



Bruxelles, 25.5.2016  
SWD(2016) 174 final

**DOCUMENTO DI LAVORO DEI SERVIZI DELLA COMMISSIONE**

**SINTESI DELLA VALUTAZIONE D'IMPATTO**

*che accompagna il documento*

**propota di REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO**

**recante misure volte a impedire i blocchi geografici e altre forme di discriminazione dei clienti basate sulla nazionalità, il luogo di residenza o il luogo di stabilimento nell'ambito del mercato interno**

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

<b>Scheda di sintesi</b>
Valutazione d'impatto della proposta di regolamento recante misure volte a contrastare i blocchi geografici ingiustificati e altre discriminazioni basate sul luogo di residenza o nazionalità
<b>A. Necessità di agire</b>
<b>Per quale motivo? Qual è il problema affrontato?</b>
I clienti, in particolare i consumatori, ma anche le piccole imprese, mostrano un interesse crescente per gli acquisti transfrontalieri. Tuttavia, sempre più spesso si trovano in una situazione in cui operatori attivi in altri Stati membri rifiutano di concludere con loro una transazione oppure adattano i prezzi se provengono da un altro Stato membro. Nel 2015, un'inchiesta realizzata effettuando acquisti simulati ha rivelato che solo poco più di un terzo dei tentativi di acquisti transfrontalieri era andata a buon fine (37%). Vi possono essere buoni motivi per non effettuare vendite transfrontaliere (ad esempio, differenze fra le leggi in materia di protezione dei consumatori, l'IVA, strozzature nei canali di distribuzione transfrontaliera, ecc.). Tuttavia, un numero considerevole di restrizioni può essere considerato ingiustificato.
<b>Qual è l'obiettivo di questa iniziativa?</b>
L'obiettivo dell'iniziativa è di garantire la non discriminazione nei confronti dei clienti nel mercato unico. Diverse cause fondamentali di tale comportamento delle aziende sono affrontate in parallelo da iniziative della Commissione (contratti digitali, consegna dei pacchi, estensione del regime MOSS per l'IVA) nell'ambito della strategia per il mercato unico digitale e per il mercato unico. La presente iniziativa si concentra in particolare sulle situazioni in cui non esiste una ragione obiettiva per un trattamento differenziato tra i clienti stranieri e nazionali.
<b>Qual è il valore aggiunto dell'azione a livello di UE?</b>
Il problema è di natura tipicamente transfrontaliera e riguarda tutti gli Stati membri. Attualmente, gli Stati membri e le rispettive autorità nazionali preposte al rispetto della legge dispongono di un quadro giuridico sufficientemente chiaro per garantire l'applicazione delle disposizioni vigenti. Pertanto, per ragioni di scala e per via degli effetti attesi, gli obiettivi possono essere conseguiti meglio intervenendo a livello dell'UE.

<b>B. Soluzioni</b>
<b>Quali opzioni strategiche, di carattere legislativo e di altro tipo, sono state prese in considerazione? È stata preferita un'opzione? Per quale motivo?</b>
Una maggiore trasparenza (opzione 1) non consentirà di raggiungere l'obiettivo. Il divieto di blocco degli accessi ai siti web e di reindirizzamento automatico senza esplicito consenso (opzione 2), combinato con l'obbligo di chiarimento in casi eccezionali e giustificati di blocco geografico, risolverà una parte del problema. L'opzione preferita (opzione 3) si incentra sull'individuazione di situazioni specifiche in cui la discriminazione geografica non può essere giustificata (per i beni materiali, se il cliente si fa carico del trasporto transfrontaliero; per i servizi che si svolgono in un luogo fisico in cui l'operatore esercita la sua attività, e per i servizi prestati mediante mezzi elettronici, per i quali non sussistono problemi di consegna). L'opzione 4 prevede la redazione di un elenco supplementare di giustificazioni per le discriminazioni geografiche allo scopo di chiarire i principi di cui all'articolo 20, paragrafo 2, della direttiva servizi. Questa proposta è stata respinta a causa della sua complessità. L'opzione 5 prevedeva l'obbligo per le imprese di effettuare la consegna transfrontaliera di

beni materiali ed era il modo più efficace per raggiungere l'obiettivo, ma è stata respinta poiché avrebbe imposto costi sproporzionati alle imprese.

