Comisión Europea

#DSM

Den digitala inre marknaden

Maximal nytta av de digitala möjligheterna i Europa

SLUT PÅ OMOTIVERAD GEOBLOCKERING Kort vägledning för nätaktörer

Som ett led i ett omfattande åtgärdspaket inom strategin för den digitala inre marknaden, som syftar till att öka e-handeln över gränserna i EU, kommer nya bestämmelser om geoblockering att träda i kraft den 3 december 2018.

De nya bestämmelserna kommer att

- **förbättra tillgången till varor och tjänster på nätet,**
- **öka säkerheten för företag och bygga upp konsumenternas förtroende, och**
- **minska företagens transaktionskostnader och administrativa arbete.**

VAD KOMMER DE NYA BESTÄMMELSERNA ATT BETYDA FÖR NÄTHANDLARE?

Godtagande av utländska kreditkort:

En tysk näringsidkare som godtar att ett kreditkort av ett visst märke används för betalningar via näringsidkarens webbplats måste också godta kreditkort av samma märke som är utfärdade i Österrike.

Tillgång till webbplatser oavsett konsumentens hemvist

Irländska kunder som går in på en italiensk webbbutik för kläder ska inte automatiskt omdirigeras till webbplatsen för Irland utan ska först tillfrågas om de vill omdirigeras. Även om de samtycker till detta ska de ha fortsatt tillgång till den italienska webbplatsen.

Priser och villkor ska inte avgöras av nationalitet

En estländare som går in på en belgisk webbplats för att köpa konsertbiljetter ska erbjudas samma villkor som belgiska medborgare, t.ex. när det gäller rabatter vid förköp.

Näthandlarna kommer fortfarande att kunna bestämma fritt över sina priser och utformningen av sina webbplatser i EU. Samma sak gäller för deras marknadsföring, inklusive utformningen av erbjudanden till specifika kundgrupper, förutsatt att de undviker alla former av diskriminering baserad på medborgarskap, hemvist eller etableringsort (t.ex. erbjudanden riktade till ungdomar eller kunder till skillnad från specifika yrkesgrupper).

Updated 25 October 2018

HUR KAN NÄTHANDLARNA SE TILL ATT DERAS TJÄNSTER ÄR FÖRENLIGA MED DE NYA BESTÄMMELSERNA?

De ska alltid ge kunder möjlighet att köpa varor och tjänster på deras webbplats, oavsett kundens nationalitet eller hemvist.

De ska tillåta att kunden tillhandahåller en kontaktadress oavsett hemvist eller nationalitet. Detta innebär dock inte att nätförsäljaren måste leverera till kunder i andra länder, utan endast att kunden i fråga har rätt att köpa produkten enligt samma villkor som en lokal kund.

Om näringsidkare tillåter betalning via överföring ska denna möjlighet också erbjudas kunder med bankkonton i andra EU-länder.

De ska ge kunderna tillgång till deras webbplats oavsett var de befinner sig.

De ska begära kundernas samtycke innan de omdirigerar dem till en annan version av webbplatsen och kunderna ska alltid ha möjlighet att gå tillbaka till den webbplats som de ursprungligen sökte.

De får inte avvisa kreditkort eller betalkort bara för att de utfärdats i ett annat EU-land.

Nätbutikerna är inte tvungna erbjuda leveranser i kundens hemland. De måste dock erbjuda samma leveransvillkor som de erbjuder lokala kunder i det EU-land som de erbjuder leveranser till, även samma upphämtningsalternativ. Upphämtningen av varorna från försäljaren kan utföras av en budfirma som väljs av kunden.

EXEMPEL PÅ GOD PRAXIS

✔ Om kunder omdirigeras till en lokal version av försäljarens webbplats ska det finnas en lättåtkomlig knapp som tar konsumenterna till de andra versioner av den webbplats som de från början ville nå.

✔ Om rabatterade onlinepriser erbjuds för förköp till konserter eller andra evenemang (till skillnad från köp offline), ska dessa rabatter erbjudas samtliga kunder, oavsett nationalitet eller hemvist.

✔ En näringsidkare som endast tillhandahåller leveranser till upphämtningspunkter i ett EU-land bör låta kunderna fylla i sina kontaktuppgifter även om de inte bor i det medlemslandet, så att de har möjligheten att hämta ut varorna själva eller med hjälp av en budfirma.

VISSTE DU DETTA?

Nästan 40 % av konsumenterna i EU anser att det är säkert att köpa varor eller tjänster via internet från försäljare i ett annat EU-land (Eurobarometer 397, 2015), men det är endast 19 % som faktiskt gör det (uppgifter från 2015). De nya EU-bestämmelserna om e-handel syftar till att frigöra denna stora potentiella efterfrågan på handel över gränserna och att skapa nya möjligheter för företag.