



Brussel, **XXX**
SWD(2016) 174

WERKDOCUMENT VAN DE DIENSTEN VAN DE COMMISSIE

SAMENVATTING VAN DE EFFECTBEOORDELING

bij

**Voorstel voor een VERORDENING VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE
RAAD**

**inzake de aanpak van geoblocking en andere vormen van discriminatie van klanten op
basis van nationaliteit, verblijfplaats of plaats van vestiging in de interne markt en tot
wijziging van Verordening (EG) nr. 2006/2004 en Richtlijn 2009/22/EG**

{COM(2016) 289}
{SWD(2016) 173}

Samenvatting
Effectbeoordeling van het voorstel voor een verordening inzake de aanpak van ongerechtvaardigde geoblocking en andere vormen van discriminatie op basis van verblijfplaats of nationaliteit
A. Behoeftte aan actie
Waarom? Wat is het probleem?
Klanten, met name consumenten maar ook kleine ondernemingen, tonen steeds meer belangstelling voor grensoverschrijdend winkelen. Zij ervaren echter steeds vaker dat in andere lidstaten opererende handelaren weigeren aan hen te verkopen, of dat die hun prijs aanpassen omdat de klant uit een andere lidstaat komt. In 2015 bleek bij een "mystery shopping"-onderzoek dat slechts iets meer dan een derde van de pogingen tot grensoverschrijdende aankopen succesvol waren (37 %). Er kunnen goede redenen zijn om niet grensoverschrijdend te verkopen (bijv. verschillen in consumentenwetgeving, btw, knelpunten in de grensoverschrijdende leveringskanalen enz.). Niettemin is een aanzienlijk aantal beperkingen wellicht ongerechtvaardigd.
Wat is het doel van dit initiatief?
Het doel van dit initiatief is ervoor te zorgen dat klanten op de eengemaakte markt niet worden gediscrimineerd. Verschillende oorzaken van dergelijke gedragingen van ondernemingen worden parallel aangepakt, bijvoorbeeld door middel van initiatieven van de Commissie (digitale contracten, pakketbezorging, uitbreiding van het btw-mini-éénloketsysteem) in het kader van de strategie voor de digitale eengemaakte markt en de internemarktstrategie. Dit initiatief richt zich met name op situaties waarin geen sprake is van een objectieve reden voor een verschil in behandeling tussen binnenlandse en buitenlandse klanten.
Wat is de meerwaarde van maatregelen op EU-niveau?
Het probleem is grensoverschrijdend van aard en betreft alle lidstaten. Momenteel hebben de lidstaten en hun nationale handhavingsinstanties geen voldoende duidelijk wetgevingskader om de huidige bepalingen te handhaven. Daarom kunnen de doelstellingen door de grotere schaal en de verwachte effecten beter worden verwezenlijkt door een optreden op EU-niveau.

B. Oplossingen
Welke wetgevende en niet-wetgevende beleidsmaatregelen worden overwogen? Heeft een bepaalde optie de voorkeur? Waarom?
Het beoogde doel wordt niet bereikt met meer transparantie (optie 1). Een verbod op het blokkeren van de toegang tot websites en op het automatisch doorleiden, tenzij uitdrukkelijke toestemming is verleend (optie 2), in combinatie met een verplichting tot uitleg in uitzonderlijke gerechtvaardigde gevallen waarin blokkering plaatsvindt, pakt een deel van het probleem aan. De voorkeursoptie (optie 3) is gericht op de specifieke situaties waarin geodiscriminatie niet kan worden gerechtvaardigd (voor materiële goederen, indien de klant zorgt voor grensoverschrijdend vervoer; voor diensten die plaatsvinden op een fysieke locatie waar de handelaar zijn bedrijf uitoefent, en voor langs elektronische weg verrichte diensten waarin geen sprake is van een leveringsprobleem). Optie 4 bestaat uit het opzetten van een aanvullende lijst van rechtvaardigingsgronden voor geodiscriminatie ter verduidelijking van de beginselen die voortvloeien uit artikel 20, lid 2, van de dienstenrichtlijn. Deze optie werd afgewezen vanwege haar complexiteit. Optie 5 omvatte een eis dat ondernemingen materiële goederen grensoverschrijdend verzenden en zou de doelstelling het dichtst benaderen, maar deze optie werd afgewezen omdat zij bedrijven op onevenredig hoge kosten zou jagen.