**Quali sono i sostenitori delle varie opzioni?**

L'opzione 1 è sostenuta con forza da parte dei consumatori, ma alcune imprese hanno formulato riserve. L'opzione 2 è chiaramente sostenuta dai consumatori e ha l'approvazione delle imprese. Una netta maggioranza di consumatori sostiene l'opzione 3, mentre le imprese sono divise, alcune si oppongono e altre si mostrano disposte ad accettarla, ad esempio, nel caso di transazioni in cui sono i clienti stessi a organizzare la consegna. L'opzione 4 è richiesta da alcune imprese, al fine di migliorare la certezza del diritto, mentre altre si oppongono. Mentre in linea di principio gode del favore dei consumatori, l'opzione 5 è fortemente contestato dalle imprese.

**C. Impatto dell'opzione preferita**

**Quali sono i vantaggi dell'opzione preferita (se ne esiste una, altrimenti delle opzioni principali)?**

Sulla base dei dati disponibili, ad esempio per la vendita a distanza di beni elettronici, una delle categorie più diffuse di vendita online, si stima che la revoca dei blocchi geografici imposti dalle imprese sulle vendite transfrontaliere possa avere come effetto netto un aumento di circa l'1,1% del volume complessivo del mercato (vendite totali). La maggior parte di tale commercio avrebbe come corrispettivo una riduzione degli acquisti sul mercato nazionale, principalmente offline. L'effetto netto di espansione commerciale stimato è pari solo allo 0,4%. Come corollario, secondo le stime i prezzi scenderebbero dello 0,5% offline e dello 0,6% online in media in tutta l'UE. Non sono previsti aumenti di prezzo per nessuno Stato membro. Se si verificassero effetti simili per tutti i beni materiali, i benefici totali per i consumatori in tutta l'UE-28, potrebbero aumentare dello 0,8% in media, con variazioni tra i diversi Stati membri. Tuttavia, si deve tener presente che lo scenario di riferimento sarà influenzato dall'efficacia delle relative misure di regolamentazione.

**Quali sono i costi dell'opzione preferita (se ne esiste una, altrimenti delle opzioni principali)?**

Abbandonare il reindirizzamento automatico e richiedere ai visitatori l'approvazione prima di reindirizzarli comporta dei costi una tantum, ma riguarderebbe solo una piccola parte dei grandi siti (circa un 2% di siti che rappresenta il 7,5% del traffico transfrontaliero). Altri costi di adeguamento alla normativa sarebbero molto limitati, dato che gli operatori non farebbero che trattare i clienti esteri come clienti nazionali. Inoltre, potrebbero recuperare costi aggiuntivi sostenuti, ad esempio quelli relativi ai sistemi di pagamento o di altra natura, in modo trasparente ove siano obiettivamente giustificati.

**Quale sarà l'incidenza su aziende, PMI e microimprese?**

Questa misura riguarderà tutte le imprese, incluse le PMI e le microimprese. Il solo onere aggiuntivo potrebbe eventualmente consistere in una piccola tariffa supplementare per i servizi di pagamento e nella necessità di individuare l'aliquota IVA nel paese del cliente in caso di vendite digitali (la registrazione è gestita attraverso MOSS IVA). In base alla nuova proposta sull'IVA, questi dati saranno facilmente accessibili. Tuttavia, per le società esenti dall'IVA, in base alla legislazione nazionale, ciò costituirebbe un onere considerevole. Esse sono pertanto esentate dall'obbligo di parità di trattamento. La totale esclusione delle micro e piccole imprese non costituisce un'opzione percorribile.

**L'impatto sui bilanci e sulle amministrazioni nazionali sarà considerevole?**

L'osservanza delle norme sarà garantita da strutture già esistenti coordinate nel quadro del regolamento CPC per quanto riguarda i consumatori, per cui non sono previsti costi legati a una nuova organizzazione. In otto anni, tra il 2007 e il 2015, circa 1 500 reclami sono stati

portati all'attenzione della Commissione che, tuttavia, ritiene che i consumatori interessati siano molti di più. Il regolamento dovrebbe chiarire gli obblighi degli operatori e scoraggiare le pratiche scorrette. L'aumento del carico di lavoro annuale degli Stati membri dovrebbe quindi rimanere limitato.

**Sono previsti altri impatti significativi?**

No. La misura si applica a tutti gli operatori che vendono a clienti dell'UE, e pertanto non incide sulla competitività internazionale.

**D. Tappe successive**

**Quando saranno riesaminate le misure proposte?**

Una valutazione complessiva verrà effettuata cinque anni dopo la loro entrata in vigore.