

«Η ΕΣΕΕ συμμετέχει στην κοινή δράση των ευρωπαϊκών επιχειρηματικών οργανώσεων κατά του γεωγραφικού αποκλεισμού και διαφοροποίησης για τις διαδικτυακές εμπορικές συναλλαγές εντός ΕΕ»

Η UEAPME, η ευρωπαϊκή οργάνωση μικρομεσαίων ζήτησε τη στήριξη της ΕΣΕΕ, σχετικά με μια κοινή πρόταση που θα συνυπογράψουν και άλλες επιχειρηματικές οργανώσεις, αναφορικά με τη γεωγραφική διαφοροποίηση (geo-differentiation) που έχει να κάνει με τον προτεινόμενο κανονισμό για τον γεωγραφικό αποκλεισμό (geo-blocking) μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ σχετικά με τις ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές. Η ΕΣΕΕ μαζί με τις περισσότερες από τις ευρωπαϊκές επιχειρηματικές οργανώσεις, συμπεριλαμβανομένης και της EuroCommerce, όπου επίσης συμμετέχει ως εθνικός φορέας, τόσο οριζόντια όσο και τομεακά, έχει παρόμοιες ανησυχίες σχετικά με τον προτεινόμενο κανονισμό για "geo-blocking" και ως εκ τούτου, κατά τη διάρκεια των συναντήσεων και συμβουλίων στις Βρυξέλλες, έχει συχνά συζητηθεί το ενδεχόμενο να αναλάβουν κοινές δράσεις.

Με το συνημμένο "infographic" δίνεται μια επαρκής εικόνα στο ερώτημα, γιατί οι τιμές στα προϊόντα και τις υπηρεσίες διαφέρουν σε ολόκληρη την ΕΕ. Κατά συνέπεια, ο στόχος δεν είναι να προκύψει απλά μια κοινή πολιτική δήλωση, αλλά να συνυπογράψουν οι φορείς εκπροσώπησης ένα έγγραφο για τις αποκλίνουσες απαιτήσεις εντός ΕΕ και τους όρους της ψηφιακής ενιαίας αγοράς -DSM. Οι μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρηματικές οργανώσεις, όπως η Business Europe, Euro Commerce, Euro Chambers, μαζί με ορισμένες τομεακές, είναι επίσης πιθανό να συνυπογράψουν. Το έγγραφο θα διανεμηθεί στους Ευρωβουλευτές για πληροφορίες και θα μπορεί τελικά η UEAPME να το χρησιμοποιήσει ως συνημμένο, στη τοποθέτηση της στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο για το geo-blocking.

Η ΕΣΕΕ επιβεβαίωσε τη συμμετοχή της και τοποθετήθηκε θετικά στη πρωτοβουλία της UEAPME για την έκδοση κοινού εγγράφου, με σχετική απαντητική επιστολή της από τις 22η Σεπτεμβρίου, ημέρα του ελληνικού εμπορίου. Η ερώτηση γιατί τα προϊόντα και οι υπηρεσίες πρέπει να διαφέρουν μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει επιτέλους να απαντηθεί. Οι μεγάλες αποκλίσεις στη φορολογία, στους συντελεστές ΦΠΑ, στο κόστος μεταφοράς αγαθών και υπηρεσιών, στις γραφειοκρατικές διαδικασίες ακόμα και στα διαφορετικά στάνταρ, πρέπει οπωσδήποτε να συγκλίνουν στην ενιαία ψηφιακή αγορά της Ευρώπης, μέχρι το 2020.

Αντίστοιχα, για το ίδιο θέμα η περίληψη των απόψεων που εκφράζονται και αντικατοπτρίζουν το σκεπτικό των μελών της EuroCommerce στο πλαίσιο της προετοιμασίας, ώστε να λάβει συγκεκριμένη θέση για το "geoblocking" στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, είναι οι παρακάτω:

1. Το "Geoblocking" χρειάζεται ένα σαφή ορισμό. Επί του παρόντος, υπάρχουν πάρα πολλές διαφορετικές ερμηνείες για το τι περιεχόμενο μπορεί να προσλάβει.
2. Μόνο βάσει του σαφούς ορισμού μπορεί να αποδειχθεί βάσιμα τι θα απαγορεύεται ή τι θα επιτρέπεται.

