



CONFINDUSTRIA

Pacchetto legislativo sull'e-commerce transfrontaliero

Lente sull'UE n.44

Maggio 2016

CONTESTO

Il 25 maggio 2016 la Commissione europea ha presentato un pacchetto, composto da tre proposte legislative, con l'obiettivo di **promuovere il commercio elettronico in Europa e rimuovere le barriere nelle attività transfrontaliere online**, in linea con quanto previsto nelle strategie per il Mercato Unico digitale e per il Mercato Unico.

L'auspicio della Commissione è che queste proposte possano, da un lato, facilitare la scelta di beni e servizi online da parte dei consumatori e, dall'altro, favorire nuove opportunità di business per le imprese in Europa.

Nel dettaglio, il pacchetto contiene:

- Una **proposta di Regolamento** per contrastare il **blocco geografico ingiustificato** e altre forme di discriminazione in base alla nazionalità o al luogo di residenza o di stabilimento;
- una **proposta di Regolamento** sui **servizi di consegna transfrontaliera dei pacchi** per aumentare la trasparenza dei prezzi e stimolare la concorrenza;
- una **proposta di revisione del Regolamento sulla cooperazione tra le Autorità nazionali responsabili per l'applicazione della normativa sulla protezione dei consumatori**, che mira a rivedere il Regolamento esistente in materia di protezione dei consumatori (CPC);
- Delle **linee guida** che chiariscano, tra l'altro, cosa costituisce una **pratica commerciale sleale** nel mondo digitale.

Le proposte integrano le [due proposte legislative \(sulla fornitura di contenuti digitali e sulle vendite online e altre vendite a distanza di beni\)](#) presentate dalla Commissione nel dicembre 2015, così come la prossima proposta di [semplificazione dell'IVA](#) prevista per l'autunno 2016.

Parallelamente all'adozione del pacchetto sul commercio elettronico, la Commissione ha presentato anche un aggiornamento della [regolamentazione UE nel settore audiovisivo e la sua strategia sulle piattaforme online](#).

1. GEOBLOCKING E ALTRE FORME DI DISCRIMINAZIONE BASATE SULLA NAZIONALITÀ O LUOGO DI RESIDENZA

Tra gli obiettivi della Strategia sul Mercato Unico digitale rientra anche la volontà di migliorare l'accesso a beni e servizi online per consumatori e imprese (soprattutto PMI e Start-Up) in tutta Europa. A tal fine, la Commissione propone, come prima misura, l'**abolizione del geoblocking ingiustificato**.

In altre parole, i consumatori di un altro Stato membro dovranno poter acquistare un bene alle stesse condizioni dei residenti dello Stato del venditore.

Per la **vendita a distanza di beni online**, il **venditore non sarà obbligato a spedire il bene nel Paese dell'acquirente** ma dovrà far sì che il cliente abbia le stesse opportunità di acquisto dei clienti del suo Paese. Inoltre, il Regolamento esenta da alcune disposizioni le piccole imprese cui si applica una soglia IVA nazionale.

Per i **servizi online che forniscono contenuti coperti da copyright**, la Commissione ha già proposto, a dicembre, una proposta di Regolamento per rendere obbligatoria la portabilità di questi contenuti in tutta Europa e intende proporre ulteriori misure nei prossimi mesi del 2016.

Per quanto riguarda i **servizi forniti nel Paese del venditore**, quest'ultimo non può rifiutarsi di vendere, o differenziare il prezzo, dei beni venduti online sulla base della residenza dell'acquirente se, chi acquista, consumerà il bene nel Paese in cui è ubicato il venditore (ad es. biglietti di concerti, affitto d'auto, ...).

Riguardo la non discriminazione nei **metodi di pagamento**, il venditore non è obbligato ad accettare qualsiasi metodo di pagamento, ma non può rifiutarne uno sulla base del Paese di provenienza dell'acquirente. Non possono essere negati pagamenti dall'estero, se si utilizzano le stesse modalità previste per i pagamenti all'interno del Paese del venditore.

Secondo la Commissione, la proposta sul geoblocking potenzierà l'accesso online per imprese e consumatori, potrà aprire la strada verso nuovi mercati e premierà le imprese più innovative e competitive.

Ricordiamo che la proposta fa seguito alla consultazione pubblica avviata dalla Commissione europea a settembre 2015 sui "Blocchi e altre restrizioni di natura geografica che impediscono gli acquisti e l'accesso alle informazioni nell'UE".

