Komisja Europejska

#DSM

Jednolity rynek cyfrowy

Jak wykorzystać potencjał cyfryzacji w Europie

KONIEC NIEUZASADNIONEGO BLOKOWANIA GEOGRAFICZNEGO: Krótki przewodnik dla sprzedawców internetowych

3 grudnia 2018 r. wejdą w życie nowe przepisy dotyczące blokowania geograficznego. Są one częścią większego pakietu środków przyjętych w ramach strategii jednolitego rynku cyfrowego, które mają zdynamizować transgraniczny handel elektroniczny.

Nowe przepisy:

- **zapewnią lepszy dostęp do towarów i usług oferowanych w internecie**
- **zapewnią większą pewność przedsiębiorstwom i pozwolą budować zaufanie konsumentów**
- **zmniejszą koszty transakcji oraz obciążenia administracyjne dla przedsiębiorców.**

CO NOWE PRZEPISY OZNACZAJĄ DLA SPRZEDAWCÓW INTERNETOWYCH?

Akceptowanie zagranicznych kart kredytowych:

Niemiecki sklep, który zgadza się na płatności online kartą kredytową wydaną w Niemczech, powinien również akceptować płatności kartą kredytową tej samej marki, jeżeli została ona wydana w Austrii.

Dostęp do stron internetowych niezależnie od miejsca zamieszkania konsumenta

Irlandzcy klienci odwiedzający włoski sklep internetowy z odzieżą nie powinni być automatycznie przekierowywani na stronę irlandzką – powinni najpierw zgodzić się na takie przekierowanie. Nawet jeśli zgodzą się na przekierowanie, włoska strona powinna być nadal dostępna.

Ceny i warunki nie powinny być uzależnione od obywatelstwa

Estończyk, który na belgijskiej stronie internetowej kupuje bilety na koncert, powinien móc to zrobić na takich samych warunkach, jak Belg. Dotyczy to na przykład zniżek na zakup biletów w przedsprzedaży.

Sprzedawcy internetowi nadal będą mogli swobodnie kształtować ceny, projektować strony internetowe w całej UE oraz prowadzić działalność marketingową. Nadal będą mogli kierować specjalne oferty do różnych grup klientów, o ile nie będą uzależniać ich od obywatelstwa i miejsca zamieszkania lub miejsca prowadzenia działalności. Przykładowo będą mogli przygotowywać specjalne oferty dla młodzieży albo różne oferty dla konsumentów prywatnych i przedsiębiorstw.

Updated 25 October 2018

W JAKI SPOSÓB SPRZEDAWCA INTERNETOWY MOŻE ZAPEWNIĆ ZGODNOŚĆ SWOICH USŁUG Z NOWYMI PRZEPISAMI?

Zawsze oferuj klientom możliwość zakupu towarów i usług na stronie internetowej, niezależnie od ich obywatelstwa lub miejsca zamieszkania.

Należy umożliwić klientom podanie adresu kontaktowego niezależnie od miejsca zamieszkania czy też obywatelstwa. Nie oznacza to, że sprzedawca online musi dostarczyć towar klientowi za granicą, ale że klient może kupić towar, jakby był lokalnym klientem.

Jeżeli sprzedawca umożliwia płatność poleceniem przelewu, możliwość taka powinna być również dostępna dla konsumentów, którzy mają rachunek bankowy w innym państwie członkowskim.

Zawsze umożliwiaj dostęp do strony internetowej, niezależnie od miejsca, z którego klient łączy się z internetem.

Poproś klienta o zgodę przed przekierowaniem go na inną wersję strony internetowej i zawsze zapewniaj konsumentowi możliwość powrotu na stronę, którą wybrał w pierwszej kolejności.

Nie odmawiaj użycia kart kredytowych ani debetowych dlatego, że są wydane w innym państwie członkowskim.

Sklepy internetowe nie muszą oferować dostawy w państwie członkowskim klienta. Sprzedawca musi jednak oferować takie same warunki dostawy jak dla lokalnych klientów w państwie członkowskim, w którym oferuje dostawę, w tym takie same opcje odbioru. Odbiór towarów od sprzedawcy może odbyć się za pośrednictwem firmy kurierskiej wybranej przez konsumenta.

PRZYKŁADY DOBRYCH PRAKTYK

✔ Jeżeli konsument zostaje przekierowany do lokalnej wersji strony internetowej sprzedawcy, powinien być łatwo dostępny przycisk, który pozwoli użytkownikowi przejść do innej wersji strony – tej, którą początkowo chciał otworzyć..

✔ Jeżeli w internecie (w odróżnieniu od sprzedaży tradycyjnej) oferowane są niższe ceny w przedsprzedaży biletów na koncerty i inne imprezy, oferta powinna być dostępna dla wszystkich klientów, niezależnie od obywatelstwa i miejsca zamieszkania.

✔ Sprzedawca, który dostarcza towary tylko do punktów odbioru w jednym państwie członkowskim, powinien umożliwić konsumentom podanie danych kontaktowych, nawet jeśli nie mieszkają oni w danym państwie członkowskim, tak aby mieli możliwość odbioru towarów samodzielnie lub za pośrednictwem firmy kurierskiej.

CZY WIESZ, ŻE ...

Prawie 40 proc. konsumentów w UE ma zaufanie do zakupu towarów i usług przez internet w sklepach z innych krajów UE (Eurobarometr 397, 2015), ale zaledwie 19 proc. z nich faktyczny kupuje online w innym kraju (dane z 2015 r.). Celem nowych przepisów UE w dziedzinie e-handlu jest wykorzystanie potencjału transgranicznego popytu i tworzenie nowych możliwości biznesowych.