3. Περισσότερη σαφήνεια και μια πιο ευέλικτη προσέγγιση είναι απαραίτητες. Το Geoblocking θα πρέπει να περιορίζεται στην τεχνική παρεμπόδιση της πρόσβασης σε δικτυακούς τόπους και όχι να συγχέεται με άλλες καταστάσεις/περιπτώσεις.

4. Υπάρχουν νομικά και εμπορικά δεδομένα που εμποδίζουν τους εμπόρους λιανικής να πωλούν διασυνοριακά, όπως ακριβώς υπάρχουν εμπορικοί λόγοι για να τη μη δημιουργία ενός καταστήματος σε κάθε πόλη στο κράτος τους. Εφ' όσον οι λιανοπωλητές έχουν να αντιμετωπίσουν διαφορές σε ολόκληρη την ΕΕ, κάποιιοι θα αποφασίσουν να πωλούν μόνο σε ορισμένες αγορές. Επίσης, λαμβάνοντας υπόψη την έλλειψη μιας απελευθερωμένης και ανταγωνιστικής αγοράς για τις διασυνοριακές παραδόσεις, οι λιανοπωλητές μπορεί να αποφασίσουν να μην παραδίδουν παντού, προκειμένου να αποφύγουν δυσανάλογα κόστη και την απογοήτευση των καταναλωτών.

5. Η απλή παρεμπόδιση της πρόσβασης σε δικτυακούς τόπους μπορεί να θεωρηθεί αδικαιολόγητη. Υπάρχει μικρή αντικειμενική αιτιολόγηση για την παρεμπόδιση, εκτός εάν υπάρχουν νομικοί περιορισμοί για την πώληση συγκεκριμένων προϊόντων. Μερικές επιχειρήσεις πιστεύουν ότι θα ήταν απογοητευτικό για τους καταναλωτές και χωρίς νόημα να βλέπουν μια ιστοσελίδα από την οποία δεν μπορούν να αγοράσουν το προϊόν στην προτιμώμενη από αυτούς διεύθυνση. Ωστόσο, αντί της απαγόρευσης του geoblocking, ο υγιής και ελεύθερος ανταγωνισμός είναι καλύτερη λύση.

6. Η αναδρομολόγηση (rerouting) δεν εισάγει διακρίσεις αυτή καθαυτή και δεν πρέπει να απαγορεύεται. Υπάρχουν συχνά νόμιμοι λόγοι πίσω από αυτήν, συμπεριλαμβανομένης της διευκόλυνσης των καταναλωτών. Οι καταναλωτές θα πρέπει να είναι ελεύθεροι να περιηγηθούν σε όποια ιστοσελίδα θέλουν. Θα πρέπει όμως να είναι σαφές σε αυτούς ότι μπορεί να υπάρχουν περιορισμοί (π.χ. όσον αφορά τις παραδόσεις) όταν προσπαθούν να αγοράσουν από ένα επιλεγμένο δικτυακό τόπο. Η αυτόματη επαναδρομολόγηση χωρίς επιλογή των καταναλωτών έχει το ίδιο αποτέλεσμα με την παρεμπόδιση της πρόσβασης.

7. Οι έμποροι λιανικής πώλησης θα πρέπει να ενθαρρυνθούν (και όχι να εξαναγκαστούν) να πωλούν στους καταναλωτές, ανεξάρτητα από τη θέση τους. Δεν δικαιολογείται πάντα να αρνηθεί κάποιος μια αγορά λόγω της τοποθεσίας του καταναλωτή. Οι έμποροι λιανικής πώλησης θα προτιμούσαν να επιτευχθεί μια πώληση, αφού αυτή είναι η δουλειά τους πάνω από όλα. Πρέπει πάντα να υπάρχει σοβαρός λόγος πίσω από κάθε απόφαση για πραγματοποίηση πώλησης. Ωστόσο, η επιβολή στον έμπορο της υποχρέωσης να πωλεί, εκτιμάται ότι δεν είναι η καλύτερη προσέγγιση. Το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο θα διευκολυνθεί περισσότερο αν αντιμετωπιστούν κατάλληλα οι υπάρχοντες εμπορικοί φραγμοί μεταξύ των χωρών της ΕΕ.