Wie steunt welke optie?
Optie 1 wordt sterk ondersteund door consumenten, maar sommige bedrijven hebben hun bedenkingen. Optie 2 wordt duidelijk ondersteund door consumenten, en ondernemingen zijn het er ook mee eens. Een duidelijke meerderheid van de consumenten ondersteunt optie 3, terwijl ondernemingen een verdeeld beeld laten zien, waarbij sommigen verzet aantekenen en anderen de oplossing aanvaarden, bijvoorbeeld in geval van transacties waarbij de klant de levering zelf organiseert. Optie 4 krijgt de voorkeur van sommige ondernemingen om de juridische duidelijkheid te verbeteren, terwijl anderen hiertegen zijn. Terwijl de consumenten in principe akkoord gaan met optie 5, zijn de ondernemingen hier sterk tegen gekant.
C. Effecten van de voorkeursoptie
Wat zijn de voordelen van de voorkeursoptie (of van de belangrijkste opties, als er geen voorkeursoptie is)?
Op basis van de beschikbare gegevens, zoals bijvoorbeeld over de verkoop op afstand van elektronische goederen, een van de meest populaire categorieën goederen die online worden verkocht, wordt het netto-effect van het opheffen van door ondernemingen opgelegde geoblocking op grensoverschrijdende verkoop geschat op een groei van ongeveer 1,1 % van de totale marktomvang (totale omzet). Het grootste deel van die handel zou ten koste gaan van aankopen op de binnenlandse markt, vooral van binnenlandse offlineaankopen. Het netto-uitbreidingseffect van de handel wordt geraamd op slechts 0,4 %. Als gevolg daarvan dalen de prijzen; de prijsdalingen worden geraamd op -0,5 % offline en -0,6 % online, gemiddeld in de EU. Er worden voor geen enkele lidstaat nog prijsverhogingen verwacht. Wanneer dergelijke effecten optreden voor alle materiële goederen, zou de totale toename van het consumentensurplus voor de EU28 gemiddeld 0,8 % bedragen, met verschillen van lidstaat tot lidstaat. Toch mag niet worden vergeten dat het basisscenario zal worden beïnvloed door de doeltreffendheid van de daarmee verband houdende regelgevende initiatieven.
Wat zijn de kosten van de voorkeursoptie (of van de belangrijkste opties, als er geen voorkeursoptie is)?
Afstand doen van automatische doorleiding en vooraf van bezoekers goedkeuring vragen voor doorleiding brengt eenmalige nalevingskosten met zich mee, maar zal slechts betrekking hebben op een klein deel van de grote websites (ongeveer 2 % van de websites die 7,5 % van het grensoverschrijdende verkeer voor hun rekening nemen). Andere <u>nalevingskosten</u> zouden zich slechts in zeer geringe mate voordoen, omdat handelaren buitenlandse klanten simpelweg net zo zouden behandelen als binnenlandse. Zij zouden de gemaakte extra kosten, zoals die in verband met betalingssystemen, of andere kosten, op transparante wijze kunnen compenseren voor zover ze objectief gerechtvaardigd zijn.
Wat zijn de gevolgen voor bedrijven, kmo's/het mkb en micro-ondernemingen?
Deze maatregel heeft betrekking op alle ondernemingen, met inbegrip van kmo's/het mkb en micro-ondernemingen. De enige extra belasting zou mogelijk verband houden met een kleine extra heffing voor betalingsdiensten en de noodzaak om het btw-tarief in het land van de klant vast te stellen in het geval van digitale verkopen (de registratie wordt gevoerd door middel van het btw-mini-éénloketsysteem). In het kader van het nieuwe btw-voorstel zal deze informatie gemakkelijk beschikbaar zijn. Voor ondernemingen die zijn vrijgesteld van btw overeenkomstig de nationale wetgeving, zou dit echter een aanzienlijke last zijn. Zij zijn bijgevolg vrijgesteld van de verplichting tot gelijke behandeling. De totale uitsluiting van micro- en kleine ondernemingen zou geen valabele optie zijn.
Zijn er significante gevolgen voor de nationale begrotingen en overheden?
De handhaving wordt uitgevoerd door bestaande structuren die worden gecoördineerd in het kader van de verordening consumentenbescherming, zodat geen nieuwe organisatiekosten

worden voorzien. In acht jaar tijd (2007-2015) zijn er ongeveer 1500 klachten onder de aandacht van de Commissie gebracht, maar de Commissie schat dat de consumenten een veel groter aantal zorgen heeft. Verwacht wordt dat de verordening de verplichtingen van de handelaren zal verduidelijken en slechte praktijken zal tegengaan. De toename van de jaarlijkse werklast voor de lidstaten zal daarom waarschijnlijk beperkt blijven.

Zijn er nog andere significante gevolgen?

Nee. De maatregel geldt voor alle handelaren die aan klanten in de EU verkopen, zodat het internationale concurrentievermogen dus niet wordt beïnvloed.

D. Follow-up

Wanneer wordt dit beleid geëvalueerd?

Vijf jaar na de inwerkingtreding moet een uitgebreide evaluatie plaatsvinden.