La proposta sembra tenere in debita considerazione l'esistenza di fattori oggettivi che possono legittimare trattamenti differenziati nella vendita online (si parla infatti solo di "**geoblocking ingiustificato**").

È tutelata inoltre la **libertà contrattuale e d'impresa**: non vi è infatti alcun obbligo di consegnare il prodotto nel paese del cliente, solo un obbligo di fornire all'acquirente le stesse opzioni di consegna all'interno del territorio in cui il venditore recapita l'ordine.

Alle imprese non viene altresì richiesto di fornire spiegazioni sulle diverse condizioni di consegna.

Infine, il Regolamento si applica solo ai rapporti B2C (fatta eccezione per il caso in cui le imprese sono gli utenti finali).

Tuttavia, come evidenziato nelle prime reazioni di **BusinessEurope**, dell'**European Small Business Alliance** (ESBA) e di **Ecommerce Europe**, rimangono da chiarire ancora alcuni aspetti, come ad esempio sul servizio post-vendita, sul costo di spedizione del prodotto in caso di recesso, sul regime giuridico da applicare in caso di controversia, sull'applicazione delle norme IVA.

Interessante l'opposta reazione di alcuni **eurodeputati** secondo cui, invece, la proposta sul geo-blocking avrebbe potuto essere più ambiziosa.

2. CONSEGNE TRANSFRONTALIERE DEI PACCHI

Garantire un servizio di consegna pacchi efficiente, accessibile, economico e di qualità è, secondo la Commissione, un prerequisito necessario per migliorare l'accessibilità e sviluppare le potenzialità economiche del mercato online transfrontaliero.

Sul tema, la Commissione aveva lanciato una **consultazione pubblica** tra maggio e agosto del 2015 da cui sarebbe emerso come il principale problema per i consumatori sia rappresentato dall'incertezza sui tempi di consegna della merce, seguito dai problemi sul prezzo.

Per le piccole imprese, invece, l'ostacolo maggiore è rappresentato dai prezzi dei servizi di spedizioni.

Alcuni studi di cui la Commissione si è servita per la definizione del Regolamento sui servizi di consegna transfrontalieri dei pacchi confermerebbero come i **prezzi per le spedizioni transfrontaliere siano tra tre e cinque volte più alti** rispetto a spedizioni equivalenti all'interno dei confini nazionali, senza che questa differenza sia giustificata dai costi sostenuti dai fornitori del servizio.

Altri ostacoli riguardano poi le diverse competenze delle singole autorità nazionali (sul controllo dei servizi di consegna con conseguenti oneri amministrativi per gli operatori) e il quadro regolamentare altamente frammentato che rende difficile una comparazione tra i diversi operatori.

La nuova proposta legislativa si pone quindi **due obiettivi specifici** che, secondo la valutazione di impatto condotta dalla Commissione, dovrebbero aiutare a risolvere i problemi sopra citati. Gli obiettivi mirano a:

- Far sì che il mercato funzioni in maniera più **efficace** rendendo il controllo sulla normativa per le spedizioni più coerente e incoraggiando la concorrenza.
- Aumentare la **trasparenza** sui prezzi riducendo la differenziazione ingiustificata delle tariffe e abbassando i costi sostenuti da individui e piccole imprese, specialmente in aree remote.

Il Regolamento stabilisce quindi regole specifiche riguardo:

- La **sorveglianza regolamentare** sui servizi di consegna dei pacchi.
- La **trasparenza sulle tariffe** per i servizi di consegna transfrontalieri dei pacchi e la **valutazione della sostenibilità** delle tariffe.
- La **trasparenza e l'accesso non-discriminatorio** a certi servizi e alle infrastrutture di consegna dei pacchi.

Il Regolamento prevede inoltre che i fornitori di servizi di spedizione consegnino alle rispettive autorità regolamentari nazionali il **tariffario** che verrà applicato ai servizi di spedizioni nell'anno successivo. Le autorità avranno tre mesi di tempo per valutarle e stabilire se i prezzi sono sostenibili.

Se le autorità nazionali dovessero ritenere le tariffe non accessibili, potranno chiedere ulteriori informazioni e/o giustificazioni, che devono essere fornite **entro 15 giorni**. Le autorità nazionali devono quindi notificare le loro valutazioni alla Commissione che pubblicherà anche le tariffe ottenute per stimolare la concorrenza e la trasparenza.

