Európska komisia

#DSM

Digitálny jednotný trh

Ako čo najlepšie využiť digitálne príležitosti v Európe

UKONČENIE NEOPRÁVNENÉHO GEOBLOKOVANIA Stručný návod pre internetových predajcov

Ako súčasť veľkého balíka opatrení v rámci stratégie digitálneho jednotného trhu, ktorá má výrazne podporiť cezhraničný elektronický obchod v Európskej únii, vstúpia 3. decembra 2018 do platnosti nové pravidlá týkajúce sa geoblokovania.

Novými pravidlami sa:

zaistí ľahší prístup k tovaru a službám ponúkaným na internete

vytvoria väčšie istoty pre firmy a zvýši dôvera spotrebiteľov

znížia náklady na transakcie a zároveň administratívna záťaž pre firmy

ČO PRINESÚ NOVÉ PRAVIDLÁ INTERNETOVÝM PREDAJCOM?

Povolenie zahraničných kreditných kariet

nemecký obchodník, ktorý na svojich webových stránkach prijíma len určité kreditné karty, by mal prijímať rovnakú kreditnú kartu vystavenú v Rakúsku.

Dostupnosť webových stránok bez ohľadu na miesto bydliska spotrebiteľa

Írski zákazníci nakupujúci v talianskom internetovom obchode s oblečením by nemali byť automaticky presmerovaní na webové stránky v Írsku bez toho, aby na to boli vopred upozornení. Aj po udelení súhlasu s presmerovaním by mali byť talianske webové stránky naďalej dostupné.

Ceny a podmienky by nemali závisieť od štátnej príslušnosti

Obyvateľ Estónska, ktorý si chce na belgických webových stránkach kúpiť lístok na koncert, by mal mať rovnaké podmienky ako Belgičan napr. pri zľavách v predpredaji.

Internetoví predajcovia budú môcť aj naďalej voľne určovať ceny, sprístupňovať svoje webové stránky a vykonávať marketingové činnosti v rámci EÚ vrátane ponúkania cenových zliav pre konkrétne skupiny spotrebiteľov, pokiaľ nerozlišujú zákazníkov podľa ich národnosti, miesta pobytu alebo podnikania (napr. ponuky pre mladých ľudí alebo spotrebiteľov, ktoré sú iné ako ponuky pre zamestnancov v určitých profesiách).

Updated 23 October 2018

AKO MÔŽU INTERNETOVÍ PREDAJCOVIA ZARUČIŤ, ŽE ICH SLUŽBY SÚ V SÚLADE S NOVÝMI PRAVIDLAMI?

Spotrebiteľ musí mať vždy možnosť nakúpiť tovar alebo služby on-line bez ohľadu na miesto svojho pôvodu alebo bydliska.

Umožniť zákazníkovi uviesť kontaktnú adresu, ktorá nemusí suvisieť s miestom jeho bydliska alebo s jeho štátnou príslušnosťou. To však neznamená, že internetový predajca musí doručiť zásielku zákazníkovi zo zahraničia. Ide len o to, aby bol takýto zákazník považovaný za domáceho zákazníka.

Ak predajcovia umožňujú platbu kreditnou kartou, táto možnosť by mala byť poskytnutá aj zákazníkom s bankovým účtom v inej členskej krajine.

Umožniť prístup na ich webové stránky bez ohľadu na to, odkiaľ sa daný spotrebiteľ pripojil.

Požiadať zákazníka o súhlas skôr, ako bude presmerovaný na inú verziu príslušných webových stránok a vždy mu ponúknuť možnosť vrátiť sa na webové stránky, ktoré chcel pôvodne navštíviť.

Neodmietnuť platobné či kreditné karty iba preto, že boli vydané v inom členskom štáte.

Internetoví predajcovia nemusia ponúkať doručenie zásielky v členskom štáte zákazníka. Predajca mu však musí ponúknuť rovnaké podmienky doručenia zásielky ako miestnemu zákazníkovi z toho členského štátu, v ktorom bežne doručovanie zabezpečuje, vrátane tých istých možností prevzatia zásielky. Prevzatie tovaru od predávajúceho môže vykonať tá zásielková spoločnosť, ktorú si vyberie zákazník.

PRÍKLADY „OSVEDČENÝCH“ POSTUPOV

✔ Ak sú zákazníci presmerovaní na miestnu verziu webových stránok predajcu, mala by na nich byť možnosť kliknúť na inú verziu, ktorú chceli zákazníci pôvodne navštíviť.

✔ Ak sú ponúkané akciové ceny za rezerváciu vstupeniek na koncerty, prípadne iné podujatia on-line, (ktoré sú iné ako ceny off-line), mali by byť ponúknuté všetkým zákazníkom bez ohľadu na ich národnosť či miesto bydliska.

✔ Predajca, ktorý poskytuje iba zásielkové služby na miesta v určitom členskom štáte, by mal spotrebiteľom umožniť vyplnenie kontaktných údajov aj v prípade, že nebývajú v danom členskom štáte, aby si svoje zásielky mohli vyzdvihnúť buď osobne, alebo využitím zásielkovej služby.

VEDELI STE, ŽE...?

Takmer 40 % spotrebiteľov v EÚ dôveruje kúpe tovaru alebo služieb na internete od predajcov z inej členskej krajiny EÚ (Eurobarometer 397, 2015), pričom v skutočnosti iba 19 % spotrebiteľov nakupuje v inej krajine (údaje z roku 2015). Nové pravidlá EÚ v oblasti elektronického obchodu vychádzajú z obrovského potenciálu cezhraničného dopytu a chcú vytvoriť nové obchodné príležitosti.