8. Υπάρχει διαφορά μεταξύ πώλησης και παράδοσης. Ο εξαναγκασμός των λιανοπωλητών να παραδίδουν παντού, θα ήταν αντιπαραγωγικός και δυνητικά πολύ ακριβός.

9. Δεν πρέπει να υπάρχει άσκοπη επανάληψη των υφιστάμενων νόμων που έχουν το ίδιο αποτέλεσμα. Οι έμποροι λιανικής πώλησης πρέπει να αναφέρουν σαφώς, όπου ισχύουν περιορισμοί όσον αφορά τις παραδόσεις. Αντί ωστόσο να επαναλαμβάνουν την ισχύουσα νομοθεσία, θα ήταν καλύτερα να υπάρχει καθοδήγηση σχετικά με το πώς η πληροφόρηση των καταναλωτών για τους περιορισμούς να γίνεται με τον πιο κατανοητό τρόπο. Δεν πρέπει να ισχύουν υπερβολικές απαιτήσεις για περίπλοκες και δυσκολονόητες εξηγήσεις γιατί δεν μπορούν να παραδίδουν οπουδήποτε.

10. Δεν προβλέπεται πανευρωπαϊκός έλεγχος των τιμών. Οι επιχειρήσεις είναι αντίθετες σε οποιαδήποτε πολιτική και νομοθεσία με στόχο τον καθορισμό ή την εναρμόνιση των τιμών.

Ο πρόεδρος της ΕΣΕΕ Βασίλης Κορκίδης και αντιπρόεδρος της UEAPME και EuroCommerce επισημαίνει:

«...Οι ευρωπαϊκές εμπορικές επιχειρήσεις, τόσο με το παραδοσιακό τρόπο, όσο και online, πρέπει να είναι σε θέση να προσδιορίσουν ελεύθερα τη γεωγραφική περιοχή για τις συναλλαγές και τις παραδόσεις τους. Οι έμποροι λιανικής πώλησης που διαθέτουν e-shop θα πρέπει να είναι ελεύθεροι να καθορίσουν εάν πωλούν μέσω e-commerce και ποιά περιοχή επιλέγουν.

Άλλωστε ένα κατάστημα λιανικής πώλησης πουλά ελεύθερα σε όποιον είναι νομικά και οικονομικά σε θέση να αγοράσει. Δεν υπάρχει πειστικός λόγος γιατί θα πρέπει να μην πουλάει και ψηφιακά σε όποιον θέλει να αγοράσει, έχει την οικονομική δυνατότητα και αποδέχεται την παράδοση ελεύθερα σε οποιαδήποτε περιοχή.

Οι εμπορικές επιχειρήσεις λιανικής, θα πρέπει να είναι ελεύθερες να καθορίζουν τις τιμές που θέλουν να πουλήσουν, σύμφωνα με ανταγωνιστικά κριτήρια και λαμβάνοντας υπόψη το διαφορετικό νόμισμα, τους φόρους, το κόστος αγοράς και μεταφοράς και τον τρόπο πληρωμής. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές μπορεί να είναι διαφορετικές σε μια κύρια ιστοσελίδα από ότι σε μια τοπική, όπως άλλωστε στα καταστήματα στην ίδια πόλη, χώρα ή σε ολόκληρη την ΕΕ. Εντός της προθεσμίας για την τελική έκδοση του εγγράφου στις 28 Σεπτεμβρίου, η ΕΣΕΕ θα προτείνει βελτιώσεις, που θεωρεί ουσιαστικές για την Ελλάδα, αφού είμαστε η μόνη χώρα εντός ΕΕ, που αύξησε τους φορολογικούς συντελεστές το 2015, παραθέτοντας μάλιστα συγκεκριμένα παραδείγματα που αφορούν στο διασυνοριακό εμπόριο με γειτονικές χώρες και στη νησιωτικότητα μας...»