

#DSM

Digitaalne ühtne turg

Kuidas Euroopa digivõimalusi kõige paremini ära kasutada?

PÕHJENDAMATUTE ASUKOHAPIIRANGUTE EHK GEOBLOKEERINGU KAOTAMINE: lühiülevaade e-kauplejatele

3. detsembril 2018 hakkavad kehtima uued asukohapiiranguid käsitlevad reeglid. Need on osa ulatuslikust meetmepaketist, mille eesmärk on toetada piiriülest e-kaubandust Euroopa Liidus.

Uute reeglitega:



tagatakse parem juurdepääs
Internetis pakutavatele
kaupadele ja teenustele



parandatakse ettevõtjate jaoks
õiguskindlust ja suurendatakse
tarbijate usaldust



vähendatakse ettevõtjate
tehingukulusid ja
halduskoormust

KUIDAS MÕJUTAVAD UUED REEGLID E-KAUPLEJAJD?



Võimalus maksta välisriigi krediitkaardiga

Saksa kaupleja, kelle veebisaidil saab maksta teatava kaubamärgi krediitkaardiga, peaks lubama maksta sama kaubamärgi krediitkaardiga ka siis, kui see on välja antud näiteks Austrias.



Juurdepääs veebisaitidele ei sõltu tarbija elukohast

Kui Iirimaa asuv klient külastab rõivaid müüvat Itaalia veebikaubamaja, ei tohiks teda automaatselt Iirimaa saidile ümber suunata - esmalt tuleks küsida, kas ta soovib ümbersuunamist. Itaalia sait peaks jääma kättesaadavaks ka juhul, kui klient annab ümbersuunamiseks oma nõusoleku.



Hinnad ja tingimused ei tohiks sõltuda kodakondsusest

Kui eestlane külastab Belgia veebisaiti, et osta kontserdipileteid, siis peaksid talle kehtima samad tingimused (näiteks soodustused piletite eelmüügile) nagu Belgia kodanikule.

Kauplejal on ka edaspidi võimalik vabalt kujundada oma hindu, veebisaiti ja turustuspoliitikat eri liikmesriikides, sealhulgas teha eripakkumisi teatavatele tarbijarühmadele (nt noortele), kuid sellega ei tohi kaasneda diskrimineerimine kodakondsuse ega elu- või asukoha alusel.

MIDA PEAKSID E-KAUPLEJAD TEGEMA, ET NENDE TEENUSED VASTAKSID UUTELE REEGLITELE?



Tarbijale tuleb alati anda võimalus osta kaupu ja teenuseid tema valitud veebisaidilt, sõltumata kliendi kodakondsusest või elukohast.



Tarbija elukohast või kodakondsusest sõltumata peab tal olema võimalik sisestada oma kontaktaadress. See ei tähenda aga, et veebikaupmees peab tellimuse välismaisele kliendile kätte toimetama – lihtsalt selline klient saab toote osta nii, nagu ta oleks kohalik klient.



Kui kauplejad lubavad maksevõimalusena kasutada pangalaenukannet, tuleks seda võimalust pakkuda ka neile tarbijatele, kelle pangakonto asub muus liikmesriigis.



Tarbija juurdepääs veebisaidile ei tohi sõltuda sellest, kust ta ühenduse loob.

Tarbijalt tuleb küsida nõusolekut, enne kui ta suunatakse ümber teisele veebisaidi mõnele teisele (nt riigipõhisele) versioonile, ning soovi korral peab tal olema võimalik jätkata enda valitud veebisaidil.

Ei tohi keelduda aktsepteerimast deebet- või krediitkaarti ainult seetõttu, et see on välja antud mõnes teises ELi liikmesriigis.

Kaupmees ei ole kohustatud ostjale kaupa teise liikmesriiki kätte toimetama. Samas peab ta pakkuma kättetoimetamist samadel tingimustel nagu kohalikele klientidele selles liikmesriigis, kuhu ta kaupu kätte toimetab. See hõlmab ka võimalust kaubale ise järele tulla. Tarbijal peab samuti olema võimalik saata enda eest kaubale järele oma valitud kullerfirma.

NÄITEID HEAST TAVAST



✓ Kui tarbija suunatakse ümber kaupmehe kohalikele veebisaidile, peaks sellel olema kergesti leitav nupp, mis võimaldaks tarbijal naasta enda valitud veebisaidile.



✓ Kui Internetis kontsertidele või muudele üritustele pakutavate eelmüügipiletite hind on kassahinnast soodsam, tuleks seda võimalust pakkuda kõikidele tarbijatele, olenemata nende kodakondsusest või elukohast.



✓ Kui e-kaupleja pakub teatavas liikmesriigis kättetoimetamisteenust või võimalust kaubale ise järele tulla, peab ta võimaldama ka tarbijal, kes elab teises liikmesriigis, sisestada oma kontaktandmed, et ta saaks ise kaubale järele tulla või tellida selleks kullerfirma.

KAS TEADSITE,
ET...



...ligi 40 % ELi tarbijatest usaldavad osta veebis tooteid või teenuseid mõne muu ELi riigi müüjalt (Eurobaromeetri uuring nr 397, 2015), ehkki tegelikkuses teeb veebis oste teisest riigist vaid 19 % tarbijatest (2015. aasta andmed). ELi uute e-kaubanduse eeskirjade eesmärk on seda potentsiaalset piiriülest nõudlust ära kasutada ja luua kaupmeestele uusi ärivõimalusi.