La Commissione non propone di stabilire un limite massimo ai prezzi delle consegne. La regolamentazione dei prezzi sarà, secondo quanto riferito dalla Commissione stessa, l'estremo rimedio se la concorrenza non dovesse produrre risultati soddisfacenti. La Commissione farà il **punto dei progressi compiuti nel 2019** e valuterà se saranno necessarie ulteriori misure.

Tale proposta mira ad integrare le iniziative di autoregolamentazione adottate dagli operatori postali.

3. AUMENTARE LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI NEL COMMERCIO ELETTRONICO

La proposta di revisione del Regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori mira, secondo quanto riferito dalla Commissione, a conferire maggiori poteri alle autorità nazionali che, tra l'altro, potranno:

- verificare se i siti Internet praticano il geoblocking oppure offrono condizioni post-vendita che non rispettano le norme UE (ad esempio sul diritto di recesso);
- ordinare l'immediata rimozione dei siti web che ospitano offerte ingannevoli;
- chiedere informazioni ai gestori dei registri dei domini Internet e alle banche per accertare l'identità dell'operatore responsabile.

In caso di violazione dei diritti dei consumatori a livello UE, la Commissione potrà coordinare azioni comuni con le autorità nazionali per porre fine a queste pratiche.

La Commissione ha inoltre pubblicato alcuni orientamenti sulle pratiche commerciali sleali per cercare di fornire delle risposte alle sfide poste dal mondo digitale. Si tratta, nello specifico, di chiarimenti che aggiornano la Guida sulla [Direttiva per le Pratiche Commerciali Sleali](#), pubblicata per la prima volta nel 2009.

In sintesi, la proposta rafforza indubbiamente il ruolo delle cosiddette "autorità competenti", senza tenere in debito conto come alcune disposizioni in essa contenute rischiano di essere di difficile applicazione. Allo stesso modo, risulterebbero quasi assenti i diritti del venditore (tra cui quello alla privacy).

4. AGGIORNAMENTO DELLA DIRETTIVA SUI SERVIZI AUDIOVISIVI

Parallelamente al pacchetto sull'e-commerce, la Commissione europea ha proposto **un aggiornamento della direttiva sui Servizi Audiovisivi** (*Audiovisual Media Services Directive* - AVMSD), ossia delle norme che da quasi 30 anni disciplinano i contenuti audiovisivi, e **una comunicazione sulle piattaforme online**.

Attraverso la prima proposta, la Commissione mira a riequilibrare le norme attualmente applicabili alle emittenti tradizionali anche ai fornitori di video

su richiesta (come Netflix e MUBI) e alle piattaforme per la condivisione di video (come YouTube e Dailymotion).

Le piattaforme che organizzano e classificano **grandi quantità di video** dovranno definire strumenti che consentano agli utenti di segnalare **contenuti illeciti**, sistemi di verifica dell'età e sistemi di controllo genitoriale. La Commissione inviterà tutte le piattaforme per la condivisione di video a collaborare nell'ambito dell'[Alliance to better protect minors online \(Alleanza per una migliore tutela dei minori online\)](#), al fine di elaborare un codice di condotta per il settore.

I **regolatori nazionali** del settore audiovisivo avranno anche il potere di far rispettare le norme, che, a seconda di quanto previsto dalla legislazione nazionale, potranno anche comportare delle sanzioni.

Inoltre il [gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi](#), costituito da tutti i 28 regolatori nazionali del settore audiovisivo, dovrà valutare i codici di condotta di coregolamentazione e fornirà consulenza alla Commissione europea.

Le nuove proposte prevedono differenti **limiti pubblicitari** e l'obbligo di **promozione dei film europei** per tv tradizionali e on-demand ma anche per piattaforme di contenuti audiovisivi da Youtube a Netflix (secondo la proposta, in particolare, le emittenti televisive dovranno dedicare almeno la **metà del tempo** alla trasmissione di opere europee e i fornitori on-demand dovranno garantire almeno il **20%** dei contenuti europei nei loro cataloghi). La proposta chiarisce, inoltre, che gli Stati membri potranno chiedere ai servizi on-demand disponibili nel loro paese di **contribuire finanziariamente alla realizzazione di opere europee**.

