίζουν την αύξηση της διαφάνειας με την αποτροπή του αποκλεισμού της πρόσβασης σε ιστοτόπους. Εξίσου μεγάλο ποσοστό συμμετεχόντων τάσσονται επίσης υπέρ της απαγόρευσης της άρνησης τηλεφόρτωσης ψηφιακών προϊόντων. Οι καταναλωτές τάσσονται επίσης υπέρ της θέσπισης κανόνων που εξηγούν τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί ποτέ να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση, η οποία αποτελεί επίσης το μέτρο πολιτικής το οποίο κρίνουν κατάλληλο και οι ενώσεις καταναλωτών. Από την πλευρά των επιχειρήσεων, κοινή τάση αποτελεί η έμφαση που δίδεται στον σεβασμό της ελευθερίας του συμβάλλεσθαι. Παρότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων τάσσονται υπέρ της λήψης μέτρων για την αύξηση της διαφάνειας, σε πολλές απαντήσεις επισημαίνεται ο κίνδυνος της θέσπισης υπερβολικά επαχθών υποχρεώσεων πληροφόρησης. Παράλληλα, στην πλειονότητά τους, οι συμμετέχοντες από επιχειρήσεις αντιτίθενται στη λήψη μέτρων τα οποία ενδέχεται να τους υποχρεώνουν να δέχονται διασυννοριακές συναλλαγές με χρήστες σε ολόκληρη την ΕΕ υπό τους ίδιους όρους που ισχύουν και για τους χρήστες από τη χώρα καταγωγής του παρόχου/προμηθευτή. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες από επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρήσεων απορρίπτουν επίσης τη λήψη δυναμικών μέτρων πολιτικής τα οποία ενδέχεται να απαιτούν από τους εμπόρους να δέχονται συναλλαγές που συνεπάγονται πρόσθετα διοικητικά έξοδα. Οι απόψεις δίστανται, ωστόσο, όσον αφορά τις συναλλαγές στις οποίες οι πελάτες οργανώνουν οι ίδιοι την παράδοση.

Όσον αφορά τη διασφάλιση της αποτελεσματικής εφαρμογής, οι καταναλωτές εκφράζουν σθεναρά την υποστήριξή τους για την εφαρμογή όλων των προβλεπόμενων μηχανισμών, είτε πρόκειται για την ενίσχυση του ρόλου της Επιτροπής και των εθνικών αρχών είτε πρόκειται για την παροχή ενός μηχανισμού καλύτερης διασυννοριακής συνεργασίας. Οι επιχειρήσεις διατυπώνουν διαφορετική άποψη και η πλειονότητα των συμμετεχόντων δεν στηρίζουν κανέναν από τους προτεινόμενους μηχανισμούς.

Όσον αφορά τον αναμενόμενο αντίκτυπο των μέτρων για την αντιμετώπιση του γεωγραφικού αποκλεισμού, οι επιχειρήσεις διατυπώνουν περισσότερο επιφυλακτική άποψη, καθώς στην πλειονότητά τους εκφράζουν ανησυχίες σχετικά με τις επιπτώσεις της υποχρέωσης αποδοχής διασυννοριακών συναλλαγών ή της απαίτησης εξασφάλισης της συγκατάθεσης των καταναλωτών πριν από την ανακατεύθυνση. Ορισμένες ενώσεις επιχειρήσεων προειδοποιούν επίσης ότι τα προτεινόμενα μέτρα θα συνεπάγονται εκ των πραγμάτων υποχρέωση πραγματοποίησης πωλήσεων, με συνέπεια τη μείωση του ανταγωνισμού διότι οι μικρότεροι παράγοντες της αγοράς δεν θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στα αιτήματα πωλήσεων. Οι οργανώσεις καταναλωτών τάσσονται υπέρ της λήψης μέτρων για τη διαφάνεια και την αποσαφήνιση της απαγόρευσης των διακρίσεων. Εκτιμούν δε ότι τα περισσότερα από τα προτεινόμενα μέτρα θα έχουν θετικό αντίκτυπο. Ομοίως, η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών αναμένουν θετικό αντίκτυπο στην αγορά, ενώ ορισμένοι συμμετέχοντες αναμένουν επίσης αύξηση των προσφορών, ευρύτερο φάσμα επιλογών και ανταγωνιστικές τιμές που θα έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της κατανάλωσης συνολικά.

## **ΙΧ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

### **Περαιτέρω δραστηριότητες στο πλαίσιο της διαβούλευσης**

Η Επιτροπή προέβη σε ανταλλαγή απόψεων με ενδιαφερόμενα μέρη σε διάφορες συναντήσεις, και ειδικότερα στις εξής:

- Σεμινάρια υπό μορφή εργαστηρίων με επιχειρήσεις, ενώσεις επιχειρήσεων και ενώσεις καταναλωτών τον Νοέμβριο του 2015 (Βρυξέλλες) και τον Φεβρουάριο του 2016 (Αμστερνταμ).
- Συναντήσεις με κράτη μέλη τον Ιανουάριο του 2016.