5. PIATTAFORME ONLINE: OPPORTUNITÀ E SFIDE PER L'EUROPA

Nella Comunicazione sulle piattaforme online, la Commissione riconosce il ruolo fondamentale delle piattaforme per l'innovazione e la crescita nel mercato unico digitale. Per tale ragione, si propone di facilitare lo sviluppo di un *business environment* che sia quanto più possibile **agile, tecnologicamente neutrale e idoneo** ad attirare e mantenere innovatori nel campo delle piattaforme online e a contribuire alla loro crescita.

La Comunicazione propone anche una definizione di piattaforma online come quelle "*imprese in grado di facilitare le interazioni dirette tra utenti online e di capitalizzare le efficienze generate dai dati e da effetti di rete*".

Gli ambiti di intervento proposti dalla Commissione comprendono:

- **Norme comparabili per servizi digitali comparabili:** i servizi digitali comparabili dovrebbero essere **soggetti alle stesse norme o a norme analoghe** e, ove possibile, la Commissione cercherà di ridurre l'ambito di applicazione e la portata della normativa vigente (secondo il principio di **Better Regulation**). La Commissione applicherà tali principi alla revisione della [normativa sulle telecomunicazioni dell'UE](#) (prevista per l'autunno) e della [direttiva sulla e-privacy](#), ad esempio per stabilire se le norme in materia di riservatezza debbano applicarsi, oltre che alle società di telecomunicazioni "classiche", ai fornitori di servizi di comunicazione online.
- **Responsabilità delle piattaforme online:** dovrebbe essere mantenuto l'attuale regime di responsabilità degli intermediari previsto dalla [direttiva sul commercio elettronico](#). Ulteriori problemi specifici dovrebbero essere affrontati con strumenti mirati e settoriali, come le **norme per il settore audiovisivo o norme sul diritto d'autore** o con un maggiore impegno a titolo volontario dell'industria.
- **Flusso di dati:** con l'**iniziativa per il libero flusso dei dati**, prevista per la fine del 2016, la Commissione intende facilitare il passaggio e la portabilità dei dati fra diverse piattaforme online e servizi di cloud computing.
- **Interoperabilità:** la Commissione intende promuovere azioni di interoperabilità per incoraggiare le piattaforme a riconoscere altri strumenti di identificazione elettronica.
- **Trasparenza:** la Commissione svolgerà un'indagine nei prossimi sei mesi sulle relazioni b2B sulle questioni sollevate nella consultazione pubblica da imprese e fornitori che interagiscono direttamente con le piattaforme, tra cui, ad esempio, preoccupazioni per le clausole vessatorie, in particolare per l'accesso a importanti banche dati, l'accesso al mercato e la mancanza di trasparenza. Su tale base la Commissione deciderà, entro la primavera del 2017, se è necessario un ulteriore intervento dell'UE in questo settore.

Inoltre, con la presentazione di alcune linee guida sull'**economia collaborativa** previste per giugno, la Commissione fornirà ulteriori orientamenti sulla normativa UE applicabile alle piattaforme e formulerà raccomandazioni per gli Stati membri.

Le misure odierne fanno seguito a una serie di iniziative volte a digitalizzare l'industria europea ([comunicato stampa](#)), a proposte sul diritto d'autore ([comunicato stampa](#)) e sui contratti digitali ([comunicato stampa](#)) e a un progetto di decisione sul coordinamento dello spettro radio ([comunicato stampa](#)). La strategia per il mercato unico digitale contempla 16 iniziative da presentare entro la fine dell'anno.

Link ai documenti:

- [Domande e risposte: promuovere il commercio elettronico nell'UE](#)
- [Proposta di regolamento per contrastare il blocco geografico ingiustificato e le altre forme di discriminazione in base al luogo di residenza o di stabilimento o alla nazionalità nel mercato unico](#)
- [Proposta di regolamento relativo ai servizi di consegna transfrontaliera dei pacchi](#)
- [Proposta di revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori](#)
- [Orientamenti per l'applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali](#)
- [Proposta di modifica della direttiva sui servizi di media audiovisivi](#)
- [Comunicazione sulle piattaforme online e sul mercato unico digitale](#)
- [Documento di lavoro sulle piattaforme online e sul mercato unico digitale](#)

Per maggiori informazioni: Cinzia Guido, c.guido@confindustria.eu e
Matteo Borsani, m.borsani@confindustria.eu